

اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل "تطبيق على قسم الإذاعة والتلفزيون"

د. دعاء أحمد البنا*

مقدمة (1)

تم تأسيس أول كلية للصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1905م بجامعة "ويسكانس" (Wisconsin University)، أعقبها كلية في جامعة "ميسوري" (Missouri University) عام 1908م، ثم جامعة كولومبيا (Columbia University) عام 1912م. وفي المملكة المتحدة، كان أول برنامج بكالوريوس الصحافة والعلوم الاجتماعية في جامعة "ويلز" (Wales University) عام 1970م، أعقبه برنامج جامعة "سيتي" (City University) عام 1976م. وفيما يتعلق بالعالم العربي، فقد بدأ التأهيل العلمي في مجال الإعلام عام 1935م في قسم الصحافة بالجامعة الأمريكية في القاهرة، ثم تأسس معهد التحرير والترجمة والصحافة بجامعة القاهرة عام 1939م الذي تدرج في التطور حتى أصبح كلية الإعلام عام 1975م، وأخذت كليات الإعلام وأقسامه في الانتشار في عقدي الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين في دول العالم العربي المختلفة استجابة لطلب المستمر على الكوادر المؤهلة للعمل في المؤسسات الصحفية والإعلامية. وفي مصر الآن (5) كليات إعلام حكومية تنصدهم الكلية الأم كلية الإعلام - جامعة القاهرة، كلية الإعلام - جامعة بني سويف، كلية الإعلام - جامعة الوادي الجديد، كلية الإعلام - جامعة السويس، كلية الإعلام - جامعة الأزهر، هذا بالإضافة إلى أقسام الإعلام التي بلغ عددها (18) قسمًا تقريبًا في كليات الآداب بالجامعات الحكومية، وأقسام الإعلام التربوي، هذا بالإضافة إلى كليات الإعلام التي بلغ عددها (12) كلية في الجامعات الخاصة تقريبًا، و(3) في المعاهد العليا، وكلية اللغة والإعلام التابعة للأكاديمية العربية للتكنولوجيا والعلوم والنقل البحري بثلاثة فروع في شيراتون، والإسكندرية، والقرية الذكية بأكتوبر، وبعض الأقسام مثل قسم الصحافة في أكاديمية أخبار اليوم، وقسم الإعلام السياسي بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة المستقبل.

يؤكد ذلك الواقع الفعلي، حيث تعد كليات وأقسام الإعلام من أكثر المجالات الأكاديمية التي يقبل عليها الطلاب، ومن هنا تتحمل المؤسسات الأكاديمية في المقام

*مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

الأول مسؤولية تكوين إعلامي أكاديمي مهني متخصص ومحترف في مجال عمله، الأمر الذي يتطلب التركيز على دعامين أساسيين؛ تتحدد الدعامة الأولى منهما في التعليم والدراسة الأكاديمية، في حين تتحدد الدعامة الثانية في التدريب والتأهيل الإعلامي، ليصبح خريج الإعلام مزودًا بالمعلومات والخبرات والأسس النظرية والعلمية والأكاديمية، وفي الوقت ذاته يكون مؤهلًا بشكل عملي لممارسة العمل الإعلامي وفقًا لتخصصه، مالكًا لمهارات الاتصال والتعامل والإقناع وعديد من المهارات الأخرى المتنوعة التي يحتاج إليها الإعلامي في اللغة والإدارة والتواصل، فيكون قادرًا على تحقيق مرونة الاتصال، وكسب القبول الجماهيري، وممارسة التأثير الفعال في الجمهور بمختلف فئاته.

يعد الجانب النظري والأكاديمي الدور الأساسي المنسوب للمؤسسات الأكاديمية المتمثلة في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، وكذلك التدريب - الذي لا يعد أقل منه أهمية وتأثيرًا - باعتباره وسيلة علمية وعملية هدفها رفع كفاءة الطلاب وخريجي الإعلام من خلال صقل قدراتهم، وتنمية مهاراتهم، وإمدادهم بالمعلومات. ويكون المطلوب تحقيق التوازن بين الجانبين النظري والعملي من جهة، وأهداف التدريب ونتائجه بما يلئم احتياجات سوق العمل من جهة أخرى، باعتبار التدريب ركيزة أساسية لتحقيق تطلعات المستقبل وطموحاته مما يجعله أمرًا ضروريًا لطلاب الإعلام بمختلف تخصصاتهم أثناء الدراسة لإعداد ممارس ناجح وتأهيله لسوق العمل. ويكتسب التدريب مزيدًا من الأهمية بوصفه مطلبًا أساسيًا نتيجة الانفصام شبه التام بين التعليم الإعلامي وسوق العمل، وعدم تكافؤ فرص التعليم الإعلامي وتعدد مساراته، وكذلك انخفاض مستوى الخريجين من كليات وأقسام الإعلام، وفقدان المجتمع ثقته في مؤسسات التعليم والعمل الإعلامي والعاملين بها.

هذا بالإضافة إلى ما يشهده عالمنا المعاصر من التطورات التكنولوجية بشكل عام، والتطورات التكنولوجية المرتبطة بمجال الإعلام بمختلف تخصصاته بشكل خاص، حيث وصلت لجميع جوانب وعناصر العملية الاتصالية الإعلامية شكلاً ومضموناً، إلى جانب ضرورة مواكبة العنصر البشري- المتمثل بالأساس في طلاب كليات الإعلام وخريجها- لهذه التطورات من خلال التدريب المستمر والمناسب لهم؛ لمساعدتهم في تطوير أدائهم وليكونوا أكثر استعداداً وقدرة على أداء المهام والوظائف التي تتطلبها العملية الإعلامية بما يتوافق مع التطور التكنولوجي بتطبيقاته المختلفة وتوافقاً مع متطلبات التنمية. فالتدريب والتأهيل الإعلامي في كل مرحلة من مراحلها ينبغي أن يأخذ في الاعتبار المسألة التقنية باعتبارها مدخلاً لا غنى عنه في تكوين وتدريب الإعلامي، فالمضمون الإعلامي لا وجود له خارج منظومة الوسائط التقنية، كما يعد تدريس الإعلام مهمة شاقة ومعقدة نظراً لتواضع إمكانات أقسام وكليات الإعلام، والإقبال المتزايد من الطلاب على دراسة الإعلام، وانعدام التنسيق بين مخرجات العملية التعليمية واحتياجات سوق العمل الإعلامي، وارتباط التدريب

العملي بمدى توافر الإمكانيات المادية في المؤسسات الأكاديمية التعليمية، ومدى إيرامها للاتفاقيات مع المؤسسات المهنية الإعلامية. فالتدريب العملي هو حجر الزاوية في إعداد كوادر إعلامية ومؤهلة وقادرة على المنافسة إقليمياً وعالمياً، وتحقيق إنجاز وظيفي أعلى، وخفض التكلفة، وتلبية احتياجات ورغبات الجمهور من خدمات إعلامية أفضل، ومواكبة التطور في الأدوات والأساليب الأكثر فاعلية، وإتمام دور المؤسسات الأكاديمية في بناء الشخصية الإعلامية.

من خلال ما سبق ذكره، يتضح أن التدريب العملي لطلاب كليات وأقسام الإعلام بمختلف تخصصاتهم يعتبر أحد المقومات التي يقوم عليها التعليم الإعلامي. ومن الجدير بالذكر أن السنوات الأخيرة شهدت اهتماماً متزايداً بالتدريب الإعلامي بمختلف تخصصاته في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، كما تعددت جهات التدريب ما بين الجامعات والمؤسسات الأكاديمية، والمؤسسات الإعلامية، والمؤسسات النقابية والأهلية، ومؤسسات القطاع الخاص، إلى جانب برامج التمويل الأجنبي، وتختلف احتياجات كل قسم وتخصص من تخصصات الإعلام في التدريب العملي فيما بينها. وتركز هذه الدراسة على اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي المختلفة والمتنوعة في تأهيلهم لسوق العمل بمواصفاته وخصائصه واحتياجاته المطلوبة.

مشكلة الدراسة

مع التطور الذي شهده الإعلام في نهايات القرن الماضي وأوائل القرن الحالي في ظل الثورة التكنولوجية، وثورة الاتصالات، والوسائط المتعددة، والاستعانة بتقنيات الأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية، وظهور الإعلام البديل أو الجديد، وقيام المستقبل بدور المرسل في العملية الاتصالية، وتحقيق التفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري التي كانت تعد سمة أساسية من سمات الاتصال الشخصي، وانتشار كليات الإعلام وأقسامه في كثير من الجامعات والمعاهد المصرية الحكومية والخاصة تلبية للإقبال الشديد من الطلاب عليها، فإن التساؤل الذي يبادر إلى أذهاننا: هل هذه الكليات والأقسام العلمية الخاصة بالإعلام – وهي المسئول الأول عن إعداد الكوادر الإعلامية وتأهيلها من طلابها وخريجها لسوق العمل – قادرة بما تنتجه من برامج للتعليم بشكل عام والتدريب الإعلامي بشكل خاص على تلبية احتياجات سوق العمل من الأجيال القادرة على ممارسة مهنة الإعلام أكاديمياً ومهنياً في شتى المجالات بما يواكب الطفرات العلمية والتكنولوجية الكبيرة في مجال الإعلام؟

إن دور المؤسسات الأكاديمية والتدريبية في توفير كادر إعلامي مهني متخصص في مجال الممارسة الإعلامية باختلاف تخصصاتها مرهون بتصميم برامج فعالة للتعليم والتدريب الإعلامي قائمة على أسس علمية، واستيعاب هذه البرامج لمستجدات العصر وتقنياته في مجال الإعلام، واستشراق آفاق المستقبل في هذا المجال وفق محددات علمية مضبوطة، وتلبية احتياجات سوق العمل الإعلامي.

من ثم فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل في قياس اتجاهات طلاب كليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي، ودور المؤسسات الأكاديمية والخاصة والنقابية في توفير التدريب المطلوب لإعداد الطلاب بوصفهم كوادر إعلامية قادرة على غزو سوق العمل الإعلامي وإثبات ذاتهم في الممارسة الإعلامية، ومدى تقييم الطلاب لذلك بالإيجاب أو السلب، ومدى الرضا المتحقق لديهم عن مؤسساتهم الأكاديمية ودورها في توفير التدريب العملي المتميز وفرص العمل لهم، وذلك بالتطبيق على طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بشعبي اللغة العربية والإنجليزية في كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

أهمية الدراسة

- 1- يعد التدريب الإعلامي من الموضوعات الأساسية التي تبرز عند تناول تطوير العمل الإعلامي، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة، والمنافسة الإعلامية الشرسة إقليمياً وعالمياً؛ مما يبرز أهمية إعداد كوادر بشرية من دراسي الإعلام تكون مؤهلة وقادرة على مواجهة هذه التحديات.
- 2- أهمية التدريب العملي لطلاب كليات الإعلام بشكل عام، وقسم الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص، وأهمية تقويم أدائهم لرفع كفاءتهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم، وأثر ذلك في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.
- 3- يشكل التعليم والتدريب الإعلامي رافدين أساسيين لتأهيل إعلامي مهني متخصص ومحترف، حيث تبدأ عملية التطوير بتحديد الاحتياجات بما يتناسب مع فلسفة التدريب ونوعيته وجودته.
- 4- رغم ازدياد العرض التدريبي ونموه في السنوات الأخيرة بكليات الإعلام بمختلف الجامعات الحكومية والخاصة، فمن الواضح أن هذا التدريب لا يحقق الأهداف المرجوة منه.
- 5- كثرة الانتقادات الموجهة لخريجي كليات الإعلام بشكل عام، وخريجي قسم الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص؛ الأمر الذي يبرز أهمية معرفة مشكلات التدريب والتأهيل العملي للطلاب باعتبار ذلك أمراً مهماً ومفيداً في عملية التخطيط المستقبلي لمسار التعليم والتدريب الإعلامي في هذه الكليات.
- 6- ضرورة تحديد اتجاهات الطلاب نحو دور مؤسسات التدريب العملي بمختلف أنواعها وأشكالها في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.
- 7- أهمية تمكين المؤسسات التدريبية بمختلف أنواعها من مراجعة سياستها في مجال التدريب الإعلامي؛ لتحسين جودته، وتلبية متطلباته بما يتفق مع احتياجات سوق العمل الإعلامي ومواصفاته.

أهداف الدراسة:

- 1- تقييم واقع التدريب العملي في قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة.
- 2- التعرف على رؤية الطلاب في قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام للبرامج التدريبية ومؤسساتها، ومدى رضاهم عنها.
- 3- تحديد مدى حرص الطلاب على التدريب العملي وادراكهم لدوره في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.
- 4- تحديد مواطن القوة والضعف في التدريب العملي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام، وتحديد إيجابياته وسلبياته.
- 5- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور التدريب العملي بمجالاته المتنوعة في تأهيلهم لسوق العمل.
- 6- تحديد إشكاليات التدريب العملي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة.
- 7- تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين رؤية طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة للتدريب العملي، ودوره في تأهيلهم كإعلاميين متخصصين مهنيين لسوق العمل الإعلامي.
- 8- صياغة مقترحات تسهم في تطوير المناهج الدراسية والبرامج التدريبية الإعلامية والتغلب على إشكالياتها بما يحقق التوافق بين مخرجات نظام التعليم الإعلامي المتمثلة في خريجي الإعلام والاحتياجات الفعلية لسوق العمل الإعلامي بما يتضمنه من تطورات متسارعة تماشيًا مع روح العصر.

الدراسات السابقة:

نظرًا لتعدد المتغيرات المرتبطة بموضوع التدريب وفعاليتها فيما يخص مجال الإعلام على المستوى الأكاديمي والمهني، وعلى مستوى طلاب وخريجي الإعلام أيضًا، تتناول الباحثة الدراسات السابقة وفقًا لعدد من المتغيرات الخاصة بالتدريب وكفاءته وإشكالياته وعلاقته بالمناهج الدراسية في الأقسام المختلفة في كليات الإعلام، وكذلك علاقته بالتأهيل لسوق العمل في الدول والمجتمعات المختلفة العربية والشرقية. وقد عرضت الباحثة الدراسات التي تناولت التدريب في مجال الإعلام بمختلف تخصصاته لندرة الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت التدريب العملي بشكل عام، والتدريب المرتبط بقسم الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص.

1- تناولت عديد من الدراسات والبحوث العلمية ضرورة الربط بين **التدريب العملي لطلاب وخريجي الإعلام والعاملين به، والتكنولوجيا الحديثة** حيث أشارت دراسة **هاجر شعبان عام 2019م**(2)، و**ليد إسماعيل حسن عام 2011م**(3) إلى ضرورة الاستعانة بالمستحدثات التكنولوجية الحديثة، وإسهام البرامج التدريبية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في دعم الخبرات المهنية وانعكاس ذلك على الممارسة المهنية، وأن هناك إشكاليات تتعلق باستخدام مراكز تكنولوجيا المعلومات باتحاد الإذاعة والتلفزيون تتعلق بتقنيات مراكز المعلومات التكنولوجية، وأبعاد تدريبية تتعلق بتحديد الاحتياجات التدريبية للقائمين بالاتصال. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة **حسام إلهامي عام 2004م**(4) التي أكدت أن هناك علاقة بين درجة التقدم التكنولوجي وأساليب الإنتاج في المؤسسة الإعلامية من جهة ونمط هيكله العمالة اللازمة لممارسة العمل من جهة أخرى، فكل درجة من درجات التطور التكنولوجي تتطلب هيكل عمالة محدد لتطبيقه؛ مما يستلزم بالضرورة إحداث توافق بين هذا الهيكل داخل المؤسسة من جهة والتطور في درجات التكنولوجيا من جهة أخرى، وعلى المؤسسات العلمية ضرورة إعادة صياغة أهدافها وهيكلها ومحتوى برامجها بما يتناسب مع متطلبات التطور التكنولوجي، وأثبتت الدراسة ثمة علاقة بين مستويات التطور التكنولوجي في بيئة العمل والإنتاج من ناحية ومستويات التطور في البيئة التعليمية المنوط بها إعداد العمالة التي سوف تمارس هذا العمل من ناحية أخرى.

2- **يعد القائم بالاتصال من العناصر الفعالة في التدريب العملي والمهني في مجال الإعلام**، وأشارت عديد من الدراسات العلمية إلى العلاقة الحيوية بين كل من التدريب والقائم بالاتصال في مختلف تخصصات الإعلام، خاصة أن عديداً من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام ليسوا من دراسيه ولم يتخرجوا من كليات الإعلام وأقسامها؛ مما يعنى فقدهم للجانب الأكاديمي والتدريب العملي في مجال الإعلام، هذا بالإضافة إلى الإشكاليات والصعوبات التي يواجهها القائم بالاتصال **في مجال التدريب**. فقد أكدت دراسة **هاجر شعبان عام 2019م**(5) أهمية التدريب بالنسبة للقائم بالاتصال في الإعلام، حيث أشارت نسبة 50% من عينة الدراسة إلى أهمية تدريب القائمين بالاتصال، وأكدت عينة الدراسة المستوى المنخفض لعنصر التدريب. وتوصلت نتائج دراسة **معتز أحمد عبد الفتاح عام 2016م**(6) إلى ضرورة تأكيد أهمية التدريب باعتباره استثماراً لصالح الأفراد والمجتمع على حد سواء، إذا توافرت متطلباته وتحرك على منهج وأسس وارتباط بالحاجات الأساسية، وإذا تفاعلت كل عناصر العملية التدريبية في منظومة واحدة، وذلك لأن التدريب عملية تعلم مقصودة لها مبرراتها ونتائجها، وأن العمل الإعلامي ينفرد بشيء من الخصوصية نظراً لسماته وخصائصه التي يتصف معها بالتجدد والانية والتفاعل، وكل هذا يفرض عليه المواكبة والأخذ بالأسباب التي تتمثل في الأدوات والوسائل ويعد التدريب واحداً من أهمها. كما أشارت الدراسة إلى قلة الموارد والإمكانات والميزانيات المخصصة للتدريب، وعدم وجود برامج تدريبية حديثة ومتطورة،

وضعف قدرات ومهارات المدربين وعدم ربط التدريب النظري بالتطبيق العملي والميداني. وتتفق النتائج السابقة مع دراسة بدر البلوشي عام 2015م⁽⁷⁾ التي أشارت إلى أهمية تفعيل دور التعلم والتدريب لرفع مستوى العاملين بقسم الإعلام. وكما توصلت دراسة نسيم الطويسي عام 2015م⁽⁸⁾ إلى تدني مستوى الإعلام في بعض الجوانب وتوسط مستواه في جوانب أخرى، وأن أثر التدريب مازال متدنياً عملياً في المؤسسات الإعلامية، وأن الاهتمام ضعيف من قبل المسؤولين الإعلاميين باستخدام التدريب كأداة لتحسين الأداء الإعلامي، وتتمثل أهم معوقات تطوير جودة تدريب الإعلاميين في ضعف كفاءة المدربين والمتدربين، وتواضع حجم مخصصات الإنفاق على التدريب، وضعف التنسيق بين الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي، وقصر مدة التدريب وعدم عنايته بالتطبيقات العملية، واتباع أساليب تقليدية في التدريب، وندرة وجود خطط تدريبية في المؤسسات الإعلامية، وعدم وجود مؤسسات وطنية مستقلة تعني بالتدريب الإعلامي، وأن مستوى انخراط الإعلاميين الدائم في التدريب بلغ 55.3%، وأثبتت الدراسة أيضاً وجود علاقة إحصائية بين إدراك الإعلاميين لمصادر جودة التدريب ونمط ملكية وسائل الإعلام ونوعها بين خاصة ومساهمة عامة وحكومية.

أكدت دراسة عبد العزيز الخياط عام 2013م⁽⁹⁾ أن نسبة 75.6% لا يحملون مؤهلاً علمياً في الإعلام، ولم تحصل نسبة 50.6% على دورات تدريبية بمجال الإعلام. كما أثبتت ذلك أيضاً دراسة محمد الغنام عام 2013م⁽¹⁰⁾ حيث أكدت عدم وجود أساليب تدريب مناسبة للارتقاء بإعداد الإعلامي المهني. وكذلك دراسة وليد إسماعيل حسن عام 2011م⁽¹¹⁾ التي أكدت وجود إشكاليات خاصة بتدريب القائم بالاتصال في مجال الإعلام باستخدام التكنولوجيا وتقنياتها في التدريب. وأشارت دراسة أحمد الترك عام 2009م⁽¹²⁾ إلى وجود علاقة قوية بين مستوى الاتجاه الاحترافي والتدريب، ووجود معوقات مالية وإدارية سواء في الجامعات أو جهات التدريب تحول دون التحاق الإعلامي بالدورات التدريبية.

3- يرى بعض الباحثين ضرورة بداية التدريب وتفعيله لطلاب كليات وأقسام الإعلام من مرحلة التعليم الأكاديمي قبل ممارستهم للعمل المهني، لما يُنسب للتدريب من أثر في كفاءة الطلاب. فقد أشارت دراسة طاهر محمد منصور عام 2017م⁽¹³⁾ إلى دور التدريب في رفع كفاءة طلاب وخريجي أقسام وكليات الإعلام وتأهيلهم لسوق العمل، وأثبتت الدراسة نسبة التحسن المئوية بين متوسطي درجات القياسين القبلي والبعدي لعينة البحث على اختبار المهارات ما بين 23.9: 29.3%؛ مما يدل على إيجابية البرنامج المقترح في تحسين مهارات إنتاج الأفلام التربوية لدى الطلاب عينة البحث، هذا بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات القياسين القبلي والبعدي لعينة البحث التجريبية حول درجة الرضا عن العناصر البنائية والتكنولوجية التي قدمت بها مهارات إنتاج الأفلام وامتدت درجة التحسين ما

بين 87.2%: 108.2% مما يدعم إيجابية التدريب، ودرجة رضا الطلاب عنه وتفاعلهم مع البرنامج التدريبي واكتسابهم لعدد من المهارات وتحسين مستواهم فيما يخص عناصر إنتاج الأفلام القصيرة. وأكدت ذلك دراسة **إيمان نور الدين عام 2016م** (14) حيث أشارت إلى أن التدريب العملي كان أكثر الوسائل نجاحًا في نقل المادة العلمية وتحسين مستوى عينة الدراسة، وأن استخدام تقنيات الاتصال في التدريب فعالة في توصيل المادة التعليمية للطلاب وتؤثر في التحصيل الدراسي. كما أشارت دراسة **Shannon Kristin** (15) إلى أن تجارب التعلم النشط والتدريب توفر للطلاب عديدًا من المزايا المتنوعة، مثل فرص الحصول على المواد التعليمية والقدرة على التجربة والممارسة. وفي دراسة **ماجدة مخلوف عام 2013م** (16)، توصلت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية لدرجات الاختلاف بين آراء الأكاديميين والممارسين حول تقييم مستوى المهارات العامة التي يكتسبها الخريجون أثناء الدراسة والتدريب، مثل مهارات القدرة على حل المشكلات، والعمل ضمن فريق، وحسن إدارة وتنظيم الوقت. كما رأى **lynn Scho عام 2013م** (17) في دراسته أن الجهود المبذولة في التدريب تساعد على تمكين الطلاب من الانتقاد والتطوير، والتطوير هنا بمفهومه العالمي يتمثل في إنتاج وتحليل القصص الإخبارية عبر المنصات الإعلامية. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة **إيمان محمد حسني عام 2012م** (18) التي أكدت وجود فروق جوهرية بين المبحوثين الحاصلين على تدريبات وغير الحاصلين عليها بشأن تقدير قيمة المنتج الإعلامي وقدرات المبحوثين على الوصول إلى الرسائل التي تتبناها وسائل الإعلام. ويتفق ذلك مع دراسة **أشرف جلال عام 2005م** (19) التي أكدت أن أهم الإيجابيات التي تعود على المتدربين من التدريب هي إضافة معلومات وخبرات جديدة، وروح تفاعل والمشاركة، وفرض بعض النماذج. واتفق ذلك مع النتائج التي توصلت إليها دراسة **وفاء عبد الخالق ثروت عام 2005م** (20) التي أكدت أهمية التدريب وأثره في تحسين مستوى الطلاب.

في ضوء ذكر الدراسات السابقة لمزايا التدريب العملي وأثره في كفاءة الطلاب وتحسين قدراتهم، هناك عديد من الأبحاث العلمية التي لم تتفق نتائجها مع هذه النتائج، مثل دراسة **Patrich Lee Plaisance عام 2006م** (21) التي وجدت انخفاضًا ملحوظًا في درجات الطلاب من المثالية النسبية بعد أخذ الدورة التدريبية على الرغم من أن درجاتهم ما تزال مرتفعة بشكل عام. وأكدت دراسة **أشرف جلال عام 2005م** (22) عيوب التدريب التي تضمنت زيادة العدد وعدم التجانس، وعدم ملاءمة الموضوعات، وضعف بعض المدربين، وعدم وجود خدمة من المتدربين نتيجة عدم تأثير الدورات التدريبية فيهم. وأشارت دراسة **محمد سعد إبراهيم عام 2003م** (23) إلى ارتفاع معدلات عدم رضا الطلاب عن التدريب ممثلًا في الإمكانيات والتجهيزات الفنية في معامل التدريب، ونقص مهارات المدربين، ومحدودية

الاستفادة من التدريب في وسائل الإعلام القومية والحزبية والخاصة، حيث ذكرت نسبة 35% من الطلاب أنهم لم يستفيدوا من التدريب على الإطلاق.

4- ثمة علاقة مهمة تربط التدريب بالمناهج الدراسية في المؤسسات التعليمية، ودور المؤسسات الأكاديمية في تأهيل الطلاب لسوق العمل، حيث تناولت دراسة مصطفى رضوان عام 2017م⁽²⁴⁾ ضرورة تطوير الجامعات في صقل مهارات الخريج، وإعداد الخريج عملياً من خلال التدريب، وأهمية التدريب قبل وبعد التخرج، واعتباره من أهم عوامل نجاح خريجي الإعلام في الحصول على فرصة عمل. وأكدت الدراسة محدودية فرص العمل لدى المؤسسات الدولية لاعتمادها على اللغة الإنجليزية وتدني مستوى الخريجين، وضرورة تطوير برامج الجامعة لتوائم احتياجات سوق العمل المحلي، والاهتمام بتدريب خريجي الإعلام تدريباً متخصصاً لرفع قدراتهم وتحسين فرصهم في الحصول على وظيفة. وأكدت نتائج دراسة دينا يحيي عام 2015م⁽²⁵⁾ عدم وعي الطلاب بأهمية بعض المقومات الأساسية في العمل الإعلامي بشكل عام، وضرورة إعادة النظر في توصيف المناهج الدراسية الأكاديمية في مجال الإعلام لإعداد أجيال من الإعلاميين تستطيع التوافق مع احتياجات سوق العمل الإعلامي. كما أكدت دراسة نسيم الطويسي عام 2015م⁽²⁶⁾ أن مناهج تعليم الصحافة والإعلام في الجامعات الأردنية لا تتطابق في بعض جوانبها ومعايير جودة التعليم والتأهيل في مجال الإعلام، وأن المناهج تعاني عدم التوازن بين الجانبين النظري والتطبيقي. وأثبتت دراسة ماجدة مخلوف عام 2013م⁽²⁷⁾ أهمية المهارات الشخصية والأكاديمية فيما يتعلق بامتلاك حصيلّة معرفية في مجال التخصص، وضرورة اتقان مهارات الاتصال والتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإعلام، وأهمية المهام الوظيفية التي يجب أن يتميز بها خريج الإعلام، وأشارت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية لدرجات الاختلاف بين آراء الأكاديميين والممارسين حول درجة أهمية عوامل الحصول على فرص العمل بالعوامل المتعلقة بالتخصص الدراسي والتقدير العام والتدريب العملي داخل وخارج الكلية، وإجادة استخدام برامج الكمبيوتر، والمظهر الراقى لصاحب العمل، وضرورة الحوار والتواصل بين المؤسسات الأكاديمية والإعلامية ليس فقط بحثاً عن سوق عمل لخريجي كلية الإعلام، بل لتعزيز الأطر التعليمية والدراسية أيضاً، فتؤهل المؤسسات بالعنصر البشري الكفاء والمختص علمياً ومهنيّاً.

تناولت عديد من الدراسات ضرورة التنسيق بين المقررات التعليمية في مجال الإعلام والتدريب العملي، فأكدت دراسة Andrew Ling & Scalt Kuehn عام 2013م⁽²⁸⁾ ضرورة تعريف القائمين على تدريس الإعلام بالجامعات المختلفة حقيقة قدرات وتوقعات طلاب الإعلام بهدف تطوير المقررات الدراسية الإعلامية بما يحقق أعلى كفاءة للخريجين، وكذلك العوامل التي تؤثر في إكساب الطلاب القدرة على الانخراط في العمل بمستوى أعمق. واستخلصت دراسة حسام إلهامي

عام 2004م⁽²⁹⁾ ضرورة التعرف على حاجات قطاعات العمل والإنتاج حتى تستطيع البرامج التدريبية بالمؤسسات التعليمية المختلفة الوفاء بهذه الحاجات ضمن برامجها، وتعد حاجات قطاعات العمل والإنتاج دائمة التغيير في أساليبها؛ مما يستلزم من المؤسسات التعليمية مراجعة المعارف والمعلومات التي تقدمها في ضوء ما يُستجد من دراسات حول الحاجات المحددة لقطاعات العمل والإنتاج، ودون الأخذ بهذا الاتجاه سيجد الخريج أن ما تعلمه في المؤسسات التعليمية ليس له وظيفة حقيقية في مجال العمل.

توصلت دراسة **مناور الراجحي عام 2011م**⁽³⁰⁾ إلى وجود إشكاليات تقف عقبة في التأهيل العملي لطلاب أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية وتقديم خريجين مؤهلين لسوق العمل الإعلامي بمجالاته المختلفة ومتطلباته المتطورة، وكذلك اقتصر محاولات تطوير برامج التأهيل والتدريب في كليات الإعلام وأقسامه على تعديل اللوائح الدراسية على نحو يلبي التوازنات، وجلب أجهزة ومعدات دون توفير الكوادر القادرة على التعامل معها والاستفادة منها في برامج التدريب. وأكدت نتائج دراسة **أحمد أبو سعيد عام 2009م**⁽³¹⁾ وجود عديد من المعوقات التي تواجه تعليم الإعلام في فلسطين، مثل عدم وجود نظام لضبط الجودة في الجامعات الفلسطينية، وعدم وجود ميزانيات لأقسام الإعلام، وعدم وجود سياسة واضحة في عملية قبول الطلبة في كليات وأقسام الإعلام، إلى جانب عدم الاهتمام بالتدريب العملي؛ الأمر الذي يؤثر في تأهيل خريجي الإعلام لسوق العمل. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة **Marcia W. Distaso عام 2009م**⁽³²⁾ التي أثبتت وجود علاقة بين إدراك ممارسي ومدرسي العلاقات العامة لممارسة العلاقات العامة ومضمون مناهجها وقيمتها ومستقبل تعليم هذا التخصص في الولايات المتحدة الأمريكية وانعكاس ذلك على جودة الخريجين، وكانت الأحكام المتعلقة بالخصائص المرغوبة بين المتقدمين للوظائف والمحتوى الأساسي للمناهج متشابهة للغاية بين الممارسين والمجموعات التعليمية، مع التركيز على مزيد من التخطيط وتطوير المناهج بما يتفق مع سوق العمل واحتياجاته. وفي إطار تأكيد أهمية دور التدريب وربطه بالجانب الأكاديمي لتوافر كوادر لسوق العمل الإعلامي، أكدت دراسة **أحمد رضوان عام 2007م**⁽³³⁾ أن العاملين في مصر ودول الخليج العربي يحتاجون إلى برامج تدريبية في مجالات تخصصاتهم الوظيفية ومجالات أخرى مكملة مثل الإعلام ومهارات الاتصال والإدارة واللغات والحاسب الآلي. وأشارت دراسة **شيماء سالم عام 2007م**⁽³⁴⁾ إلى دور التدريب العملي في اكتساب الطلاب للمهارات الواجب توافرها فيهم للتأهيل لسوق العمل. ورأى **Sriramesh Kf Hornaman عام 2006م**⁽³⁵⁾ اتفاق الممارسين والأكاديميين حول الموضوعات التي يجب تدريسها للطلاب وضرورة التدريب العملي خاصة مع استخدام التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها في مجال ممارسة المهنة.

على نقيض النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة فيما يخص التدريب والمناهج التعليمية ودور التكامل بينهما في تأهيل طلاب وخريجي الإعلام لسوق العمل، هناك دراسات أكدت تحقيق ذلك بالفعل في الواقع مثل دراسة **Giselle A. Auger & Moon lee Cho** عام 2016م⁽³⁶⁾ التي أشارت إلى أن المناهج الخاصة بالعلاقات العامة تلبى احتياجات الممارسة العملية، وأن الفجوة الملحوظة بين تقديم دورات وسائل الإعلام الاجتماعية واحتياجات الممارسة قد تكون مؤقتة وبسيطة جداً. وكذلك دراسة **Jinbong, Choi & Wonjun, Chung** عام 2012م⁽³⁷⁾ التي أكدت أن تعليم العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية هو الأكثر توازناً بين المحتوى النظري والمهارات العملية لتأهيل الخريجين لسوق العمل، في حين كانت المملكة المتحدة تقدم مزيداً من الدورات النظرية، وتهتم كوريا الجنوبية بشكل كبير بالدورات العملية القائمة على المهارات وأهميتها في تأهيل الخريجين لسوق العمل. وركزت دراسة **Patrich Lee Plaisance** عام 2006م⁽³⁸⁾ على التعرف على فعالية المقررات الإعلامية الدراسية بالجامعات في تدعيم القيم والأخلاقيات المهنية الإعلامية لدى الطلاب، وأكدت نتائجها التغييرات الكبيرة في كيفية تصنيف الطلاب عينة الدراسة للقيم الرئيسية المتعلقة بالإعلام بين بداية الدورة ونهايتها، ودور ذلك في تأهيل طلاب وخريجي الإعلام لسوق العمل الإعلامي.

5- عرضت الدراسات السابقة واقع القائم بالاتصال في المجال الإعلامي بمختلف تخصصاته، ودور التدريب في التأثير في كفاءة الطلاب وخريجي كليات وأقسام الإعلام، والتدريب وعلاقته بالتكنولوجيا الحديثة، والتدريب في إطار الدور التكاملي مع المواد النظرية والجانب الأكاديمي، ودور التكامل بين كل منهم في تأهيل طلاب وخريجي الإعلام لسوق العمل المهني. وفي إطار ما سبق ذكره، قدمت بعض الدراسات والبحوث العلمية توصيات لكيفية تفعيل التدريب والاستفادة منه في تأهيل طلاب وخريجي الإعلام لسوق العمل، مثل دراسة **طاهر منصور** عام 2017م⁽³⁹⁾ التي أشارت إلى ضرورة الاستفادة من برامج التدريب في تدريس المقررات الدراسية، وإعداد دورات تدريبية لكيفية التعامل مع الطلاب. ودراسة **ماجدة مخلوف** عام 2013م⁽⁴⁰⁾ التي أكدت ضرورة إنشاء إدارة متابعة الخريجين، وإجراء عدة دراسات حول توافق مخرجات التعلم مع احتياجات سوق العمل، وتقسيم نوعية وكفاءة مخرجات كل جامعة في السوق من خلال استفتاء جهات التوظيف، ودراسة احتياجات السوق للبرامج التعليمية المطروحة في الجامعات من خلال استبيان قياس مدى تكييف الخريجين مع سوق العمل. وأوصت دراسة **مناور الراجحي** عام 2011م⁽⁴¹⁾ بضرورة إعادة النظر في برامج الإعلام وخطته الدراسية الحالية بالجامعات العربية من أجل تطويرها والارتقاء بها، لتخريج كوادر تستطيع المنافسة في سوق العمل الإعلامي. وأكدت دراسة **محمد سعد إبراهيم** عام 2003م⁽⁴²⁾ أن نسبة 25% من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة ترى ضرورة إعادة النظر في

لوائح أقسام الإعلام بالجامعات الإقليمية، وأن نسبة 12.5% ترى ضرورة تقليص أعداد المقبولين بأقسام الإعلام بهذه الجامعات.

التعليق على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها:

هناك عدد من النقاط التي أجمعت عليها الدراسات السابقة، من أهمها ما يلي:

- 1- أكدت جميع الدراسات السابقة تقريباً أهمية التدريب العملي في العملية التعليمية وضرورة تفعيله.
- 2- اتفقت عدد من الدراسات السابقة على عدم التوازن بين المقررات النظرية في دراسة الإعلام، والتدريب العملي.
- 3- أشارت عدد من الدراسات السابقة إلى ضرورة قيام القائمين على كليات وأقسام الإعلام بتطوير اللوائح التعليمية بما يتوافق مع متطلبات العصر ومقومات تحقيق متطلبات الجودة.
- 4- أشارت بعض الدراسات السابقة إلى الفجوة بين المؤسسات التعليمية في مجال الإعلام، ومؤسسات التدريب العملي، والمؤسسات المهنية.
- 5- أثبتت بعض الدراسات السابقة عدم إدراك الطلاب لأهمية التدريب العملي في العملية التعليمية، وعدم رضا الطلاب عن مستوى التدريب العملي في مؤسساتهم الأكاديمية.
- 6- تناولت عدد من الدراسات العلاقة بين التدريب العملي والتكنولوجيا الحديثة، وضرورة مواكبة التدريب العملي لتطورات التكنولوجيا الحديثة ومتطلباتها.

كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في عدد من النقاط من أهمها:

- 1- تناولت عدد من الدراسات السابقة مسألة تدريب القائم بالاتصال في مجال الإعلام، وأشارت هذه الدراسات إلى أهمية بدء العملية التدريبية من المؤسسة الأكاديمية والتركيز على التدريب العملي للطلاب منذ سنوات الدراسة. ومن هنا ركزت هذه الدراسة على أهمية وفاعلية التدريب بالنسبة لطلاب كليات الإعلام وبشكل خاص طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون، وقياس اتجاهاتهم نحوه بمؤسساته المختلفة.
- 2- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مكونات العملية التدريبية ومعايير تقييمها وفعاليتها في عملية التدريب العملي التي تتضمنت تقييم المتدرب، والتي تعد المخرج الأساسي لمكونات العملية التدريبية التي تتضمن المؤسسة التدريبية، والمدرسين القائمين عليها، ومضمون الدورات التدريبية،

وكذلك الأجهزة المستخدمة في التدريب العملي، ومدى فعالية هذه العناصر في تأهيل المتدرب لسوق العمل الإعلامي.

3- من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، حددت الباحثة عديدًا من المتغيرات في العملية التدريبية، مثل دور المؤسسة الأكاديمية باختلاف أنماط ملكيتها ما بين الحكومية والخاصة، ودور التكنولوجيا في تطوير العملية التدريبية، وضرورة الربط بين المناهج التعليمية والتدريب العملي لطلاب كليات وأقسام الإعلام، ودور المؤسسات التعليمية والتدريبية في تأهيل طلاب الإعلام بشكل عام، وطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص، لسوق العمل الإعلامي.

4- ضرورة تحديد إستراتيجية للتدريب العملي لطلاب كليات الإعلام بأقسامها المختلفة في المؤسسات الأكاديمية واعتمادها من مجالس الكليات والجامعات، وتفعيلها وتحديد آليات تطبيقها وتقييمها، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية الوصول إليه.

5- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري للدراسة والمتمثل في نظرية التعلم الاجتماعي، حيث لم تعتمد أغلب الدراسات السابقة التي تناولت التدريب الإعلامي على إطار نظري محدد. وتعتمد هذه الدراسة على نظرية التعلم الاجتماعي وربطها بعناصر تقييم عملية التدريب العملي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام، وهو ما تم تطبيقه في فئات استمارة الاستبيان.

6- تحديد بعض الدراسات السابقة لإشكاليات ومعوقات التدريب العملي بالمؤسسات الأكاديمية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على قياس اتجاهات الطلاب نحو هذه الإشكاليات والمعوقات، ومدى رضاهم عن التدريب العملي، ومقترحاتهم لتطويره.

7- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في التركيز على قياس اتجاهات الطلاب نحو دور المؤسسات التدريبية بمختلف أنواعها وأنماط ملكيتها في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.

8- ساعدت بعض الدراسات السابقة في تحديد المفاهيم الخاصة بالدراسة، وتصميم استمارة الاستبيان والمقاييس الخاصة بالدراسة الميدانية.

تحديد مفاهيم الدراسة:

1- **التدريب الإعلامي:** هو تزويد الأفراد والجماعات بالمعلومات والخبرات والمهارات وطرق الأداء والسلوك، بحيث يكونوا قادرين على القيام بوظائفهم بفعالية وكفاءة، وهي عملية مخططة ومنظمة ومستمرة تهدف إلى تنمية مهارات وقدرات الفرد وزيادة معلوماته وتحسين سلوكه واتجاهاته بما يمكنه من أداء

وظيفته بكفاءة وفعالية(43). وتعرف اليونسكو التدريب في مجال الاتصال الجماهيري على أنه "عملية مخطط لها تشتمل على نقل المعارف والمهارات والخبرات إلى مجموعة من الأفراد الذين يتولون نقل الرسائل الإعلامية إلى قطاعات واسعة من المستقبلين". ويُقصد بجودة التدريب التحسين المستمر لمدخلات وعمليات التدريب بما يتفق مع معايير الجودة الشاملة؛ الأمر الذي يكفل أن تكون مخرجات التدريب مطابقة للأهداف التي تسعى إليها المؤسسة(44). وتتضمن الجهات التي تقدم التدريب كل من الجامعات والمؤسسات الأكاديمية، والمؤسسات الإعلامية، ومراكز و وحدات التدريب مثل معهد الإذاعة والتلفزيون، والمؤسسات النقابية والأهلية مثل نقابة الصحفيين والإعلاميين، ومؤسسات القطاع الخاص، وبرامج التمويل الأجنبي(45).

يُقصد في هذه الدراسة بمؤسسات التدريب الإعلامي المؤسسات المسؤولة عن عملية تدريب طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة التي قد تتضمن مؤسسات ومراكز تدريبية داخل كليات الإعلام، ومؤسسات إعلامية مثل معهد الإذاعة والتلفزيون، ومؤسسات نقابية، ومؤسسات خاصة، والتمويل الأجنبي للبرامج التدريبية إن وُجد، حيث تقوم هذه المؤسسات بدور في إعداد المذيع، ومقدم البرامج، والمحاور، والمعد، والمخرج، ورئيس تحرير النشرات الإخبارية، وكتاب السيناريو، والمصورين.

2- **طلاب كلية الإعلام:** والمقصود هنا في الدراسة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالشعبتين العربي والإنجليزي في كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، باعتبارهما نموذجين للجامعات الحكومية والخاصة.

3- **سوق العمل:** هو ميدان العمل الخاص بطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون، الذي تتعدد وظائفه وفقاً لمراحل إنتاج المضمون الإعلامي في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، أو التقليدية والجديدة، وباختلاف أشكال الإنتاج الخاصة بهذه الوسائل مثل البرامج، ونشرات الأخبار، والأفلام، والمسلسلات، والإعلانات وغيره.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية التعلم الاجتماعي والنظريات المعرفية — (Social Learning Theory & Cognitive Theories)

يعد التعلم عملية اكتساب الأساليب والطرق التي تجعل الفرد يشبع دوافعه ويصل إلى تحقيق أهدافه. وتتحدد شروط التعلم في ثلاثة مفاهيم كبرى، هي النضج والدافعية والممارسة. وتوجد عديد من النماذج للتعلم، منها النماذج السلوكية الاختزالية والنماذج المعرفية(46). فالتعلم عملية اجتماعية، وليست عملية فردية، أو عملية سلبية. ويحدث التعلم الفعال والدائم للفرد عند الانخراط في نشاط اجتماعي مع مجموعة من الآخرين

في سياق اجتماعي معين، وعندما تكون المدخلات الحسية الجديدة أو المتكررة مثل الكلمات، والصور، والموسيقى، والقصص مرتبطة بالمعرفة والفهم الموجودين مسبقاً⁽⁴⁷⁾.

ظهر التعلم الاجتماعي في نهج جديد يُسمى المحاكاة الاجتماعية القائمة على أساس المشاركة، وتم استخدام مفهوم التعلم الاجتماعي في معانٍ مختلفة تمامًا للإشارة إلى عمليات التعلم وتغيير الأفراد والأنظمة الاجتماعية. ففي العمل الموثق لباندورا عام 1977م، يشير التعلم الاجتماعي إلى التعلم الفردي القائم على ملاحظة الآخرين وتفاعلاتهم الاجتماعية داخل مجموعة ما، واعتُبر هذا المنظور ضيقًا للغاية، بحيث لا يشمل جميع عمليات التعلم. وتمت إضافة مفهوم "مجتمعات الممارسة" التي طورها "وينجر" (Wenger) عام 1998م، والتي تؤكد التعلم باعتباره مشاركة، حيث يشارك الأفراد في الإجراءات والتفاعلات التي يجب أن تكون مُتضمنة في الثقافة والتاريخ. وتتأثر هذه التفاعلات بالبنية الاجتماعية، وتؤكد عمليات التعلم هذه هوية الفرد في محيطه الاجتماعي وتشكلها، كما تؤكد وتغير الممارسة الاجتماعية وما يرتبط بها من تفسير البيئة⁽⁴⁸⁾.

تتعدد أساليب تعلم الأفراد ما بين الملاحظة، والتقليد أو المحاكاة، والاستنساخ الميكانيكي المباشر من السلوك، واقتباس شكل معين من أشكال التقليد الذي يؤدي فيه نسخ النموذج المعمم إلى أبعد من أفعال محددة، وأن يكون مثل النموذج بجودة أو سع، وكذلك تتعدد نظريات التعلم، فقد تطورت نظرية التعلم التقليدية عبر علماء السلوك الذين أجزموا أن الأفراد يتعلمون سلوكًا جديدًا عندما يتم تقديمه مع حافز أو مثير يصنع الاستجابة له، وهذه الاستجابة قد تكون مدعومة بالإيجاب أو السلب من خلال المكافأة أو العقاب، وبهذا الأسلوب تُكتسب السلوكيات الجديدة، وتُضاف إلى ذخيرة الفرد المعرفية وسلوكياته وفقًا للظروف المحاطة به، ويدعم ذلك أيضًا أسلوب آخر للتعلم هو "التعلم بالتجربة"، فمرور الفرد بتجربة محددة يضيف له خبرة معرفية وعملية لتعلم التعامل في المواقف الشبيهة التي يمر بها، ويعد التعلم بالتجربة من أكثر أساليب التعلم فعالية. ووفقًا لنظرية التعلم الفعال، فإن كل فرد عندما يتعرض للحافز أو المثير، سوف يقدم استجابة له، وهناك أيضًا "التعلم بالملاحظة" حتى وأن لم يمر الفرد بسلسلة المثير والاستجابة والتعزيز، والتعلم بالملاحظة أسلوب فعال، فملاحظة السلوك كافية للأفراد لتعلم هذا السلوك.

ترجع البداية الأولى للتعلم بالملاحظة أو المحاكاة إلى عالمي النفس "نيل ميلر" و"جون دولرد" (Neal Miller & John Dollard)، عام 1941م، حيث ذكروا أن هذا النوع من التعلم يحدث عندما يكون لدى الملاحظ دافع للتعلم، وتعلم عناصر السلوكيات المقدمة، وعندما يكون لديه الدافع لتطبيق السلوكيات المعطاه، ودعمه إيجابيًا لتقليد هذه السلوكيات، فالفرد يقلد السلوكيات التي يراها، والتي غالبًا ما تكون مُدعومة؛ مما يحقق التعلم الفعال من خلال المثير والاستجابة، حيث افترض "ميلر

ودولرد" أن الفرد يتصرف بأسلوب محدد ثم يشكل سلوكه وفقاً للتحفيز والدعم الذي يتلاقه، وأكد أن المحاكاة والتقليد بديلان للتجارب العشوائية والسلوكيات الخاطئة، حيث يجعلان من السهل للفرد أن يختار السلوك المدعم. وأثبتنا أن هذا الدعم أو التحفيز الفعلي يحققان التعليم الفعال، وأكد أن التعلم الاجتماعي هو شكل فعال من أشكال تعلم استجابة الحوافز.

أشارت النظرية المعرفية الاجتماعية (Social Cognitive Theory) وفقاً "لألبرت باندورا" (Albert Bandura)، إلى "التعلم بالملاحظة" باعتباره أكثر الأساليب الفعالة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك، وتفسير الأداء النفسي والاجتماعي للفرد في إطار السببية المتبادلة التي تعتمد على العوامل المعرفية والبيولوجية والشخصية الأخرى. وتعمل الأحداث البيئية جميعها باعتبارها محددات تفاعلية تؤثر في بعضها البعض بشكل ثنائي. ويمكن أن تؤثر الأشياء التي يواجهها الفرد في سلوكه، وهذا التأثير بدوره يتأثر بعوامل شخصية مختلفة، والدور الاجتماعي للفرد ومواقفه من خلال التمثيل الإعلامي⁽⁴⁹⁾. وطور "باندورا" نظريته حيث اعتبر التعلم عملية نشطة تمشياً مع التفكير البنائي، وأكد أهمية الطبيعة الاجتماعية للتعلم، وأشار إلى أن البشر لا يعيشون في عزلة. وذكر مصطلح "وكالة جماعية" وهي امتداد "الوكالة البشرية" ولكن بشكل أكثر فردية، وتهتم فكرة "الوكالة الجماعية" بالأشخاص الذين يعملون معاً على معتقدات وطموحات مشتركة لتحسين حياتهم في الكفاءة الذاتية وتطبيقها على التعليم.

أكد "باندورا" أن الأفراد يتعلمون من ملاحظة ومراقبة القدوة في الحياة اليومية، وأن التعلم يكون شاقاً للغاية إذا كان على الفرد الاعتماد فقط على آثار ونتائج أفعاله لتحديد ما يجب عليه فعله. كما يرتبط مفهوم "التعلم بالملاحظة" لدى "باندورا" مع جانب آخر من جوانب نظرية البناء الاجتماعي، وهو مفهوم الوضعية أو الموقف الذي تم تضمينه في نظرية التعلم الموضوعي، ويُشار إليه باسم "نموذج التدريب المهني" (Apprenticeship Model) وهو وصف لتعلم يحدث في مواقف اجتماعية. وفي هذا السياق، تشير كلمة "اجتماعي" إلى موقف يجتمع فيه شخصان أو أكثر معاً ويتفاعلون بأسلوب أو أكثر، ولكن على وجه التحديد بأسلوب يشجع على حدوث التعلم لحدث واحد أو أكثر من المشاركين.

يتم استخدام تسمية "التدريب المهني" (Apprenticeship) كمرجع لنموذج الفرد الحرفي المتدرب في أي مهنة من المهن، حيث يتدرب المتدرب بطريقة أو بأخرى، ويتم توجيه المتدرب في جهوده لاقتان مهارة جديدة من قبل الأفراد ذوي الخبرة والمهارة، ويعتمد على العرض والتفاعل كأساليب تعليم، تتبعها محاولات من جانب المتدرب لمحاكاة المعلم، يليها قدر كبير من الممارسة يكون فيها المتدرب قريباً من المدرب الماهر، هذا بالإضافة إلى مستوى المشاركة الاجتماعية، التي من خلالها يكتسب المتدرب المهارات المطلوبة. وتأتي فكرة المشاركة الطرفية المشروعة أيضاً

في هذا المجال من الناحية النظرية. ففي إطار المجموعة الاجتماعية، يتعلم الأعضاء الأصغر سنًا المهارات واكتساب المعرفة التي عادةً ما تكون موجودة داخل المجموعة، وهنا يُقال أن المتعلم مشارك شرعي. وحقيقة أن المتعلم ليس عضوًا مركزيًا في المجموعة تجعله عضوًا هامشيًا، وبالتالي فهو مشارك هامشي شرعي، وهذا يعد فكرة حول كيفية رؤية بعض التقدم في التعلم، فالتدريب المهني في نظرية التعلم يشير إلى العلاقة بين الخبير والمبتدئ من خلال الملاحظة وزيادة المشاركة تدريجيًا، ويتعلم المبتدئ من أفعال وكلمات، وربما تعليمات وتوضيحات الخبير وأساليب عرضه، ولا يرتبط هذا النموذج بالتعليم والتعليم الرسمي⁽⁵⁰⁾. فالخبير والمدرّب لديه مهارات متعددة ومجالات خبرة، ويستخدم أساليب معرفية وغير معرفية متنوعة، ويستخلص من تجاربه الشخصية وخلفياته الثقافية المختلفة طرقًا بديلة لتعليم المهارة وتدريبها⁽⁵¹⁾.

ارتبطت بالتدريب المهني فكرة "التعلم الموضعي" (Situated Learning)، الذي يشار إليه أحيانًا باسم التعلم الأصيل، وهو المكان الذي يقوم فيه المتعلم بالأنشطة ذات الصلة المباشرة بتطبيق التعلم المعني الذي غالبًا ما يحدث داخل ثقافة مألوفة، وفي سياق مماثل لتلك التي قد يتم فيها تطبيق التعلم في المستقبل. وعادةً ما يحدث التعلم هنا باعتباره وظيفة لنشاط ما في سياق وثقافة محددة، ويحدث التعلم فيما يتعلق بالمكان والزمان والبيئة الثقافية، وغالبًا ما يكون عارضيًا وغير مقصود⁽⁵²⁾.

يوجد مدخلان للسياق الاجتماعي يؤثران في تقدم وامتداد التعلم؛ يحدد المدخل الأول منهما النظم التي حصل عليها المتعلم من ثقافته الخاصة، مثل اللغة والمنطق واستخدام النظم الرياضية التي تتطور طوال الحياة، ويهتم المدخل الثاني بالتفاعل الاجتماعي مع الأعضاء الأكثر خبرة في المجتمع، فالتفاعل الاجتماعي مع الأعضاء الأكثر معرفة وخبرة ضرورة في حالة المتعلمين الصغار لاكتساب واستيعاب وفهم معنى الأنظمة الرمزية واستخدامها في المجتمع ليصبحوا أكثر قدرة لاستخدامها بشكل أكثر فعالية.

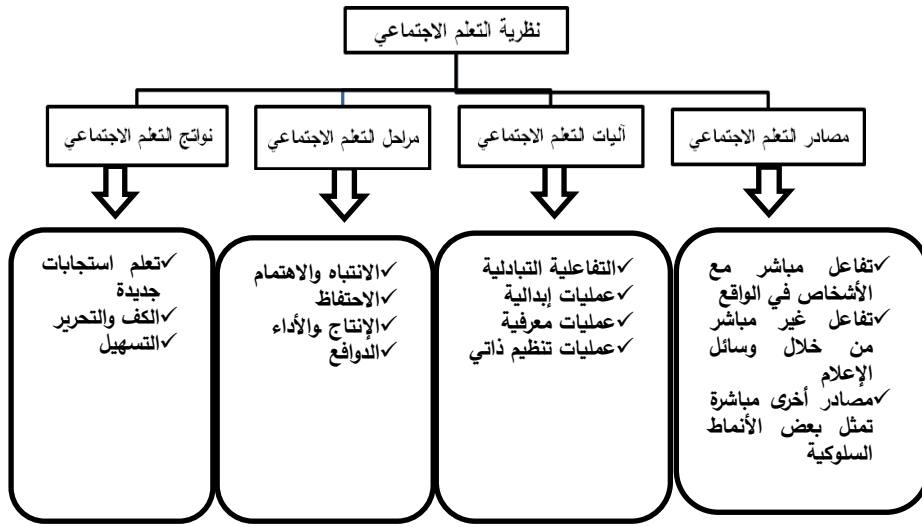
تؤكد نظرية التعلم الاجتماعي (Social Learning Theory) دور الملاحظة والمشاركة كوسيلة للتعلم، ولا تستبعد التفاعل مع الآخرين، ولكن هذا التفاعل يتم التشديد عليه أقل من نظرية التعلم البنائي، فالتفاعل الاجتماعي يمارس دورًا أساسيًا في تطوير الإدراك. ويرى "فيجوتسكي" (Vygotsky) أن التفاعل الاجتماعي هو جانب أساسي للنمو المعرفي والفكري الناجح، ويركز بشكل كبير على الحوار والتفاعل بين المتعلم والآخر، وأضاف عنصرًا مهمًا للغاية يتحدد في اعتماد إمكانات التعلم والتطور المعرفي على الانتقال عبر (Zone of Proximal Development) (ZPD)، وهو مجال نظري للفهم والتطور المعرفي قريب من مستوى فهم المتعلم الحالي، ولكنه يتجاوز ذلك بكثير إذا أراد المتعلمون إحراز تقدم، حيث يجب مساعدتهم على الانتقال إلى هذه المنطقة ثم تجاوزها إلى مستوى جديد وأعلى من هذا

المستوى الجديد سيكون هناك بالطبع (ZDP) جديد يحتوي القدرة والسعة للتنمية والتطور الأكثر لكل مرحلة، مما يعني القدرة على التطوير في كل مرحلة، ف (ZDP) هو منطقة التنمية القريبة، يشير إلى المجال النظري للمعرفة والفهم الذي يتجاوز ما يتمتع به المتعلم من سيطرة كاملة، بمساعدة متعلمين قادرين على المضي قدمًا في هذه المنطقة وتحقيق أكثر مما يمكنهم تحقيقه بمفردهم، وتعتمد الحركة الناجحة وفي الوقت المناسب عبر هذه المنطقة الافتراضية على التفاعل الاجتماعي، فيمكن مساعدة المتعلمين في التقدم المحرز عبر هذه المنطقة الخاصة بهم في موقف معين من قبل شخص آخر أكثر دارية يمكنه تقديم نوع الدعم الذي يجعل التقدم ممكنًا، مما يعني أن التفاعل الاجتماعي المُفاس هو أداة للسماح بإحراز التقدم، والتفاعل الاجتماعي قد يكون في سياق العمل الجماعي أو المزدوج في الفصل الدراسي أو في سياق العمل الجماعي، وقد يكون في سياق غير رسمي⁽⁵³⁾.

هناك نظرية "برونرز" للتعلم (Bruner's Learning Theory) حيث حدد التعلم كعملية اجتماعية نشطة يبني فيها المتعلمون أفكارًا ومفاهيم جديدة استنادًا إلى معرفتهم الحالية والموجودة مسبقًا، فيقوم المتعلمون باختيار وتحويل المعلومات، وبناء الفرضيات واتخاذ القرارات بالإشارة إلى الهيكل المعرفي الداخلي والاعتماد عليه. وهذه البنية المعرفية هي شبكة المخططات التي توفر المعنى والهيكل للتجربة، وتسمح للفرد بالبناء على ما هو معروف بالفعل من أجل المضي قدمًا. وفيما يتعلق بالتدريس، يرى "برونرز" أنه يتعين على المعلم محاولة تشجيع الطلاب على اكتشاف مبادئ لأنفسهم، حيث يجب على المعلم والطالب الدخول في حوار نشط من أجل تحقيق هذه الغاية. ويتحدد دور المعلم في مساعدة الطلاب في عملية تحويل أي معلومات يتم تعلمها في شكل مناسب لحالة فهم المتعلم الحالية، وكان "برونرز" أول من ذكر أنه ينبغي تنظيم المناهج الدراسية "بشكل حلزوني" حتى يتمكن التلميذ من إعادة النظر باستمرار في الأفكار والحقائق، ويكون قادرًا على البناء وفق ما تعلمه مسبقًا.

أكدت هذه النظرية أن التعلم عملية اجتماعية نشطة يبني فيها المتعلمون أفكارًا ومفاهيم جديدة استنادًا إلى معرفتهم الحالية. ويعد التواصل الاجتماعي مع الآخرين والمعلم في عديد من سياقات التعلم الرسمية عنصرًا أساسيًا في هذه العملية. ويختار الطالب في الغالب — دون وعي — المعلومات ويخلق الفرضيات، ثم يدمج هذه المادة الجديدة في معارفه الحالية وتركيبه العقلي⁽⁵⁴⁾.

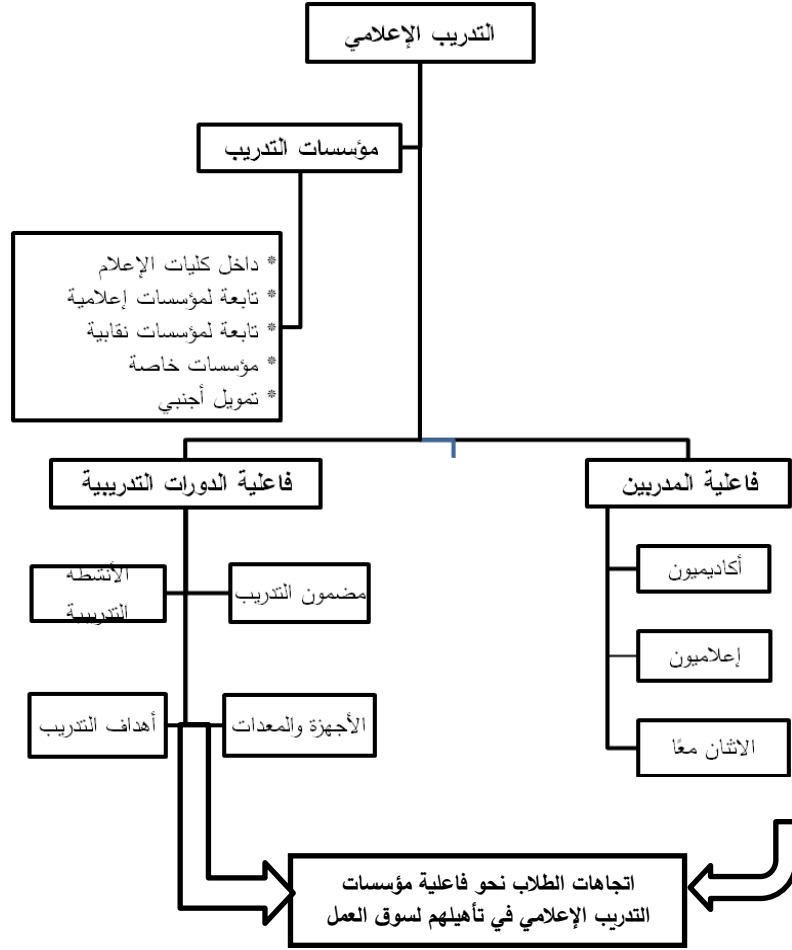
من خلال ما سبق ذكره فيما يتعلق بنظريات التعلم والنظريات المعرفية، تعتمد هذه الدراسة على نظرية التعلم الاجتماعي من خلال تحديد مصادر التعلم، والآليات التي يُعتمد عليها في التعلم، ومراحل التعلم، والنواتج التي يتم الوصول إليها من خلال التعلم، ويتضح ذلك من خلال الشكل التالي:



(شكل رقم 1)

نظرية التعلم الاجتماعي

في ضوء الشكل السابق، وبالاعتماد على نظرية التعلم الاجتماعي، تم تصميم النموذج التالي لقياس اتجاهات طلاب كليات الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون نحو فاعلية مؤسسات التدريب الإعلامي باختلاف أنماط ملكية المؤسسة التدريبية، سواء كانت مؤسسة تدريبية داخل المؤسسات الأكاديمية التعليمية والحكومية، أو مؤسسات تدريبية خاصة، أو مؤسسات تدريبية تابعة لنقابات وجهات عمل إعلامية حكومية أو خاصة، أو مؤسسات تدريبية ممولة من جهات أجنبية. وتم قياس فاعلية التدريب الإعلامي من خلال مدخلات عملية التدريب الإعلامي التي تضمنت الأنماط المختلفة لمؤسسات التدريب، وتقييم فاعلية المدربين في الدورات التدريبية التي تتضمن أكاديميين وإعلاميين أو الاثنين معاً، وقياس فاعلية الدورات التدريبية من خلال تقييم المضمون التدريبي والأنشطة التدريبية، والأجهزة والمعدات المستخدمة في التدريب، وأهداف التدريب، ومدى تأثير كل هذه المتغيرات والعوامل في اتجاه الطلاب — الذين يعتبرون المخرج الأساسي لعملية التدريب نحو — فاعلية التدريب ومؤسساته في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.



شكل رقم (2)

نموذج قياس اتجاهات الطلاب

نحو فاعلية مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما مدى مساهمة مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيل الطلاب لسوق العمل الإعلامي؟

2- ما طرق تعرف الطلاب على الجهات التدريبية؟

- 3- ما الجهات التدريبية التي التحق الطلاب بدورات تدريبية فيها؟
- 4- ما المؤسسات التدريبية الأكثر فاعلية في عملية التدريب والتأهيل لسوق العمل الإعلامي من وجهة نظر الطلاب؟
- 5- ما نوع الدورات التدريبية التي التحق بها الطلاب في المؤسسات التدريبية؟
- 6- ما الموضوعات والبرامج التدريبية في مجال الإذاعة والتلفزيون التي يرى الطلاب أنها أكثر انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل الإعلامي؟
- 7- من الشخصيات الأكثر فاعلية في عملية التدريب الإعلامي من وجهة نظر الطلاب؟
- 8- ما تقييم الطلاب للمدربين في المؤسسات التدريبية التي التحقوا بها للتدريب العملي؟
- 9- ما تقييم الطلاب لمضمون الدورات التدريبية التي التحقوا بها في المؤسسات التدريبية؟
- 10- ما تقييم الطلاب لمؤسسات التدريب العملي التي التحقوا بها؟
- 11- ما تقييم الطلاب لدور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي؟
- 12- ما تقييم الطلاب لدور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي؟
- 13- ما المقترحات التي يقدمها الطلاب لمؤسسات التدريب الإعلامي لمواكبة احتياجاتهم التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي؟
- 14- ما مدى حرص الطلاب على الاشتراك في الدورات التدريبية في مجالات الإعلام وتخصصاته؟
- 15- ما أسباب عدم حرص الطلاب على الاشتراك في الدورات التدريبية الخاصة بتخصصهم في الإعلام؟

فروض الدراسة:

حددت الباحثة مجموعة من الفروض التي تسعى الدراسة إلى التحقق منها، وذلك على النحو التالي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل والعوامل الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية ونمط ملكية مؤسسة التدريب.

6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية وكل من:

1-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل.

2-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.

3-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل.

7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية مؤسسات التدريب وكل من:

1-7- اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل.

2-7- اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.

3-7- اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل.

متغيرات الدراسة الميدانية ومقاييسها:

تضمنت الدراسة عديد من المتغيرات، يعرضها الجدول التالي:

المتغيرات التابعة	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات المستقلة
اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور مؤسسات التدريب العملي في مجال الإعلام في تأهيلهم لسوق العمل.	<ul style="list-style-type: none"> العوامل الديموجرافية التي تتضمن (النوع، السن، مستوى دخل الأسرة، نمط ملكية الجامعة). نمط ملكية مؤسسات التدريب الإعلامية. مدى حرص الطلاب على التدريب العملي. 	مؤسسات التدريب الإعلامي بما تقدمه من دورات تدريبية ومدربين وأنشطة تدريبية.

تضمنت الدراسة عديدًا من المقاييس على النحو التالي:

1- العوامل الديموجرافية:

- النوع الاجتماعي (ذكور وإناث).
 - المرحلة العمرية التي تم تقسيمها إلى ثلاث فئات (18-20، 20-22، 22 فأكثر).
 - مستوى دخل الأسرة الذي تم تقسيمه إلى ثلاث فئات (أقل من 5000 جنية، من 5000 إلى أقل من 10000، أكثر من 10000).
 - الجامعة وتم تصنيفها وفقًا لنمط الملكية إلى فئتين (حكومية - خاصة).
- 2- مدى رؤية عينة الدراسة لإسهام مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل بمقياس ثلاثي تحدد في (تسهم بدرجة كبيرة - تسهم إلى حد ما - نادرًا ما تسهم).
- 3- أساليب تعرف عينة الدراسة على الدورات والجهات التدريبية، وتحددت في (مواقع التواصل الاجتماعي، إعلانات الإذاعة، إعلانات التلفزيون، الأصدقاء، إعلانات الكلية، وأخرى تذكر).
- 4- الجهات التي التحقت عينة الدراسة بدورات تدريبية فيها، وتحددت في (مراكز تدريب خاصة بالكلية أو الجامعة، ومؤسسات تدريب تابعة لجهات إعلامية، ومراكز تدريب خاصة، وأخرى تذكر).
- 5- تقييم عينة الدراسة للمؤسسات التدريبية الأكثر فاعلية في عملية التدريب والتأهيل لسوق العمل الإعلامي، وتحددت في (مؤسسات التدريب الحكومية، ومؤسسات التدريب الخاصة).
- 6- نوع الدورات التي التحقت بها عينة الدراسة، وتحددت في هذه المجالات (التلفزيون، والإذاعة، والصحافة، والعلاقات العامة والإعلان، والإعلام الجديد).
- 7- موضوعات الدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل الإعلامي في تخصص الإذاعة والتلفزيون، وتحددت في (التقديم التلفزيوني، والكتابة التلفزيونية، وصناعة الأفكار الإبداعية وتطورها، والمراسل التلفزيونية، وإنتاج البرامج التلفزيونية، والكتابة الإبداعية، وكتابة السيناريو، والإخراج السينمائي، والتقديم للإذاعة، والأفلام التسجيلية، والتصوير التلفزيوني، والمونتاج، والتصميم والجرافيك، والتعليق الصوتي، وأساسيات المونتاج والتصميم، وإنتاج الفيلم بالموبايل، والإخراج التلفزيوني، وأخرى تذكر).

- 8- اتجاه عينة الدراسة نحو المدربين الأكثر إفادة لهم في العملية التدريبية، وتحددت في (الإعلاميين وممارسين العمل الإعلامي، والأكاديميين، الاثنين معًا).
- 9- اتجاه عينة الدراسة نحو المدربين القائمين على التدريب في مؤسسات التدريب ودورهم في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي، وتضمن 11 عبارة، وتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي تحدد في ثلاث فئات (موافق – إلى حد ما – غير موافق).
- 10- اتجاه عينة الدراسة نحو مضمون الدورات التدريبية والأنشطة التدريبية من خلال 16 عبارة، وتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي تحدد في ثلاث فئات (موافق – إلى حد ما – غير موافق).
- 11- اتجاه عينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب الإعلامي من خلال مقياس مكون من 14 عبارة، وتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي تحدد في ثلاث فئات (موافق – إلى حد ما – غير موافق).
- 12- اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية بعناصرها المختلفة في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بالاعتماد على مقياس مكون من 7 عبارات، وتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي تحدد في ثلاث فئات (موافق – إلى حد ما – غير موافق).
- 13- اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بالاعتماد على مقياس مكون من 12 عبارة، وتحديد مدى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات بمقياس ثلاثي تحدد في ثلاث فئات (موافق – إلى حد ما – غير موافق).
- 14- مقياس مدى حرص عينة الدراسة على حضور الدورات التدريبية والمشاركة فيها بالاعتماد على مقياس ثنائي تضمن (نعم -لا).
- 15- تحديد عينة الدراسة أسباب عدم الحرص على الحضور والمشاركة في الدورات التدريبية التي تطرحها مؤسسات التدريب الإعلامي بمختلف أنماطها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة ونوعها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف قياس اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي، بمختلف أنواعها، في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي، بالاعتماد على تقييم الطلاب عينة الدراسة لعناصر عملية التدريب الإعلامي، التي تتضمن مؤسسات التدريب الإعلامي، ومضمون الدورات التدريبية، وأهدافها والأنشطة التدريبية التي تمارسها،

والمدرسين الأكاديميين والمهنيين، ودور كل هذه العناصر في تأهيل الطلاب لسوق العمل الإعلامي.

تعتمد هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي في جمع البيانات، وذلك بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، بما يسهم في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، والتوصل إلى نتائج مفسرة لها دلالتها الإحصائية في تفسير أسباب الظاهرة وأسباب حدوثها، ومدى فعاليتها.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في جميع طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالشعبة العربي والإنجليزي بكليات الإعلام في مصر بالجامعات الحكومية والخاصة. ويرجع السبب في اختيار طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون إلى التركيز على تخصص واحد من تخصصات الإعلام، وهو تخصص الباحثة، بالإضافة إلى الإقبال الكبير للطلاب على قسم الإذاعة والتلفزيون.

قامت الباحثة باختيار كلية الإعلام بجامعة القاهرة لتمثيل الجامعات الحكومية، وكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات لتمثيل الجامعات الخاصة. وتحدد مبررات اختيار العينة في تشابه كلا الكليتين في اللوائح الأكاديمية، والتدريس النظري، وتوافر إمكانيات التدريب للطلاب؛ فكلية الإعلام جامعة القاهرة هي باكورة كليات الإعلام الحكومية على مستوى مصر والدول العربية، وتلتحق بها فئات مختلفة من الطلاب من جميع محافظات مصر، ويتوفر بها قسم للإذاعة والتلفزيون في الشعبتين العربية والإنجليزية، كما يتوفر بها عديد من الإمكانيات لتدريب طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون، من أستوديوهات متنوعة للإذاعة والتلفزيون، وأستوديو إخباري خاص أهدته للكلية قناة سكاى نيوز عربية. كما يتوافر بالكلية عديد من المراكز التدريبية، مثل مركز التدريب والتوثيق والإنتاج الإعلامي، ومركز الرأي العام، ومركز المرأة. هذا بالإضافة إلى عديد من الاتفاقيات التي أبرمتها كلية الإعلام مع مؤسسات تدريبية حكومية وخاصة، مثل معهد الإذاعة والتلفزيون، ومؤسسة أون أير استوديو (Onair studio)؛ مما يتيح لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون أنماط تدريب وإنتاج مختلفة ومتنوعة وفقاً لأنماط متعددة من مؤسسات التدريب الإعلامي، ذلك بالإضافة إلى التدريب بالمواد العملية الخاصة بالقسم، وإنتاج مشروع التخرج في تخصصي الإذاعة والتلفزيون.

فيما يتعلق بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، كنمط ممثل للجامعات الخاصة، فيتوفر بها قسم الإذاعة والتلفزيون بالشعبتين العربية والإنجليزية، ذلك بالإضافة إلى التدريب العملي في المواد العملية الخاصة بقسم الإذاعة والتلفزيون، وإنتاج الطلاب لمشروع التخرج في قسم الإذاعة والتلفزيون، إلى جانب وجود مدينة كاملة للإنتاج الإعلامي في الجامعة، وما يتوفر في هذه

المدينة من أستوديوهات حديثة للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني؛ مما يتيح لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون فرصًا للتدريب والإنتاج الإعلامي، كما تستعين الكلية بكوادر إعلامية وأكاديمية في تدريب الطلاب حول مراحل الإنتاج في الإذاعة والتلفزيون.

تم الاعتماد في سحب العينة على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة من قسم الإذاعة والتلفزيون بشعبته العربية والإنجليزية في كليتي الإعلام بجامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث تم الاعتماد على قوائم أسماء الطلاب في سحب العينة العشوائية المنتظمة بنظام تحديد رقم محدد وتبعه بالآخر مثل (رقم 1 ثم 3، 5، 7، 9، 11، وهكذا)، وفي فرق دراسية أخرى بدأ بسحب رقم (2 ثم 4، 6، 8، 10 وهكذا)، مع التأكد من وضع إطار منتظم للعينة للتوازن بين الذكور والإناث، وبين الشعبتين العربية والإنجليزية، وبين تخصصي الإذاعة والتلفزيون – إلى حد ما – وبلغ عدد العينة 200 طالب موزعة بالتساوي بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام في جامعة القاهرة، وطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام في الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات وفقًا لنمط ملكية الجامعة (حكومية وخاصة).

أداة جمع البيانات:

تتمثل أداة جمع البيانات في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة للإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة التي تحددت في محاور الاستمارة الميدانية:

- مدى حرص عينة الدراسة على حضور الدورات التدريبية والمشاركة فيها.
- تقييم عينة الدراسة لعناصر العملية التدريبية (المدرسون، والمضمون التدريبي، والمؤسسة التدريبية).
- رؤية عينة الدراسة لمدى مساهمة مؤسسات التدريب الإعلامي بما تقدمه من تدريب عملي ودورات تدريبية متنوعة في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.
- مقترحات عينة الدراسة لمؤسسات التدريب الإعلامي لمواكبة الاحتياجات التدريبية والتأهيل لسوق العمل.

إجراءات الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- 1- عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة والخبراء المتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء⁽⁵⁵⁾، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيهات بعضهم.

2- إجراء اختبار بعدي بالتطبيق على 20 طالبًا من أفراد العينة (بنسبة 10% من إجمالي حجم العينة التي بلغت 200 طالب)، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول للدراسة، كم تم قياس معامل الثبات الذي بلغ 87.5%، وذلك بهدف معرفة مدى وضوح وثبات أسئلة الاستمارة وإجابات المبحوثين، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

يتم الاعتماد في هذه الدراسة على البرنامج الإحصائي SPSS المستخدم على نطاق واسع في الدراسات الاجتماعية والإعلامية لتحليل بيانات الدراسة الميدانية. وإلى جانب الجداول والنسب المئوية والمتوسطات، تم الاعتماد على نفس البرنامج لتطبيق المعاملات الإحصائية التالية عند اختبار فروض الدراسة⁽⁵⁶⁾:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- الوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة الآتية (المتوسط الحسابي $100 \times$) على الدرجة العظمى للعبارة.
- 4- اختبار مربع كاي "كا²" (The Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الأسمية.
- 5- "اختبار تي" (T-Test) لاستخراج الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة.
- 6- "معامل التوافق" (Coefficient of Contingency)، لقياس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين إحداهما على الأقل له أكثر من صفتين. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.3، ومتوسطة إذا كانت قيمة المعامل ما بين 0.3 و 0.7، وقوية إذا زادت قيمة المعامل عن 0.7.
- 7- "معامل ارتباط بيرسون" (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 و 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
- 8- "الاختبارات البعدية" (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت معامل ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- 9- "معامل ارتباط الفروق بين الرتب، "سبيرمان" (Spearman's rho).

وقد استقر الرأي على قبول نتائج جميع الاختبارات الإحصائية في هذا البحث عند درجة ثقة 95% فأكثر عند مستوى معنوية 0.05 أو أقل.

تفسير ومناقشة النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية واختبار الفروض:

تقوم الباحثة في هذا الجزء من الدراسة باستعراض ما توصلت إليه الدراسة من نتائج أجابت عن تساؤلاتها وأدت إلى التحقق من فروضها، ويتم توضيح ذلك كما يلي:

أولاً - الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

يتناول هذا الجزء من الدراسة الإجابة عن تساؤلات الدراسة المحددة سلفاً التي تمت الإجابة عنها من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من المبحوثين وذلك كما يلي:

1- توصيف عينة الدراسة

(جدول رقم 1)

توصيف عينة الدراسة

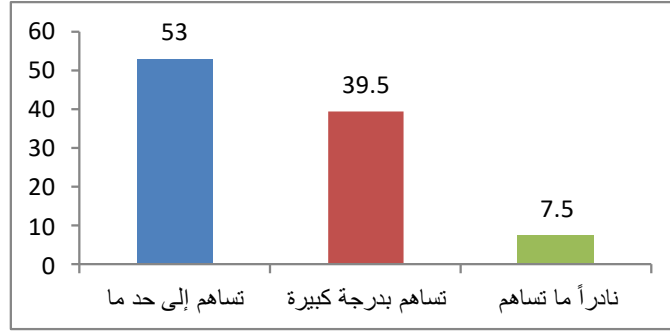
الإجمالي		الجامعة (قسم إذاعة وتلفزيون)				البيانات الشخصية	
		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة			
%	ك	%	ك	%	ك		
31	62	30	30	32	32	الذكور	النوع
69	138	70	70	68	68	الإناث	
100	200	100	100	100	100	الإجمالي	
14.5	29	15	15	14	14	20-18	السن
79	158	80	80	78	78	22-20	
6.5	13	5	5	8	8	22 فأكثر	
100	200	100	100	100	100	الإجمالي	
21	42	4	4	38	38	أقل من 5000	مستوى دخل الأسرة
48.5	97	41	41	56	56	من 5000 إلى 10000	
30.5	61	55	55	6	6	أكثر من 10000	
100	200	100	100	100	100	الإجمالي	

تضمنت عينة الدراسة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون من كليتي الإعلام بجامعة القاهرة باعتبارها نموذجاً ممثلاً للجامعات الحكومية، وكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والاتصال نموذجاً للجامعات الخاصة. وتم تقسيم العينة وفقاً لنمط ملكية الجامعة بالتساوي بين الجامعات الحكومية والخاصة بواقع 100 فرد لكل كلية على حدة. وبلغت نسبة الإناث 69%، والذكور 31%، ويتناسب ذلك مع طبيعة كليات الإعلام بأقسامها المختلفة التي غالباً ما تتفوق فيها أعداد الإناث عن الذكور، وقد يرتبط ذلك بطبيعة الدراسة في الكلية وواقع سوق العمل فيها. وفيما يتعلق بالفئة العمرية، بلغت نسبة طلاب الإعلام من ذوي الفئة العمرية 20-22 عاماً 79%، والفئة

العمرية من 18-20 عامًا 14.5%، في حين بلغت نسبة ذوي الفئة العمرية من 22 عامًا فأكثر 6.5%، ويتناسب ذلك مع طبيعة المرحلة العمرية للطلاب والتخصص. ومن المتغيرات المهمة التي قد تؤثر في التدريب العملي لعينة الدراسة مستوى دخل الأسرة، حيث بلغت نسبة دخل الأسرة الذي يتراوح من 5000 إلى 10000 جنية 48.5%، وبلغت نسبة ذوي الدخل الأكثر من 10000 جنية 30.5%، في حين بلغت نسبة ذوي الدخل الذي يقل عن 5000 جنية 21%.

يتضح من بيانات الجدول السابق تقارب عينة الدراسة من حيث متغير النوع بين التعليم الحكومي والخاص، فبلغت نسبة الإناث للذكور في كلية الإعلام جامعة القاهرة 68%:32% على التوالي لكل فئة على حدة، في حين بلغت النسبة في كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات 70%:30% على التوالي لكل فئة على حدة، ويتفق ذلك مع واقع كليات الإعلام التي غالبًا ما يفوق فيها عدد الإناث الذكور بفارق نسبي كبير. وتركزت الفئة العمرية للعينة في كلية الإعلام جامعة القاهرة في الطلاب ذوي الفئة العمرية التي تتراوح من 20-22 عامًا بنسبة 78%، فدوي الفئة العمرية التي تتراوح من 18-20 عامًا بنسبة 14%، وفي الترتيب الأخير يأتي الطلاب ذوي الفئة العمرية 22 عامًا فأكثر بنسبة 8%، ويتوافق ذلك مع عينة كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث بلغت نسبة ذوي الفئة العمرية التي تتراوح من 20-22 عامًا 80%، ثم ذوي الفئة العمرية التي تتراوح من 18-20 عامًا بنسبة 15%، في حين بلغت نسبة ذوي الفئة العمرية من 22 عامًا فأكثر 5%، ويتوافق ذلك مع أهداف الدراسة التي سعت لرصد اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليتي الإعلام بجامعة حكومية وجامعة خاصة في التدريب العملي بمختلف مؤسساته ودوره في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي. وفيما يتعلق بمستوى الدخل تتضح الفروق النسبية بين كلا الجامعتين الحكومية والخاصة، حيث كانت الأسر التي يتراوح دخلها من 5000 إلى أقل من 10000 في كلية الإعلام جامعة القاهرة التي تمثل النمط الحكومي في التعليم في الترتيب الأول بنسبة بلغت 56%، تلاها في الترتيب الثاني الأسر التي يقل دخلها عن 5000 جنية بنسبة بلغت 38%، وفي الترتيب الثالث جاءت نسبة الأسر التي يزيد دخلها عن 10000 بنسبة بلغت 6%، وهذا ما يختلف عن عينة الجامعة الخاصة، حيث جاءت نسبة الأسر التي يزيد دخلها عن 10000 جنية في الترتيب الأول بنسبة 55%، فالأسر التي يتراوح دخلها من 5000 إلى أقل من 10000 جنية في الترتيب الثاني بنسبة 41%، وجاء في الترتيب الأخير الأسر التي يقل دخلها عن 5000 جنية بنسبة 4%، وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة التعليم الحكومي والخاص والطلاب المنتسبين إلى كل منهما.

2- تقييم الطلاب عينة الدراسة لمدى إسهام مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل:



(شكل رقم 3)

مدى إسهام مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيل عينة الدراسة لسوق العمل

يتضح من الشكل السابق أن عينة الدراسة ترى أن مؤسسات التدريب الإعلامي تساهم إلى حد ما في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بنسبة 53%، في حين رأت نسبة 39.5% من عينة الدراسة أن مؤسسات التدريب الإعلامي تساهم بدرجة كبيرة في تأهيلهم لسوق العمل، وتراجعت نسبة من يرون أن مؤسسات التدريب الإعلامي نادراً ما تساهم في تأهيلهم لسوق العمل إلى 7.5%، ويتضح من هذه المؤشرات أن نسبة 92.5% من عينة الدراسة ترى أن مؤسسات التدريب تساهم في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.

(جدول رقم 2)

مدى إسهام مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيل عينة الدراسة لسوق العمل الإعلامي

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		مدى إسهام مؤسسات التدريب في تأهيل عينة الدراسة لسوق العمل الإعلامي
%	ك	%	ك	%	ك	
53	106	58	58	48	48	تساهم إلى حد ما
39.5	79	35	35	44	44	تساهم بدرجة كبيرة
7.5	15	7	7	8	8	نادراً ما تساهم
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

كا: 2.035 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.361 غير دال

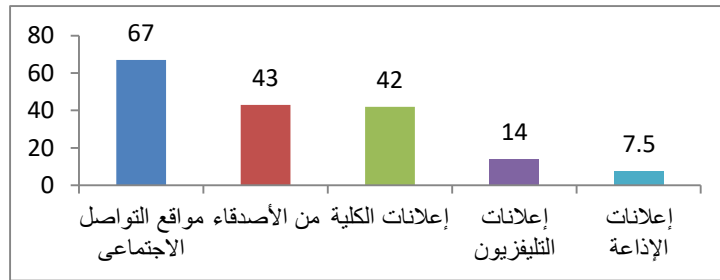
يرى طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أن مؤسسات التدريب الإعلامي تساهم إلى حد ما في تأهيلهم لسوق العمل بنسبة 58%، في حين

رأى طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة ذلك بنسبة 48%، وقد ارتفعت نسبة طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة التي ترى أن مؤسسات التدريب الإعلامي تسهم في تأهيلهم بدرجة كبيرة لسوق العمل حيث بلغت 44%، في حين بلغت نسبة طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة التي ترى أن مؤسسات التدريب الإعلامي تسهم بدرجة كبيرة في تأهيلهم لسوق العمل 35%، وانخفضت نسبة من يرون أن مؤسسات التدريب الإعلامي نادراً ما تسهم في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي في كل من الكليتين بالجامعتين الحكومية والخاصة، حيث بلغت 8%، و7% على التوالي.

تتفق هذه النتائج مع دراسة نسيم الطويسى عام 2015م، ودراسة بدر البلوشي عام 2015م، ودراسة أحمد الترك عام 2009م، ودراسة مصطفى رضوان عام 2017م، ودراسة ماجدة مخلوف عام 2013م، ودراسة أحمد رضوان عام 2007م، ودراسة (Sriramesh,KF) عام 2006م، ولا تتفق هذه النتائج مع دراسة دينا يحيى عام 2015م.

من خلال ما سبق ذكره، يتضح أن عينة الدراسة باختلاف نمط التعليم (الحكومي والخاص) أبرزت أهمية دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل؛ مما يؤكد وعيهم لدور التدريب العملي في مجال الإذاعة والتلفزيون، ودور المؤسسات التدريبية باختلاف أنواعها ونمط ملكيتها في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي في هذا المجال. وتتفق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول التي أثبتت عدم وجود علاقة ارتباطية بين مدى إسهام مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيل عينة الدراسة لسوق العمل ونوع التعليم (حكومي وخاص)، حيث بلغت قيمة كا 2.035 عند مستوى معنوية 0.361.

3- طرق تعرف عينة الدراسة على المؤسسات والدورات التدريبية:



(شكل رقم 4)

طرق تعرف عينة الدراسة على المؤسسات والدورات التدريبية

جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي تتعرف من خلالها عينة الدراسة على الجهات والدورات التدريبية بنسبة 67%، تلاها في الترتيب الثاني

وبفارق نسبي كبير بلغ 24% الأصدقاء بنسبة 43%، وإعلانات الكليات عن الدورات التدريبية في الترتيب الثالث بنسبة 42%، في حين انخفضت نسبة كل من إعلانات التلفزيون والإذاعة إلى 14%، و7.5% على التوالي لكل فئة على حدة. ويتضح من ذلك مدى فاعلية وسائل الإعلام الجديد باعتبارها وسائل للمعرفة، وزيادة تفاعل عينة الدراسة مع هذه الوسائل لما تتسم به من أنية وحالية وتفاعلية، في حين جاء الأصدقاء في الترتيب الثاني؛ مما يبرز أهمية الاتصال الشخصي نظراً لما يتميز به من خصائص، مثل المشاركة والتأثير والثقة والمصداقية، وجاءت إعلانات الكلية في الترتيب الثالث؛ مما يعكس مدى تفاعل الطلاب مع الكليات الخاصة بهم فيما يتعلق بالتدريب العملي والدورات التدريبية.

(جدول رقم 3)

طرق تعرف عينة الدراسة على الجهات والدورات التدريبية

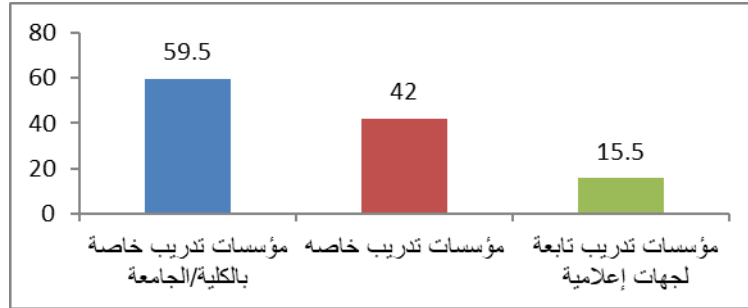
الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		طرق تعرف عينة الدراسة على الجهات والدورات التدريبية
%	ك	%	ك	%	ك	
67	134	82	82	52	52	مواقع التواصل الاجتماعي
43	86	38	38	48	48	الأصدقاء
42	84	13	13	71	71	إعلانات الكلية
14	28	13	13	15	15	إعلانات التلفزيون
7.5	15	3	3	12	12	إعلانات الإذاعة
200		100		100		الإجمالي

تتضح الفروق بين طلاب كل من كليتي الإعلام بجامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث تصدرت إعلانات الكلية وسائل تعرف طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة على الجهات والدورات التدريبية بنسبة 71%، في حين تصدرت مواقع التواصل الاجتماعي وسائل معرفة طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات بنسبة 82%، وفي الترتيب الثاني جاءت مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة لتعرف طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — على الجهات والدورات التدريبية بنسبة 52%، وجاء الأصدقاء في الترتيب الثاني بالنسبة لطلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا — عينة الدراسة — بنسبة 38%، وفي الترتيب الثالث جاء الأصدقاء كمصادر لتعرف طلاب كلية الإعلام بجامعة القاهرة على الجهات والدورات التدريبية بنسبة 48%، في حين تساوت كل من إعلانات الكلية وإعلانات التلفزيون في الترتيب الثالث كمصادر لطلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — لتتعرف على الجهات والدورات التدريبية بنسبة 13% لكل فئة على حدة.

من خلال ما سبق ذكره، تتضح الفروق بين طلاب كليتي الإعلام بجامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات في تحديد مصادر التعرف على الجهات

والدورات التدريبية، حيث يتضح أن إعلانات الكلية، ومواقع التواصل الاجتماعي، والأصدقاء كانوا المصادر الأكثر فاعلية بالنسبة لعينة الدراسة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، في حين كان الأصدقاء، ومواقع التواصل الاجتماعي، وإعلانات الكلية والتلفزيون المصادر الأكثر فاعلية بنسبة لعينة الدراسة بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات. وتتضح الفروق النسبية بين هذه المصادر بشكل عام، والفروق النسبية بين عينة الدراسة في كل من الكليتين. وقد يرتبط هذا الاختلاف بفاعلية دور الكلية ونشاطها في الإعلان عن التدريب العملي، ووجود عديد من مراكز التدريب بكلية الإعلام جامعة القاهرة تتنوع ما بين مركز التدريب والإنتاج والتوثيق الإعلامي، ومركز الرأي العام، ومركز المرأة، هذا بالإضافة إلى الأستوديوهات الخاصة بقسم الإذاعة والتلفزيون. وفيما يتعلق بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، فقد تمارس مواقع التواصل الاجتماعي دورًا أكثر فاعلية نظرًا للاعتماد الأساسي عليها في التواصل مع الطلاب، بالإضافة إلى وجود مدينة للإنتاج الإعلامي تتوفر بها أستوديوهات خاصة بالإذاعة والتلفزيون؛ مما يتيح فرصة لتدريب طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون. ويبرز هنا أيضًا دور الاتصال الشخصي من خلال الأصدقاء وتأثيرهم في ذويهم فيما يخص كل من الكليتين، وقد يرتبط هذا الاختلاف أيضًا بنمط ملكية الجامعة ما بين النمط الحكومي والخاص.

4- مؤسسات التدريب التي تلقى فيها طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام عينة الدراسة دورات وبرامج تدريبية:



(شكل رقم 5)

مؤسسات التدريب التي تلقى فيها عينة الدراسة دورات وبرامج تدريبية

نستخلص من بيانات الشكل السابق أن مؤسسات التدريب الخاصة بالكلية أو الجامعة جاءت في الترتيب الأول بنسبة 59.5% فيما يتعلق بمؤسسات التدريب التي تلقى فيها الطلاب عينة الدراسة دورات وبرامج تدريبية على مستوى كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، تلاها في الترتيب الثاني بفارق نسبي بلغ 17.5% مؤسسات التدريب الخاصة بنسبة 42%،

وفي الترتيب الأخير، جاءت مؤسسات التدريب التابعة لجهات ومؤسسات إعلامية، مثل معهد الإذاعة والتلفزيون بنسبة 15.5% بفارق نسبي كبير عن مؤسسات التدريب الخاصة بالكلية أو الجامعة، ومؤسسات تدريب خاصة بلغت 44%، و26.5% لكل منهما على التوالي.

(جدول رقم 4)

مؤسسات التدريب التي تلقت فيها عينة الدراسة دورات وبرامج تدريبية

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		مؤسسات التدريب التي تلقت فيها عينة الدراسة دورات وبرامج تدريبية
%	ك	%	ك	%	ك	
59.5	119	55	55	64	64	مؤسسات تدريب خاصة بالكلية/الجامعة
42	84	47	47	37	37	مؤسسات تدريب خاصة
15.5	31	12	12	19	19	مؤسسات تدريب تابعة لجهات ومؤسسات إعلامية
200		100		100		الإجمالي

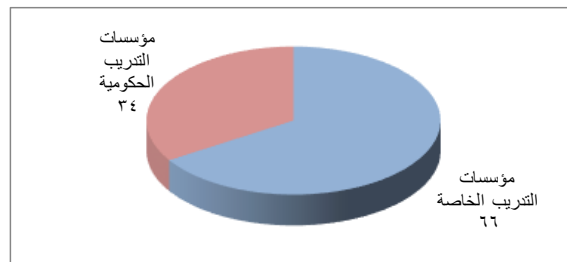
يتضح من البيانات التي يعرضها الجدول السابق أن نسبة 64% من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة التحقوا بمؤسسات التدريب الخاصة بالكلية والجامعة، تلاها بفارق نسبي كبير بلغ 27% مؤسسات التدريب الخاصة بنسبة 37%، في حين بلغت نسبة التحاق عينة الدراسة بمؤسسات التدريب التابعة لجهات إعلامية 19%، وذكرنا منها معهد الإذاعة والتلفزيون. وتتفق هذه النتيجة مع المؤسسات التي التحق بها طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات للتدريب والاشتراك في الدورات التدريبية، حيث جاءت المؤسسات الخاصة بالكلية والجامعة في الترتيب الأول بنسبة 55%، تلاها في الترتيب الثاني مؤسسات التدريب الخاصة بنسبة 47%. وفي الترتيب الأخير، جاءت المؤسسات التابعة لجهات إعلامية بنسبة 12%. وتؤكد هذه النتيجة صدارة مؤسسات التدريب الخاصة بالكلية والجامعة بالنسبة لطلاب كليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة؛ مما يعكس دور المؤسسة التعليمية المهم في التدريب العملي للطلاب وتأهيلهم لسوق العمل، ومدى مصداقية المؤسسات التعليمية لدى طلابها واعتبارها المؤسسة الأولى المسؤولة عن التدريب العملي لهم وتأهيلهم لسوق العمل؛ الأمر الذي يبرز أهمية المؤسسات التعليمية ومسئوليتها عن التدريب العملي ودورها في التنسيق مع مؤسسات التدريب الخاصة والتابعة لجهات إعلامية، والمؤسسات الممولة من جهات أجنبية لتحقيق أقصى فائدة للطلاب.

كما يتضح الفارق النسبي بين عينة كلية الإعلام جامعة القاهرة وعينة كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات في التحاقهم بمؤسسات التدريب الخاصة ب كليتهم وجامعتهم، حيث بلغت على التوالي 64% و55% لكل جامعة على حدة، ثم مؤسسات التدريب الخاصة التي بلغت 37% و47% على التوالي لكل جامعة

على حدة؛ مما يبرز الاختلافات بين عينة الطلاب في الجامعتين الحكومية والخاصة، وقد يتفق ذلك مع خصائص العينة والعوامل الديموجرافية لها وأهمها نمط التعليم، ومستوى الدخل.

تبرز النتائج السابقة أهمية المؤسسات التعليمية في التدريب العملي وتأهيل الطلاب لسوق العمل، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة **حسام إلهامي عام 2004م**، التي أشارت إلى ضرورة التعرف على حاجات قطاعات العمل والإنتاج حتى تستطيع البرامج الدراسية بالمؤسسات التعليمية الوفاء بهذه الحاجات ضمن برامجها التعليمية والتدريبية. ودراسة **ظاهر منصور عام 2017م** التي أكدت ضرورة الاستفادة من التدريب في تدريس المقررات التعليمية، وإعداد المؤسسات التعليمية لدورات تدريبية للطلاب. ودراسة **مصطفى رضوان عام 2017م** التي توصلت إلى ضرورة تطوير دور الجامعة في صقل مهارات الخريج وإعداده عملياً من خلال التدريب، وتطوير برامج الجامعة بحيث توائم احتياجات سوق العمل المحلي، والاهتمام بتدريب خريجي الإعلام تدريباً متخصصاً لرفع قدراتهم وتحسين فرصهم في الحصول على فرصة عمل. ودراسة **إيمان نور الدين عام 2016م** التي أكدت دور التدريب العملي باعتباره أكثر الوسائل نجاحاً في نقل المادة العلمية. ودراسة **Andrew Lingwall & Scatl (Kuehn) عام 2013م** التي أشارت إلى ضرورة تعريف القائمين على تدريس الإعلام بالجامعات المختلفة حقيقة قدرات وتوقعات طلاب كلية الإعلام، وذلك بهدف تطوير المقررات التعليمية والتدريب العملي لتحقيق أعلى كفاءة للخريج. ودراسة **أشرف جلال عام 2005م** التي أكدت أن أهم إيجابيات التدريب بالنسبة لطلاب كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة القاهرة تكمن في إضافة معلومات وخبرات جديدة، وروح التفاعل والمشاركة وفرض بعض النماذج. كما اتفقت هذه النتائج فيما يتعلق بدور مؤسسات التدريب التابعة لجهات إعلامية مع دراسة **محمد سعد إبراهيم عام 2003م** التي أشارت إلى محدودية الاستفادة من التدريب في وسائل الإعلام القومية والحزبية والخاصة وفقاً لآراء الطلاب التي أكدت عدم الاستفادة بالتدريب في هذه المؤسسات.

5- رؤية عينة الدراسة لمؤسسات التدريب الأكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل:



(شكل رقم 6)

رؤية عينة الدراسة لمؤسسات التدريب الأكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل

تتضمن مؤسسات التدريب أنماطاً متعددة يمكن إدراجها وفقاً لنمط الملكية والتمويل في كل من مؤسسات التدريب الحكومية، وهي المؤسسات التي تتبع جهات حكومية وتعتمد في تمويلها على النمط الحكومي، ومؤسسات التدريب الخاصة، وهي التي تنتمي لجهات وقطاعات خاصة وتعتمد في تمويلها على رأس المال الخاص. ويتضح من بيانات الجدول السابق أن الطلاب عينة الدراسة باختلاف انتمائهم لجامعات حكومية أو خاصة يرون أن مؤسسات التدريب الخاصة هي الأكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بنسبة 66% بفارق نسبي كبير بلغ 32% عن مؤسسات التدريب الحكومية التي بلغت نسبتها 34%. وتؤكد هذه النتيجة فاعلية مؤسسات التدريب الخاصة مقارنة بمؤسسات التدريب الحكومية، وقد يرتبط ذلك بطبيعة التمويل الذي ينعكس بدوره على طبيعة الدورات والبرامج التدريبية والإمكانات المتوفرة فيها، والمضمون التدريبي لهذه الدورات، والمدرسين القائمين عليها، ومدى اهتمام المؤسسات الخاصة بذلك بشكل أكثر فاعلية وتأثيراً من المؤسسات الحكومية التي قد تعاني من عجز ونقص في التمويل المادي الذي ينعكس بدوره على مكونات العملية التدريبية التي تتضمن المضمون التدريبي والإمكانات التدريبية والأجهزة الخاصة بالتدريب والقائمين على التدريب، ومن ثم تحقيق أهداف التدريب وتحقيق فاعليته.

(جدول رقم 5)

رؤية عينة الدراسة لمؤسسات التدريب الأكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		مؤسسات التدريب الأكثر فاعلية في تدريب عينة الدراسة وتأهيلها لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
66	132	87	87	45	45	مؤسسات التدريب الخاصة
34	68	13	13	55	55	مؤسسات التدريب الحكومية
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

كا: 39.305 درجة الحرية : 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال

معامل التوافق: 0.405

يتضح من الجدول السابق أن طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة يرون أن مؤسسات التدريب الحكومية أكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي من مؤسسات التدريب الخاصة، حيث بلغت النسبة 55%:45% على التوالي لكل فئة على حدة. ويتضح أن الفارق النسبي بين كل من الفئتين بالنسبة لعينة الدراسة 10%، هذا على نقيض طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات الذين أكدوا فاعلية مؤسسات التدريب الخاصة في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي عن مؤسسات التدريب الحكومية، حيث بلغت النسبة 87%:13% على التوالي لكل فئة على حدة. ويتضح الفارق النسبي بين كل من مؤسسات التدريب الخاصة والحكومية بالنسبة لعينة

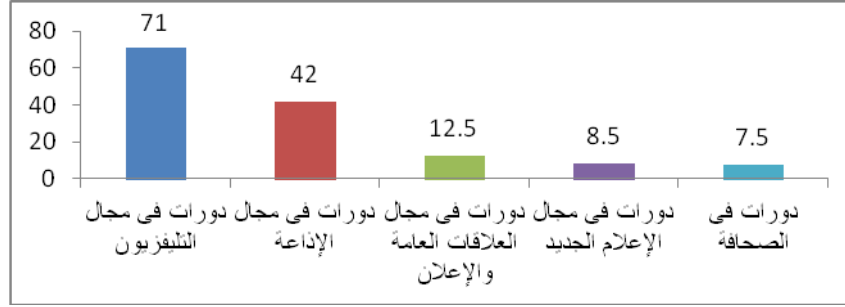
الدراسة الذي بلغ 32%، وهو فارق نسبي كبير. وقد يتفق ذلك مع خصائص عينة الدراسة وأهم متغيراتها (نمط التعليم ما بين حكومي وخاص)، واختلاف مستوى دخل أسر الطلاب بين الجامعات الحكومية والخاصة.

من الجدير بالذكر هنا، أن عينة الدراسة الخاصة بكلية الإعلام جامعة القاهرة أكدت فاعلية دور مؤسسات التدريب الحكومية، وأهمها المؤسسات التدريبية الخاصة بالكلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بنسبة أكبر من مؤسسات التدريب الخاصة؛ مما يبرز دور وفاعلية التدريب الإعلامي في هذه المؤسسة العريقة وتفاعل الطلاب معه، ويبرز في الوقت ذاته فاعلية مؤسسات التدريب الخاصة، وإن قلت نسبتها إلى حد ما عن مؤسسات التدريب الحكومية بالنسبة لعينة الدراسة. وقد يتوافق ذلك مع عقد كلية الإعلام جامعة القاهرة لعدد من الاتفاقيات مع مؤسسات التدريب الخاصة والإعلامية وتفعيل دورها مع المؤسسات الحكومية في عملية تدريب الطلاب وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي.

فيما يتعلق بعينة الدراسة من طلاب كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات التي تمثل نمط التعليم الخاص، فقد أكدت دور مؤسسات التدريب الخاصة في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بفارق نسبي كبير عن مؤسسات التدريب الحكومية؛ مما يبرز دور المؤسسة الخاصة التي ينتمون إليها في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي. ويتفق ذلك مع ما توفره كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات من إمكانات تدريب عملي للطلاب في إطار مدينة متكاملة للإنتاج الإعلامي تتضمن أحدث أجهزة الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ومدعمة بالإمكانات التكنولوجية الحديثة، هذا بالإضافة إلى مؤسسات التدريب الخاصة التي التحق بها الطلاب عينة الدراسة للتدريب العملي بما يتفق مع النتائج السابقة للدراسة.

تتفق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول التي أثبتت وجود علاقة ارتباطية بين مدى فاعلية مؤسسات التدريب الإعلامي في تدريب عينة الدراسة وتأهيلهم لسوق العمل من جهة ونوع التعليم (حكومي وخاص) من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة كا 39.305، عند مستوى معنوية 0.000، ومعامل توافق 0.405 حيث تتضح الفروق النسبية والاختلاف بين اتجاهات عينة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون في كليات الإعلام بالجامعة الحكومية والجامعة الخاصة نحو دور مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة في تدريبهم عملياً وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي بما يتوافق مع خصائص العينة ومتغيرات الدراسة بشكل عام، ونمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والتعليم الخاص، ومستوى دخل أسر الطلاب عينة الدراسة بشكل خاص.

6- نوع الدورات التي التحق بها طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام في مؤسسات التدريب:



(شكل رقم 7)

نوع الدورات التي التحقت بها عينة الدراسة في مؤسسات التدريب

تشير بيانات الشكل السابق إلى أن طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة قد التحقوا بالدورات التدريبية في مجال التلفزيون بنسبة 71%، تلاها في الترتيب الثاني وبفارق نسبي بلغ 29% دورات في مجال الإذاعة بنسبة 42%، ثم دورات في مجال العلاقات العامة والإعلان في الترتيب الثالث بنسبة 12.5% بفارق نسبي كبير عن الدورات الخاصة بالإذاعة والتلفزيون. وتتسق هذه النتائج مع خصائص عينة الدراسة من الطلاب المتخصصين في قسم الإذاعة والتلفزيون، كما تؤكد اهتمامهم بتخصصهم ومحاولة تطوير ذاتهم من خلال الاشتراك في الدورات التدريبية والتدريب العملي، كما تُظهر النسب السابقة انخفاض اهتمام عينة الدراسة بالدورات الخاصة بالإعلام الجديد على الرغم من سمات العصر الحالي الذي يهتم بوسائل الإعلام الجديد من شبكات تواصل اجتماعي وإذاعات وقنوات عبر الإنترنت، وقد يؤكد ذلك مدى تأثير التخصص في الطلاب عينة الدراسة وأهمية تخصص الإذاعة والتلفزيون باعتباره من وسائل الإعلام التقليدية في عصر الإعلام الجديد.

(جدول رقم 6)

نوع الدورات التي التحقت بها عينة الدراسة في مؤسسات التدريب

نوع الدورات التي التحقت بها عينة الدراسة في مؤسسات التدريب	جامعة القاهرة		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دورات في مجال التلفزيون	70	70	72	72	142	71
دورات في مجال الإذاعة	30	30	54	54	84	42
دورات في مجال العلاقات العامة والإعلان	20	20	5	5	25	12.5
دورات في مجال الإعلام الجديد	12	12	5	5	17	8.5
دورات في الصحافة	7	7	8	8	15	7.5
الإجمالي	100	100	100	100	200	

يُلاحظ من نتائج الدراسة عدم وجود فروق نسبية كبيرة بين كل من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، و طلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات في الدورات والبرامج التدريبية التي التحقوا بها، حيث تصدرت الدورات في مجال التلفزيون الدورات التدريبية بنسبة 70%:72% على التوالي لكل فئة على حدة، في حين كان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة أكثر اهتمامًا من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة بالدورات التدريبية في مجال الإذاعة، حيث بلغت النسبة 54%:30% على التوالي لكل فئة على حدة، في حين كان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر اهتمامًا من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات بالدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة والإعلان، حيث بلغت النسبة 20%:5% على التوالي. وقد يتفق ذلك مع الفروق الفردية بين الطلاب وتنوع مجالات اهتماماتهم واختلاف رغبتهم لتطوير ذاتهم في مجال أو تخصص فرعي غير تخصصهم الأساسي. وتؤكد هذه النتائج انخفاض اهتمام عينة الدراسة بشكل عام بالدورات التدريبية في مجال الإعلام الجديد، والدورات التدريبية في الصحافة. وقد يرجع ذلك لاختلاف كل من هذين التخصصين عن طبيعة وخصائص تخصص عينة الدراسة في الإذاعة والتلفزيون — باختلاف نمط تعليمهم بين التعليم الحكومي والخاص — حيث يعتمد هذا التخصص على تقنيات دقيقة، مثل التصوير والمونتاج والإخراج ومهارات الكتابة للإذاعة والتلفزيون بمختلف أشكال الإنتاج البرامجي واختلاف ذلك بشكل أساسي مع طبيعة التخصصات الأخرى.

7- رؤية عينة الدراسة للدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل في مجال الإذاعة والتلفزيون

(جدول رقم 7)

رؤية عينة الدراسة للدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل في مجال الإذاعة والتلفزيون

الإجمالي	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		رؤية عينة الدراسة للدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل في مجال الإذاعة والتلفزيون	
	ك	%	ك	%		
38.5	77	40	40	37	37	التقديم التلفزيوني
32	64	38	38	26	26	صناعة الأفكار الإبداعية وتطويرها
31	62	39	39	23	23	التصوير التلفزيوني
30.5	61	28	28	33	33	التصميم والجرافيك
29	58	45	45	13	13	المونتاج
24.5	49	40	40	9	9	الإخراج السينمائي
23.5	47	20	20	27	27	الكتابة للتلفزيون
19	38	23	23	15	15	الكتابة الإبداعية

19	38	26	26	12	12	أساسيات المونتاج والتصميم
18	36	20	20	16	16	الإخراج التلفزيوني
16.5	33	16	16	17	17	التقديم الإذاعة
16.5	33	17	17	16	16	التعليق الصوتي
16	32	19	19	13	13	السيناريو الدرامي
15.5	31	19	19	12	12	المراسل التلفزيوني
14.5	29	13	13	16	16	إنتاج البرامج التلفزيونية
12.5	25	14	14	11	11	إنتاج الفيلم بالموبايل
11.5	23	14	14	9	9	الأفلام التسجيلية
200		100		100		الإجمالي

أوضحت نتائج الدراسة التحاق الطلاب عينة الدراسة بدورات في مجال التلفزيون في الترتيب الأول بنسبة 71%، ودورات في مجال الإذاعة بنسبة 42%، وذلك توافقا مع تخصصهم العلمي في الإذاعة والتلفزيون، حيث رأى الطلاب عينة الدراسة أن الدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وطلبًا في سوق العمل الإعلامي تتحدد في التقديم التلفزيوني في الترتيب الأول بنسبة 38.5%، وصناعة الأفكار الإبداعية وتطويرها بنسبة 32%، والتصوير التلفزيوني في الترتيب الثالث بنسبة 31%، والتصميم والجرافيك في الترتيب الرابع بنسبة 30.5%. ويتفق ذلك مع أساس العمل الإعلامي الذي يعتمد على التقديم وصناعة الأفكار الإبداعية والتصوير، والاعتماد على تقنيات مثل التصميم والجرافيك، خاصة في عصر التكنولوجيا والإعلام الجديد. فإن نجاح مختلف الأشكال الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون يعتمد على الإعداد الجيد والقوي الذي ينعكس بدوره على التقديم وضرورة توافر سمات ومهارات محددة في القائم بالاتصال ليحظى بالقبول الجماهيري والتأثير في الجمهور المستقل له وإقناعه وتحقيق المصداقية والموضوعية والحيادية في العمل الإعلامي، بالإضافة إلى ضرورة الإبداع واختيار أفكار جديدة ومبتكرة ومفيدة للمجتمع والجمهور لتحقيق التفاعلية والتطوير وخدمة الإعلام لقضايا المجتمع؛ الأمر الذي يفرض على المؤسسات الأكاديمية ومؤسسات التدريب ضرورة تدريب طلابها على الفكر الإبداعي، ومهارات التقديم، وأساسيات التصوير والاعتماد على التقنيات الحديثة وأساليب التكنولوجيا المتطورة.

في حين تراجعت موضوعات مثل الأفلام التسجيلية وإنتاج فيلم بالموبايل وإنتاج البرامج التلفزيونية من وجهة نظر عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة كل منهم 11.5%، و12.5%، و14.5% على التوالي. وقد يرتبط ذلك بإدراك عينة الدراسة لمتطلبات سوق العمل من خلال التدريب العملي في مؤسساتهم التعليمية والاحتكاك بالمؤسسات الإعلامية والممارسين للعمل الإعلامي. وعلى الرغم من أهمية الأفلام التسجيلية، فإن الإقبال على تنفيذها وإنتاجها ضعيف في الواقع. ويرتبط الإنتاج باختلاف مراحلها في ذهن الطلاب عادة بالنواحي المادية والمالية وكيفية التمويل وإدارة إنتاج العمل الإعلامي من الناحية المالية. وفيما يتعلق بإنتاج الأفلام بالموبايل وعلى الرغم من اعتباره ضمن أساليب التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج، فإن عينة

الدراسة ترى أن هذا الأسلوب في إنتاج الأفلام يتناسب مع الهواه وليس ممارسي ودراسي الإعلام أكاديميًا ومهنيًا، وأن هذا الأسلوب قد يتفق مع الحاجة للسرعة والآنية في الإنتاج، ولكنه لا يتفق مع الحرفية والكفاءة وبراعة وجودة التصوير وأهمية الموضوعات والقضايا المطروحة ومدى مصداقيتها لدى الجمهور.

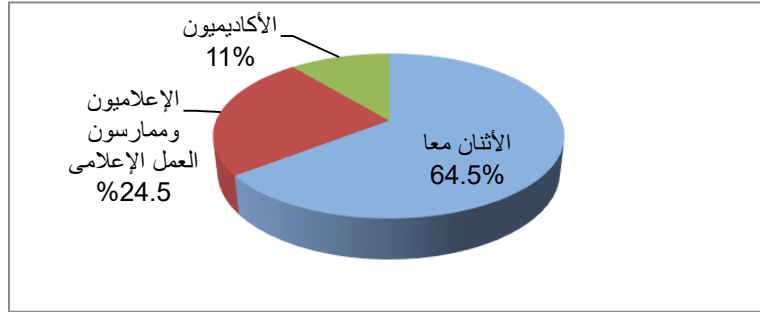
وفقًا للفروق الفردية والاختلافات بين أفراد عينة الدراسة، واختلاف نمط التعليم بين الحكومي والخاص، واختلاف إمكانات التدريب العملي، وتنوع رغبات عينة الدراسة واحتياجاتها، تتضح الفروق النسبية بين كل من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وطلاب كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث رأت نسبة 37% من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة أن التقديم التلفزيوني هو أكثر الدورات انتشارًا وطلبًا وارتباطًا بسوق العمل، تلاها التصميم والجرافيك بنسبة 33%، فالكتابة للتلفزيون بنسبة 27%، وتصميم الأفكار الإبداعية وتطويرها بنسبة 26%، في حين أكدت نسبة 45% من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة أن المونتاج هو أكثر الدورات التدريبية انتشارًا وطلبًا في سوق العمل الإعلامي، تلاه في الترتيب الثاني كل من الإخراج السينمائي والتقديم التلفزيوني بنسبة 40% لكل فئة على حدة، وجاء التصوير التلفزيوني في الترتيب الثالث بنسبة 39%، فصناعة الأفكار الإبداعية وتطويرها في الترتيب الرابع بنسبة 38%.

فيما يتعلق بالدورات الأقل انتشارًا وطلبًا في سوق العمل، رأى طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — أن الدورات في مجالات الأفلام التسجيلية والإخراج السينمائي وإنتاج الفيلم بالموبايل هي الدورات الأقل انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل الإعلامي، في حين رأت عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أن الدورات المتعلقة بإنتاج البرامج التلفزيونية وإنتاج الفيلم بالموبايل والأفلام التسجيلية والتقديم للإذاعة هي الدورات الأقل انتشارًا وارتباطًا بسوق العمل الإعلامي، ويتضح أن كلاهما اتفق على الأفلام التسجيلية وإنتاج الفيلم بالموبايل. ووجدت الفروق النسبية في الدورات التدريبية الأخرى، مثل الإخراج السينمائي، والمراسل التلفزيوني، وأساسيات المونتاج، والتقديم للإذاعة، والتعليق الصوتي، وإنتاج البرامج التلفزيونية؛ مما يؤكد الفروق الفردية بين الطلاب عينة الدراسة وفقًا لعدد من المتغيرات، مثل النوع، والسن، ونمط التعليم، ومستوى دخل الأسرة، إلى جانب اختلاف اهتمامات واحتياجات ورغبات الطلاب عينة الدراسة.

تتفق هذه النتائج جزئيًا مع دراسة وفاء عبد الخالق ثروت عام 2005م التي أشارت إلى رؤية أفراد عينة الدراسة حول ضرورة أن تركز برامج التدريب على

الإلقاء وتقديم البرامج، وإعداد البرامج، وإنتاج الأشكال البرمجية المختلفة، والإخراج في حين تراجع المونتاج والتصوير، وإنتاج الأفلام التسجيلية.

8- رؤية طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام للمدرّبين الأكثر فاعلية في الدورات التدريبية لتأهيلهم لسوق العمل:



(شكل رقم 8)

رؤية عينة الدراسة للمدرّبين الأكثر فاعلية في الدورات التدريبية لتأهيلهم لسوق العمل

توصلت نتائج الدراسة إلى أن كل من الأكاديميين والإعلاميين ممارسي العمل الإعلامي هما الأكثر فاعلية معاً في إلقاء الدورات التدريبية لعينة الدراسة لتأهيلهم لسوق العمل بنسبة 64.5%، تلاها بفارق نسبي كبير بلغ 40% الإعلاميون وممارسو العمل الإعلامي بنسبة بلغت 24.5%، في حين جاء الأكاديميون في الترتيب الثالث بنسبة 11%. وتؤكد هذه النتيجة إدراك طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة — عينة الدراسة — لدور كل من الأكاديميين باعتبارهم المسؤولين عن الجانب العلمي والنظري والعملية أحياناً في دراسة الإعلام، والإعلاميين باعتبارهم الممارسين للعمل الإعلامي في الواقع والأكثر احتكاكاً بسوق العمل الإعلامي، والأكثر خبرة ومعرفة بالجانب العملي والميداني للإعلام؛ مما يبرز إدراك عينة الدراسة للدور المتكامل بين كل من الأكاديميين وممارسي العمل الإعلامي في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل في إطار متكامل بين الجانب النظري الأكاديمي والجانب العملي الميداني في الإعلام، وضرورة تكامل الدور بينهما في العملية الأكاديمية التعليمية والعملية التدريبية العملية.

تتفق هذه النتائج مع عديد من نتائج الدراسات السابقة، مثل دراسة حسام إلهامي عام 2004م، ودراسة مصطفى رضوان عام 2017م، ودراسة ماجدة مخلوف عام 2013م، ودراسة (Marcia W.Distaso&Don W.Stacks) عام 2009م، ودراسة (Sriramesh Kf Hornaman) عام 2006م، وإن ارتبطت أغلب هذه

الدراسات بقسم العلاقات العامة والإعلان، فقد أكدت ضرورة الربط بين الأكاديميين والممارسين لمهنة العلاقات العامة والإعلان في التدريب العملي للطلاب.

رؤية عينة الدراسة للمدرسين الأكثر فاعلية في الدورات التدريبية لتأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 8)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		رؤية عينة الدراسة للمدرسين الأكثر فاعلية في الدورات التدريبية لتأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
64.5	129	73	73	56	56	الإثنان معًا
24.5	49	25	25	24	24	الإعلاميون وممارسو العمل الإعلامي
11	22	2	2	20	20	الأكاديميون
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

كا: 16.988 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال
معامل التوافق: 0.280

تتفق هذه النتائج مع المؤشرات الإحصائية الموضحة أسفل الجدول التي تثبت وجود علاقة ارتباطية بين رؤية عينة الدراسة لمدى فاعلية الأكاديميين وممارسي العمل الإعلامي معًا في تدريبهم بالدورات التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل من جهة ونوع التعليم (حكومي وخاص) من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة كا 16.988 عند مستوى معنوية 0.000، ومعامل توافق 0.280، حيث يتضح الفرق النسبية والاختلاف بين عينة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون في كليات الإعلام بالجامعة الحكومية والجامعة الخاصة، حيث رأت نسبة 73% من عينة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أن كل من الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي معًا هما الأكثر فاعلية في الدورات التدريبية بنسبة أعلى من نظرائهم في كلية الإعلام جامعة القاهرة، حيث بلغت النسبة 73%:56% على التوالي. كما رأت عينة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أن الإعلاميين والممارسين للعمل الإعلامي أكثر فاعلية في الدورات التدريبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة بنسبة بلغت 25%:24% على التوالي، في حين رأت عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة أن الأكاديميين أكثر فاعلية في الدورات التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل بنسبة أكبر من نظرائهم في كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات حيث بلغت النسبة 20%:2% على التوالي بفارق نسبي كبير بينهما بلغ 18%. وقد ترجع هذه الاختلافات النسبية بين عينة الدراسة إلى الفروق الفردية بينهما، ونمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص؛ مما يكون له أثر في طبيعة الدورات التدريبية والمؤسسات التدريبية التي يتلقى فيها الطلاب التدريب، وبالتالي اختلاف المدرسين

ما بين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي وتقييم عينة الدراسة لأيهما أكثر فاعلية في عملية التدريب والتأهيل لسوق العمل. فالجامعات الخاصة في التعليم قد تستعين بممارسين للعمل الإعلامي بشكل أكبر من الأكاديميين وبمقابل مادي أعلى من الجامعات الحكومية، في حين أن الجامعات الحكومية تبرز دور الأكاديمي في التدريب ودعم الأسس النظرية والتعليمية بالجانب العملي، لذلك كانت عينة كلية الإعلام جامعة القاهرة أكثر توازنًا في نسب الاختيار بين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي معًا، فالإعلاميين وممارسي العمل الإعلامي، فالأكاديميين، في حين اختلفت هذه النسب بالنسبة لطلاب كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، وانخفضت نسبة الأكاديميين إلى 2%.

9- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية:

اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 9)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية
%	ك	%	ك	%	ك	
1.5	3	1	1	2	2	سلبي
22	44	25	25	19	19	محايد
76.5	153	74	74	79	79	إيجابي
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

جاء اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة عينة الدراسة نحو دور المدربين في الدورات التدريبية والتدريب العملي إيجابياً بنسبة 76.5%، تلاه بفارق نسبي كبير بلغ 54.5% الاتجاه المحايد فبلغت نسبته 22%، وتراجعت نسبة الاتجاه السلبي نحو دور المدربين في التدريب العملي لعينة الدراسة إلى 1.5%؛ مما يبرز إدراك عينة الدراسة لدور المدرب باعتباره عنصراً أساسياً في عملية التدريب الإعلامي في مختلف مؤسسات التدريب باختلاف أنماطها. فالمدربون على المستوى الأكاديمي والمهني هم حلقة الوصل بين الطالب وسوق العمل الإعلامي، وهم الأداة الرئيسية لتدريبهم على احتياجات سوق العمل ومراحل إنتاج المضمون الإعلامي بمختلف أشكاله وأنواعه على الجانبين النظري الأكاديمي والمهني العملي.

تتضح الفروق النسبية البسيطة بين عينة الدراسة في كل من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث جاء اتجاه كلاهما إيجابياً نحو دور المدربين في عملية التدريب الإعلامي بنسبة بلغت 79% و 74% على

التوالي، في حين انخفضت نسبة الاتجاه السلبي لكل منهما نحو دور المدربين بنسبة 2% و 1% على التوالي. وتؤكد نتائج الدراسة أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات. وبذلك فإن اتجاه عينة الدراسة باختلاف نمط التعليم بين الحكومي والخاص كان إيجابياً نحو دور المدرب في التدريب العملي والدورات التدريبية، وإن وجدت فروق نسبية لصالح الجامعات الحكومية. وقد يؤكد ذلك أيضاً تقارب مستوى المدربين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي في عملية التدريب العملي بين المؤسستين، وإدراك عينة الدراسة باختلاف نمط التعليم لأهمية دور المدرب في هذه العملية، وإن وجدت فروق نسبية بسيطة بينهما تتضح في المقاييس التالية، وترتبط بمدى موافقتهم على عبارات هذا المقياس.

9-1- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة – عينة الدراسة – نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 10)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الى حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	93.3	.426	2.80	1.0	1	18.0	18	81	81	تعتمد المؤسسة على مدربين نجوم وممارسين للعمل الإعلامي يساعدونا في التأهيل لسوق العمل.
2	93	.518	2.79	5.0	5	11.0	11	84	84	تعتمد المؤسسة على مدربين مؤهلين علمياً ومتخصصين في الإعلام.
3	91.3	.543	2.74	5.0	5	16.0	16	79	79	يتم المدربون التابعون للمؤسسة بمهارات اتصالية فائقة، ويشعرون بمدى تقدمي خلال الدورة التدريبية.
4	90.3	.556	2.71	5.0	5	19.0	19	76	76	يستثمر المدربون وقت الدورة التدريبية بشكل فعال ومؤثر في شخصياتنا.
5	89.7	.486	2.69	1.0	1	29.0	29	70	70	يبدل المدربون أقصى جهد لديهم لإفادتنا في العملية التدريبية.
م5	89.7	.563	2.69	5.0	5	21.0	21	74	74	يتميز مدربي المؤسسة بخبرتهم في العمل الإعلامي وكفاءتهم العالية في التدريب.
6	89	.604	2.67	7.0	7	19.0	19	74	74	ينقل المدربون بالمؤسسة خبراتهم العملية لنا بشكل فعال.
م6	89	.533	2.67	3.0	3	27.0	27	70	70	يتميز أسلوب المدربين بالجادبية والتشويق.

7	88.7	.639	2.66	9.0	9	16.0	16	75	75	يستخدم المدربون في المؤسسة أساليب تفاعلية وتشجيعية تدفعني للتقدم في العملية التدريبية.
8	85.7	.590	2.57	5.0	5	33.0	33	62	62	المدرسين في المؤسسة لديهم قدرة على التفاعل والتقييم الأني والمستمر للمدرسين.
9	77	.647	2.31	10.0	10	49.0	49	41	41	توازن المؤسسة في العملية التدريبية بين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي.

تؤكد بيانات الجدول السابق قوة اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية، حيث أكدت عينة الدراسة اتجاهها الإيجابي نحو هذا الدور من خلال مدى موافقتها على عبارات المقياس التي امتدت من 93.3% و77%، حيث جاءت عبارة "تعتمد المؤسسة على مدربين نجوم وممارسين للعمل الإعلامي يساعدونا في معرفة التأهيل لسوق العمل" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 93.3%، تلاها في الترتيب الثاني عبارة "تعتمد المؤسسة على مدربين مؤهلين علمياً ومتخصصين في الإعلام" بوزن نسبي للموافقة بلغ 93%، في حين جاءت عبارة "يتسم المدربون التابعون للمؤسسة بمهارات اتصالية فائقة ويشعرون بمدى تقدمي خلال الدورة التدريبية" في الترتيب الثالث بوزن نسبي للموافقة بلغ 91.3%.

تستخلص نتائج الدراسة الاتجاه الإيجابي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة – عينة الدراسة – نحو دور المدربين في التدريب العملي بمؤسسات التدريب المختلفة، حيث أكدت العينة إلى جانب العبارات السابقة موافقتها بنسب عالية على استثمار المدربين وقت الدورة التدريبية والتدريب العملي بشكل فعال ومؤثر في شخصياتهم، وأن المدربين يبذلون أقصى جهدهم في التدريب العملي لإفادتهم بالعملية التدريبية، وتميز المدربين بالخبرة في العمل الإعلامي وكفاءتهم العالية في التدريب، ونقل المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية بمختلف المؤسسات التدريبية لخبراتهم العملية بشكل فعال على المستوى الأكاديمي والمهني، وتميز أساليبهم بالجاذبية والتشويق؛ مما يؤكد فعالية دور المدربين وأهمية هذا الدور في عملية التدريب وإدراك الطلاب عينة الدراسة لذلك بشكل إيجابي، كما يؤكد ذلك فعالية التدريب العملي في كلية الإعلام جامعة القاهرة، وفي المؤسسات الخاصة والنقابية التي تتعاقد معها الكلية في مجال التدريب واستعانة مؤسسات التدريب بمدربين على مستوى عالٍ من الكفاءة على المستوى الأكاديمي والمهني.

9-2- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة
للتكنولوجيا والمعلومات – عينة الدراسة – نحو دور المدربين في التدريب العملي
والدورات التدريبية

(جدول رقم 11)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	85.3	.592	2.56	5	5	34	34	61	61	تعتمد المؤسسة على مدربين مؤهلين علمياً ومختصين في الإعلام.
2	85	.557	2.55	3	3	39	39	58	58	يتميز مدربو المؤسسة بخبرتهم في العمل الإعلامي وكفاءتهم العالية في التدريب.
3	84	.627	2.52	7	7	34	34	59	59	اعتماد المؤسسة على مدربين نجوم وممارسين للعمل الإعلامي يساعدنا في التأهيل لسوق العمل.
4	83.7	.541	2.51	2	2	45	45	53	53	يبدل المدربون أقصى جهدهم لإفادتنا في العملية التدريبية.
5	83.3	.577	2.50	4	4	42	42	54	54	يستثمر المدربون وقت الدورة التدريبية بشكل فعال ومؤثر في شخصياتنا.
6	83	.541	2.49	2	2	47	47	51	51	ينقل المدربون بالمؤسسة خبراتهم العملية لنا بشكل فعال.
م6	83	.643	2.49	8	8	35	35	57	57	يستخدم المدربون في المؤسسة أساليب تفاعلية وتشجيعية تدفعنا للتقدم في العملية التدريبية.
7	81.7	.592	2.45	5	5	45	45	50	50	يتسم المدربون التابعون للمؤسسة بمهارات اتصالية فائقة، ويشعرون بمدى تقدمنا خلال الدورة التدريبية.
8	81.3	.608	2.44	6	6	44	44	50	50	المدربون في المؤسسة لديهم قدرة على التفاعل والتقييم الآني والمستمر للمدربين.
9	77	.563	2.31	5	5	59	59	36	36	يتميز أسلوب المدربين بالجاذبية والتشويق.
10	76.3	.671	2.29	12	12	47	47	41	41	توازن المؤسسة في العملية التدريبية بين الأكاديمين والممارسين للعمل الإعلامي.

تتضح الفروق النسبية البسيطة بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث ترواح مدى موافقتهم على عبارات المقياس ما بين 85.3% و76.3%، واختلف مدى موافقتهم على العبارات عن نظرائهم عينة الدراسة من كلية الإعلام جامعة القاهرة، حيث جاءت عبارة "تعتمد المؤسسة على مدربين مؤهلين علمياً ومتخصصين في الإعلام" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 85.3%، تلاها في الترتيب الثاني "يتميز مدربي المؤسسة بخبرتهم في العمل الإعلامي وكفاءتهم العالية في التدريب" بوزن نسبي للموافقة بلغ 85%، وحازت عبارة "اعتماد المؤسسة على مدربين نجوم وممارسين للعمل الإعلامي يساعدنا في معرفة التأهيل لسوق العمل" على وزن نسبي للموافقة بلغ 84% في الترتيب الثالث. هذا بالإضافة إلى موافقة عينة الدراسة بنسب مرتفعة على أن المدربين يبذلون أقصى جهدهم لإفادتهم في العملية التدريبية، واستثمار المدربين لوقت التدريب العملي والدورة التدريبية بشكل فعال ومؤثر في شخصيات المتدربين، وأن المدربين في المؤسسة التدريبية ينقلون خبراتهم العملية للمتدربين بشكل فعال، كما يستخدم المدربون أساليب تفاعلية وتشجيعية تدفع المتدربين للتقدم في التدريب العملي والعملية التدريبية، كما يتسم المدربون في التدريب العملي بمهارات اتصالية فائقة تشعر المتدربين عينة الدراسة بالتقدم في التدريب العملي والدورات التدريبية؛ الأمر الذي يؤكد الاتجاه الإيجابي القوي لعينة الدراسة نحو المدربين في العملية التدريبية في مختلف مؤسسات التدريب، وإدراكهم لأهمية دور المدرب باعتباره عنصراً فعالاً في العملية التدريبية، واعتماد نجاح العملية التدريبية على دور المدرب بشكل فعال.

نستخلص من النتائج السابقة الفروق النسبية البسيطة بين مدى موافقة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، واختلاف ترتيب العبارات بينهم. وقد ترتبط هذه الفروق النسبية بالفروق الفردية بين الطلاب عينة الدراسة في كل من الجامعات الحكومية والخاصة، إلا أن النتائج تؤكد اتفاق عينة الدراسة بشكل عام باختلاف نمط التعليم الحكومي والخاص على كفاءة دور المدرب في التدريب العملي والدورات التدريبية التي تلقوها؛ مما يؤكد فعالية المؤسسات التعليمية الحكومية والخاصة في عملية التدريب العملي، وفعالية الاتفاقيات الخاصة بهذه المؤسسات مع مؤسسات تدريب أخرى خاصة ونقابية، واستعانتهم بمدربين كفاء يتسم أدائهم بالفعالية والتميز وفقاً لاتجاهات عينة الدراسة. ويتضح أن عينة الدراسة اتفقت فيما بينهما في الموافقة على عبارة "توازن المؤسسة في العملية التدريبية بين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي" بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة،

ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، حيث حازت على وزن نسبي للموافقة بلغ 77%، و76.3% على التوالي.

لا تتفق هذه النتائج بشكل عام مع النتائج التي توصلت إليها دراسة معتز أحمد عبد الفتاح عام 2016م التي أشارت إلى ضعف قدرات ومهارات المدربين في الدورات التدريبية والتدريب العملي، وعدم التوازن بين التدريب النظري بالتطبيق العملي والميداني. ولم تتفق هذه النتائج جزئياً مع النتائج التي توصلت إليها دراسة أشرف جلال حسن عام 2005م التي أكدت ضعف بعض المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية. ودراسة محمد سعد إبراهيم عام 2003م التي أكدت نقص مهارات المدربين في التدريب. ودراسة محمد الطويسى عام 2015م التي أشارت إلى أن إعاقاة تطوير جودة التدريب الإعلامي ناتجة عن ضعف كفاءة المدربين. وقد يرجع الاختلاف في النتائج إلى اختلاف الفترة الزمنية وعينة الدراسة، وزيادة اهتمام مؤسسات التدريب بمختلف أنماطها بالتدريب العملي والدورات التدريبية والتركيز على كفاءة وجودة المدربين باعتبارهم من العناصر الأساسية في عملية التدريب.

10- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الحكومية والخاصة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بمؤسسات التدريب:

اتجاه عينة الدراسة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بمؤسسات التدريب

(جدول رقم 12)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		اتجاه عينة الدراسة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بمؤسسات التدريب
%	ك	%	ك	%	ك	
5	10	6	6	4	4	سلبي
33	66	37	37	29	29	محايد
62	124	57	57	67	67	إيجابي
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة عينة الدراسة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بمؤسسات التدريب جاء إيجابياً بنسبة 62%، وكان محايداً بنسبة 33%، في حين انخفضت نسبة الاتجاه السلبي إلى 5%. وتلاحظ الفروق النسبية بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة، حيث كان اتجاههم إيجابياً نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بنسبة أعلى من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، حيث بلغت النسبة 67% و57% على التوالي، في حين كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة

والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة أكثر حيادية نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة، حيث بلغت نسبة الاتجاه المحايد 37% و29% على التوالي. وتقاربت نسبة الاتجاه السلبي نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية ما بين عينة الدراسة في كل من الجامعتين، وإن كانت نسبتها أعلى بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، حيث بلغت النسبة 6% و4% على التوالي. وتتضح الفروق النسبية بين عينة الدراسة في كليتي الإعلام بالجامعتين الحكومية والخاصة، وقد يرتبط ذلك بنمط التعليم من حيث التعليم الحكومي والخاص، وإن كان لصالح التعليم الحكومي الذي فاقت نسبة الاتجاه الإيجابي فيه التعليم الخاص. وقد يرجع ذلك أيضاً إلى الفروق الفردية بين الطلاب عينة الدراسة، وإمكانات التدريب المتوفرة في كل من المؤسستين، إلى جانب طبيعة المدرسين في التدريب العملي والدورات التدريبية، مما ينعكس على المضمون التدريبي الذي يتلقاه الطلاب عينة الدراسة. وتتضح هذه الفروق من خلال مدى موافقة الطلاب عينة الدراسة على عبارات المقياس الخاص بمدى رضاهم عن المضمون الخاص بالتدريب العملي والدورات التدريبية.

10-1 — اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 13)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	90.3	.498	2.71	2.0	2	25.0	25	73.0	73	أهداف المضمون التدريبي في الدورات التدريبية واضحة ومحددة.
م1	90.3	.518	2.71	3.0	3	23.0	23	74.0	74	يحتوي المضمون التدريبي للمؤسسة على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة.
2	88.7	.555	2.66	4.0	4	26.0	26	70.0	70	قمت بالعديد من الأنشطة العملية أثناء الدورة التدريبية مما يؤهني لاحتياجات سوق العمل.
3	88.3	.520	2.65	2.0	2	31.0	31	67.0	67	يتضمن المضمون التدريبي يتضمن عدداً من التطبيقات العملية التي تقيم مدى استيعابي له.
4	85.0	.626	2.55	7.0	7	31.0	31	62.0	62	يحتوي مضمون الدورات التدريبية على أساليب فعالة للتقييم.
م4	85.0	.609	2.55	6.0	6	33.0	33	61.0	61	تتضمن الدورات التدريبية المشاركة في جلسات عصف الذهن وحلقات نقاش وورش عمل.

5	84.7	.626	2.54	7.0	7	32.0	32	61.0	61	يناسب مضمون الدورات التدريبية الاحتياجات التي أسعى إلى تحقيقها.
6	84.0	.659	2.52	9.0	9	30.0	30	61.0	61	يغطي مضمون الدورات التدريبية الجوانب النظرية والعملية بشكل كافٍ ومتوازن.
7	83.7	.659	2.51	9.0	9	31.0	31	60.0	60	يمدني المضمون التدريبي الذي أحصل عليه بالمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي.
8	82.7	.611	2.48	6.0	6	40.0	40	54.0	54	يتسق مضمون الدورات التدريبية مع الأهداف التي تسعى لتحقيقها.
9	80.3	.534	2.41	2.0	2	55.0	55	43.0	43	تعرض المؤسسة مضامين عدد من الدورات التدريبية في مختلف تخصصات الإعلام التقليدي والجديد توافقاً مع سوق العمل.
10	80.0	.636	2.40	8.0	8	44.0	44	48.0	48	يراعي المضمون التدريبي التخصص ومطلوبات سوق العمل الذي أرغب في الالتحاق به.
11	78.3	.626	2.35	8.0	8	49.0	49	43.0	43	يتوافق المضمون التدريبي الذي أحصل عليه مع الواقع واحتياجاته.
12	77.7	.726	2.33	15.0	15	37.0	37	48.0	48	يتضمن المضمون التدريبي إعداد مادة بحثية خاصة بمضمون الدورة التدريبية.
13	68.3	.857	2.05	34.0	34	27.0	27	39.0	39	قمت بتنفيذ مشروع تخرج خاص بمضمون التدريب.
14	66.0	.864	1.98	38.0	38	26.0	26	36.0	36	يعتمد المضمون التدريبي على زيارة عديد من المؤسسات الإعلامية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — كان إيجابياً نحو المضمون الذي تلقوه في التدريب العملي والدورات التدريبية في مجال تخصصهم. ويتفق ذلك مع مدى موافقتهم على المقياس الخاص باتجاههم نحو مضمون الدورات التدريبية ومدى اتفاقها مع الأهداف التي تسعى إليها، حيث ترواحت نسبة موافقة عينة الدراسة على عبارات المقياس ما بين 90.3% و66%. ورأت عينة الدراسة أن "أهداف المضمون التدريبي في الدورات التدريبية واضحة ومحددة" و"يحتوي المضمون التدريبي للمؤسسة على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة" حيث جاءت العبارتان في الترتيب الأول ما بين عبارات المقياس بوزن نسبي للعبارة بلغ 90.3% لكل عبارة على حدة، وفي الترتيب الثاني، تأتي عبارة "قمت بعدد من الأنشطة العملية أثناء

الدورة التدريبية مما يؤهلني لاحتياجات سوق العمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 88.7%، وفي الترتيب الثالث، ذكر المبحوثون "يتضمن المضمون التدريبي عديداً من التطبيقات العملية التي تقيم مدى استيعابي له" بوزن نسبي للموافقة بلغ 88.3%، كما وافقت عينة الدراسة على عبارة "يحتوي مضمون الدورات التدريبية على أساليب فعالة للتقييم" و"تتضمن الدورات التدريبية المشاركة في جلسات عصف الذهن وحلقات نقاش وورش عمل" بوزن نسبي 85% لكل عبارة على حدة، في حين انخفضت نسبة موافقة عينة الدراسة — إلى حد ما — على عبارات "يتضمن المضمون التدريبي إعداد مادة بحثية خاصة بمضمون الدورة التدريبية" بوزن نسبي للموافقة 77.7%، و"قمت بتنفيذ مشروع تخرج خاص بمضمون الدورة التدريبية" بوزن نسبي للموافقة بلغ 68.3%، وفي الترتيب الأخير بين عبارات المقياس، جاءت عبارة "يعتمد المضمون التدريبي على زيارة عديد من المؤسسات الإعلامية" بوزن نسبي للموافقة على العبارة بلغ 66%.

من خلال ما سبق ذكره، يتضح أن اتجاه عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية كان اتجاهاً إيجابياً بنسبة مرتفعة، حيث أكدت عينة الدراسة أن أهداف المضمون التدريبي واضحة ومحددة، وأنه يحتوي على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة، وأنهم قاموا بعدد من الأنشطة العملية أثناء التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية بشكل يؤهلهم لاحتياجات سوق العمل، كما يتضمن المضمون التدريبي عديداً من التطبيقات العملية التي قيمت مدى استيعابهم له، ويحتوي مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية على أساليب فعالة للتقييم، تضمنت المشاركة في جلسات عصف الذهن وحلقات نقاش وورش عمل، وعديد من الإيجابيات الأخرى الخاصة بمضمون التدريب العملي والدورات التدريبية، مثل تناسب مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية مع الاحتياجات التي سعت عينة الدراسة إلى تحقيقها، كما أن هذه الدورات تغطي الجوانب النظرية والعملية بشكل كافٍ ومتوازن، وتمد الطلاب بالمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، ويتسق مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية مع الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، مع تنوع مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية ما بين تخصصات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد توافقاً مع سوق العمل، ومراعاة التخصص ومتطلبات سوق العمل الذي يرغب الطالب في الالتحاق به، ويتوافق مع الواقع واحتياجاته.

10—2 اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة
للتكنولوجيا والمعلومات – عينة الدراسة – نحو مضمون التدريب العملي
والدورات التدريبية

(جدول رقم 14)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	83.7	.611	2.51	6.0	6	37	37	57.0	57	أهداف المضمون التدريبي في الدورات التدريبية واضحة ومحددة.
2	82.0	.576	2.46	4.0	4	46	46	50.0	50	يتضمن المضمون التدريبي عديداً من التطبيقات العملية التي تقم مدى استيعابي له.
3	81.3	.656	2.44	9.0	9	38	38	53.0	53	يحتوي المضمون التدريبي للمؤسسة على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة.
4	79.7	.601	2.39	6.0	6	49	49	45.0	45	يحتوي مضمون الدورات التدريبية على أساليب فعالة للتقييم.
5	79.0	.580	2.37	5.0	5	53	53	42.0	42	يتسق مضمون الدورات التدريبية مع الأهداف التي تسعى لتحقيقها.
6	78.7	.674	2.36	11.0	11	42	42	47.0	47	يمدني المضمون التدريبي الذي أحصل عليه بالمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي.
7	77.0	.615	2.31	8.0	8	53	53	39.0	39	المضمون التدريبي الذي أحصل عليه يتوافق مع الواقع واحتياجاته.
8	76.7	.611	2.30	8.0	8	54	54	38.0	38	يناسب مضمون الدورات التدريبية الاحتياجات التي أسعى إلى تحقيقها.
9	76.3	.686	2.29	13.0	13	45	45	42.0	42	قمت بعدد من الأنشطة العملية أثناء الدورة التدريبية مما يؤهلني لاحتياجات سوق العمل.
10	76.0	.726	2.28	16.0	16	40	40	44.0	44	يراعي المضمون التدريبي التخصص ومتطلبات سوق العمل الذي أرغب في الالتحاق به.
11	75.3	.836	2.26	25.0	25	24	24	51.0	51	قمت بتنفيذ مشروع تخرج خاص

بمضمون التدريب.										
12	75.0	.716	2.25	16.0	16	43	43	41.0	41	تتضمن الدورات التدريبية المشاركة في جلسات عصف الذهن وحلقات نقاش وورش عمل.
13	74.7	.726	2.24	17.0	17	42	42	41.0	41	يتضمن المضمون التدريبي إعداد مادة بحثية خاصة بمضمون الدورة التدريبية.
14	74.3	.664	2.23	13.0	13	51	51	36.0	36	تعرض المؤسسة مضامين عديد من الدورات التدريبية في مختلف تخصصات الإعلام التقليدي والجديد توافقا مع سوق العمل.
15	73.0	.692	2.19	16.0	16	49	49	35.0	35	يغطي مضمون الدورات التدريبية الجوانب النظرية والعملية بشكل كافٍ ومتوازن.
16	67.7	.784	2.03	29.0	29	39	39	32.0	32	يعتمد المضمون التدريبي على زيارة عديد من المؤسسات الإعلامية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه طلاب قسم إذاعة وتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات جاء إيجابياً نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية التي التحقوا بها، وإن كان اتجاههم أقل إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة، حيث امتدت نسبة موافقتهم على العبارات الخاصة بالمقياس بين 67.7% و 83.7%.

رأت عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، التي تمثل نمط الجامعة الخاصة والتعليم الخاص، أن "أهداف المضمون التدريبي في الدورات التدريبية واضحة ومحددة" بوزن نسبي للموافقة على العبارة بلغ 83.7%، تلاها في الترتيب الثاني عبارة "يتضمن المضمون التدريبي عديداً من التطبيقات العملية التي تقيم مدى استيعابي له" بوزن نسبي للموافقة 82%، كما وافقت عينة الدراسة على أن "المضمون التدريبي للمؤسسة يحتوي على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة" بوزن نسبي للموافقة بلغ 81.3%، ورأت عينة الدراسة أن "مضمون الدورات التدريبية يحتوي على أساليب فعالة للتقييم" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79.7%، وفي الترتيب الخامس، جاءت عبارة "يتسق مضمون الدورات التدريبية مع الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79%. ويتضح انخفاض نسبة موافقة عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة على العبارات مقارنة بنظرائهم من

كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة، وقد يرتبط ذلك بنمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص، وطبيعة التدريب العملي في كل من المؤسسات، ومؤسسات التدريب المتعاقد معها كلا المؤسسات، والفروق الفردية بين عينة الدراسة في كل من كليتي الإعلام محل الدراسة.

وفي الترتيب الأخير بين عبارات المقياس جاءت عبارة "يعتمد المضمون التدريبي على زيارة عديد من المؤسسات الإعلامية" بوزن نسبي للعبارة بلغ 67.7%، و"يغطي مضمون الدورات التدريبية الجوانب النظرية والعملية بشكل متوازن وكاف" بوزن نسبي للموافقة بلغ 73%، و"تعرض المؤسسة مضامين عديد من الدورات التدريبية في مختلف تخصصات الإعلام التقليدي والجديد توافاً مع سوق العمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 74.3، حيث انخفضت نسبة موافقة عينة الدراسة على هذه العبارات — إلى حد ما — عن العبارات الأخرى للمقياس.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية اتسم بالإيجابية، حيث أكدوا أن أهداف المضمون التدريبي واضحة ومحددة، وتتضمن عديداً من التطبيقات العملية التي تقيم استيعابهم لمضمون التدريب، وأن مضمون التدريب يحتوي على خبرات وأنشطة عديدة ومتنوعة، كما يتضمن أساليب فعالة للتقييم، ويتسق مضمون التدريب مع الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، وأن مضمون التدريب والدورات التدريبية يمد الطلاب بالمهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، ويتوافق مع الواقع واحتياجاته، ويناسب الاحتياجات التي يسعون إلى تحقيقها، كما رأت عينة الدراسة أن مضمون التدريب يجعلهم يمارسون عديداً من الأنشطة العملية أثناء الدورة التدريبية؛ مما يؤهلهم لسوق العمل، وأن هذا المضمون يناسب التخصص ومتطلبات سوق العمل الذي يرغبون في الالتحاق به، وأنهم ينفذون مشروع تخرج عملي خاص بالمضمون التدريبي، وأن هذا المضمون يتضمن جلسات عصف للذهن وحلقات نقاش وورش عمل، وانخفضت نسبة موافقتهم — إلى حد ما — على أن مضمون التدريب يوزان بين الجوانب النظرية والعملية بشكل كافٍ ومتوازن، وأن المضمون التدريبي يعتمد على زيارة عديد من المؤسسات الإعلامية.

11- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الحكومية والخاصة نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية:

اتجاه عينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 15)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		اتجاه عينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب العملي
%	ك	%	ك	%	ك	
5.5	11	8	8	3	3	سلبي
43	86	45	45	41	41	محايد
51.5	103	47	47	56	56	إيجابي
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

تعد المؤسسة التدريبية المسئول الأول عن التدريب والدورات التدريبية باختلاف أنماطها؛ ما بين التدريب في المؤسسات الأكاديمية التعليمية، والمؤسسات الخاصة، والمؤسسات النقابية، والمؤسسات التابعة لجهات إعلامية، وملكية هذه المؤسسات ما بين الحكومية والخاصة، وإدارة العملية التدريبية بشكل عام، ومكونات العملية التدريبية من مضمون وأدوات تدريبية ومدربين لدعم المتدربين وتأهيلهم لسوق العمل. ويتضح بشكل عام أن اتجاه عينة الدراسة نحو المؤسسات التدريبية جاء إيجابياً بنسبة 51.5%، وارتفعت نسبة الاتجاه المحايد حيث بلغت 43%، وانخفضت نسبة الاتجاه السلبي نحو مؤسسات التدريب إلى 5.5%. وقد يرتبط اختلاف اتجاهات عينة الدراسة بإدراكهم لتنوع أنماط هذه المؤسسات وطبيعة ملكيتها وتمويلها.

يتضح الاختلاف والفروق النسبية بين اتجاه كل من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة أكثر إيجابية نحو المؤسسات التدريبية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات حيث بلغ 56% و47% لكل منهم على التوالي، في حين كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أكثر حيادية نحو مؤسسات التدريب من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة، حيث بلغت نسبته 45% و41% على التوالي، وانخفضت نسبة الاتجاه السلبي لعينة الدراسة بشكل عام نحو مؤسسات التدريب، إلا أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات كان أكثر سلبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة حيث بلغت نسبته 8% و3% على التوالي لكل منهم. وقد ترجع الاختلافات والفروق النسبية بين كل من العينتين إلى اختلاف نمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص، واختلاف طبيعة التدريب العملي في المؤسسات التعليمية الحكومية والخاصة. هذا بالإضافة إلى اختلاف إمكانات المؤسسات التعليمية في التدريب العملي، واختلاف أنماط وملكية

المؤسسات التي التحق بها الطلاب عينة الدراسة في الدورات التدريبية، والفروق الفردية بين أفراد عينة الدراسة، وكذلك اختلاف نسبة موافقة كل منهما على عبارات المقياس الخاص بتقييم المؤسسة التدريبية ودورها في التدريب العملي لهم، وتأهيلهم لسوق العمل كما ستوضح الجداول التالية.

11-1 اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة – عينة الدراسة – نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 16)

الترتيب	الوزن النسبي	الاحراف المعيارى	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	90.0	.503	2.70	2.0	2	26.0	26	72.0	72	تتوافر بالمؤسسة الشروط الفنية اللازمة لعملية التدريب.
2	89.3	.548	2.68	4.0	4	24.0	24	72.0	72	توفر المؤسسة الاحتياجات والخدمات والتسهيلات التي نحتاج إليها.
3	88.3	.642	2.65	9.0	9	17.0	17	74.0	74	تحرص المؤسسة على عقد دورات تدريبية مناسبة لظروفي.
4	88.0	.595	2.64	6.0	6	24.0	24	70.0	70	تعتمد المؤسسة على أدوات ثلاثم التكنولوجيا الحديثة في عملية التدريب.
5	87.7	.544	2.63	3.0	3	31.0	31	66.0	66	تحرص المؤسسة على استخدامي لأدوات التدريب بنفسي.
6	85.3	.641	2.56	8.0	8	28.0	28	64.0	64	تهتم المؤسسة بتقييمنا للمدرسين والمحاضرين في الدورات التدريبية.
7	85.0	.539	2.55	2.0	2	41.0	41	57.0	57	يوفر الموقع الإلكتروني للمؤسسة وصفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي المعلومات التي احتاج إلى معرفتها.
8	83.3	.674	2.50	10.0	10	30.0	30	60.0	60	تهتم المؤسسة بتقييمي لمكان التدريب والأدوات المستخدمة فيه أثناء الدورة وبعدها.
9	81.3	.701	2.44	12.0	12	32.0	32	56.0	56	تتواصل المؤسسة معي منذ بدء الدورات التدريبية وبعد انتهائها.
9م	81.3	.641	2.44	8.0	8	40.0	40	52.0	52	تحرص المؤسسة على تقييمنا لمضمون المادة التدريبية التي حصلنا عليها.
10	80.0	.620	2.40	7.0	7	46.0	46	47.0	47	تناسب التكلفة المادية للدورات التدريبية مع المدرسين والإمكانات التي توفرها المؤسسة.
11	77.0	.598	2.31	7.0	7	55.0	55	38.0	38	تمدني المؤسسة بالنصائح اللازمة لاحتياجاتي التدريبية.
12	63.7	.830	1.91	39.0	39	31.0	31	30.0	30	اختر الدورات التدريبية وفقاً لتقييم المؤسسة للمستوى الأكاديمي والعملية والمهارات الخاصة بي.
13	62.3	.872	1.87	45.0	45	23.0	23	32.0	32	تجري المؤسسة تقييماً مبدئياً لي قبل بدء الدورات التدريبية لتحديد نقاط الضعف والقوة.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة اتسم بالإيجابية نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية، حيث امتدت نسبة موافقة عينة الدراسة على عبارات المقياس ما بين 90% و62.3%. وتمثلت جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة في موافقتهم على "تتوافر في المؤسسة الشروط الفنية اللازمة لعملية التدريب" بوزن نسبي للموافقة على العبارة بلغ 90%، وفي الترتيب الثاني، جاءت عبارة "توفر المؤسسة الاحتياجات والخدمات والتسهيلات التي يحتاج إليها" بوزن نسبي للموافقة بلغ 89.3%، و"تحرص المؤسسة على عقد دورات تدريبية مناسبة لظروفي" في الترتيب الثالث بوزن نسبي للموافقة بلغ 88.3%، و"تعتمد المؤسسة على أدوات تلائم التكنولوجيا الحديثة في عملية التدريب" في الترتيب الرابع بوزن نسبي للموافقة بلغ 88%، وحازت عبارة "تحرص المؤسسة على أن تستخدم أدوات التدريب بنفسها" بوزن نسبي للموافقة بلغ 87.7% في الترتيب الخامس. في حين انخفضت نسبة موافقة عينة الدراسة — إلى حد ما — على عبارات مثل "اختار الدورات التدريبية وفقاً لتقييم المؤسسة للمستوى الأكاديمي والعملي والمهارات الخاصة بي" حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة على العبارة 63.7%، وجاءت عبارة "تجري المؤسسة تقييماً مبدئياً لي قبل بدء الدورات التدريبية لتحديد نقاط الضعف والقوة" بوزن نسبي للموافقة بلغ 62.3%؛ مما يبرز الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية بمختلف أنماطها، وتنوع ملكيتها.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — جاء إيجابياً نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية التي التحقوا بها، باختلاف أنماطها ما بين جهات ومراكز التدريب في المؤسسات الأكاديمية الحكومية والخاصة، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب النقابية والتابعة لمؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التدريب التي تعتمد على تمويل أجنبي، واختلاف ملكية هذه المؤسسات ما بين الحكومية والخاصة، حيث تتحدد جوانب الاتجاه الإيجابي للطلاب عينة الدراسة في رؤيتهم لتوافر الشروط الفنية اللازمة لعملية التدريب في المؤسسات التدريبية، وأن هذه المؤسسات توفر الاحتياجات والخدمات والتسهيلات الخاصة التي يحتاجون إليها، وتحرص على عقد الدورات التدريبية بما يناسب ظروفهم، إضافة إلى اعتماد هذه المؤسسات على أدوات تلائم التكنولوجيا الحديثة في التدريب، وتهتم بتقييم عينة الدراسة للمدرسين والمحاضرين في التدريب العملي والدورات التدريبية، كما أن الموقع الإلكتروني لمؤسسات التدريب وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها تمدهم بالمعلومات التي يحتاجون إلى معرفتها، وتهتم المؤسسة التدريبية بتقييم مكان التدريب والأدوات المستخدمة فيه أثناء التدريب العملي والدورات التدريبية وبعدها، كما تتواصل مع عينة الدراسة قبل بدء التدريب العملي والدورات التدريبية وأثناءها وبعد انتهائها، وتحرص على تقييم عينة الدراسة لمضمون التدريب العملي والدورات التدريبية التي

يحضرونها، كما تتناسب التكلفة المادية للتدريب العملي والدورات التدريبية مع المدربين والإمكانات التي توفرها مؤسسات التدريب لعينة الدراسة؛ مما يبرز جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية، وتأكيد إدراكهم لدورها الفعال في عملية التدريب، وأثرها في العناصر الأخرى لعملية التدريب التي تتضمن المدربين، والمحاضرين، ومضمون التدريب العملي والدورات التدريبية، والأجهزة والأدوات المستخدمة في التدريب التي تتناسب مع إمكانات التكنولوجيا الحديثة، وتوافر المعلومات التي تحتاجها عينة الدراسة عن المؤسسة والدورات التدريبية ومضمونها، وفعالية تواصل هذه المؤسسات مع عينة الدراسة عبر مراحل التدريب العملي والدورات التدريبية المختلفة.

11-2 اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات – عينة الدراسة – نحو مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية

(جدول رقم 17)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	83.3	.611	2.50	6.0	6	38.0	38	56.0	56	تمدني المؤسسة بالنصائح اللازمة لاحتياجاتي التدريبية.
2	82.0	.702	2.46	12.0	12	30.0	30	58.0	58	اختر الدورات التدريبية وفقاً لتقييم المؤسسة لمستوى الأكاديمي والعملية والمهارات الخاصة بي.
3	81.3	.608	2.44	6.0	6	44.0	44	50.0	50	تعتمد المؤسسة على أدوات تلام التكنولوجيا الحديثة في عملية التدريب.
4	79.7	.634	2.39	8.0	8	45.0	45	47.0	47	تتوافر في المؤسسة الشروط الفنية اللازمة لعملية التدريب.
5	78.7	.811	2.36	21.0	21	22.0	22	57.0	57	تجري المؤسسة تقييماً مبدئياً لي قبل بدء الدورات التدريبية لتحديد نقاط الضعف والقوة.
6	78.3	.716	2.35	14.0	14	37.0	37	49.0	49	تحرص المؤسسة على تقييمنا لمضمون المادة التدريبية التي حصلنا عليها.
6م	78.3	.730	2.35	15.0	15	35.0	35	50.0	50	تحرص المؤسسة على استخدامي لأدوات التدريب بنفسى.
7	78.0	.755	2.34	17.0	17	32.0	32	51.0	51	تهتم المؤسسة بتقييمنا للمدربين والمحاضرين في الدورات التدريبية.
7م	78.0	.685	2.34	12.0	12	42.0	42	46.0	46	يوفر الموقع الإلكتروني للمؤسسة وصفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي المعلومات التي احتاج الي معرفتها.
8	76.3	.701	2.29	14.0	14	43.0	43	43.0	43	توفر المؤسسة الاحتياجات والخدمات والتسهيلات التي نحتاج إليها.
9	73.3	.752	2.20	20.0	20	40.0	40	40.0	40	تهتم المؤسسة بتقييمي لمكان التدريب والأدوات المستخدمة فيه أثناء الدورة وبعدها.
10	72.7	.757	2.18	21.0	21	40.0	40	39.0	39	تحرص المؤسسة على عقد الدورات التدريبية المناسبة لظروفي.
11	70.7	.715	2.12	20.0	20	48.0	48	32.0	32	تتناسب التكلفة المادية للدورات التدريبية مع المدربين والإمكانات التي توفرها المؤسسة.
12	69.7	.793	2.09	27.0	27	37.0	37	36.0	36	تتواصل المؤسسة معي منذ بدء الدورات التدريبية وبعدها.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة جاء إيجابياً نحو دور مؤسسات التدريب باختلاف أنواعها ونمط ملكيتها، وتراحت نسبة موافقتهم على عبارات المقياس ما بين 83.3% و 69.7%، وجاءت عبارة "تمدني المؤسسة بالنصائح اللازمة لاحتياجاتي التدريبية" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 83.3%، تأتي بعدها عبارة "اختار الدورات التدريبية وفقاً لتقييم المؤسسة للمستوى الأكاديمي والعملية والمهارات الخاصة بي" في الترتيب الثاني بوزن نسبي للموافقة بلغ 82%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تعتمد المؤسسة على أدوات تلائم التكنولوجيا الحديثة في عملية التدريب" بوزن نسبي للموافقة بلغ 81.3%، في حين جاءت عبارة "تتوافر في المؤسسة الشروط الفنية اللازمة لعملية التدريب" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79.7%، و"تجري المؤسسة تقييماً مبدئياً لي قبل بدء الدورات التدريبية لتحديد نقاط القوة والضعف" في الترتيب الخامس بوزن نسبي للموافقة بلغ 78.7%، في حين تساوت كل من "تحرص المؤسسة على تقييمنا لمضمون المادة التدريبية التي حصلنا عليها" و"تحرص المؤسسة على أن استخدم أدوات التدريب بنفسني" في الترتيب السادس بوزن نسبي للموافقة بلغ 78.3% لكل عبارة على حدة؛ مما يبرز الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور المؤسسات التدريبية في عملية التدريب العملي، في حين انخفضت نسبة موافقة عينة الدراسة — إلى حد ما — على عبارة "تحرص المؤسسة على عقد دورات تدريبية مناسبة لظروفي" حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة 72.7%، وجاءت عبارة "تناسب التكلفة المادية للدورات التدريبية مع المدربين والإمكانات التي توفرها المؤسسة" بوزن نسبي للموافقة بلغ 70.7%، و"تتواصل المؤسسة معي منذ بدء الدورات التدريبية وبعد انتهائها" بوزن نسبي للموافقة بلغ 69.7%.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — جاء إيجابياً نحو دور مؤسسات التدريب في دعم العملية التدريبية، وإن كان هذا الاتجاه أقل إيجابية من نظرائهم بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة، حيث انخفضت نسبة موافقتهم على عبارات المقياس مقارنة بنظرائهم. وتحدد جوانب هذا الاتجاه الإيجابي في توضيح الطلاب لدور مؤسسات التدريب في إمدادهم بالنصائح اللازمة لاحتياجاتهم التدريبية، واختيار الدورات التدريبية وفقاً لتقييم المؤسسة لمستوى الطلاب الأكاديمي والعملية ومهاراتهم الخاصة، واعتماد مؤسسة التدريب على أدوات تناسب التكنولوجيا الحديثة في عملية التدريب، وأن مؤسسات التدريب تتوافر فيها الشروط الفنية اللازمة للتدريب، كما تجري تقييماً مبدئياً لعينة الدراسة قبل بدء الدورات التدريبية وتحدد نقاط القوة والضعف، وتحرص باختلاف أنماطها وملكيتها على تقييم مضمون التدريب العملي، وعلى استخدام عينة الدراسة لأدوات وأجهزة التدريب بأنفسهم، هذا بالإضافة إلى تقييم المؤسسة للمدربين والمحاضرين في التدريب العملي والدورات التدريبية، وقيام الموقع الإلكتروني

لمؤسسات التدريب وصفحاتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمدعم بالمعلومات التي يحتاجون إلى معرفتها، إلى جانب توفير هذه المؤسسات للاحتياجات والخدمات والتسهيلات التي تحتاج إليها عينة الدراسة، واهتمامها بتقييم مكان التدريب والأدوات المستخدمة فيه في أثناء التدريب وبعده.

12- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل:

اتجاه عينة الدراسة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 18)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		اتجاه عينة الدراسة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
6.5	13	7	7	6	6	سلبى
28.5	57	36	36	21	21	محايد
65	130	57	57	73	73	إيجابى
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

أشارت النتائج السابقة للدراسة الميدانية إلى تقييم اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة — عينة الدراسة — لعناصر عملية التدريب العملي التي تضمنت المضمون وأهدافه، والمدرسين، والمؤسسة التدريبية، في حين سعت هذه الفئة تحديداً إلى قياس اتجاهات عينة الدراسة نحو دور مضمون التدريب والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل. فجاء اتجاه عينة الدراسة إيجابياً بنسبة 65%، وبلغت نسبة الاتجاه المحايد 28.5%، في حين انخفضت نسبة الاتجاه السلبي إلى 6.5%؛ مما يؤكد وعي الطلاب عينة الدراسة في الجامعات الحكومية والخاصة بدور مضمون التدريب والدورات التدريبية التي التحقوا بها في تأهيلهم لسوق العمل.

تتضح الفروق النسبية بين اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — نحو دور مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، حيث كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، فبلغت نسبته 73% و57% لكل منهم على التوالي، في حين كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة أكثر حيادية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة، حيث بلغت نسبته 36% و21% لكل منهم على التوالي، وانخفضت نسبة الاتجاه السلبي بين كل من العينتين، إلا أن اتجاه طلاب قسم

الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات جاء أكثر سلبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة حيث بلغ 7% و6% لكل منهم على التوالي، وتوضح الفروق والاختلافات النسبية بين طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون عينة الدراسة بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، وقد يرتبط ذلك بأثر نمط التعليم، ما بين الحكومي والخاص، في اتجاهات الطلاب نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، واختلاف طبيعة هذا التدريب وفقاً للمؤسسات الأكاديمية التعليمية، وأنماط مؤسسات التدريب المختلفة وتنوع ملكيتها ما بين الحكومي والخاص، وما لذلك من أثر في اتجاهات الطلاب نحو الدور الفعال للتدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، وإدراكهم لأهمية هذا الدور؛ مما ينعكس على اختلاف نسب موافقتهم — إلى حد ما — على عبارات المقياس الخاص باتجاهاتهم نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل كما توضحها الجداول التالية لكل عينة على حدة.

12-1 — اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 19)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	89.3	.548	2.68	4.0	4	24.0	24	72.0	72	تساعدني الدورات التدريبية على تطوير مهاراتي الاتصالية والمهنية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل.
2	85.7	.624	2.57	7.0	7	29.0	29	64.0	64	يدعمني التدريب الذي حصلت عليه في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة عالية وتميز.
3	85.0	.626	2.55	7.0	7	31.0	31	62.0	62	أكسبني التدريب الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة.
4	83.3	.628	2.50	7.0	7	36.0	36	57.0	57	تساعدني الدورات التدريبية التي حصلت عليها في مجال عملي المهني.
5	81.7	.557	2.45	3.0	3	49.0	49	48.0	48	تأثرت كثيراً بشخصيات المدربين في التدريب العملي وسعت لأكون مثلهم بمجال عملي
6	81.0	.640	2.43	8.0	8	41.0	41	51.0	51	أصبحت على دارية كاملة بأسس العمل الإعلامي بعد حصولي على التدريب العملي والدورات التدريبية.
7	74.7	.698	2.24	15.0	15	46.0	46	39.0	39	أدركت أن التكلفة المادية للدورات التدريبية أقل بكثير مما اكتسبته منها لممارسة العمل الإعلامي.

نستخلص من الجدول السابق، أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — جاء إيجابياً نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، حيث ترواحت نسبة موافقتهم على عبارات المقياس ما بين 89.3% و74.7%؛ مما يبرز الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة،

وإدراكهم ووعيهم بدور الدورات التدريبية وأهمية التدريب العملي في تأهيلهم لسوق العمل. وتتمثل جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة في رؤيتهم التي تضمنت "تساعدني الدورات التدريبية على تطوير مهاراتي الاتصالية والمهنية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 89.3%، تلاها في الترتيب الثاني "يدعمني التدريب الذي حصلت عليه في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة عالية وتميز" بوزن نسبي للموافقة بلغ 85.7%. في حين جاءت عبارة "أكسبني التدريب الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي للموافقة بلغ 85%، كما أكد الطلاب عينة الدراسة مساعدة التدريب العملي لهم في مجال عملهم المهني، حيث حازت عبارة "تساعدني الدورات التدريبية التي حصلت عليها في مجال العمل المهني" على وزن نسبي للموافقة بلغ 83.3%. كما تأثر الطلاب عينة الدراسة بالمدرسين في التدريب العملي والدورات التدريبية، حيث وافقت عينة الدراسة على عبارة "تأثرت كثيراً بشخصيات المدرسين في التدريب العملي وسعيت لأكون مثلهم في مجال عملي" بوزن نسبي للموافقة بلغ 81.7%، في حين انخفضت نسبة موافقة العينة — إلى حد ما — على عبارات مثل "أدركت أن التكلفة المادية للدورات التدريبية أقل بكثير مما اكتسبته في ممارسة العمل الإعلامي"، حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة على العبارة 74.7%.

يتضح الاتجاه الإيجابي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — في رؤيتهم لدور التدريب العملي والدورات التدريبية في تطوير مهاراتهم الاتصالية بما يتناسب مع سوق العمل، وأن التدريب العملي يدعمهم في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة عالية وتميز، ويكسبهم الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة، وكذلك تأثرهم بشخصيات المدرسين في التدريب العملي والدورات التدريبية والسعي ليكونوا مثلهم في مجال العمل الإعلامي، وأن التدريب العملي جعلهم على دارية كاملة بأسس العمل الإعلامي، وأن التكلفة المادية للتدريب العملي والدورات التدريبية أقل بكثير مما يكتسبونه منه لممارسة العمل الإعلامي؛ مما يعكس الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل وإدراكهم لهذا الدور الفعال.

12-2 — اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 20)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	83.3	.628	2.50	7.0	7	36.0	36	57.0	57	أكسبني التدريب الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة.
2	81.3	.641	2.44	8.0	8	40.0	40	52.0	52	تأثرت كثيراً بشخصيات المدرسين في التدريب العملي وأسعى لأكون مثلهم في مجال عملي.

3	79.7	.584	2.39	5.0	5	51.0	51	44.0	44	تساعدني الدورات التدريبية التي حصلت عليها في مجال عملي المهني.
4	79.3	.632	2.38	8.0	8	46.0	46	46.0	46	تساعدني الدورات التدريبية على تطوير مهاراتي الاتصالية والمهنية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل.
5	77.7	.652	2.33	10.0	10	47.0	47	43.0	43	دعمني التدريب الذي حصلت عليه في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة عالية وتميز.
6	76.7	.659	2.30	11.0	11	48.0	48	41.0	41	اصبحت على ذرية كاملة بأسس العمل الإعلامي بعد حصولي على التدريب العملي والدورات التدريبية.
7	69.7	.767	2.09	25.0	25	41.0	41	34.0	34	أدركت أن التكلفة المادية للدورات التدريبية أقل بكثير مما اكتسبته منها لممارسة العمل الإعلامي.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — اتسم بالإيجابية نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، وإن كان اتجاههم أقل إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — حيث تراوحت نسبة موافقتهم على عبارات المقياس الخاص باتجاههم نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي ما بين 83,3% و 69,7%، وقد أبرزت الموافقة اتجاههم الإيجابي نحو دور التدريب العملي والاتحاق بالدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.

تمثلت جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة في "أكسبني التدريب الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة" حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة على العبارة 83,3%، وتلاها في الترتيب الثاني "تأثرت كثيرًا بشخصيات المدربين في التدريب العملي وأسعى لأكون مثلهم في مجال عملي" حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة 81,3%، وجاءت عبارة "تساعدني الدورات التدريبية التي حصلت عليها في مجال عملي المهني" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79,7%، وفي الترتيب الرابع، جاءت عبارة "تساعدني الدورات التدريبية على تطوير مهاراتي الاتصالية والمهنية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79,3%، في حين انخفضت — إلى حد ما — نسبة موافقة عينة الدراسة على عبارات مثل "أدركت أن التكلفة المادية للدورات التدريبية أقل بكثير مما اكتسبته منها لممارسة العمل الإعلامي"، حيث بلغ الوزن النسبي للموافقة 69,7%.

يتضح الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل الذي تلخص في أن التدريب يكسبهم الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة، والتأثر بشخصيات المدربين في الدورات التدريبية والتدريب العملي من ممارسي العمل الإعلامي، والإكاديميين، والسعي ليكونوا مثلهم في مجال العمل، وأن التدريب العملي والدورات التدريبية تساعدهم في مجال العمل المهني، وتطوير مهارات الاتصال لديهم بما يتوافق مع متطلبات سوق

العمل، كما يدعمهم التدريب في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة وتميز، وأكد الطلاب عينة الدراسة دور التدريب العملي والدورات التدريبية في وعيهم التام لأسس العمل في مجال الإعلام، وأدركوا أن التكلفة المادية للدورات التدريبية أقل بكثير من المهارات التي يكتسبوها من هذه الدورات لممارسة العمل الإعلامي؛ مما يبرز الاتجاه الإيجابي للطلاب عينة الدراسة نحو التدريب العملي والدورات التدريبية ودور ذلك في تأهيلهم لسوق العمل، وإدراكهم لأهمية هذا الدور الفعال.

من خلال ما سبق ذكره، يتضح ان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة — عينة الدراسة — جاء إيجابيًا نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، وإن كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — وقد يرتبط ذلك بأثر نمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص. وتبرز الاختلافات والفروق النسبية بين اتجاه كل من العينتين في مدى موافقتهم على عبارات المقياس، واختلاف الموافقة على هذه العبارات فيما بينهم وفقا لنمط التعليم، والفروق الفردية والاختلافات بين أفراد العينة، وطبيعة التدريب في المؤسسات الأكاديمية، ومؤسسات التدريب الأخرى بمختلف أنماطها وملكيته.

13- اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور المؤسسات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل:

اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 21)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
7.5	15	9	9	6	6	سلي
30	60	36	36	24	24	محايد
62.5	125	55	55	70	70	إيجابي
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

تعد مؤسسات التدريب باختلاف أنواعها ما بين الجهات المسؤولة عن التدريب العملي في المؤسسات التعليمية الأكاديمية، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب التابعة لجهات نقابية وإعلامية، ومؤسسات التدريب التابعة لجهات تمويل أجنبي، واختلاف ملكية هذه المؤسسات وتمويلها ما بين الحكومية والخاصة، هي المسؤولة عن كفاءة عملية التدريب بعناصره المختلفة من مضمون تدريبي ومدربين وأدوات وأجهزة خاصة بالتدريب، وهي المسئول الأول عن تأهيل الطالب الذي يعد المخرج الأساسي لهذه المؤسسات وفق متطلبات سوق العمل.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه عينة الدراسة جاء إيجابياً نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل بنسبة 62.5%، وبلغت نسبة الاتجاه المحايد 30%، في حين انخفضت نسبة الاتجاه السلبي إلى 7.5%؛ مما يبرز الدور الإيجابي لمؤسسات التدريب في تأهيل عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة لسوق العمل. وتتضح الاختلافات والفروق النسبية بين اتجاهات الطلاب في الجامعات الحكومية والخاصة، حيث كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، حيث بلغت نسبته 70% و55% على التوالي. في حين كان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة أكثر حيادية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة حيث بلغ 36% و24% لكل منهم على التوالي. وعلى الرغم من انخفاض الاتجاه السلبي، فإن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أكثر سلبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة حيث بلغ 9% و6% لكل منهم على التوالي. وقد ترتبط هذه الفروق والاختلافات في اتجاهات الطلاب عينة الدراسة بنمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص، وطبيعة التدريب العملي في المؤسسات الأكاديمية التعليمية، وطبيعة المؤسسات التدريبية التي التحقوا بها، هذا بالإضافة إلى طبيعة الدورات التدريبية نفسها ومضمونها، والمدرسين القائمين على التدريب، والفروق الفردية بين الطلاب عينة الدراسة. وتتضح هذه الفروق والاختلافات النسبية في موافقة عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة على عبارات المقياس الخاص باتجاههم نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل، حيث اختلف ترتيب عبارات المقياس ومدى موافقتهم عليها فيما بينهم كما ستوضح الجداول التالية.

13-1 — اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 22)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	93.3	.402	2.80	-	-	20.0	20	80.0	80	تمنح المؤسسة شهادات معتمدة في سوق العمل الإعلامي.
2	90.0	.577	2.70	6.0	6	18.0	18	76.0	76	تدريب بواسطة نخبة من المدرسين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي العربي مما يجعلني متميزاً في سوق العمل الإعلامي.
3	87.0	.695	2.61	12.0	12	15.0	15	73.0	73	تدرس المؤسسة احتياجات سوق العمل الإعلامي جيداً وتؤهلنا لها.
4	86.7	.586	2.60	5.0	5	30.0	30	65.0	65	يعتمد التدريب على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة

											والتلفزيون تتناسب مع احتياجات سوق العمل.
5	86.3	.621	2.59	7.0	7	27.0	27	66.0	66	تقدم لى المؤسسة برامج تدريبية وأكاديمية تخضع لمعايير الجودة وتؤهني كخريج لسوق العمل الإعلامي.	
6	85.3	.574	2.56	4.0	4	36.0	36	60.0	60	استفدت كثيراً من البرامج التدريبية التي نظمتها المؤسسة لى في تأهيل لسوق العمل الإعلامي.	
7	84.0	.659	2.52	9.0	9	30.0	30	61.0	61	تحاكي برامج التدريب الأكاديمي طبيعة العمل الإعلامي مما يؤهلنا لسوق العمل ومتطلباته.	
8	80.7	.654	2.42	9.0	9	40.0	40	51.0	51	تحفظنا المؤسسة التدريبية بعيد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعدني على التأهيل لسوق العمل.	
9	71.7	.821	2.15	27.0	27	31.0	31	42.0	42	تساعدني المؤسسة من خلال العلاقات مع المدربين في العثور على فرص عمل مميزة.	
10	70.7	.808	2.12	27.0	27	34.0	34	39.0	39	تساعدني المؤسسة في كثير من الأحيان على إيجاد فرص عمل تتناسب مع مهارتنا وقرائنا.	
10م	70.7	.656	2.12	16.0	16	56.0	56	28.0	28	تبنى بعض المؤسسات التدريبية المشروعات المميزة وتدعمها وتسوقها لتوفير فرص عمل.	
11	65.7	.731	1.97	28.0	28	47.0	47	25.0	25	تنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقيات إعلامية وأكاديمية تفيدنا كثيراً في التأهيل لسوق العمل وتوفير فرص للعمل.	

توصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل اتسم بالإيجابية بنسبة أعلى من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة موافقتهم على عبارات المقياس 93.3% و 65.7%، و 80.7% و 65.7% على التوالي. وقد يرتبط ذلك بنمط التعليم ما بين الحكومي والخاص، وطبيعة التدريب العملي في كل من المؤسسات الأكاديميتين، والمؤسسات التدريبية التي التحقت بها عينة الدراسة من مؤسسات تدريب خاصة بالمؤسسة التعليمية، ومؤسسات تدريب خاصة، ومؤسسات تدريب تابعة لجهات تقابلية أو إعلامية، أو مؤسسات تدريب تعتمد على التمويل الأجنبي. وقد يرجع ذلك أيضاً إلى حصول كلية الإعلام جامعة القاهرة على الجودة، وما لذلك من أثر في برامج تدريب الطلاب واتفاقيات التدريب مع المؤسسات المختلفة والمتنوعة لدعم التدريب العملي وتأهيل الطلاب لسوق العمل.

تتمثل جوانب الاتجاه الإيجابي للطلاب عينة الدراسة في مجموعة من العبارات هي: "تمنح المؤسسة شهادات معتمدة في سوق العمل الإعلامي" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 93.3%. ثم "تدربت بواسطة نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي العربي مما يجعلني مميّزاً في سوق العمل الإعلامي" في الترتيب الثاني بوزن نسبي للموافقة بلغ 90%، وحازت عبارة "تدرس المؤسسة

احتياجات سوق العمل الإعلامي جيداً وتوهدنا له" على وزن نسبي للموافقة بلغ 87%، وجاءت عبارة "اعتمد التدريب على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون تتناسب مع احتياجات سوق العمل" في الترتيب الرابع بوزن نسبي للموافقة بلغ 86.7%. تلاها في الترتيب الخامس عبارة "قدمت لي المؤسسة برامج تدريبية وأكاديمية تخضع لمعايير الجودة وتوهدني كخريج لسوق العمل الإعلامي" بوزن نسبي للموافقة بلغ 86.3%، وانخفضت نسبة موافقة الطلاب — إلى حد ما — على عبارتي "تساعدني المؤسسة في كثير من الأحيان على إيجاد فرص عمل تتناسب مع مهاراتي وقدراتنا" و"تتبنى بعض المؤسسات التدريبية المشروعات المميزة وتدعمها وتسوقها لتوفير فرص عمل" بوزن نسبي للموافقة على العبارتين بلغ 70.7% لكل عبارة على حدة، وكذلك عبارة "تنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقيات إعلامية وأكاديمية تقيدنا كثيراً في التأهيل لسوق العمل وتوفير فرص للعمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 65.7%.

من خلال ما سبق ذكره، يُستخلص اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في أن هذه المؤسسات تمنحهم شهادات معتمدة في سوق العمل، وأنها وفرت لهم فرصة التدريب على أيدي نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي؛ مما يجعلهم متميزين في ميدان العمل، وتدرس مؤسسة التدريب احتياجات سوق العمل الإعلامي وتوهدهم له، ويعتمد التدريب في المؤسسة على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون، وأن برامج التدريب التي قدمتها مؤسسة التدريب تخضع لمعايير الجودة مما يجعلهم خريجين مؤهلين لسوق العمل، وكذلك استفادة عينة الدراسة من التدريب العملي والدورات التدريبية لمؤسسات التدريب بمختلف أنماطها وأنواعها في التأهيل لسوق العمل، ومحاكاة برامج التدريب الأكاديمي لطبيعة العمل الإعلامي مما يؤهلهم لسوق العمل ومتطلباته، كما تقوم مؤسسات التدريب بدور تحفيزي لعينة الدراسة من خلال دعمهم بعدد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعدهم في التأهيل لسوق العمل، وأن مؤسسات التدريب تساعدهم من خلال العلاقات مع المدربين في توفير فرص عمل مميزة لهم، كما تساعدهم في إيجاد فرص عمل، وفي بعض الأحيان تتبنى بعض مؤسسات التدريب المشروعات المميزة لعينة الدراسة وتدعمها وتسوقها لتوفير فرص عمل لهم، وتنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقيات إعلامية وأكاديمية لتأهيل عينة الدراسة لسوق العمل؛ مما يبرز الاتجاه الإيجابي لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة نحو دور مؤسسات التدريب باختلاف أنماطها وأنواعها في تأهيلهم لسوق العمل، وإدراكهم لهذا الدور الفعال. وقد يرتبط ذلك بنمط التعليم الخاص بالطلاب عينة الدراسة والمؤسسة التعليمية التي ينتمون إليها، وحصولها على الجودة وحرصها على توفير تدريب عملي مميز وناجح للطلاب من خلال المؤسسة التعليمية الأكاديمية، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب النقابية أو التابعة لجهات إعلامية، وفي بعض الأحيان مؤسسات التدريب التي تعتمد على

التمويل الأجنبي، واعتبارها جميعاً موارد متاحة وكافية ومتميزة للتدريب العملي للطلاب وتأهيلهم لسوق العمل.

13—2 اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات – عينة الدراسة – نحو دور المؤسسات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل

(جدول رقم 23)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.7	.606	2.42	6.0	6	46.0	46	48.0	48	استفدت كثيراً من البرامج التدريبية التي نظمتها المؤسسة لي في تأهيلي لسوق العمل الإعلامي.
2	79.3	.616	2.38	7.0	7	48.0	48	45.0	45	يعتمد التدريب على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون تتناسب مع احتياجات سوق العمل.
3	78.7	.704	2.36	13.0	13	38.0	38	49.0	49	تمنح المؤسسة شهادات معتمدة في سوق العمل.
4	78.3	.592	2.35	6.0	6	53.0	53	41.0	41	تقدم لي المؤسسة برامج تدريبية وأكاديمية تخضع لمعايير الجودة تؤهلني لخريج لسوق العمل.
5	78.0	.670	2.34	11.0	11	44.0	44	45.0	45	تدرب بواسطة نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي العربي مما يجعلني متميزاً في سوق العمل الإعلامي.
6	77.3	.665	2.32	11.0	11	46.0	46	43.0	43	تدرس المؤسسة احتياجات سوق العمل الإعلامي جيداً وتؤهلنا لها.
7	76.3	.656	2.29	11.0	11	49.0	49	40.0	40	تحاكي برامج التدريب الأكاديمي طبيعة العمل الإعلامي مما يؤهلنا لسوق العمل ومتطلباته.
8	73.3	.739	2.20	19.0	19	42.0	42	39.0	39	تتبنى بعض المؤسسات التدريبية المشروعات المميزة وتدعمها وتسوقها لتوفير فرص عمل.
9	73.0	.734	2.19	19.0	19	43.0	43	38.0	38	تساعدني المؤسسة من خلال العلاقات مع المدربين في إيجاد فرص عمل مميزة.
10	72.3	.682	2.17	16.0	16	51.0	51	33.0	33	تنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقى إعلامي وأكاديمي يفيدنا كثيراً في التأهيل لسوق العمل وتوفير فرص للعمل.
11	70.3	.695	2.11	19.0	19	51.0	51	30.0	30	تساعدني المؤسسة في كثير من الأحيان على إيجاد فرص عمل تتناسب مع مهاراتي وقدراتنا.
12	65.7	.771	1.97	31.0	31	41.0	41	28.0	28	تعفونا المؤسسة التدريبية بعدد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعدني على التأهيل لسوق العمل.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة اتسم بالإيجابية نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل، وإن كان اتجاههم أقل إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة، حيث تراوحت نسبة موافقتهم

على عبارات المقياس من 80.7% إلى 65.7%. وقد يرتبط ذلك بطبيعة التدريب العملي في المؤسسة التعليمية الأكاديمية الخاصة بعينة الدراسة، والمؤسسات التدريبية التي التحقوا بها للتدريب العملي والتأهيل لسوق العمل؛ مما يبرز أثر نمط التعليم وطبيعة مؤسسات التدريب العملي في اتجاهات عينة الدراسة.

تتمثل جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة في "استفدت كثيرًا من البرامج التدريبية التي نظمتها المؤسسة في تأهيلي لسوق العمل الإعلامي" في الترتيب الأول بوزن نسبي للموافقة بلغ 80.7%، تلاها في الترتيب الثاني "يعتمد التدريب على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون تتناسب مع احتياجات سوق العمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 79.3%، ثم "تمنح المؤسسة شهادات معتمدة في سوق العمل الإعلامي" في الترتيب الثالث بوزن نسبي للموافقة بلغ 78.8%، وحازت عبارة "قدمت لي المؤسسة برامج تدريبية وأكاديمية تخضع لمعايير الجودة تؤهلني لخريج لسوق العمل الإعلامي" على الترتيب الرابع بوزن نسبي للموافقة بلغ 78.3%، في حين جاءت عبارة "تدربت بواسطة نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي العربي مما يجعلني مميزًا في سوق العمل الإعلامي" في الترتيب الخامس بوزن نسبي للموافقة بلغ 78%، وانخفضت نسبة موافقة عينة الدراسة — إلى حد ما — على عبارة "تساعدني المؤسسة في كثير من الأحيان على إيجاد فرص عمل تتناسب مع مهاراتي وقدراتنا" بوزن نسبي للموافقة بلغ 70.3%، وكذلك عبارة "تحفزنا المؤسسة التدريبية بعدد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعدني على التأهيل لسوق العمل" بوزن نسبي للموافقة بلغ 65.7%.

من خلال ما سبق ذكره، تتركز جوانب الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في الاستفادة كثيرًا من البرامج التدريبية التي تنظمها مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل، واعتماد التدريب على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون تتناسب مع احتياجات سوق العمل، ومنح مؤسسات التدريب شهادات معتمدة في سوق العمل، وتقديم مؤسسات التدريب برامج تدريبية وأكاديمية تخضع لمعايير الجودة وتأهل عينة الدراسة لخريجين لسوق العمل الإعلامي، وتوفير مؤسسات التدريب الفرصة أمام الطلاب للتدريب بواسطة نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي العربي مما يجعلهم مميزين في سوق العمل الإعلامي، وأن مؤسسة التدريب باختلاف أنماطها وأنواعها تدرس احتياجات سوق العمل الإعلامي جيدًا وتؤهل عينة الدراسة له، وأن برامج التدريب الأكاديمي في مؤسسات التدريب تحاكي طبيعة العمل الإعلامي مما يؤهل عينة الدراسة جيدًا لسوق العمل، وتساعد مؤسسات التدريب عينة الدراسة من خلال العلاقات مع المدربين في إيجاد فرص للعمل، كما تنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقى إعلامي وأكاديمي يفيد عينة الدراسة كثيرًا في التأهيل لسوق العمل، كما تساعد في إيجاد فرص عمل تتناسب مع قدراتهم ومهاراتهم، وتمارس مؤسسات التدريب دورًا تحفيزيًا لعينة الدراسة من خلال تقديم عديد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعد في التأهيل لسوق العمل.

يتضح من النتائج السابقة التي توصلت لها الدراسة الاختلافات والفروق الفردية بين اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة ونظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والاتصال عينة الدراسة، فقد كانت جميع الاتجاهات إيجابية ولكن توجد اختلافات في ترتيب عبارات المقياس الخاص بدور مؤسسات التدريب في تأهيل الطلاب لسوق العمل ونسبة الموافقة عليها بين كل من العينتين؛ مما يبرز تأثير نمط التعليم في اتجاهات عينة الدراسة، وتأثير طبيعة مؤسسات التدريب التي التحقت بها عينة الدراسة واختلاف أنماطها وأنواعها.

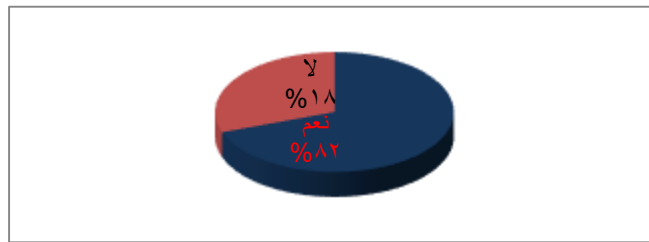
14- مقترحات عينة الدراسة لمؤسسات التدريب لمواكبة احتياجاتهم التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي:

قدم كل من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عديدًا من المقترحات لمؤسسات التدريب بداية من المؤسسات التعليمية الأكاديمية ومؤسسات التدريب الخاصة، والمؤسسات النقابية والتابعة لجهات إعلامية، ومؤسسات التدريب التي تعتمد على تمويل أجنبي، ولم تختلف هذه المقترحات بين طلاب الجامعتين. ومن أهم المقترحات التي عرضتها عينة الدراسة ضرورة وجود مركز تدريب متخصص ومركزي لكليات وأقسام الإعلام لتأهيلهم لسوق العمل، وضرورة الاعتماد على التقنيات الحديثة وأساليب التكنولوجيا الجديدة في التدريب، وتكثيف الجزء العملي في دراسة الإعلام بشكل أكبر من الجزء النظري، وزيادة مدة التدريب العملي بالمؤسسات الأكاديمية بحيث لا يقتصر على الجانب العملي لبعض المواد الدراسية، وضرورة تطوير أساليب وطرق التدريب العملي، والأجهزة والأدوات المستخدمة فيه، وكذلك ضرورة تعامل الطلاب بأنفسهم مع الأجهزة والمعدات لاكتساب المعلومات وتطبيقها وممارستها عمليًا وضمان استيعابها، والتدريب داخل المؤسسة الأكاديمية بأساليب أكثر فاعلية، وإعادة النظر في تكاليف الدورات التدريبية لتكون ملائمة لإمكانات طلاب الإعلام وبشكل خاص في ظل احتياجاتهم لهذا النوع من التدريب لتأهيلهم لسوق العمل، وهناك من اقترح ضرورة الاستعانة بالإعلاميين وممارسي العمل الإعلامي بنسبة أكبر في التدريب العملي، وهناك من أكد ضرورة التوازن بين الأكاديميين والإعلاميين في التدريب العملي والدورات التدريبية؛ وذلك لاكتساب الخبرات العملية والمهنية منهم، والاستفادة منهم في كيفية التأهيل لسوق العمل ومتطلباته، وضرورة الاعتماد على الزيارات الميدانية للمؤسسات الإعلامية مثل مدينة الإنتاج الإعلامي، واتحاد الإذاعة والتلفزيون، والقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، والعامّة والمتخصصة، وضرورة التدريب في أستديوهات القنوات التلفزيونية.

أشارت عينة الدراسة أيضًا إلى ضرورة الاعتماد على التحفيز في التعليم والتدريب العملي لتشجيع الطلاب، وضرورة تفعيل دور معهد الإذاعة والتلفزيون في التدريب العملي والدورات التدريبية، مع التركيز على البرامج الخاصة بالتصميم

والجغرافيك والتمثيل والموسيقى، وضرورة التنسيق بين المؤسسات الأكاديمية التعليمية والمؤسسات التدريبية، وتفعيل الاتفاقيات بينهما، وضرورة وجود مراكز لمؤسسات التدريب الكبيرة في كليات الإعلام بجميع الجامعات، هذا إلى جانب ضرورة وجود مؤسسات للتدريب داخل المؤسسات الأكاديمية التعليمية، وضرورة توفير مؤسسات التدريب لفرص عمل بعد التدريب وإتاحة التواصل مباشرة مع المدربين، وضرورة تقديم مؤسسات التدريب الحكومية دورات تدريبية مجانية في مجال الإنتاج والإخراج التلفزيوني، وضرورة توفير زيارات محاكاة للتدريب بين المؤسسات التدريبية بمختلف أنماطها وأنواعها، وبين القنوات التلفزيونية بمختلف أنماطها وأنواع ملكيتها، مع فرض نوع من الرقابة على مؤسسات التدريب بمختلف أنماطها وأنواعها للتأكد من حرصها على التعليم والتدريب وتأهيل الطلاب لسوق العمل أكثر من حرصها على الاستثمار وتحقيق الربح المادي. وأضافت عينة الدراسة أهمية إعداد الطلاب ومعايشتهم للمشاركة في إعداد وتقديم الأحداث الإعلامية وكيفية الإبداع في تقديم الأحداث الإعلامية بشكل يتسم بالحيادية والموضوعية والمصادقية والتفاعلية مع الجمهور بمختلف فئاته، وضرورة مشاركة المؤسسات الإعلامية في العملية التدريبية وتفعيل دور مؤسسات التدريب التابعة للجهات الإعلامية، وتفعيل الدورات التدريبية بمختلف أنواعها ومضامينها في جميع كليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، وتدريب الطلاب خارج المؤسسات الأكاديمية في البرامج التلفزيونية المشهورة، والاهتمام بتوثيق الشهادات من المؤسسات الأكاديمية والإعلامية، مع ضرورة تشكيل طاقم عمل مختلط يضم الأكاديميين والإعلاميين بالمؤسسات الأكاديمية والتدريبية والإعلامية لدراسة سوق العمل واحتياجاته ومتطلباته وتأهيل طلاب الإعلام له وفقاً لاحتياجات سوق العمل.

15- مدى حرص طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص:



(شكل رقم 9)

مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن نسبة 82% من عينة الدراسة تحرص على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية، في حين لم تحرص نسبة 18% على ذلك، ويتضح الفرق النسبي بينهما الذي بلغ 64%؛ مما يعكس أهمية التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية لدى كل من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة، كما يؤكد وعي وإدراك الطلاب لأهمية الالتحاق بالدورات التدريبية والتدريب العملي في اكتسابهم للمهارات والخبرات الأكاديمية والمهنية والاتصالية في ممارسة العمل الإعلامي في مجال الإذاعة والتلفزيون، وتأهيلهم لسوق العمل وفقاً لاحتياجاته ومتطلباته.

مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص

(جدول رقم 24)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص
%	ك	%	ك	%	ك	
82	164	73	73	91	91	نعم
18	36	27	27	9	9	لا
100	200	100	100	100	100	الإجمالي

كا: 10.976 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.001 دال
معامل التوافق: 0.228

نستخلص من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين مدى حرص الطلاب على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، ونمط التعليم بكلية الإعلام ما بين الجامعات الحكومية والخاصة، حيث بلغت قيمة كا 10.976، عند مستوى معنوية 0.001، ومعامل توافق 0.228، حيث تتضح الفروق والاختلافات النسبية بين عينة طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون في كليات الإعلام بالجامعة الحكومية والجامعة الخاصة عينة الدراسة. فقد كان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة — الأكثر حرصاً على حضور التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — بفارق نسبي بلغ 18%، حيث بلغت النسبة 91% و73% على التوالي. في حين لم تحرص عينة الطلاب بقسم الإذاعة والتلفزيون الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات — عينة الدراسة — على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية مقارنة بنظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة — عينة الدراسة حيث بلغت النسبة 27% و9% لكل منهم على التوالي. وقد يرتبط ذلك بنمط التعليم الحكومي والخاص، وحصول كلية الإعلام

جامعة القاهرة على شهادة الجودة والتدريب، وتميز كلية الإعلام جامعة القاهرة باعتبارها الكلية الأم لجميع كليات وأقسام الإعلام الحكومية والخاصة في مصر بوجود عديد من مراكز التدريب المتنوعة، وأستوديوهات للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، وإبرام الكلية لعديد من الاتفاقيات مع مختلف مؤسسات التدريب الخاصة والنقابية والإعلامية والتابعة لجهات تمويل أجنبية، واستعانة الكلية بعديد من المدربين والخبراء والمدربين الدوليين في مجال التدريب العملي، وطبيعة التدريب العملي في الكلية، والتدريب العملي المرتبط بالمواد والمقررات التدريسية في الكلية. وهي بذلك تفوق إمكانات التدريب المتوفرة في كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات التي توجد بها مدينة كاملة للإنتاج الإعلامي، وقد يرتبط ذلك أيضاً بالفروق والاختلافات الفردية بين الطلاب في الكليات بالجامعات الحكومية بنسبة أعلى من نظرائهم بكليات الجامعات الخاصة، إلى جانب نظام الدراسة والإدارة وفعالية التدريب في كلتا المؤسساتين.

16- أسباب عدم حرص طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص:

أسباب عدم حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص

(جدول رقم 25)

الإجمالي		الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات		جامعة القاهرة		أسباب عدم حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص
%	ك	%	ك	%	ك	
55.6	20	51.9	14	66.7	6	أرى أن مؤسسات التدريب ما هي إلا مؤسسات استثمارية تسعى لتحقيق الربح.
52.8	19	59.3	16	33.3	3	اعتمد على التدريب العملي الخاص بكليتي في المواد الدراسية.
50.0	18	51.9	14	44.4	4	عدم ملائمة موضوعات الدورات التدريبية مع الاحتياجات الخاصة لي.
47.2	17	55.6	15	22.2	2	اكتفي بالتدريب العملي الذي توفره لي الكلية وإنتاج مشروع تخرج خاص بي.
44.4	16	37.0	10	66.7	6	ارتفاع التكلفة المادية لهذه الدورات.
30.6	11	33.3	9	22.2	2	لا توجد دراسة علمية جادة للمؤسسات التدريبية والدورات التي تقدمها.
27.8	10	29.6	8	22.2	2	أرى أن التدريب لا يضيف أي فائدة فعلية لي.
25.0	9	22.2	6	33.3	3	لا استفيد من التدريب في المؤسسات التدريبية الحكومية.
13.9	5	14.8	4	11.1	1	لا استفيد من التدريب في المؤسسات التدريبية الخاصة.
36		27		9		الإجمالي

أشارت عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة ونظرائهم من كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والاتصال — عينة الدراسة — الذين لم يحرصوا على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية إلى عديد من الأسباب التي تدفعهم لعدم الحرص على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية؛ أهمها أن نسبة 55.6% من عينة الدراسة ترى أن مؤسسات التدريب ما هي إلا مؤسسات استثمارية تسعى لتحقيق الربح. كما كان اعتماد الطلاب على التدريب العملي الخاص بكليتهم في المواد الدراسية بنسبة 52.8%، وكانت موضوعات الدورات التدريبية غير ملائمة للاحتياجات الخاصة بالطلاب بنسبة 50%، وأكدت نسبة 47.2% من عينة الدراسة أن الكلية توفر لهم التدريب العملي وإنتاج مشروع تخرج خاص بهم، في حين أعربت نسبة 44.4% عن ارتفاع التكلفة المادية لهذه الدورات، وكانت هذه هي أهم أسباب عدم حرص عينة الدراسة بشكل عام على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية.

أكدت نتائج الدراسة أن طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات كانوا الأكثر نسبة في عدم الحرص على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة. واختلفت أسباب عدم الحرص بين عيني الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام في الجامعتين الحكومية والخاصة، حيث ذكرت عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات أن عدم حرصها على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية يرجع إلى عديد من الأسباب؛ أهمها الاعتماد على التدريب العملي الخاص بكليتهم في المواد الدراسية بنسبة 59.3%، واكتفت نسبة 55.6% من عينة الدراسة بالتدريب العملي الذي توفره لهم كليتهم وإنتاج مشروع تخرج خاص بهم، وأكدت نسبة 51.9% من عينة الدراسة أن مؤسسات التدريب ما هي إلا مؤسسات استثمارية تسعى لتحقيق الربح، وعدم ملائمة موضوعات الدورات التدريبية مع الاحتياجات الخاصة بهم لكل عبارة على حدا، وارتفاع التكلفة المادية لهذه الدورات بنسبة 37%، كما ذكرت نسبة 33.3% من عينة الدراسة أنه لا توجد دراسة علمية جادة للمؤسسات التدريبية والدورات التي تقدمها.

ذكرت عينة الدراسة من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة أن أهم أسباب عدم حرصهم على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية تتحدد أولاً في أن مؤسسات التدريب ما هي إلا مؤسسات استثمارية تسعى لتحقيق الربح، وارتفاع التكلفة المادية لهذه الدورات بنسبة 66.7% لكل عبارة على حدة، وعدم ملائمة موضوعات الدورات التدريبية مع الاحتياجات الخاصة بهم بنسبة 44.4%، واعتمادهم على التدريب العملي الخاص بكليتهم في المواد الدراسية، وعدم الاستفادة من التدريب في المؤسسات الحكومية بنسبة 33.3% لكل عبارة على حدة.

ثانياً - اختبار الفروض:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

(جدول رقم 26)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.950 غير دال	198	ت=0.063	.385	1.18	62	ذكر	النوع
			.387	1.18	138	أنثى	
0.645 غير دال	2 197	ف=0.440	.435	1.24	29	20-18	السن
			.378	1.17	158	22-20	
			.376	1.15	13	22 فأكثر	
			.385	1.18	200	الإجمالي	
0.031 دال	2 197	ف=3.545	.216	1.05	42	أقل من 5000	مستوى دخل الأسرة
			.399	1.20	97	من 5000 إلى 10000	
			.434	1.25	61	أكثر من 10000	
			.385	1.18	200	الإجمالي	
0.001 دال	198	ت=3.391	.446	1.27	100	جامعة القاهرة	نمط ملكية الجامعة
			.288	1.09	100	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات وفقاً لمغبري النوع والسن، حيث بلغت قيمة ت (0.063)، وقيمة ف (0.440) على التوالي، وهي قيم غير دالة إحصائياً؛ مما يبرز عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة بقسم الإذاعة والتلفزيون بكليتي الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة وفقاً لمغبري النوع والسن، ويدل ذلك على اهتمام الطلاب الإناث والذكور بمختلف الفئات العمرية بالتدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مختلف مؤسسات التدريب في المؤسسات التعليمية، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب النقابية، ومؤسسات التدريب التابعة لجهات إعلامية، ومؤسسات التدريب الحكومية والخاصة.

أثبتت نتائج الدراسة الميدانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية وفقاً لمستوى دخل الأسرة، حيث بلغت قيمة ف 3.545، عند مستوى معنوية 0.031، وهي قيمة دالة إحصائياً، حيث كانت فئة طلاب الأسر التي يرتفع دخلها عن 10000 جنية الأكثر اهتماماً بالتدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي 1.25، ثم يأتي الطلاب الذين ينتمون للأسر التي يتراوح دخلها من 5000

إلى 10000 جنية، حيث بلغت نسبة الوسط الحسابي 1.20، وجاءت فئة الطلاب الذين ينتمون لأسر يقل دخلها عن 5000 جنية في الترتيب الأخير، حيث بلغ الوسط الحسابي 1.05. ويتفق ذلك مع ارتفاع التكلفة المادية للالتحاق بالدورات التدريبية والتدريب العملي لطلاب كليات الإعلام بشكل عام، وقسم الإذاعة والتلفزيون بشكل خاص، فكانت الفروق النسبية والاختلافات بين أفراد عينة الدراسة، وكان الطلاب الذين ينتمون لفئات الأسر ذات الدخل المرتفع الأكثر حرصًا على الالتحاق بالدورات التدريبية والتدريب العملي.

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية ونمط التعليم الجامعي بين التعليم الحكومي والخاص — وإن كان الفارق النسبي بينهما قليل — حيث بلغت قيمة ت 3.391، عند مستوى معنوية 0.001، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي لمدى حرص عينة قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة 1.27، في حين بلغت قيمة الوسط الحسابي لنظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات 1.09؛ مما يعكس أن عينة الجامعة الحكومية كانت الأكثر حرصًا على التدريب من عينة الجامعة الخاصة ولو بفروق نسبية بسيطة. وقد يرتبط ذلك بطبيعة كلية الإعلام جامعة القاهرة وما تتميز به باعتبارها أول وأقدم مؤسسة أكاديمية وتعليمية في مصر في مجال الإعلام، وإمكانات التدريب العملي المتوفرة فيها للطلاب، وتمتعها ببنية أساسية من أستوديوهات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، ومراكز التدريب الموجودة داخل الكلية، هذا بالإضافة إلى تعاقد الكلية مع عديد من جهات التدريب الأجنبية، وحصول الكلية على شهادة الجودة والاعتماد، مما يؤثر في جودة تدريب الطلاب، وإن كانت كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات تمتلك مدينة كاملة للإنتاج الإعلامي، بالإضافة إلى التدريب العملي في المواد الدراسية، ولذلك كانت الفروق والاختلافات النسبية بسيطة بين كل من العينتين.

ومن خلال ما سبق ذكره نستخلص ثبات صحة الفرض جزئيًا.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

(جدول رقم 27)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.253 غير دال	198	ت=1.145	.49881	2.6935	62	ذكر	النوع
			.45238	2.7754	138	انثى	
0.375 غير دال	2 197	ف=0.986	.43549	2.7586	29	20-18	السن
			.48438	2.7342	158	22-20	
			.27735	2.9231	13	22 فأكثر	
			.46754	2.7500	200	الإجمالي	
0.061 غير دال	2 197	ف=2.832	.32777	2.8810	42	أقل من 5000	مستوى دخل الأسرة
			.53124	2.6804	97	من 5000 إلى 10000	
			.42401	2.7705	61	أكثر من 10000	
			.46754	2.7500	200	الإجمالي	
0.547 غير دال	198	ت=0.604	.46829	2.7700	100	جامعة القاهرة	نمط ملكية الجامعة والمعلومات
			.46829	2.7300	100	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا	

أكدت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة)، حيث بلغت قيمة ت 1.145، وقيمة ف 0.986، وقيمة ت 2.832، وقيمة ت 0.604 على التوالي لكل متغير، وهي قيم غير دالة إحصائية؛ مما يؤكد إدراك ووعي الطلاب عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات لدور المدربين في التدريب العملي ودور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، باختلاف النوع ما بين الإناث والذكور، وتنوع الفئات العمرية ومستويات الدخل، واختلاف نمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أشارت إلى الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو المدربين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي، واستثمار المدربين لوقت الدورة التدريبية والتدريب العملي بشكل فعال ومؤثر في شخصياتهم، وأن المدربين يبذلون أقصى جهدهم في التدريب العملي لإفادة الطلاب بالعملية التدريبية، كما يتميزون بالخبرة في العمل الإعلامي والكفاءة العالية في التدريب، فينقل المدربون في التدريب العملي والدورات التدريبية بمختلف المؤسسات التدريبية خبراتهم العملية بشكل فعال على المستوى الأكاديمي والمهني، وتتميز أساليبهم بالجادبية والتشويق؛ مما يؤكد فعالية دور المدربين وأهمية هذا الدور في عملية التدريب وإدراك الطلاب عينة الدراسة لذلك بشكل إيجابي، وأهمية دورهم في عملية التدريب بشكل عام وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي وفقاً لاحتياجاته ومتطلباته ووفقاً لخبرات المدربين

الأكاديمية والمهنية والعملية، وارتباطهم بسوق العمل ودراسته جيدًا بكافة نقاط قوته وضعفه، واحتياجاته ومتطلباته.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص عدم ثبات صحة الفرض كليًا، فلا توجد فروق واختلافات نسبية بين اتجاه الطلاب عينة الدراسة، باختلاف المتغيرات الديموجرافية ونمط التعليم، نحو دور المدربين في عملية التدريب العملي والدورات التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

(جدول رقم 28)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.729 غير دال	198	ت=0.347	.53339	2.5484	62	ذكر	
			.61385	2.5797	138	أنثى	
0.457 غير دال	2 197	ف=0.786	.54139	2.6897	29	20-18	
			.60355	2.5443	158	22-20	
			.50637	2.6154	13	22 فأكثر	
			.58893	2.5700	200	الإجمالي	
0.407 غير دال	2 197	ف=0.902	.57027	2.6667	42	أقل من 5000	مستوى دخل الأسرة
			.59349	2.5670	97	من 5000 إلى 10000	
			.59506	2.5082	61	أكثر من 10000	
			.58893	2.5700	200	الإجمالي	
0.150 غير دال	198	ت=1.445	.56237	2.6300	100	جامعة القاهرة	نمط ملكية الجامعة
			.61126	2.5100	100	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	

أكدت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة)، حيث بلغت قيمة ت **0.347**، وقيمة ف **0,786**، وقيمة ت **0.902**، وقيمة ت **1.445** على التوالي لكل متغير، وهي قيم غير دالة إحصائيًا؛ مما يؤكد إدراك ووعي الطلاب عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات لدور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل، باختلاف نوعهم ما بين الإناث والذكور، وتنوع الفئات العمرية ومستويات الدخل، واختلاف نمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أشارت إلى الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو التدريب العملي والدورات التدريبية، ودورها الفعال في تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي وفقًا لاحتياجاته ومتطلباته، ورؤيتهم لدور التدريب العملي والدورات

التدريبية في تطوير مهاراتهم الاتصالية بما يتناسب مع سوق العمل، وأن التدريب العملي يدعمهم في ممارسة العمل الإعلامي بكفاءة عالية وتميز، ويكسبهم الثقة الكاملة لخوض سوق العمل الإعلامي بجرأة وقوة، وتأثرهم بشخصيات المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية والسعي ليكونوا مثلهم في مجال العمل الإعلامي، وأن التدريب العملي جعلهم على دارية كاملة بأسس العمل الإعلامي، وأن التكلفة المادية للتدريب العملي والدورات التدريبية أقل بكثير مما يكتسبونه لممارسة العمل الإعلامي؛ مما يعكس الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل وإدراكهم لهذا الدور الفعال.

ومن خلال ما سبق ذكره، نستخلص عدم ثبات صحة الفرض كلياً، فلا توجد فروق واختلافات نسبية بين الطلاب عينة الدراسة، باختلاف المتغيرات الديموجرافية ونمط التعليم، في اتجاههم نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة).

(جدول رقم 29)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.371 غير دال	198	ت=0.896	.58561	2.4032	62	ذكر	النوع
			.60696	2.4855	138	أنثى	
0.470 غير دال	2 197	ف=0.758	.62776	2.5862	29	20-18	السن
			.60184	2.4367	158	22-20	
			.51887	2.4615	13	22 فأكثر	
			.60017	2.4600	200	الإجمالي	
0.284 غير دال	2 197	ف=1.269	.59420	2.4762	42	أقل من 5000	مستوى دخل الأسرة
			.57939	2.5155	97	من 5000 إلى 10000	
			.63332	2.3607	61	أكثر من 10000	
			.60017	2.4600	200	الإجمالي	
0.099 غير دال	198	ت=1.657	.55877	2.5300	100	جامعة القاهرة	نمط ملكية الجامعة
			.63397	2.3900	100	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	

أكدت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور مؤسسات التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة المتمثلة في (النوع، والسن، ومستوى دخل الأسرة، ونمط ملكية الجامعة)، حيث بلغت قيمة ت 0.896، وقيمة ف 0.758، وقيمة ف 1.269، وقيمة ت 1.657 على التوالي لكل متغير، وهي قيم غير دالة إحصائياً؛ مما يؤكد إدراك ووعي الطلاب عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلتي الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة

للتكنولوجيا والاتصال لدور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل، باختلاف النوع ما بين الإناث والذكور، وتنوع الفئات العمرية ومستويات الدخل، واختلاف نمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص.

تتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أشارت إلى الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل، حيث تمنحهم هذه المؤسسات شهادات معتمدة في سوق العمل، كما توفر لهم فرصة للتدريب على أيدي نخبة من المدربين المحترفين ونجوم العمل الإعلامي؛ مما يجعلهم متميزين في ميدان العمل، وتدرس مؤسسة التدريب احتياجات سوق العمل الإعلامي وتؤهلهم له، ويعتمد التدريب فيها على سلسلة برامج متخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون، وتخضع برامج التدريب التي تقدمها مؤسسة التدريب لمعايير الجودة مما يجعلهم مؤهلين لسوق العمل، واستفادة عينة الدراسة من التدريب العملي والدورات التدريبية لمؤسسات التدريب بمختلف أنماطها وأنواعها في التأهيل لسوق العمل، كما تحاكي برامج التدريب الأكاديمي طبيعة العمل الإعلامي؛ مما يؤهلهم لسوق العمل ومتطلباته، وتقوم مؤسسات التدريب بدور تحفيزي لعينة الدراسة من خلال دعمهم بعديد من الجوائز والمنح المجانية التي تساعدهم في التأهيل لسوق العمل، وتساعد هذه المؤسسات من خلال العلاقات مع المدربين في توفير فرص عمل مميزة للطلاب، كما تساعدهم في إيجاد فرص عمل، وفي بعض الأحيان تتبنى بعض مؤسسات التدريب المشروعات المميزة للطلاب عينة الدراسة وتدعمها وتسوقها لتوفير فرص عمل لهم، وتنظم بعض مؤسسات التدريب ملتقيات إعلامية وأكاديمية لتأهيل عينة الدراسة لسوق العمل.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص عدم ثبات صحة الفرض كلياً، فلا توجد فروق واختلافات نسبية بين اتجاه الطلاب عينة الدراسة، باختلاف المتغيرات الديموجرافية ونمط التعليم، نحو دور مؤسسات التدريب العملي في تأهيلهم لسوق العمل.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية ونمط ملكية مؤسسة التدريب.

(جدول رقم 30)

الإجمالي		مراكز تدريب خاصة		مراكز تدريب حكومية		نمط ملكية مؤسسة التدريب مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي
%	ك	%	ك	%	ك	
82	164	77.3	102	91.2	62	نعم
18	36	22.7	30	8.8	6	لا
100	200	100	132	100	68	الإجمالي

كا: 2: 5.878 درجة الحرية: 1 معامل التوافق: 0.169 مستوى المعنوية: 0.015 دال

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية ونمط ملكية مؤسسة التدريب، حيث بلغت قيمة كالا 5.878، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.015؛ مما يعني وجود اختلافات وفروق نسبية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، حيث حرص الطلاب على التدريب في مؤسسات التدريب الحكومية بنسبة أكبر من مؤسسات التدريب الخاصة بنسبتي 91.2% و77.3% على التوالي، بفارق نسبي بينهما بلغ 13.9%، ولم تحرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مؤسسات التدريب الخاصة بنسبة 22.7%، ومؤسسات التدريب الحكومية بنسبة 8.8%. وتتفق هذه النتائج مع النتائج السابقة للدراسة التي أكدت حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية وأهميتها في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، واتجاههم الإيجابي نحو هذه المؤسسات بمختلف أنماط ملكيتها، واتجاههم الأكثر إيجابية نحو مؤسسات التدريب الحكومية عن مؤسسات التدريب الخاصة التي رأت نسبة من العينة أنها مؤسسات استثمارية تهدف إلى الربح، ولا تحرص على جودة العملية التدريبية بقدر حرصها على الاستثمار وتحقيق الربح. كما أشارت عينة الدراسة أنها تكتفي بالتدريب العملي في المؤسسات الأكاديمية التعليمية سواء بشكل منفصل أو تابع للمواد الدراسية، وعبرت عن ضرورة تفعيل دور مؤسسات التدريب الحكومية والتابعة للمؤسسات الإعلامية مثل معهد الإذاعة والتلفزيون.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص ثبات صحة الفرض كليًا بوجود فروق نسبية بين حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية بين مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة.

6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والاشتراك في الدورات التدريبية وكل من:

- 1-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل.
- 2-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.
- 3-6- اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل.

(جدول رقم 31)

مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والدورات التدريبية			اتجاه عينة الدراسة نحو
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل.
دال	0.000	**0.363	تقييم الطلاب لدور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.
دال	0.000	**0.278	تقييم الطلاب لدور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل.
دال	0.000	**0.223	حجم العينة
200			

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية وتقييمهم لدور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة بيرسون 0.363، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000؛ مما يعني أنه كلما زاد حرص الطلاب عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، ارتفع اتجاههم الإيجابي نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أكدت الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة، باختلاف العوامل الديموجرافية ونمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص، نحو المدربين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي في التدريب العملي الذي تلقونه والدورات التدريبية التي التحقوا بها، ونحو الدور الفعال للمدربين في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام.

كما أكدت نتائج الدراسة الميدانية وجود علاقة ارتباطية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية واتجاههم نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة بيرسون 0.278، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000؛ مما يعني أنه كلما زاد حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، ارتفع اتجاههم الإيجابي الخاص بتقييم دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أكدت الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة، باختلاف العوامل الديموجرافية واختلاف نمط التعليم ما بين الجامعات الحكومية والخاصة، نحو التدريب العملي الذي تلقونه والدورات التدريبية التي التحقوا بها، ونحو دور ذلك في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مدى حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية واتجاههم نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة بيرسون 0.223، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.000؛ مما يعني أنه كلما زاد حرص عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية، ارتفع اتجاههم الإيجابي نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة للدراسة التي أكدت الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة باختلاف العوامل الديموجرافية ونمط التعليم ما بين التعليم الحكومي والخاص نحو المؤسسات التدريبية باختلاف أنماطها وملكيته ما بين المؤسسات الأكاديمية التعليمية، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب النقابية، ومؤسسات التدريب التابعة لجهات أجنبية، ومؤسسات التدريب التي تعتمد على تمويل أجنبي في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، وإدراكهم لهذا الدور الفعال والمهم لهذه المؤسسات المسؤولة عن المكونات والعناصر الأساسية لعملية التدريب التي تتضمن كل من المدربين والمضمون التدريبي

والدورات التدريبية وأجهزة ومعدات التدريب وصولاً للطالب الذي يعد المنتج النهائي لهذه العملية ويعكس مدى فعاليتها في توظيفه في سوق العمل في مجال الإعلام.

من خلال ما سبق ذكره، تتأكد صحة الفرض كلياً ويتأكد الارتباط بين مدى حرص الطلاب عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، باختلاف العوامل الديموجرافية فيما بينهم وفقاً لمتغير النوع والفئة العمرية ومستوى دخل الأسرة ونمط التعليم ما بين الحكومي والخاص، واتجاههم الإيجابي نحو تقييم دور المدربين والدورات التدريبية ومؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وهو ما يتفق مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال عديد من المقاييس، مما يؤكد الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو نموذج الدراسة المقترح الذي يتكون من تقييم العناصر الأساسية لعملية التدريب وقياس اتجاهات عينة الدراسة نحوها التي تضمنت مؤسسات التدريب بمختلف أنواعها وملكيته، والدورات التدريبية ومضمونها وأهدافها، والمدربين الأكاديميين والممارسين للعمل الإعلامي القائمين على التدريب العملي.

7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية مؤسسات التدريب وكل من:

7-1- اتجاه عينة الدراسة نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل.

(جدول رقم 32)

الإجمالي		مراكز تدريب خاصة		مراكز تدريب حكومية		نمط ملكية مؤسسة التدريب اتجاه عينة الدراسة لدور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
1.5	3	1.5	2	1.5	1	سلبي
22	44	27.3	36	11.8	8	محايد
76.5	153	71.2	94	86.8	59	إيجابي
100	200	100	132	100	68	الإجمالي

كا: 6.326 درجة الحرية: 2 معامل التوافق: 0.175 مستوى المعنوية: 0.042 دال

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية مؤسسات التدريب ما بين الحكومية والخاصة و اتجاه عينة الدراسة لدور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة كا 6.326، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.042، حيث كان اتجاه عينة الدراسة أكثر إيجابية نحو المدربين في مؤسسات التدريب الحكومية عن مؤسسات التدريب الخاصة، حيث بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي 86.8% و 71.2% على التوالي، وتُلاحظ الفروق النسبية بين الاتجاهين التي بلغت 15.6%، في حين بلغت نسبة الاتجاه المحايد لعينة الدراسة نحو دور المدربين في مؤسسات التدريب الخاصة والحكومية في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام 27.3% و 11.8% على التوالي بفارق نسبي يبلغ 15.5%، في حين

تساوت نسبة الاتجاه السلبي لعينة الدراسة نحو المدربين في مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة، حيث انخفض إلى 1.5% لكل منهما على حدة.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص أن اتجاه عينة الدراسة أكثر إيجابية نحو دور المدربين في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام في مؤسسات التدريب الحكومية بشكل أكبر من مؤسسات التدريب الخاصة، وقد يرتبط ذلك برؤية عينة الدراسة لأغلب مؤسسات التدريب الخاصة باعتبارها جهات استثمارية هدفها الأول والأخير الربح، وعدم اهتمامها بجودة العملية التدريبية والمدربين بقدر اهتمامها بالاستثمار وتحقيق الربح، هذا بالإضافة إلى تأكيد عينة الدراسة ارتفاع التكلفة المادية للدورات التدريبية في مؤسسات التدريب الخاصة، وقد يرتبط ذلك أيضاً باتجاه عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة — التي تمثل الجامعات حكومية — التي أكدت أن مؤسسات التدريب الحكومية تعتمد على مدربين نجوم وممارسين للعمل الإعلامي؛ مما يساعدهم في كيفية التأهيل لسوق العمل، وأن المدربين في مؤسسات التدريب الحكومية مؤهلين علمياً ومتخصصين في الإعلام، ويتمتعون بمهارات اتصالية فائقة، كما يتميز أسلوبهم بالجاذبية والنشوي، ولديهم الكفاءة في استثمار وقت التدريب العملي والدورة التدريبية، ويؤثرون بشكل فعال في شخصياتهم، كما يبذلون أقصى جهدهم لأفادته الطلاب في العملية التدريبية، ويتميزون بخبرتهم في العمل الإعلامي وكفاءتهم العالية في التدريب، وينقلون خبراتهم العملية لعينة الدراسة بشكل فعال.

2-7- اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل.

(جدول رقم 33)

الإجمالي		مراكز تدريب خاصة		مراكز تدريب حكومية		نمط ملكية مؤسسة التدريب اتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
5	10	6.1	8	2.9	2	سلبي
33	66	36.4	48	26.5	18	محايد
62	124	57.6	76	70.6	48	إيجابي
100	200	100	132	100	68	الإجمالي

كا: 3.430 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.180 غير دال

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق نسبية بين نمط ملكية مؤسسات التدريب بين المؤسسات الحكومية والخاصة واتجاه عينة الدراسة نحو دور الدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة كا 3.430، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، عند مستوى معنوية 0.180. وقد يرتبط ذلك بالاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة، باختلاف العوامل الديموجرافية ونمط التعليم، نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية بمختلف أنماط ملكيتها في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وهو

ما يتوافق مع الاتجاهات الإيجابية للطلاب عينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، حيث كانت الفروق النسبية في الاتجاهات بينهم بسيطة للغاية، وقد يرتبط ذلك أيضًا بإدراك عينة الدراسة لأهمية الدورات التدريبية التي تقدمها مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة على حد سواء في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام.

7-3- اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل.

(جدول رقم 34)

الإجمالي		مراكز تدريب خاصة		مراكز تدريب حكومية		نمط ملكية مؤسسة التدريب اتجاه عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
5.5	11	6.8	9	2.9	2	سلبى
43	86	42.4	56	44.1	30	محايد
51.5	103	50.8	67	52.9	36	إيجابى
100	200	100	132	100	68	الإجمالي

كا: 2.298 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.523 غير دال

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم وجود فروق نسبية بين نمط ملكية مؤسسات التدريب بين المؤسسات الحكومية والخاصة واتجاهات عينة الدراسة لدور مؤسسات التدريب في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت قيمة كا 2.298، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.523. وقد يرتبط ذلك بالاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة باختلاف العوامل الديموجرافية ونمط التعليم نحو دور مؤسسات التدريب باختلاف نمط ملكيتها في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام. وهو ما يتوافق مع الاتجاهات الإيجابية لعينة الدراسة من قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة نحو هذه المؤسسات الحكومية وخاصة.

يتضح من بيانات الجدول السابق الفروق النسبية البسيطة بين اتجاهات عينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، حيث بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي 52.9% و 50.8% على التوالي لكل نوع على حدة، وبلغت نسبة الاتجاه المحايد لعينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة في تأهيلهم لسوق العمل 44.1% و 42.4% على التوالي، وهي فروق نسبية بينهما، وانخفض الاتجاه السلبي نحو دور كل من مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة في تأهيلهم لسوق العمل إلى 2.9% و 6.8% على التوالي.

من خلال ما سبق ذكره، نستخلص ثبات صحة الفرض جزئيًا، حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه عينة الدراسة لدور المدربين ما بين مؤسسات التدريب الحكومية والخاصة في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، في حين لم

تثبت صحة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم في اتجاه دور الدورات التدريبية والمؤسسات التدريبية ما بين الحكومية والخاصة في تأهيلهم لسوق العمل.

خلاصة الدراسة وأهم النتائج:

تحددت المشكلة البحثية للدراسة في قياس اتجاهات طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل، وتم اختيار كلية الإعلام جامعة القاهرة لتمثيل الجامعات الحكومية، وكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات لتمثيل الجامعات الخاصة. وتم اختيار عينة يبلغ عددها 200 طالب من قسم الإذاعة والتلفزيون بالأسلوب العشوائي الانتقائي موزعة بالتساوي بين كل من الكليتين. واستخدمت نظرية التعلم الاجتماعي ونظريات المعرفة كإطار نظري للدراسة. واعتمدت الدراسة على نموذج لقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو دور المؤسسات التدريبية في مجال الإعلام في تأهيلهم لسوق العمل، وذلك من خلال تقييم المؤسسات التدريبية باختلاف أنواعها وأنماط ملكيتها، والمضمون التدريبي والدورات التدريبية التي تقدمها، والمدرسين الذين تستعين بهم المؤسسات التدريبية في مجال التدريب العملي، ومدى ملائمة كل هذه العناصر التي تمثل عناصر العملية التدريبية لتأهيل عينة الدراسة لسوق العمل في مجال الإعلام، وملائمة احتياجاته ومتطلباته. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1- رأت نسبة 53% من عينة الدراسة أن مؤسسات التدريب في مجال الإعلام تسهم إلى حد ما في تأهيلهم لسوق العمل، في حين أكدت نسبة 39.5% أن هذه المؤسسات تسهم بدرجة كبيرة في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، وكان طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة الأكثر تعبيراً عن ذلك من نظرائهم في كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والاتصال.

2- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أساليب تعرف عينة الدراسة على المؤسسات والدورات التدريبية في مجال الإعلام بنسبة 67%، يأتي بعدها بفارق نسبي كبير الأصدقاء بنسبة 43%، وإعلانات الكليات بنسبة 42%. وكان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة الأكثر معرفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة، في حين كان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر معرفة بمؤسسات التدريب والدورات التدريبية من خلال إعلانات الكلية بنسبة أكبر من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

3- التحقت عينة الدراسة بمؤسسات التدريب الخاصة بكليتهم وجامعتهم بنسبة 59.5%، ثم مؤسسات التدريب الخاصة بنسبة 42%. وكان طلاب قسم

الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة الأكثر التحاقًا بمؤسسات التدريب الخاصة بكليتهم وجامعتهم من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، في حين كان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة الأكثر التحاقًا بمؤسسات التدريب الخاصة من نظرائهم بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

4- أكدت عينة الدراسة أن مؤسسات التدريب الخاصة أكثر فاعلية في تدريبهم وتأهيلهم لسوق العمل الإعلامي من مؤسسات التدريب الحكومية بنسبة 66% و34% على التوالي، ورأى ذلك طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات عينة الدراسة بنسبة أعلى من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة حيث بلغت 87% و 45% على التوالي.

5- توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 71% من عينة الدراسة التحقوا بدورات تدريبية في مجال التلفزيون، و42% في مجال الإذاعة، و12.5% في مجال العلاقات العامة والإعلان.

6- اتفقت عينة الدراسة على أن الدورات التدريبية الأكثر انتشارًا وطلبًا في سوق العمل بمجال الإعلام هي: التقديم التلفزيوني بنسبة 38.5%، وصناعة الأفكار الإبداعية بنسبة 32%، والتصوير التلفزيوني بنسبة 31%. واختلفت هذه الدورات بين عينة الدراسة في الجامعة الحكومية والخاصة، فتحددت الأولوية لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة في كل من التقديم التلفزيوني، والتصميم والجرافيك، والكتابة للتلفزيون، في حين تحددت الأولوية لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والاتصال في المونتاج، والتقديم التلفزيوني، والإخراج السينمائي، والتصوير التلفزيوني.

7- أكدت عينة الدراسة بنسبة 64.5% أن كل من ممارسي العمل الإعلامي والإكاديميين معًا هما الأكثر فعالية في تنظيم التدريب العملي وإلقاء الدورات التدريبية وتأهيلهم لسوق العمل، وكان اتجاههم نحو دور المدربين في التدريب العملي والدورات التدريبية إيجابيًا بنسبة 76.5%، وكان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من طلاب كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات بنسبة بلغت 79% و74% على التوالي.

8- جاء اتجاه عينة الدراسة إيجابيًا نحو مضمون التدريب العملي والدورات التدريبية بنسبة 62%، وكان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية

الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث بلغت نسبته 67% و57% على التوالي.

9- بلغت نسبة الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو مؤسسات التدريب العملي والمسئولة عن الدورات التدريبية 51.5%، وكان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات حيث بلغت نسبته 56% و47% على التوالي.

10- جاء اتجاه الطلاب عينة الدراسة إيجابياً بنسبة 65% نحو دور التدريب العملي والدورات التدريبية في تأهيلهم لسوق العمل في مجال الإعلام، وكان اتجاه طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات حيث بلغت نسبته 73% و57% على التوالي بفارق نسبي بلغ 16%.

11- أكدت نتائج الدراسة الميدانية الاتجاه الإيجابي لعينة الدراسة نحو دور مؤسسات التدريب العملي في تأهيلهم لسوق العمل بنسبة بلغت 62.5%، وكان اتجاه طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة عينة الدراسة أكثر إيجابية من نظرائهم بكلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث بلغت نسبته 70% و55% على التوالي بفارق نسبي بلغ 15%.

12- عرضت عينة الدراسة عديداً من المقترحات لمؤسسات التدريب العملي لتأهيل الطلاب لسوق العمل في مجال الإعلام، ومن أهمها ضرورة وجود مركز تدريب متخصص ومركزي لكليات وأقسام الإعلام لتأهيل الطلاب لسوق العمل، وضرورة الاعتماد على التقنيات الحديثة والتكنولوجيا في التدريب، وتكثيف الجزء العملي في دراسة الإعلام، وزيادة مدة التدريب العملي، والتدريب داخل المؤسسة الأكاديمية بأساليب أكثر فعالية، وكذلك تفعيل الزيارات الميدانية لمؤسسات الإعلام في مجال الإذاعة والتلفزيون، والاعتماد على التحفيز في التعلم والتدريب، وضرورة تفعيل دور معهد الإذاعة والتلفزيون في عملية التدريب والدورات التدريبية، وضرورة وجود مراكز لمؤسسات التدريب الكبرى في كليات الإعلام بجميع الجامعات الحكومية والخاصة، وفرض نوع من الرقابة على مؤسسات التدريب، إلى جانب توفير زيارات محاكاة للتدريب بين المؤسسات التدريبية المختلفة، وضرورة التنسيق بين المؤسسات الأكاديمية التعليمية ومؤسسات التدريب ومؤسسات العمل في مجال الإذاعة والتلفزيون.

13- حرصت عينة الدراسة على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية في مجال التخصص بنسبة 82%، وكان طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة أكثر حرصًا على التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية من طلاب كلية الإعلام الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، حيث بلغت النسبة 91% و73% على التوالي، بفارق نسبي بلغ 18%.

التوصيات:

- 1- ضرورة التنسيق بين مؤسسات التدريب بمختلف أنماطها وأنواعها بشكل عام، وضرورة التنسيق بين المؤسسات الأكاديمية التعليمية في مجال الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، ومؤسسات التدريب الخاصة، ومؤسسات التدريب التابعة لجهات إعلامية، ومؤسسات التدريب التي تعتمد على تمويل خارجي.
- 2- الاستفادة من الدراسات والبحوث الأكاديمية التي أُجريت في مجال التدريب العملي وتقييمه بجميع عناصره في مجال الإعلام بشكل عام، والإذاعة والتلفزيون بشكل خاص، ومحاولة توظيفها في تطوير التدريب وتلبية احتياجات الطلاب لتطويرهم ورفع مستواهم ودعمهم بما يتناسب مع متطلبات سوق العمل واحتياجاته.
- 3- محاولة تشكيل لجنة مركزية من أسانذة الإعلام، وممارسي العمل الإعلامي في تخصص الإذاعة والتلفزيون؛ للتنسيق بين احتياجات سوق العمل ومهارات وخصائص الطلاب وتنميتها وفقًا لهذه المتطلبات والاحتياجات لسوق العمل.
- 4- توفير مؤسسة تدريب مركزية لطلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بمختلف كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة، على أن يكون لها مراكز فرعية في مقر هذه الكليات بمختلف الجامعات لمتابعة عملية التدريب العملي وتطويرها، وتوعية الطلاب بأهمية التدريب العملي والالتحاق بالدورات التدريبية المناسبة لهم، ودور ذلك في تأهيلهم لسوق العمل من خلال رصد احتياجات ومتطلبات سوق العمل في تخصص الإذاعة والتلفزيون بمجال الإعلام.
- 5- ضرورة فرض رقابة على مؤسسات التدريب بشكل عام، ومؤسسات التدريب الخاصة بشكل خاص، وتصحيح صورتها لدى الطلاب، وتوضيح أنها ليست مجرد مؤسسات استثمارية تهدف إلى تحقيق الربح.
- 6- ضرورة تفعيل دور المؤسسة الأكاديمية التعليمية في عملية التدريب العملي والدورات التدريبية؛ لتكون المسئول الأول عنه والمنسق الأساسي والمركزي مع مؤسسات التدريب الأخرى بمختلف أنواعها وأنماطها.

مراجع الدراسة

- (1) مناور الراجحي. بحوث إشكاليات التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام وكيالاته بالجامعات العربية: دراسة تقييمية. *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الانسانية*، مجلد 11، عدد 2، 2011م
- (2) نسيم الطويسي. جودة التدريب الإعلامي في الأردن. *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، مجلد 8، عدد 2، 2015م.
- (3) هاجر شعبان سعداوي. أثر فاعلية عناصر الإدارة الإعلامية على الأداء المؤسسي للتقنيات التلفزيونية وقت الأزمات: دراسة تطبيقية مقارنة. *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم إعلام، 2019).
- (4) وليد إسماعيل حسن استخدامات القائمين بالاتصال لمراكز المعلومات التكنولوجية باتحاد الإذاعة والتلفزيون: دراسة تطبيقية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2011).
- (5) حسام محمد الهامي علي. تأثير التطور في تكنولوجيا الصحافة على نظم التأهيل الأكاديمي والتدريب المهني للصحفيين في مصر: دراسة تتبعية في الفترة من 1985 إلى 2000. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية إعلام، قسم الصحافة، 2004).
- (6) هاجر شعبان. *مرجع سابق*.
- (7) معتز أحمد عبد الفتاح عبد الحميد التأهيل والتدريب في المؤسسات الصحفية وعلاقته بالأداء المهني للصحفيين المصريين: دراسة ميدانية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة بني سويف: كلية الآداب، قسم الصحافة، 2016).
- (8) بدر بن أحمد بن سعيد البلوشي. فعالية التخطيط الاستراتيجية في تنمية وتطوير رأس المال البشري في أقسام الإعلام بالجهاز الإداري لسلطنة عمان: دراسة ميدانية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015).
- (9) نسيم الطويسي. *مرجع سابق*.
- (10) عبد العزيز سعيد الخياط. اتجاهات موظفي إدارات العلاقات العامة في الجامعات الحكومية والأهلية بالمملكة العربية السعودية نحو التدريب. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (السعودية: جامعة الملك سعود، كلية الآداب، 2013).
- (11) محمد محمد السيد الغنام الإعداد المهني للمعلق الرياضي على مباريات كرة القدم في التلفزيون. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة بورسعيد: كلية التربية الرياضية للبنين والبنات، قسم الإدارة الرياضية والترويج، 2013).
- (12) وليد إسماعيل حسن. *مرجع سابق*.
- (13) أحمد عرابي حسين محمد الترك. أثر الخصائص المهنية والنفس اجتماعية للصحفيين الفلسطينيين على اتجاهاتهم نحو الاحتراف المهني. *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2009).
- (14) طاهر محمد منصور محمد. فاعلية برنامج تدريبي قائم على الكفايات لإكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات إنتاج الأفلام التربوية القصيرة. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2017).
- (15) إيمان نور الدين عبد العزيز عطية. فعالية تقنيات الاتصال التعليمي التقليدية والإلكترونية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
- (16) Shannon Kristin Arnold. Student Expectations and Reflections of a Study Away Course Experience to Washington, D.C. *Journal of Applied Communications*. 2016.
- (17) ماجدة عبد المنعم مخلوف. الفجوة بين مواصفات خريج العلاقات العامة والإعلان من الجامعات المصرية واحتياجات سوق العمل. في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. المجلد الثاني عشر. العدد الرابع. أكتوبر/ديسمبر 2013.

- (17) LYNN Scho Field Clark. Cultivating the Media Activist: How critical Media literacy and critical service learning can reform journalism education journalism. Vol 14. NO 7. **SAGE PUBLICATION**. OCT 2013.
- (18) إيمان محمد حسني عبد الله. المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب الجامعي المصري كمتكون لإعلامه الخاص: في ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفي. في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 40. إبريل/يونيو 2012.
- (19) أشرف جلال حسن. واقع مستقبل التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي: دراسة حالة على التجربة المصرية. في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد السادس. العدد الثاني. يونيو/سبتمبر 2005.
- (20) وفاء عبد الخالق ثروت. التدريب الإذاعي والتلفزيوني في الطلاب أقسام الإعلام: دراسة حالة تقويمية لقسام الإعلام جامعة المنيا. في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد السادس. العدد الثاني. يونيو/ديسمبر 2005.
- (21) Patrich Lee Plaisance. An assessment of Media ETHICS Education course content and Values & Ethics ideologies of media ethics students. **Journalism & mass communication educator**. Vol 61. No 4. Dec 2006
- (22) أشرف جلال حسن. **مرجع سابق**.
- (23) محمد سعد إبراهيم. إشكاليات التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام بالجامعات الإقليمية. في: **مجلة الآداب والعلوم الإنسانية**. العدد الخمسين. جامعة المنيا. كلية الآداب. أكتوبر 2003.
- (24) مصطفى ديب مصطفى رضوان. بظالة خريجي الصحافة والإعلام مشكلات وحلول: دراسة حالة قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. (غزة: الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، 2017).
- (25) دينا يحيى. تقييم طلاب الإعلام للأداء المهني لبرامج التوك شو التلفزيونية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. العدد 51. إبريل/يونيو 2015.
- (26) نسيم الطويسى. **مرجع سابق**.
- (27) ماجدة مخلوف. **مرجع سابق**.
- (28) Andrew Ling Wall and Scatl Kuehn. Measuring Students Self-perception of writing skills in program of journalism and mass communication. In: **journalism and mass communication educator**. Vol 68. Dec 2013.
- (29) حسام إلهامى. **مرجع سابق**.
- (30) مناور الراجحي. **مرجع سابق**.
- (31) أحمد أبو سعيد. واقع تعليم الإعلام في الجامعات الفلسطينية في ضوء تطبيق مبادئ الجودة الشاملة بالتطبيق على أقسام الإعلام في جامعات قطاع غزة. في: **المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي**. جامعة العلوم والتكنولوجيا. صنعاء. اليمن. المجلد الثاني. العدد 3. 2009.
- (32) Marcia W.DiStaso, Don W.Stacks, Carl H.Botan. State of public relations education in the United States: 2006 report on a national survey of executives and academics. **Public Relation Review**. Vol 35. Issue 3. SEP 2009.
- (33) أحمد فاروق رضوان. احتياجات التدريب وتقييمه لدى العاملين في العلاقات العامة: دراسة على عينة من العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام بمنظمات وشركات مصرية وخليجية. في: **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. العدد 27. يناير 2007.
- (34) شيماء السيد سالم. تقييم طلاب أقسام العلاقات العامة للدراسة التخصصية ومدى انعكاسه على اتجاهاتهم نحو مستقبل العلاقات العامة في بعض الجامعات الحكومية. في: **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. العدد 28. أكتوبر 2007.

- (35) Sriramesh, Kf Hornaman L. Public Relation as Profession: An Analysis of curricular content in U.S. **Journal of Creative Communication**. Vol i. No 2. 2006.
- (36) Giselle A. Auger, Moonhee Cho. A Comparative Analysis of Public Relations Curricula: Does It Matter Where You Go to School, and Is Academia Meeting the Needs of the Practice?. @sage Journals. 2014.
- (37) Wonjun Chung ،Jinbong Choi. Professionalism in Public Relations Pedagogy: A Comparative Analysis of Public Relations Curricula among the United States, the United Kingdom, and South Korea. **Researchgate**. Nov 2012. Available at: 275438491_Professionalism_in_Public_Relations_Pedagogy_A_Comparative_Analysis_of_Public_Relations_Curricula_among_the_United_States_the_United_Kingdom_and_South_Korea.
- (38) Patrich Lee Plaisance. **Op.cit**.
- (39) ظاهر منصور . مرجع سابق .
- (40) ماجدة مخلوف . مرجع سابق .
- (41) مناور الراجحي . مرجع سابق .
- (42) محمد سعد إبراهيم . مرجع سابق .
- (43) راشد محمد عبد الجليل . إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي تكاملي . (القاهرة: دار النشر الذهبي للطباعة، 2000م) ص 300-301.
- (44) نوال الصفتي . إعداد القائم بالاتصال في الصحافة المصرية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ديسمبر 2001، ص 95.
- (45) نسيم الطويسي . مرجع سابق .
- (46) أحمد ذكي صالح . التعليم أسسه ومناهجه ونظرياته . (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 2011م) . ص 9.
- (47) Alan Pritchard& John Woollard. **Social Learning Theory: Psychology for the Classroom: constructivism and Social Learning**. (London;Newyork: Routledge, 2010). P.7.
- (48) Claudi Pahl, Wostle& Matt Harc. Processes of Social Learning in Integrated Resources Mangement. **Journal of Community and Applied Social Psychology**, 14, 193-206, 2004. Published online in Wiley Inter science. Aviable at: www.interscience.wiley.com. DOI:10.1002/Casp.774.p.194.
- (49) Stanley.J.Baran& Dennis.K.Davis. **Introduction to Mass Communication Theory**. (Canda: Cengage Learning, 2012). P.159-161.
- (50) Alan Pritchard& John Woollard. **Op.Cit**. P.16-18.
- (51) Edmund O'Sullivan, Amish, Morrell and Mary, Ann O'connor. **Expanding the Boundaries of Transformative Learning: Essays on Theory and Praxis**. (USA: Palgrave, 2008).P.XVII, XIX.
- (52) Alan Pritchard& John Woollard. **Op.Cit**. P.16-18.
- (53) Alan Pritchard& John Woollard. **Ibid**. P.7,8,14,18.
- (54) Alan Pritchard& John Woollard. **Ibid**. P.15-14
- (55) أ.د. ماجي الحلواني . أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة .
أ.د. هبة السمرى . أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة .
أ.د. هويدا مصطفى . أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة .
أ.د. حنان يوسف . أستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس .

أ.د. وسام نصر. الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
أم.د. نشوى عقل. الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
(56) صلاح الدين محمود علام.. الأساليب الإحصائية الاستدلالية في تحليل بيانات البحوث
النفسيه والتربوية الاجتماعية: البارامترية واللابارامترية. (القاهرة: دار الفكر العربي.
2010م). ص3735.
أمانى موسى محمد.. التحليل الإحصائى للبيانات. (القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث.
كلية الهندسة. جامعة القاهرة. 2007م). ص102.103.