

The Reality of Media Training Programs for Palestinian Female Journalists in Light of Digital Media

Ahmed Oraby Hussein Al Turk^{1a} 

¹Department of Journalism and Media, College of Arts, Islamic University of Gaza, Gaza, Palestine.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

Objectives: This study aims to reveal the reality of media training for Palestinian female journalists in the Gaza governorates in light of developments in digital media, to identify the nature of professional training that meets their needs, and to evaluate the effectiveness of the training programs provided to them from their own perspective.

Methodology: The study relied on the descriptive method, using a survey approach. A questionnaire was applied to a random sample of (80) Palestinian female journalists working in media institutions in the Gaza governorates.

Results: The results showed that the most prominent obstacles facing media training were reliance on traditional methods (72.5%), similarity of training topics (63%), and weak funding (52.5%). Additionally, (45%) of respondents indicated the scarcity of specialized training departments within media institutions, (35%) stated that training lacks integration between theory and practice, and (33.75%) pointed to the failure to keep up with technological developments as one of the most significant challenges limiting the success of media training.

Conclusion: The study reveals a clear gap between the requirements of professional development for Palestinian female journalists and the reality of the training programs provided to them. This calls for updating methods, diversifying topics, and strengthening the practical and technological aspects of media training to ensure its effectiveness and responsiveness to field needs.

Keywords: Media training, Palestinian female journalists, digital media.

OPEN  ACCESS

^a Corresponding author: E-mail address: ahmadoraby@iugaza.edu.ps, +970 599697278

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v17i69.1277>

Received: 01/06/2025, Revised: 14/07/2025, Accepted: 14/07/2025, Published: 28/09/2025

واقع برامج التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في ظل الإعلام الرقمي

أحمد عرابي حسين الترك¹

¹ قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، غزة، فلسطين.

مستخلص

الأهداف: تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة في ظل تطورات الإعلام الرقمي، والتعرّف إلى طبيعة التدريبات المهنية التي تلبي احتياجاتهن، فضلاً عن تقييم فاعلية البرامج التدريبية المقدّمة لهن من وجهة نظرهن.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، مستخدمةً أسلوب المسح، إذ تم تطبيق استمارة الاستبانة على عيّنة عشوائية من الصحفيات الفلسطينيات العاملات في المؤسسات الإعلامية بمحافظات غزة، البالغ عددهن (80) صحفية.

النتائج: أظهرت النتائج أن أبرز المعوّقات التي تواجه التدريب الإعلامي تتمثل في اعتماد الأساليب التقليدية بنسبة (72.5%)، وتشابه موضوعات التدريب بنسبة (63%)، وضعف التمويل بنسبة (52.5%)، كما أشارت (45%) من المبحوثات إلى ندرة الأقسام المتخصصة بالتدريب داخل المؤسسات الإعلامية، فيما أوضحت (35%) أن التدريب يفتقر إلى الدمج بين الجانب النظري والعملية، وبيّنت (33.75%) أن عدم مواكبة التطورات التكنولوجية يُعدّ من أبرز المشكلات التي تحدّ من نجاح التدريب الإعلامي.

الخلاصة: تكشف الدراسة عن وجود فجوة واضحة بين متطلبات التطوير المهني للصحفيات الفلسطينيات وواقع البرامج التدريبية المقدّمة لهن، مما يستدعي تحديث الأساليب، وتنويع الموضوعات، وتعزيز الجانب التطبيقي والتكنولوجي في التدريب الإعلامي، لضمان فاعليته واستجابته لاحتياجات الميدان.

الكلمات المفتاحية: التدريب الإعلامي، الصحفيات الفلسطينيات، الإعلام الرقمي.

مقدمة

تُعدّ برامج التدريب الإعلامي، ولا سيما في مجال الإعلام الرقمي، من الركائز الأساسية لتطوير الكفاءة المهنية وصقل المهارات الصحفية. وتكتسب هذه البرامج أهمية خاصة بالنسبة للصحفيات الفلسطينيات في غزة، في ظل التحولات التي فرضتها أحداث السابع من أكتوبر 2023، وما نتج

عنها من تحديات ميدانية مرتبطة بتغطية الحرب والأزمات. وتسعى هذه الدراسة إلى استقصاء واقع التدريب الإعلامي الرقمي الموجه للصحفيات الفلسطينيات بمحافظة غزة، من خلال تقييم مدى فاعليته وأثره في تطوير الأداء المهني، فضلاً عن الكشف عن أبرز التحديات والمعوقات التي تعترض الاستفادة منه، وذلك بهدف الاسهام في تحسين جودة البرامج التدريبية المستقبلية بما يتناسب مع احتياجاتهن المهنية وطموحاتهن.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في استقصاء واقع التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في غزة، من خلال تقييم فاعلية البرامج التدريبية المقدمة لهن، ورصد المعوقات التي تحدّ من نجاحها في ظل التحول الرقمي، وصولاً إلى مقترحات تطويرية تلبي احتياجاتهن المهنية وطموحاتهن. ويسعى الباحث إلى تلخيص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: **ما واقع التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة في ظل الإعلام الرقمي؟**

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، وهي:

1. ما أبرز آليات وبرامج التدريب الإعلامي المقدمة للصحفيات الفلسطينيات؟
2. ما العوامل المؤثرة في النهوض بالصحفيات الفلسطينيات من خلال التدريب الإعلامي؟
3. ما طبيعة التدريب الإعلامي الذي تلقتّه الصحفيات الفلسطينيات، ومدى تلبيته لاهتماماتهن، وما تقيّمهن لبرامج التدريب في المؤسسات الإعلامية بمحافظات غزة؟
4. ما معايير نجاح التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في المؤسسات الإعلامية بمحافظات غزة؟
5. ما أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة؟ وما سبل تحسينه؟

ثانياً: أهمية الدراسة

1. **الأهمية العلمية:** تُعد هذه الدراسة جديدة في مجالها، لكونها تتناول موضوع التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات، إذ لم تسبقها دراسة تناولت هذا الموضوع قبل ذلك على حد علم الباحث.
2. **الأهمية المجتمعية:** تُسهم الدراسة في التعرف على واقع التدريب الإعلامي داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، في ظل التطورات التكنولوجية، ورصد المجتمع بصحفيات يفهمن متطلباته، ويقدمن له المناسب.

3. **الأهمية المهنية:** تتجلى أهمية الدراسة في إبراز دور التدريب الإعلامي في تطوير الصحفيات الفلسطينيات مهنيًا في محافظات غزة، والعمل على تأهيلهن بما يتناسب مع التطورات الحديثة، ولا سيما في عصر الذكاء الاصطناعي، وكذلك أهمية التدريب الإعلامي في ظل الحرب على غزة، لمواجهة ظروف الحروب والصعوبات التي تواجهها الصحفيات أثناء تغطيتهن بعد 7 أكتوبر 2023م.

ثالثًا: أهداف الدراسة

1. معرفة أبرز آليات وبرامج التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات.
2. تحديد العوامل المؤثرة على الصحفيات الفلسطينيات للنهوض بهن من خلال التدريب الإعلامي.
3. الوقوف على طبيعة التدريب الإعلامي الذي تلقته الصحفيات الفلسطينيات، ولبى اهتمامهن، وما تقيمهن لبرامج التدريب في المؤسسات الإعلامية بمحافظات غزة؟
4. معرفة معايير نجاح التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات في المؤسسات الإعلامية بمحافظات غزة.
5. الكشف عن مشكلات ومعوقات التدريب الإعلامي أمام الصحفيات الفلسطينيات بمحافظات غزة، وما سبل تحسينه؟

رابعًا: فرضيات الدراسة

1. توجد علاقة دالة بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وسنوات الخبرة.
2. توجد علاقة دالة بين حاجة الصحفيات إلى التدريب الإعلامي، وعدد الدورات التدريبية في مجال العمل الإعلامي.
3. توجد علاقة دالة بين الدورات التدريبية، ومدى تلبيتها للاحتياجات المهنية، وإسهامها في الارتقاء بالعمل الإعلامي.

خامسًا: نوع الدراسة، ومنهجها، وأدواتها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تقوم على وصف الظاهرة من أجل الوصول إلى أسبابها، (المشهداني، 2017، صفحة 126)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي كونه يمثل الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد، وسلوكهم، ومشاعرهم، واتجاهاتهم، وفي إطاره أساليب الممارسة، وجمع الباحث البيانات من خلال استبانة بهدف توفير المعلومات عن مشكلة الدراسة، للوقوف على دلالاتها (العمراني، 2012، صفحة 103)، وكذلك المقابلة المعمقة مع بعض الصحفيات الفلسطينيات.

سادسًا: مجالات الدراسة

1. **المجال الموضوعي:** واقع التدريب الإعلامي بمحافظات غزة في ظل الإعلام الرقمي، وتقييم برامج التدريب.
2. **المجال المكاني (المجال البشري):** تُجرى الدراسة على الإعلاميات الفلسطينيات المنتسبات لنقابة الصحفيين الفلسطينيين، ويعملن في المؤسسات الإعلامية في محافظات غزة.
3. **المجال الزمني:** أجريت الدراسة خلال المدة الممتدة 2023/9/10م حتى 2023/9/30م.

سابقاً: مجتمع الدراسة وعينتها

حدد المجتمع المستهدف لهذه الدراسة بالإعلاميات الفلسطينيات المسجلات في نقابة الصحفيين الفلسطينيين في محافظات غزة، إذ بلغ عددهن (160) صحفية فلسطينية⁽¹⁾ وتم تحديد عينة الدراسة بنسبة (50%) من مجتمع الدراسة، أي (80) صحفية تم اختيارهن بطريقة عشوائية بسيطة، وأما عينة المقابلة المعمقة فهي العينة المتاحة، إذ أجرى الباحث مقابلة مع (9) صحفيات مسجلات في نقابة الصحفيين⁽²⁾؛ وذلك لصعوبة الوصول إلى عدد أكبر من ذلك، وتعذر التواصل معهن نتيجة الظروف المعقدة في قطاع غزة، وذلك بتاريخ 2023/6/29م.

ثامناً: إجراءات الصدق والثبات

1. **الصدق:** صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها أداة مناسبة، ويُقصد به "شمول الاستبانة للعناصر التي تدخل في التحليل، ووضوح فقراتها، ومفرداتها" (عبيدات، وآخرون، 1984، صفحة 179)، وقد تأكد الباحث من صدق أداة على النحو الآتي:

الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عرض الباحث الأداة على مجموعة من المحكمين⁽³⁾، ويُعد صدق المحكمين خطوة مهمة في عملية البحث، تسهم في تحسين جودة أداة الدراسة، وزيادة موثوقيتها وصدقها، كما أنه يساعد في تحديد المشكلات في صياغة الأداة وتصحيحها قبل البدء في تطبيق الدراسة على العينة، علاوة على ذلك، فإن استشارة المحكمين تساعد الباحث على الاستفادة من خبراتهم وآرائهم في المجال، وتحديد ما هو مهم وضروري في الأداة، مع التركيز على الأبعاد الأساسية.

2. **الثبات:** يُعد الثبات مناسباً إذا أعطى نفس النتائج تقريباً عند إعادة الاختبار على المبحوثين أنفسهم في ظروف مختلفة (البسيوني، 2013، صفحة 242)، وقد عمد الباحث إلى استخراج الثبات باستخدام معادلة ألفا-كرونباخ).

ولإيجاد ثبات الاستبانة استخدم الباحث معادلة ألفا-كرونباخ، وهذا النوع من الثبات يحسب معامل اتساق الأسئلة، وعند استخراج الثبات كانت قيمته (0.951)، وهو معامل ثبات يمكن اعتماد عليه عن طريق استعمال المعادلة الآتية:

$$\frac{\text{ك}}{1 - \text{ك}} \times \frac{\text{مج ع2 ف} \times 4}{\text{ع2 م}} = \text{الثبات}$$

- إذ تمثل: ك = عدد الفقرات للمقياس.
- مج ع2 ف = مجموع تباينات الفقرات.
- ع2 م = التباين الكلي للمقياس.

تاسعاً: الأساليب الإحصائية

استخدم الباحث العديد من الأساليب الإحصائية بالاعتماد على برنامج (SPSS V26)، في تحليل البيانات، وحساب التكرارات والنسب المئوية، للتعرف على خصائص مفردات الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها تجاه الفقرات التي تتضمنها أداة الدراسة، وتم استخدام المتوسط الحسابي (Mean) لمعرفة استجابات عينة الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، وهذا يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي، بالإضافة إلى اختبار كاي تربيع لاختبار العلاقة بين متغيرين وصفيين.

عاشراً: المفاهيم والتعريفات الإجرائية للبحث

1. **التدريب:** هو عملية أو منهج مخطط ومقصود يهدف على إحداث تغيير لدى المتلقي للتدريب، بهدف تطوير قدراته، وتحسين استعداداته، بما يعكس أثاراً إيجابية على واقعهم العلمي، والعملية، ويحقق أهدافاً مشتركة للفرد والمؤسسة (شعبان، 2001، صفحة 5).
2. **التدريب الإعلامي:** هو مجموعة من التدريبات التي تقدمها المؤسسات الإعلامية للعاملين فيها، من أجل تطوير مهاراتهم ورفع مستواهم في المجال الإعلامي.
3. **الإعلاميات الفلسطينيات:** هن الصحفيات العاملات في المؤسسات "المطبوعة، والمرئية، والمسموعة، والإلكترونية" بمحافظات غزة، وينتسبن إلى نقابة الصحفيين الفلسطينيين.
4. **الإعلام الرقمي:** هو مجال حديث ومتطور يجمع بين الإعلام والتكنولوجيا، ويعمل على تأهيل الأفراد للعمل في بيئة متطورة تعتمد على تقنيات نشر المعلومات والمحتوى الإعلامي بطرق تفاعلية.

أحد عشر: نظرية الدراسة

تم الاعتماد على نظرية القائم بالاتصال، والتي من خلالها تعرف الباحث على طبيعة العلاقة بين عينة الدراسة والتدريب الإعلامي، والعوامل المؤثرة على الصحفيات من خلال التدريب الإعلامي في ظل الإعلام الرقمي وتحدياته.

اثنا عشر: الدراسات السابقة

1. **دراسة (ALMASHAQBEH, 2025): "THE REALITY OF MEDIA TRAINING"**

IN JORDANIAN SATELLITE CHANNELS IN LIGHT OF THE DEVELOPMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNIQUES FROM ,THE POINT OF VIEW OF TECHNICAL PERSONNEL–A FIELD STUDY”

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التدريب الإعلامي في القنوات الفضائية الأردنية من وجهة نظر الكوادر الفنية، وهي دراسة وصفية، استخدمت نظرية القائم بالاتصال، وأهم نتائجها: أن (18%) من العينة لم يشاركوا في أي دورة تدريبية، و(72%) حضروا أقل من ثلاث دورات تدريبية، و(7.5%) خضعوا لعدد كبير من الدورات التدريبية، وكانت أبرز العوائق أمام الكوادر الفنية هي أن مواضيع الدورات التدريبية نمطية وتقليدية ومتكررة، ولا تتناسب مع ظروف العمل وضغوطه.

2. دراسة (Fahmy & Abdulmajeed Attia, 2024): ‘Egyptian Journalists’

هدفت الدراسة **“Perceptions of Digital Journalism Training Effectiveness”** إلى التعرف على فاعلية التدريب المهني لدى الصحفيين المصريين في مجال الصحافة الرقمية، وهي دراسة وصفية، مستندة إلى نظرية التحفيز والنظافة (نظرية العاملين) (Motivation–Hygiene Theory)، ومن أهم نتائج الدراسة: أن عوامل النظافة مثل: ظروف العمل، والرواتب، وسياسات المؤسسات، كان أكثر تأثيراً من عوامل التحفيز مثل: التقدير، والإنجاز، النمو المهني، وأن عوامل النظافة تؤثر سلباً على فعالية التدريب المهني، وتُضعف أي تأثير إيجابي محتمل لعوامل التحفيز.

3. دراسة (Sokolović et al., 2023): ‘Professional Training of Employees

in Media ,Organizations in Serbia and Its Implications on Career Development” سعت الدراسة إلى معرفة طبيعة النمو الوظيفي لدى الإعلاميين في صربيا، وعلاقته بالتدريب المهني. وهي دراسة ارتباطية اعتمدت على نظرية القائم بالاتصال. ومن أهم النتائج: أن الموظفين يعتقدون أن التدريب الإضافي له تأثير على تطورهم المهني، وأن له أثراً إيجابياً في نموهم الوظيفي، وأن أكثر من نصف المشاركين في البحث (63%) حضروا أكثر من تدريب واحد خلال حياتهم المهنية.

4. دراسة (Moreno–Gil et al., 2023): ‘Future journalists’ fight against

disinformation: analysis of university training offers and challenges in the Spanish context” هدفت الدراسة إلى التعرف على المبادرات التي يتم اتخاذها في إسبانيا لتدريب صحفيي المستقبل على مكافحة المعلومات المضللة، وذلك وفقاً لخبراء إعلام إسبانيين. وقد تناولت الدراسة نظرية حارس البوابة. ومن أهم النتائج: أن الجامعات الإسبانية قدّمت عدداً قليلاً من المبادرات التدريبية المتعلقة بتدقيق الحقائق، ولا سيما على

مستوى درجة البكالوريوس، ويرى معظم من أجريت معهم المقابلات أن التدريب المتخصص للجبل القادم من الصحفيين يُعد عاملاً رئيساً في مكافحة المعلومات المضللة، كما يقدمون مبادئ توجيهية لتحقيق ذلك.

5. دراسة (مراد و المشاقبة، 2022): "اقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين - دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التدريب الإعلامي في مؤسسات الإعلام بالأردن، وهي دراسة وصفية طبقت نظرية القائم بالاتصال. ومن أهم نتائجها: أن 43.9% من المؤسسات توجد فيها أقسام مخصصة للتدريب، بينما (56%) منها تقتصر إلى ذلك، وأن 51% من هذه المؤسسات تهتم بعقد الدورات التدريبية بدرجة متوسطة، في حين أن (33.3%) منهم يولون الأمر أهمية كبيرة، بينما (15.2%) يُبدون اهتماماً قليلاً بذلك.

6. دراسة (البرصان، 2021): "واقع التدريب الصحفي للصحفيين الأردنيين في ظل الصحافة الرقمية"، هدفت الدراسة إلى معرفة واقع تدريب الصحفيين الأردنيين في ظل الصحافة الرقمية، ومعرفة البرامج التدريبية الصحفية المناسبة. وهي دراسة وصفية ركزت على نظرية البناء الوظيفي. ومن أهم نتائجها: أن المؤسسات الأجنبية، مثل الاتحاد الأوروبي واليونسكو، تقدم دعماً مالياً لعملية التدريب الرقمي في مؤسسات الإعلام الأردنية، بمتوسط حسابي بلغ (2.43). وأن البرامج التدريبية المتداولة لا تحقق الفائدة للصحفيين في إطار الصحافة الرقمية.

7. دراسة (وافي و زقوت، 2021): "التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية" دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية. وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي، ومن نتائجها: أن التدريب الإعلامي يُعد عنصراً مهماً في الارتقاء المهني وتطوير الإعلاميين، إذ تلقى (90%) من المبحوثين دورات تدريبية مناسبة.

8. دراسة (بن حسين، 2019): "البرامج التدريبية وعلاقتها بتحسين أداء الإعلاميين في التعامل مع الأزمات: دراسة ميدانية"، سعت الدراسة إلى معرفة الدور التدريبي للبرامج لتحسين أداء الإعلاميين للتعامل مع الأزمات، وهي دراسة وصفية تحليلية، ومن نتائجها: أن أفراد العينة غير موافقين بشدة على واقع البرامج التدريبية الخاصة بالإعلاميين في هيئة الإذاعة والتلفزيون في مجال التعامل مع الأزمات بمتوسط حسابي (1.89)، وأن واقع أداء عينة الدراسة في التعامل مع الأزمات جاء بدرجة "محايدة" بمتوسط حسابي بلغ (3.03).

9. دراسة (زقوت، 2018): "اقع التدريب الصحفي في محافظات غزة وانعكاسه على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين: دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التدريب الصحفي في غزة، وانعكاسه على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين. وهي دراسة وصفية استخدمت المنهج المسحي. ومن نتائجها: أن (69.2%) من الصحفيين الفلسطينيين

يرون أن من معوقات التدريب عدم قناعة الصحفيين بأهميته، وأن (82.7%) من الصحفيين الفلسطينيين اقترحوا ضرورة وضع خطة تدريبية محددة وواضحة لتحسين البرامج التدريبية في محافظات غزة.

10.دراسة (كريم، 2017): "أهمية التدريب في التطوير الإداري للمؤسسات الإعلامية: دراسة وصفية تحليلية لإذاعة المسيلة أنموذجاً"، سعت الدراسة إلى معرفة دور التدريب في تطوير العملية الإدارية في المؤسسة الإعلامية "إذاعة المسيلة" أنموذجاً. وهي دراسة وصفية، وأهم نتائجها: أن التدريب يُسهم بفعالية في عملية التطوير الذاتي للأفراد العاملين بالمؤسسة الإعلامية، وأن له أهمية كبيرة في مختلف مجالات التطوير الإداري، ولا سيما فيما يتعلق بتوظيف التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي.

11.دراسة (قارة و زعيم، 2017): "دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر: دراسة ميدانية بمركز التدريب الإذاعي بمدينة أم البواقي"، هدفت الدراسة إلى معرفة دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر. وهي دراسة وصفية، وأهم نتائجها: أن المتدربين الذين حصلوا على مهارات جديدة استفادوا منها في تطوير أدائهم المهني وتنمية قدراتهم، وأن أكثر المعوقات التي واجهت العينة كانت تخص النواحي المادية.

12.دراسة (الطويسى وآخرون، 2015): "جودة التدريب الإعلامي في الأردن"، سعت إلى معرفة واقع التدريب الإعلامي في الأردن وتقييم جودته. وهي دراسة وصفية تحليلية، وأهم نتائجها: أن جودة التدريب الإعلامي في الأردن متدنية في بعض الجوانب، ومتوسطة في جوانب أخرى، وأن المناهج الجامعية المرتبطة بتعليم الصحافة والإعلام لا تتوافق في بعض الجوانب مع معايير جودة التعليم والتأهيل في الإطار الإعلامي.

13.دراسة (شعبي، 2015): "التدريب الإعلامي في ظل إدارة الجودة الشاملة للمؤسسة الإعلامية: دراسة حالة لمؤسسة الخبر الصحفية"، هدفت الدراسة إلى معرفة واقع التدريب الإعلامي في إطار الجودة الشاملة بمؤسسة الخبر الإعلامية. وهي دراسة وصفية تحليلية، وأهم نتائجها: أن الصحفيين يستفيدون من الدورات التدريبية، وأن الأساليب المستخدمة في هذه الدورات تتوافق مع طبيعة عملهم.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء الإطار المعرفي والنظري للدراسة، وساعدته أيضاً في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها وأهدافها، كما تمكّن من التعرّف على طبيعة المناهج المستخدمة، والاستفادة منها في مناقشة نتائج الدراسة.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم التدريب

يُعرّف التدريب بأنه "عملية مخططة، ومنظمة، ومستمرة، تهدف إلى تنمية مهارات وقدرات الفرد، وزيادة معلوماته، وتحسين سلوكه واتجاهاته، بما يُمكنه من أداء وظيفته بكفاءة وفعالية" (السكرانه، 2011، الصفحات 16-17).

ويُعد التدريب عملية منظمة ومستمرة لتنمية مهارات الفرد واتجاهاته، وتحسين خبراته، وخلق الفرص المناسبة للتغيير الإيجابي في سلوكه، من خلال توسيع معارفه، وصقل مهاراته وقدراته، وتحفيزه المستمر على التدريب، وتعلم الأساليب الحديثة واستخدامها، لتتفق مع الطموح الشخصي للفرد، وذلك ضمن برامج تخططها الإدارة مراعية فيها حاجاتهم، وحاجات المنظمة، وحاجات الدول في المستقبل. (محيري، 2013، الصفحات 17-18)

ومن أجل الوصول إلى تعريف واضح للتدريب يجب أن ننطلق من الحقائق الآتية (أبو النصر، 2009، الصفحات 15-16):

1. الاختلاف الواضح بين مفهومي التدريب والتعلم من حيث الأهداف والأساليب والطرق.
 2. إنّ التدريب يتنوع بحسب المجال، فهناك تدريب فني وآخر إداري، وعسكري، وكل هذه الأنواع تنقسم إلى تقسيمات خاصة لها.
 3. على الرغم من الاختلاف بين التدريب والتعليم، فإن التقديم النظري يُعد ضرورة أساسية، فلا يمكن للتطبيق أن يتحقق دون الاستناد إلى المعرفة النظرية.
- ويُعدّ نقل أثر التدريب وترجمته إلى تطبيق أو سلوك واضح هو المعيار الحقيقي لقياس مدى تحقيق أهداف التدريب؛ لأن تحديد هذه الأهداف يُعدّ مؤشراً رئيساً على نجاح البرنامج التدريبي أو فشله. وعليه، فإن التدريب هو نشاط منظم ومُستمر يركّز على الفرد، لتحقيق تغيير في معارفه، ومهاراته، وقدراته الفنية، بما يتوافق مع متطلبات عمله وتطلعاته المستقبلية ضمن إطار المؤسسة التي يعمل بها (الطعاني، 2010، صفحة 20).

ويرى الباحث أن التدريب هو العملية التي يكتسب الفرد من خلالها معلومات أو مهارات، مما يؤدي إلى رفع مستوى استعداده لأداء عملٍ معيّن. وقد يكتسب الفرد تلك المعلومات والمهارات من خلال قراءته، أو احتكاكه، أو ملاحظته للآخرين، سواء رؤسائه، أو زملاءه في العمل، أو من أي شخص أو وسيلة أخرى، كما أن مفهوم التدريب ليس مفهومًا تقليديًا، بل يرتبط تطوره بتطور التقنيات والتكنولوجيا.

ثانياً: التدريب الإعلامي

يُعدّ التدريب الإعلامي أحد الأنشطة المهمة والضرورية في المؤسسات الصحفية على اختلاف أنواعها

وتوجّهاتها؛ إذ تسعى هذه المؤسسات إلى تطوير قدرات موظفيها، وتوسيع معارفهم، وصقل مهاراتهم، وتأهيل الصحفيين، وتوسيع قدراتهم، وتعويدهم على تحمّل مسؤولياتهم تجاه الممارسة المهنية للعمل الصحفي. كما يمكن القول إن التدريب الصحفي يُعدّ نشاطاً متجدّداً ومستمرّاً يُواكب التطورات التكنولوجية الحديثة في المجال الصحفي، ويهدف إلى تمكين الصحفيين من هذه التكنولوجيا واستغلالها بما يخدم أهداف المؤسسة الصحفية ويُحقّق تطلّعات الصحفيين (ملحاني و مازوني، 2013، صفحة 33). ويُعرّف التدريب الإعلامي بأنه عملية منظمة تهدف إلى تمكين العاملين في ميدان الصحافة والإعلام من اكتساب مهارات، ومعلومات، واتجاهات محددة، بما ينعكس إيجابياً على قدراتهم ومهامهم، وواجباتهم في المؤسسات الإعلامية (عنانزة، 2017، صفحة 40).

ويرى الباحث أن التدريب الإعلامي هو نشاط ضروري للارتقاء بالعمل الصحفي إلى أعلى المستويات، ولا يمكن للصحفي أن يطرّوّر مستواه أو يحسّن أدائه المهني ما لم يخضع لتدريب مستمر، ويتعلّم كل ما هو جديد في مهنته الصحفية.

ثالثاً: أهداف التدريب الإعلامي

يُعدّ تحديد الهدف من التدريب الإعلامي خطوةً مهمّة في سبيل نجاح العملية التدريبية، لما له من دور في تضيق الفجوة بين نظام التعليم بأنواعه المختلفة ومجالات العمل المطلوبة؛ إذ يحتاج الخريجون على اختلاف مستويات تحصيلهم، ومهما بلغت درجاتهم العلمية، إلى قدرٍ معيّن من التدريب في مجال تخصّصهم. كما يحتاجون أيضاً إلى إعادة التدريب من وقتٍ لآخر؛ لأنّ التدريب يُمكن الأفراد من الإلمام بكل ما هو جديد، في ظلّ التقدّم التكنولوجي الهائل في معظم مجالات الحياة، كما يُزوّدهم بالخبرات المختلفة، ممّا يؤدي إلى رضاهم عن عملهم وعن أنفسهم، ورفع الروح المعنوية لديهم (الحربي، والشهري، 2017).

ويمكن تقسيم أهداف التدريب الإعلامي على أربعة أنواع رئيسة هي (أبو النصر، 2009، الصفحات 23-24):

- الأهداف اليومية المعتادة للوظيفة.
- أهداف حل المشكلات للتغلب على الصعوبات التي تصادف العمل.
- الأهداف الابتكارية.
- الأهداف الشخصية.

ولا يخرج التدريب في مجال الصحافة والإعلام عن مجمل هذه الأهداف التي تُعدّ من السمات الأساسية للتدريب الإعلامي؛ إذ يُسهم في تنمية قدرات الصحفيين وكفاءاتهم وخبراتهم، وزيادة مهاراتهم، وإكسابهم أدوات تساعد على تطوير العمل الصحفي، وإعدادهم لتحمل مسؤولية الرسالة الصحفية في مختلف المواقع داخل المؤسسة الصحفية، وتحقيق هذه الأهداف وفق مبادئ أساسية، من أبرزها:

المرونة، والشمولية، والاستمرارية، ومواكبة التطورات الحديثة (الشرعة، 2017، الصفحات 28-30).

رابعاً: أنواع التدريب الإعلامي

يمكن أن نميز بين أنواع عديدة للتدريب الإعلامي تبعاً لبعض الجوانب التي ترتبط بها عملية التصنيف وهي (وافي و زقوت، 2021):

1. التدريب الإعلامي حسب مدته (تدريب طويل الأجل - تدريب قصير الأجل).
2. التدريب الإعلامي من حيث عدد المتدربين (التدريب الفردي - التدريب الجماعي).
3. التدريب الإعلامي وفقاً لمكان التدريب (التدريب داخل المنظمة - التدريب خارج المنظمة).
4. التدريب الإعلامي وفقاً لوقت التنفيذ (التدريب قبل الالتحاق بالعمل - التدريب أثناء العمل).
5. التدريب الإعلامي من حيث المضمون (التحرير الصحفي - الإخراج - التصوير - وغير ذلك من مجالات الإعلام).

ويضيف الباحث من وجهة نظره أنواعاً أخرى للتدريب الإعلامي وهي:

1. التدريب الإعلامي وفقاً لمستوياته: (الحرفية والمهنية، الإشرافية، القيادية).
 2. التدريب الإعلامي وفقاً لنطاقه الجغرافي: (المحلي، الإقليمي، الدولي).
 3. التدريب الإعلامي وفقاً لتقنياته وأساليبه: (التقليدي، الذاتي، الإلكتروني، المحاكاة "افتراضي").
- ويمكن تقسيم التدريب الإعلامي إجمالاً من حيث المضمون على أنواع عدة أهمها (Almashaqbeh, 2025):

1. **التدريب التخصصي:** يهدف هذا النوع من التدريب الإعلامي إلى تعويض القصور في المعارف والمهارات لدى الإعلاميين، والمتعلقة بطبيعة أعمالهم، ورفع كفاءتهم في أداء تلك الأعمال.
 2. **التدريب المهني:** يقوم بهذا النوع من التدريب عادةً مراكز متخصصة في المجال، إذ تُنظَّم البرامج التدريبية بناءً على مهن محددة حسب الحاجة، وفي نهاية البرنامج التدريبي توزع الشهادات للمتدربين الذين شاركوا في البرنامج واجتازوه بنجاح.
- يُعدّ التدريب الإعلامي أداة أساسية لتحسين الأداء المهني للصحفيين، إذ يساهم في تحليل نقاط القوة والضعف، وتحديد الاحتياجات التدريبية، ووضع برامج فعالة ترفع كفاءتهم، وتزودهم بمهارات حديثة تتماشى مع المتغيرات التكنولوجية، مما ينعكس إيجاباً على جودة العمل الصحفي وفعاليته.
- ومما لا شك فيه أن الحرب على غزة بعد 7 أكتوبر 2023م قد أوجدت واقعاً جديداً وظروفاً مختلفة؛ إذ واجهت الصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة العديد من الصعوبات والمشكلات، ومنهن من أصبن، أو استشهدن، أو اعتقلن، أو فقدن عائلاتهن، أو أولادهن، جراء هذه الحرب، وهذا الأمر يتطلب توفير احتياجات تدريبية خاصة لهن في ظل الظروف النفسية والاجتماعية التي مررن بها.

الدراسة الميدانية

خصائص عينة الدراسة

جدول (1) يبين خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
العمر	من 18 عامًا إلى أقل من 30 عامًا	25	31.25
	من 18 عامًا إلى أقل من 35 عامًا	25	31.25
	أكثر من 45 عامًا	22	27.5
	من 35 عامًا إلى أقل من 45 عامًا	8	10.0
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	6	7.5
	بكالوريوس	62	77.5
	دراسات عليا (ماجستير، دكتوراة)	12	15.0
التخصص	صحافة وإعلام، وإعلام رقمي	61	76.3
	لغات وعلوم إنسانية	6	7.5
	دعوة وإعلام	4	5.0
	إذاعة وتلفزيون	9	11.2
	أخرى	0	0.0
مكان العمل	صحف ومجلات	8	10.0
	مواقع إلكترونية	34	42.5
	الفضائيات	5	6.25
	الإذاعة	11	13.75
	المؤسسات الحكومية	3	3.75
	مؤسسات المجتمع المدني	16	20.0
	دوائر العلاقات العامة	3	3.75
مكان السكن	محافظة شمال غزة	9	11.25
	محافظة غزة	45	56.25
	الوسطى	9	11.25
	خان يونس	11	13.75
	رفح	6	7.5
سنوات الخبرة	من 3 سنوات إلى أقل من 7 سنوات	30	37.5
	من 7 سنوات إلى أقل من 12 سنة	25	31.25
	من 12 فأكثر	25	31.25

يوضح جدول (1) خصائص عينة الدراسة التي تتكون من 80 فردًا، التي تتراوح أعمارهم بين (18 وأقل من 45 عامًا)، وتظهر النتائج أن الفئة العمرية الأكثر تكرارًا هي تلك التي تتراوح بين (18 وأقل من 35 عامًا)، والتي تمثل نسبة 62.5% من العينة، بينما تمثل الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (35 عامًا وأقل من 45 عامًا) نسبة 10%، في حين بلغت نسبة من تزيد أعمارهم (أكثر من 45 عامًا) 27.5%، وهذه نتيجة تتفق مع دراسة (قارة و زعيم، 2017) التي أشارت إلى أن أغلبية أفراد العينة أعمارهم تتراوح ما بين 25-40 سنة. ويرى الباحث أن هذه النتائج طبيعية؛ لأن عدد الصحفيات اللاتي تزيد أعمارهم (أكثر من 45 سنة) أقل؛ لأن المرأة في هذا السن تميل إلى

المكوث في البيت، والاهتمام بحياتهم العائلية، وتظهر النتائج أن غالبية الصحفيات عينة الدراسة يحملن درجة البكالوريوس، إذ تمثل هذه الفئة 77.5% من العينة.

وبالنسبة للتخصص بلغت نسبة التخصص في الصحافة والإعلام وكذلك الإعلام الرقمي 76.3%، لغات وعلوم إنسانية: 7.5%، ودعوة وإعلام: 5%، إذاعة وتلفزيون: 11.2% من عينة الدراسة، وبالتالي فإن أغلبية الطلبة يدرسون في مجال الصحافة والإعلام، والإعلام الرقمي، بينما يتوزع العدد الأقل على باقي المجالات الأخرى، ويرى الباحث بأن غالبية عينة الدراسة يحملن شهادة البكالوريوس، كونهم خريجات من أقسام الصحافة والإعلام بالجامعات الفلسطينية التي تمنح هذه الدرجة، إضافة إلى توجه عدد من الصحفيات الفلسطينيات إلى الدراسات العليا وهي مسألة منطقية، لوجود أقسام تمنح درجة الماجستير في هذه الجامعات.

أما مكان العمل: تظهر النتائج أن الصحفيات الفلسطينيات يعملن في الأماكن الآتية: صحف ومجلات بنسبة (10%)، ومواقع إلكترونية بنسبة (42.5%)، والفضائيات بنسبة (6.25%)، والإذاعة بنسبة (13.75%)، والمؤسسات الحكومية بنسبة (3.75%)، ومؤسسات المجتمع المدني بنسبة (20%)، ودوائر العلاقات العامة بنسبة (3.75%)، وبالتالي، فإن أغلب الخريجات يعملن في المواقع الإلكترونية، تليها مؤسسات المجتمع المدني، وهذا يتوافق مع دراسة (Sokolović et al., 2023)، التي تؤكد أن عددًا كبيرًا من المشاركين يعملون في مؤسسات ذات تغطية، وطنية، وإقليمية، ومحلية، بنسبة (33%) و(34%)، ومن ثم الإذاعة والصحف والمجلات والفضائية. ويرى الباحث أن نسبة الصحفيات العاملات في المواقع الإلكترونية كانت كبيرة، لكثرة هذه المواقع، وسهولة العمل فيها، ثم الصحف والمجلات؛ لأن مجموعة من الصحفيات العاملات يعملن في مجلة السعادة، وصحيفة شؤون المرأة، وهذا الأمر منطقي إذ إن العديد من الصحفيات اللواتي يعملن في المواقع الإلكترونية يعملن من خلال بيوتهن، وهذا لعله السبب في ارتفاع عدد العاملات بالمواقع الإلكترونية.

أما مكان السكن (المحافظة): إذ تسكن معظم الصحفيات في محافظة غزة (56.25%)، تليها محافظة خانينونس بنسبة (13.75%)، يليها محافظة شمال غزة والمنطقة الوسطى مجتمعين (22.5%) من العينة، يليها محافظة رفح (7.5%)، وهذه نتيجة طبيعية لأن غالبية الإعلاميات هن من سكان مدينة غزة، إضافة إلى أن معظم المؤسسات الإعلامية في محافظة غزة، لذا فإن الصحفيات غالباً يعملن بالقرب من أماكن سكنهم.

وعلى صعيد الخبرة: تمثل الصحفيات اللواتي يمتلكن خبرة من (3 سنوات إلى أقل من 7 سنوات) نسبة (37.5%) من العينة، في حين تمتلك الصحفيات اللواتي لديهن خبرة من (7 سنوات إلى أقل من 12 سنة) نسبة (31.25%) من العينة، ومن (12 سنة فأكثر) بنسبة (31.25%)، ويرى الباحث أن ارتفاع نسبة الإعلاميات اللاتي لديهن خبرة في مجال الإعلام ما بين (7 سنوات

إلى أكثر من 12 سنة) أي نسبة (62.5%)، لأن المؤسسات الإعلامية تختار الإعلاميات اللواتي لديهن خبرة عالية، وخاصة المواقع الإلكترونية التي تركز على الإعلاميات اللواتي عملن في مؤسسات إعلامية لسنوات عدة.

الوحدة الأولى: التدريبات الإعلامية للصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة

1. ما مدى حاجة الصحفيات الفلسطينيات للتدريب الإعلامي؟

جدول (2) مدى حاجة الصحفيات الفلسطينيات للتدريب الإعلامي

النسبة	التكرار	مدى حاجة الصحفيات الفلسطينيات للتدريب الإعلامي
0.0	0	ضعيفة جدًا
0.0	0	ضعيفة
3.75	3	متوسطة
31.25	25	كبيرة
65.0	52	كبيرة جدًا
100.0	80	المجموع

يوضح جدول (2) مدى حاجة الصحفيات الفلسطينيات للتدريب الإعلامي، ويمكن الاستنتاج من الجدول بعض النقاط الرئيسة الآتية: إذ تشير (65%) من الصحفيات الفلسطينيات إلى أن حاجتهن للتدريب الإعلامي بدرجة كبيرة جدًا، و(31.25%) إلى أن حاجتهن للتدريب الإعلامي بدرجة كبيرة، ويشير (3.75%) من الصحفيات الفلسطينيات إلى أن حاجتهن للتدريب الإعلامي متوسط، ويوضح هذا الجدول أن الصحفيات الفلسطينيات يرون أن هناك حاجة كبيرة إلى التدريب الإعلامي، ويمكن استخدام هذه البيانات لإجراء تحليل أعمق للحاجات التدريبية التي تلبي احتياجاتهن، ويؤكد الباحث أن الحاجة إلى الدورات التدريبية كبيرة جدًا في ظل التطورات الإعلامية الحديثة، ودخول أدوات ومهارات جديدة تتطلب أفاقًا أعمق وخبرة أوسع من الإعلاميات الفلسطينيات، وهذا لا يكون إلا من خلال التدريب الإعلامي في مجالات تخصصية متطورة والتي ارتبطت بالإعلام الرقمي، وتتنافس المؤسسات من أجل الاستفادة منها في مؤسساتهم الإعلامية لتطوير العاملين فيها، وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (Sokolović et al., 2023) التي تشير إلى أن التدريب الإعلامي له تأثير في تطوير حياتهم المهنية، ونموهم الوظيفي.

2. هل تلقيت دورات تدريبية في مجال الإعلام؟

جدول (3) يُبين الدورات التدريبية التي تم تلقيها في مجال الإعلام

النسبة	التكرار	الدورات التدريبية
98.8	79	نعم
1.2	1	لا
100.0	80	المجموع

يكشف جدول (3) عن الدورات التدريبية التي تلقاها المشاركون في مجال الإعلام، وتبين أن نسبة (98.8%) من أفراد العينة قد تلقوا دورات تدريبية في هذا المجال، في حين أن نسبة (1.2%) لم يتلقوا أي دورات تدريبية. ومع ذلك، فإن من صرّحت بأنها لم تتلقَ دورات في مجال الإعلام أوضحت أنها حضرت دورة في مجال الطباعة، وهي تُعدّ مناسبة في مجال الإعلام. وتُبرز هذه النتيجة الحاجة الماسة إلى الدورات التدريبية للصحفيات الفلسطينيات، وتبيّن أن جميع الصحفيات تقريباً تلقين تدريباً في مجال تخصصهن، ليزدن من مهارتهن المهنية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (زقوت، 2018)، التي أشارت إلى أن (90%) من الصحفيين حصلوا على دورات تدريبية في مجالات الصحافة. في المقابل، تتعارض هذه الدراسة مع ما جاء في دراسة (Almashaqbeh, 2025)، التي أوضحت أن (18%) من المشاركين لم يتلقوا دورات تدريبية.

3. ما المؤسسات التي تلقت الصحفيات الدورات التدريبية فيها

جدول (4) يبين المؤسسات التي تلقت فيها عينة الدراسة الدورات التدريبية

النسبة	التكرار	مؤسسات التدريب
67.1	53	المؤسسات المحلية
20.2	16	المؤسسات الدولية
39.2	31	المؤسسات الخاصة
39.2	31	مؤسسات المجتمع المدني
25.3	20	مؤسستي التي أعمل بها
22.9	18	نقابات مهنية
5.1	4	أخرى

أظهرت نتائج جدول (4) المؤسسات التي تلقت فيها عينة الدراسة دوراتها الإعلامية، إذ جاءت المؤسسات المحلية بنسبة (67.1%)، ومؤسسات المجتمع المدني بنسبة (39.2%)، ثم المؤسسات الخاصة بنسبة (39.2%)، أما مؤسستي التي أعمل فيها فجاءت بنسبة (25.3%)، ونقابات مهنية بنسبة (22.9%)، والمؤسسات الإعلامية الدولية بنسبة (20.2%)، والمؤسسات الأخرى بنسبة (5.1%).

ويرى الباحث أن اهتمام المؤسسات الإعلامية الفلسطينية المحلية لعقد هذه الدورات للصحفيات يأتي في إطار سعيها لتطوير أداء الإعلاميات العاملات فيها، بهدف النهوض بهن في مجالات العمل الإعلامي. كما تعقد هذه المؤسسات دورات متخصصة في المجال الإعلامي من أجل زيادة المعارف والمهارات، وهذا ما أكدته دراسة (Murad & Al-Mashagbah, 2022)، التي أشارت إلى أن (93.9%) من المؤسسات تضم أقساماً متخصصة للتدريب.

ومن خلال عمل الباحث في مجال الإعلام والتدريس الإعلامي، فقد قام بتدريب العديد من الصحفيين والصحفيات عبر دورات إعلامية متخصصة، تناولت موضوعات تتعلق بالمسؤولية الأخلاقية، والتشريعات الإعلامية، والقوانين ذات الصلة، عبر مؤسسات ومراكز تدريب إعلامية،

مثل: مركز جامعة بيرزيت، ومركز الدوحة للتدريب الإعلامي، ومركز صحيفة فلسطين، ومركز موقع الرسالة نت، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (وافي و زقوت، 2021)، والتي أشارت إلى أن أهم المؤسسات التي تهتم بتدريب الإعلاميين هي المؤسسات الأكاديمية.

4. عدد الدورات التدريبية التي حصلت عليها عينة الدراسة؟

جدول (5) يبين عدد الدورات التي حصلت عليها الصحفيات

النسبة	التكرار	عدد الدورات التدريبية
15.0	12	دورة - أقل من 5 دورات
23.75	19	من 5 دورات - إلى أقل من 10 دورات
26.25	21	من 10 دورات - إلى أقل من 15 دورة
35.0	28	من 15 دورة فأكثر
100.0	80	المجموع

يوضح جدول (5) عدد الدورات التي حصلت عليها الصحفيات الفلسطينيات، وتبين أن اللواتي حصلن على (15) دورة تدريبية فأكثر هن الأعلى تكرارًا ونسبة (35.0%)، أما الصحفيات الفلسطينيات اللواتي حصلن على أقل من (5) دورات تدريبية فهن الأقل تكرارًا ونسبة (15.0%)، ويرى الباحث أن حصول (35%) من الصحفيات على أكثر من (15) دورة تدريبية يدل على أهمية التدريب الإعلامي، الذي يفتح آفاقًا واسعة ويزيد من خبراتهن، كما أن المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى صحفيات متمرسات في الصحافة والإعلام الرقمي، قادرات على توظيف الأساليب الحديثة في مجال تخصصهن.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (وافي و زقوت، 2021)، التي أظهرت أن (44.9%) من الصحفيين الفلسطينيين حصلوا على 6 - 9 دورات تدريبية، بينما حصل (37.2%) منهم على أقل من 5 دورات. كما تختلف نتائج هذه الدراسة عما توصلت إليه دراسة (Almashaqbeh, 2025)، التي بينت أن (72%) من المشاركين حضروا أقل من ثلاث دورات.

5. ما العوامل المهنية المؤثرة على الصحفيات الفلسطينيات للنهوض بهن في المجال الإعلامي؟

جدول (6) يبين العوامل المهنية المؤثرة على الصحفيات الفلسطينيات

للنهوض بهن في المجال الإعلامي

المرتبة	المتوسط النسبي %	المتوسط الحسابي	عالية جدا		عالية		متوسطة		منخفضة		منخفضة جدا		العوامل المهنية المؤثرة على الصحفيات الفلسطينيات للنهوض بهن في المجال الإعلامي
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	82.8	4.14	1.3	1	3.8	3	18.8	15	32.5	26	43.8	35	تحسين اللغة

			عالية جدا		عالية		متوسطة		منخفضة		منخفضة جدا		
2	81.8	4.09	1.3	1	2.5	2	21.3	17	36.3	29	38.8	31	تعزيز المهارات الكتابية
3	80.6	4.03	1.3	1	1.3	1	21.3	17	46.3	37	30.0	24	اكتساب المعرفة
4	80.2	4.01	2.5	2	3.8	3	23.8	19	30.0	24	40.0	32	تحسين ظروف العمل
5	79.2	3.96	1.3	1	3.8	3	20.0	16	47.5	38	27.5	22	اكتساب الخبرة
6	78.2	3.91	1.3	1	2.5	2	27.5	22	41.3	33	27.5	22	صقل المواهب
7	75.6	3.78	2.5	2	1.3	1	37.5	30	33.8	27	25.0	20	التميز عن الزميلات
	79.8	3.99											المجموع

يكشف جدول (6) العوامل المهنية المؤثرة على الصحفيات الفلسطينيات للنهوض بهن في المجال الإعلامي، وتبين أن عامل تحسين اللغة جاء بمتوسط نسبي (82.8%)، وتعزيز المهارات الكتابية بمتوسط نسبي (81.8%)، واكتساب المعرفة بمتوسط نسبي (80.6%)، وتحسين ظروف العمل بمتوسط نسبي (80.2%)، واكتساب الخبرة بمتوسط نسبي (79.2%)، وصقل المواهب بمتوسط نسبي (78.2%)، والتميز عن الزميلات بمتوسط نسبي (75.6%)، وهذه الدراسة تتفق مع دراسة (Fahmy & Abdulmajeed Attia, 2024) التي تؤكد أن عامل تحسين ظروف العمل أقوى العوامل تأثيراً للنهوض في مجال الصحافة الرقمية.

وهذه عوامل منطقية، يتم من خلالها التأثير على الصحفيات بعد أن يتلقين تدريبات إعلامية؛ لأن الصحفيات اللواتي يسعين إلى التميز، يبذلن جهداً كبيراً، ويحصلن على دورات تهض بهن، إذ إن كل صحفية تسعى للحصول على دورات تشعر أنها بحاجة ماسة لها، من أجل تطوير ذاتها والنهوض بنفسها.

6. طبيعة الدورات التدريبية

جدول (7) يبين طبيعة الدورات التي حصلت عليها عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الدورات التدريبية
85.1	68	مهارات التحرير والكتابة الإعلامية
65.8	52	التصوير الصحفي
54.4	43	الإعلام الرقمي
48.1	38	أخلاقيات المهنة
46.8	37	التقديم الإذاعي والتلفزيوني
45.6	36	صناعة المحتوى الإعلامي
44.3	35	الصحافة الاستقصائية
24.1	19	التصوير التلفزيوني
18.9	15	الإعلام المتخصص
16.4	13	مهارات العمل في العلاقات العامة

12.6	10	مهارات في الإخراج والتصميم الصحفي
11.4	9	صحافة الذكاء الاصطناعي
8.9	7	اللغات الأجنبية في مجال الإعلام
8.9	7	الإخراج الإذاعي والتلفزيوني
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يوضح جدول (7) طبيعة الدورات التدريبية التي حصلت عليها الصحفيات الفلسطينيات، إذ تبين أن مهارات التحرير والكتابة الإعلامية حصلت على أعلى نسبة (85.1%)، تلاها التصوير الصحفي بنسبة (65.8%). ويتفق ذلك مع دراسة (Almashaqbeh, 2025)، التي أشارت إلى أن (54.5%) من المبحوثين تلقوا دورات في التصوير الفوتوغرافي، تلاه الإعلام الرقمي بنسبة (54.4%)، ثم أخلاقيات المهنة بنسبة (48.1%)، والتقديم الإذاعي والتلفزيوني بنسبة (46.8%)، أما اللغات الأجنبية في مجال الإعلام، والإخراج الإذاعي والتلفزيوني، فقد كانت من أقل الدورات تدريباً بنسبة (8.9%)، وتُعد هذه النتيجة منسجمة مع نتائج سابقة، التي أظهرت أن الغالبية العظمى من الإعلاميات يعملن في مواقع إلكترونية ووسائل مطبوعة تركز على مجالات التحرير والكتابة، إلى جانب التركيز على الإعلام الرقمي، وصناعة المحتوى، وصحافة الذكاء الاصطناعي؛ وهي مجالات تساعد على تنمية مهارات الكتابة الإعلامية، وتُجهز الصحفية لتكون متمرسة وكاتبة محتوى، ومصورة، ومؤهلة في جوانب مختلفة من التدريب الإعلامي، إلا أن هذه الدراسة تتعارض مع دراسة (Almashaqbeh, 2025)، والتي تؤكد أنه لم يلقَ أحدًا من المبحوثين أي دورة في الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الثانية: واقع التدريب وجودته

1. مدى تلبية الدورات التدريبية لاحتياجات عينة الدراسة والإسهام في الارتقاء بعملها

جدول (8) يُبين مدى تلبية الدورات التدريبية لاحتياجات الإعلامية، وإسهامها في الارتقاء بالعمل

هل لبت تلك الدورات التدريبية احتياجاتك الإعلامية وأسهمت في الارتقاء بعملك	التكرار	النسبة
نعم	48	60.0
لا	0	0.0
أحياناً	32	40.0
المجموع	80	100.0

يكشف جدول (8) مدى تلبية الدورات التدريبية لاحتياجات الإعلامية، وإسهامها في الارتقاء بالعمل. وقد تبين أن الدورات لبت الاحتياجات الإعلامية للصحفيات الفلسطينيات بنسبة (60.0%)، بينما كانت تلبية أحياناً بنسبة (40.0%)، وهذا أمر طبيعي، إذ إن الصحفيات الفلسطينيات العاملات التحقن بالدورات التي تلبي احتياجاتهن الإعلامية، وأسهمت في الارتقاء بعملهن الإعلامي، كما أن الإعلاميات الفلسطينيات يواكبن التطور التكنولوجي، ويلتحقن بالدورات الإعلامية التي تُعقد

من أجل تطوير أدائهنّ الإعلامي.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (شعبي، 2015) التي بينت أن نسبة كبيرة من أفراد العينة راضين عن الدورات التدريبية في جريدة الخبر، وكان تقييمهم بأن التدريب يؤثر على أداء الصحفيين في العمل من خلال تحسين المهارة في أداء العمل.

2. درجة تقييم الدورات التدريبية

جدول (9) يُبين درجة تقييم عينة الدراسة للدورات التدريبية

النسبة	التكرار	تقييم الدورات التدريبية
0.0	0	ضعيفة جدًا
1.25	1	ضعيفة
35.0	28	متوسطة
52.5	42	ممتازة
11.25	9	ممتازة جدًا
100.0	80	المجموع

يوضح جدول (9) درجة تقييم الصحفيات الفلسطينيات للدورات التدريبية، وقد تبين أن درجة ممتازة جدًا جاءت بنسبة (11.25%)، وممتازة بنسبة (52.5%)، ومتوسطة بنسبة (35.0%)، وضعيفة بنسبة (1.25%).

ويُعزو الباحث ارتفاع درجة التقييم للتدريب بدرجة ممتازة جدًا إلى أن المراكز التدريبية في محافظات غزة تسعى لمواكبة كل جديد في مجال الإعلام لتدريب الإعلاميات، والعمل على تأهيلهنّ وفق التطورات الحديثة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الطويسى وآخرون، 2015)، التي بينت أن التدريب الإعلامي في الأردن متدنٍ، وأن معظم إجاباتهم كانت بمتوسط حسابي (3.5).

3. تأثير الدورات التدريبية في العمل الإعلامي

جدول (10) يُبين تأثير الدورات التدريبية في العمل الإعلامي لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	تأثير الدورات التدريبية
0.0	0	ضعيف جدًا
3.75	3	ضعيف
31.25	25	متوسط
51.25	41	عالي
13.75	11	عالي جدًا
100.0	80	المجموع

يكشف جدول (10) تأثير الدورات التدريبية في العمل الإعلامي لعينة الدراسة، وقد تبين أن تأثير عالي جدًا بنسبة (13.75%)، وعالي بنسبة (51.25%)، ومتوسط بنسبة (31.25%)، وضعيف بنسبة (3.75%)، وترتبط هذه النتيجة بالجدول السابق، إذ أكدت الصحفيات أن التدريب كان ممتازًا

وممتازًا جدًا، وبناءً على ذلك، فإن تأثيره في الأداء المهني كان كبيرًا وكبيرًا جدًا. وقد التحقت العديد من الإعلاميات الفلسطينيات في محافظات غزة بمجال التصوير، وشاركن في مسابقات دولية، وحصدن جوائز عالمية؛ لذا فإن تأثير التدريب في الأداء الإعلامي لدى الصحفيّات الفلسطينيات كان واضحًا في مختلف المجالات الإعلامية، مما دفع العاملات في المؤسسات الإعلامية إلى الالتحاق بدورات تدريبية للاستفادة من هذه الدورات، وما توفره من خبرات ومعارف. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (قارة و زعيم، 2017)، التي بيّنت أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أقرت بأن التدريب أسهم في تحسين الأداء الإعلامي، وأكسبهم معلومات جديدة ومفيدة في العمل. في المقابل، تختلف هذه النتيجة ما جاء في دراسة (البرصان، 2021)، التي أشارت إلى أن البرامج التدريبية في الأردن ليست بالمستوى الذي يحقق الفائدة التي يريدها الصحفي.

4. احتياجات الصحفيّات الفلسطينيات الإعلامية في محافظات غزة

جدول (11) يُبين أهم احتياجات الصحفيّات الفلسطينيات الإعلامية في محافظات غزة

النسبة	التكرار	احتياجات الصحفيّات الفلسطينيات الإعلامية
76.3	61	دورات في صناعة المحتوى
45.0	36	دورات في الإعلام المتخصص
52.5	42	دورات في تغطية الحروب والاجتياحات
63.8	51	دورات في اللغات الأجنبية الإعلامية
50.0	40	دورات في صحافة البيانات، والصحافة الاستقصائية
52.5	42	دورات في الانفوجرافيك والفيديو جرافيك
47.5	38	دورات في جرائم النشر الإلكتروني
51.3	41	دورات في صحافة الموبايل
35.0	28	دورات في الكتابة للمواقع الإلكترونية
46.3	37	دورات في إعلام الأزمات والكوارث
25.0	20	دورات في مهارات الاتصال والتواصل
36.3	29	دورات في الأخلاقيات الإعلامية
27.5	22	دورات في التصوير الصحفي والتلفزيوني
52.5	42	دورات في صحافة الذكاء الاصطناعي والروبوت
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يوضح جدول (11) أهم احتياجات الصحفيّات الفلسطينيات الإعلامية في محافظات غزة من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية، وقد تبين أن دورات في صناعة المحتوى جاءت بنسبة (76.3%)، ودورات في اللغات الأجنبية الإعلامية بنسبة (63.8%)، ودورات في تغطية الحروب والاجتياحات بنسبة (52.5%)، دورات في الانفوجرافيك والفيديو جرافيك بنسبة (52.5%)، ودورات في صحافة الذكاء الاصطناعي والروبوت بنسبة (52.5%)، ودورات في صحافة الموبايل بنسبة (51.3%)، ودورات في صحافة البيانات، والصحافة الاستقصائية بنسبة (50.0%)، ودورات في جرائم النشر الإلكتروني بنسبة (47.5%)، ودورات في إعلام الأزمات والكوارث بنسبة (46.3%)، ودورات

في الإعلام المتخصص بنسبة (45.0%)، ودورات في الأخلاقيات الإعلامية بنسبة (36.3%)، ودورات في الكتابة للمواقع الإلكترونية بنسبة (35.0%)، ودورات في التصوير الصحفي والتلفزيوني بنسبة (27.5%)، ودورات في مهارات الاتصال والتواصل بنسبة (25.0%).

وتُعد هذه النتائج منطقية، لأنه من أبرز احتياجات الصحفيات الفلسطينيات، ولا سيّما العاملات في المواقع الإلكترونية والصحف والمجلات والتي كانت في المرتبة الأولى كما أظهرت في النتائج السابقة أنهن بحاجة إلى دورات في صحافة الموبايل، وصحافة البيانات، والصحافة الاستقصائية، وهي تُعد دورات مهمة لمعرفة أساسيات العمل الإعلامي.

وقد سعت المؤسسات التدريبية إلى تنفيذ العديد من الدورات المتخصصة، التي تُعد مهمة للإعلاميات الفلسطينيات، تلتها في الأهمية دورات في اللغة الإنجليزية الإعلامية، وصناعة المحتوى، ومهارات الاتصال والتواصل، لما لهذه المجالات من أهمية في تمكين الصحفيات من أجل مواكبة الصحفيات الفلسطينيات للتطورات الحديثة، وفهم وسائل وأساليب وأدوات الإعلام الرقمي وتطبيقه في مؤسساتهن الإعلامية.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Almashaqbeh, 2025)، التي بيّنت وجود نقص في حضور المبحوثين في الدورات المتعلقة بمهارات التحرير والكتابة.

ويرى الباحث أن حصول الصحفيات على دورات في اللغة الأجنبية الإعلامية وبنسبة متقدمة، يؤكد اهتمامهن بهذه المهارات؛ لما لها من أهمية في إيصال الرواية الفلسطينية إلى العالم. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الطويسى وآخرون، 2015)، التي أشارت إلى أن مهارات الاتصال باللغة الإنجليزية، وتغطية الحروب والكوارث، والصحافة الاستقصائية، والإعلام التخصصي، جاءت في مقدمة احتياجات الإعلاميين لهذه الدورات.

5. معايير نجاح البرامج التدريبية

جدول (12) يُبين معايير نجاح البرامج التدريبية التي حصلت عليها عينة الدراسة

النسبة	التكرار	معايير نجاح البرامج
75.0	60	الاستفادة في مجال العمل
52.5	42	حدّث موضوعات الدورة وجدّتها
45.0	36	واقعية البرامج التدريبية
41.3	33	الحاجة الماسة لها
52.5	42	الدمج بين الجوانب النظرية والتطبيقية
45.0	36	قوة المدرب المميزة
18.8	15	الإمكانيات المتوفرة لدى جهات التدريب
35.0	28	المؤسسة الإعلامية القائمة على البرامج التدريبية
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يكشف جدول (12) معايير نجاح البرامج التدريبية التي حصلت عليها عينة الدراسة، وقد تبين

أن الاستفادة في مجال العمل جاءت بنسبة (75.0%)، وحداثة موضوعات الدورة وجدتها بنسبة (52.5%)، والدمج بين الجوانب النظرية والتطبيقية بنسبة (52.5%)، وواقعية البرامج التدريبية بنسبة (45.0%)، و"قوة المدرب المميزة بنسبة (45.0%)، والحاجة الماسة لها بنسبة (41.3%)، والمؤسسة الإعلامية القائمة على البرامج التدريبية بنسبة (35.0%)، والإمكانيات المتوفرة لدى جهات التدريب بنسبة (18.8%).

ويرجع السبب الرئيس في ارتفاع نسبة الاستفادة من هذه الدورات في مجال عمل الصحفيات ونجاحها إلى ارتباطها بطبيعة عملهن، وملاستها لاحتياجاتهن الإعلامية، وترى الصحفيات الفلسطينيات أن التحاقهن بالدورات التدريبية نابع من الدور الذي تقوم به هذه البرامج في تطوير الأداء، وزيادة المعارف.

وقد جاءت حداثة موضوعات الدورة وجدتها، وواقعية البرامج، في المرتبة التالية؛ لأن الإعلاميات دائماً يسعين إلى اكتساب المعرفة، والخبرة المهنية، ومواكبة المستجدات في المجال الإعلامي، وكيفية توظيفها في أعمالهن، لذا فإن الإعلاميات الفلسطينيات يبحثن عن الدورات التدريبية المتجددة، تُواكب تطورات الإعلام الذي يبحث عن كل ما هو جديد.

الوحدة الثالثة: سلبيات وإيجابيات التدريب الإعلامي

1. إيجابيات الدورات الإعلامية التي حصلت عليها عينة الدراسة

جدول (13) يُبين إيجابيات الدورات الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة

النسبة	التكرار	إيجابيات الدورات
77.5	62	زيادة المعارف والمهارات الإعلامية
67.5	54	تطوير الذات
46.3	37	صقل الموهبة الإعلامية
53.8	43	التطوير في مجال التحرير
61.3	49	فتح آفاق جديدة في مجال الإعلام
30.0	24	التميز والتنافس الإعلامي
48.8	39	تطوير مهارات الاتصال والتواصل مع أفراد المجتمع
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يوضح جدول (13) إيجابيات الدورات الإعلامية من وجهة نظر الصحفيات الفلسطينيات، وقد تبين أن زيادة المعارف والمهارات الإعلامية جاءت بنسبة (77.5%)، وتطوير الذات بنسبة (67.5%)، وفتح آفاق جديدة في مجال الإعلام بنسبة (61.3%)، والتطوير في مجال التحرير بنسبة (53.8%)، وتطوير مهارات الاتصال والتواصل مع أفراد المجتمع بنسبة (48.8%)، وصقل الموهبة الإعلامية بنسبة (46.3%)، والتميز والتنافس الإعلامي بنسبة (30.0%).

وهذه نتيجة طبيعية تُبين أن الإعلاميات يرين أن أهم إيجابيات الدورات التدريبية تتمثل في زيادة معارفهن ومهاراتهن الإعلامية، وصقل مواهبهن لتقديم الأفضل في مجال تخصصاتهن، وقد جاء في

المرتبة التالية تطوير الذات، والسعي نحو التنافس والتميز في هذا المجال، بما يُكسبهن القدرة على المنافسة خلال عملهن في المؤسسات الصحفية.

2. سلبيات الدورات التدريبية من وجهة نظر عينة الدراسة

جدول (14) يُبين سلبيات الدورات التدريبية التي حصلت عليها عينة الدراسة

النسبة	التكرار	سلبيات الدورات التدريبية
50.0	40	عدم مناسبة الوقت والمكان
52.5	42	تكرار الموضوعات التدريبية
30.0	24	ضعف المدربين
28.8	23	عدم جدية المتدربين
43.8	35	عدم توافر الإمكانيات اللازمة للتدريب
26.3	21	عدم تلبية الاحتياجات التدريبية اللازمة
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يظهر جدول (14) سلبيات الدورات الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة، وقد تبين أن تكرار الموضوعات التدريبية جاءت بنسبة (52.5%)، وعدم مناسبة الوقت والمكان بنسبة (50.0%)، وعدم توافر الإمكانيات اللازمة للتدريب بنسبة (43.8%)، وضعف المدربين بنسبة (30.0%)، وعدم جدية المتدربين بنسبة (28.8%)، وعدم تلبية الاحتياجات التدريبية اللازمة بنسبة (26.3%). ويتفق الباحث مع آراء الصحفيات في أن من أبرز سلبيات الدورات التدريبية عدم مناسبة الوقت والمكان، ثم عدم تلبية الرغبات التدريبية الملحة للإعلاميات، فيجدن أنفسهن حائرات في اختيار أولوياتهن من بين هذه الدورات، وتلا ذلك تكرار الموضوعات التدريبية من قبل بعض المراكز، بحجة أهميتها للإعلاميات، ويرى الباحث أن هذا التكرار يُعدّ ضعفاً كبيراً، كما أن بعض هذه المراكز لا توفر مدربين مؤهلين، ربما بسبب ضعف الإمكانيات أو ضعف التمويل.

الوحدة الرابعة: معوقات التدريب الإعلامي وسبل النهوض به

1. المشكلات التي يعاني منها التدريب الإعلامي، ويؤدي إلى عدم نجاحه

جدول (15) يُبين المشكلات التي يعاني منها التدريب الإعلامي، ويؤدي إلى عدم نجاحه

النسبة	التكرار	مشكلات التدريب الإعلامي
65.0	52	تشابه مواضيع التدريب الإعلامي
72.5	58	الأساليب التقليدية في التدريب الإعلامي
52.5	42	ضعف التمويل للدورات التدريبية
22.5	18	ضعف التنسيق
26.3	21	عدم اقتناع المؤسسات الإعلامية بفكرة التدريب الإعلامي
45.0	36	ندرة الأقسام الخاصة بالتدريب في المؤسسات الإعلامية
35.0	28	عدم الدمج بين الجانبين النظري والعملي في التدريب الإعلامي
46.3	37	ضغط العمل وعدم التفريغ للتدريب

33.8	27	عدم مواكبة التطورات الحديثة
31.3	25	ضعف كفاءة المدربين
26.3	21	ضعف إمكانات المتدربات، وتفاوت مستوياتهن
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يوضح جدول (15) مشكلات يعاني منها التدريب الإعلامي، ويؤدي إلى عدم نجاحه، وقد تبين أن الأساليب التقليدية في التدريب الإعلامي جاءت بنسبة (72.5%)، وتشابه مواضيع التدريب الإعلامي بنسبة (65.0%)، وضعف التمويل للدورات التدريبية بنسبة (52.5%)، وضغط العمل وعدم التفريغ للتدريب بنسبة (46.3%)، وندرة الأقسام الخاصة بالتدريب في المؤسسات الإعلامية بنسبة (45.0%)، وعدم الدمج بين الجانبين النظري والعملي في التدريب الإعلامي بنسبة (35.0%)، وعدم مواكبة التطورات الحديثة بنسبة (33.8%)، وضعف كفاءة المدربين بنسبة (31.3%)، وعدم اقتناع المؤسسات الإعلامية بفكرة التدريب الإعلامي بنسبة (26.3%)، وضعف إمكانات المتدربات، وتفاوت مستوياتهن بنسبة (26.3%)، وضعف التنسيق بنسبة (22.5%). وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (Almashaqbeh, 2025)، التي توضح أن أبرز المشكلات والعوائق هي مواضيع الدورات التدريبية نمطية، وتقليدية، ومتكررة.

وترى الصحفيات الفلسطينيات أن من أبرز المشكلات التي يعاني منها التدريب الإعلامي هي ندرة الأقسام المتخصصة بالتدريب، وعدم الدمج بين الجانبين النظري والعملي، وهي مسألة منطقية. تليها مشكلة تكرار موضوعات التدريب الإعلامي، وضعف التمويل، ثم استخدام الأساليب التقليدية في التدريب الإعلامي؛ لأن عدم استخدام الأساليب الحديثة لا يرتقي في تطوير قدرات الصحفيات الفلسطينيات، كما أشرن إلى عدم وجود تنسيق بين المؤسسات الإعلامية، مما يؤدي إلى وجود فجوة في توفير الدورات التدريبية اللازمة، وأكدت الصحفيات أن ضعف كفاءة المدربين وتفاوت مستويات المتدربات يُعدّان من العوامل المؤثرة على نجاح التدريب الإعلامي.

2. سبل النهوض بالتدريب الإعلامي، وتحسينه

جدول (16) يُبين سبل النهوض بالتدريب، وتحسينه

النسبة	التكرار	النهوض بالتدريب الإعلامي
77.5	62	التمويل اللازم للتدريب الإعلامي
67.5	54	ضرورة إشراف مؤسسات إعلامية متخصصة على التدريب والاهتمام به
82.5	66	مواكبة التكنولوجيا في المجال الإعلامي
56.3	45	التنسيق بين المؤسسات الإعلامية الأخرى ذات العلاقة
67.5	54	إيجاد أقسام خاصة بالتدريب في كل مؤسسة إعلامية تعمل بها الصحفيات
2.5	2	سبل أخرى
اختلاف التكرار لاختيار المبحوثات أكثر من إجابة		

يكشف جدول (16) سبل النهوض بالتدريب الإعلامي، وتحسينه، وقد تبين أن مواكبة التكنولوجيا

في المجال الإعلامي جاءت بنسبة (82.5%)، والتمويل اللازم للتدريب الإعلامي بنسبة (77.5%)، وضرورة إشراف مؤسسات إعلامية متخصصة على التدريب والاهتمام به بنسبة (67.5%)، وإيجاد أقسام خاصة بالتدريب في كل مؤسسة إعلامية تعمل بها الصحفيات بنسبة (67.5%)، والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية الأخرى ذات العلاقة بنسبة (56.3%)، وسبل أخرى بنسبة (2.5%).

ويؤيد الباحث رأي الإعلاميات اللواتي أوصين بضرورة مواكبة التكنولوجيا للنهوض بالتدريب الإعلامي؛ لأن الإعلام في فلسطين بحاجة ماسة إلى التطور، ومواكبة كل جديد لمنافسة وسائل الإعلام الأخرى. كما يُعدّ إشراف مؤسسات إعلامية متخصصة على التدريب والاهتمام به من أهم أساليب النهوض به؛ لأنها تعمل على تنظيم عملها، والسعي نحو التطور التكنولوجي، وأكدت الإعلاميات أيضًا ضرورة التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الأخرى ذات العلاقة، للمشاركة في الدورات التدريبية، بهدف زيادة المعارف وتبادل الخبرات، ويرى الباحث أن وجود أقسام متخصصة بالتدريب في كل مؤسسة إعلامية يُعدّ مؤشراً على النهوض والتطور لهذه المؤسسة.

اختبار الفرضيات

1. الفرضية الأولى: توجد دلالة إحصائية بين سنوات الخبرة، والحاجة إلى تدريب الإعلامي، ولاختبار العلاقة بينهما، فقد تم استخدام اختبار كاي تربيع.

جدول (17) يُبين نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين سنوات الخبرة، والحاجة إلى التدريب

الإعلامي

قيمة كاي تربيع = 2.479	درجة الحرية = 4	القيمة الاحتمالية = 0.048
------------------------	-----------------	---------------------------

يظهر جدول (17) نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين سنوات الخبرة، والحاجة إلى التدريب الإعلامي، وقد تبين أن قيمة كاي تربيع بلغت (2.479)، والقيمة الاحتمالية بلغت (0.048)، وهي أقل من (0.05). مما يدل على وجود علاقة بين سنوات الخبرة والحاجة إلى التدريب الإعلامي، ويؤكد الباحث وجود علاقة واضحة بين اهتمام الصحفيات ذات الخبرة في المجال الإعلامي وحاجتها إلى التدريب؛ لأنها تبحث عن التطور في تخصصها، وتسعى لمواكبة كل جديد بهدف تطوير ذاتها في المجال الإعلامي.

2. الفرضية الثانية: توجد دلالة إحصائية بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وعدد الدورات التدريبية في العمل الإعلامي، ولاختبار العلاقة بينهما، فقد تم استخدام اختبار كاي تربيع.

جدول (18) يُبين نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وعدد الدورات التدريبية في العمل الإعلامي

وعدد الدورات التدريبية في العمل الإعلامي

قيمة كاي تربيع = 7.303	درجة الحرية = 6	القيمة الاحتمالية = 0.294
------------------------	-----------------	---------------------------

يكشف جدول (18) نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وعدد الدورات التدريبية في العمل الإعلامي، وقد تبين أن قيمة كاي تربيع بلغت (7.303)، والقيمة الاحتمالية بلغت (0.294)، وهي أكبر من (0.05)، مما يدل على عدم وجود علاقة بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وعدد الدورات التدريبية في العمل الإعلامي عند مستوى الدلالة. وهذه نتيجة طبيعية، إذ إن تأثير الدورات التدريبية على العمل الإعلامي لدى الإعلاميات الفلسطينيات غير مرتبط ب حاجتهن إلى التدريب، إذ تتطور الخبرة من خلال ممارسة العمل الصحفي، والمشاركة في الندوات وورش العمل المتعلقة بالإعلام الفلسطيني، بالإضافة إلى متابعة كل ما هو جديد ومتطور تكنولوجياً.

3. الفرضية الثالثة: توجد دلالة إحصائية بين عدد الدورات التدريبية ومدى تلبيتها للاحتياجات المهنية وإسهامها في الارتقاء بالعمل، عند مستوى الدلالة، واختبار العلاقة بينهما، فقد تم استخدام اختبار كاي تربيع، كما هو موضح في جدول (19).

جدول (19) يُبين نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين عدد الدورات التدريبية ومدى تلبيتها للاحتياجات المهنية وإسهامها في الارتقاء بالعمل

القيمة الاحتمالية = 0.042	درجة الحرية = 3	قيمة كاي تربيع = 15.542
---------------------------	-----------------	-------------------------

يوضح جدول (19) نتائج اختبار كاي تربيع لقياس العلاقة بين عدد الدورات التدريبية ومدى تلبيتها للاحتياجات المهنية وإسهامها في الارتقاء بالعمل، وقد تبين أن قيمة كاي تربيع بلغت (15.542)، والقيمة الاحتمالية بلغت (0.042)، وهي أقل من (0.05)، مما يدل على عدم وجود علاقة بين عدد الدورات التدريبية ومدى تلبيتها للاحتياجات المهنية وإسهامها في الارتقاء بالعمل عند مستوى دلالة، أما الباحث فيرى وجود علاقة بين تلبية الدورات التدريبية لاحتياجات الإعلاميات في محافظات غزة، وإسهامها في تطوير عملهن والنهوض بمهنتهن؛ لأن الصحفيات لا يلتحقن بأي دورة تدريبية إلا لحاجتهن إليها، ولأهميتها وضرورتها في الارتقاء بأدائهن الإعلامي، ونجاحهن في عملهن.

واقع برامج التدريب الإعلامي للصحفيات الفلسطينيات بعد 7 أكتوبر 2023م

إن واقع العمل الصحفي للصحفيات الفلسطينيات في محافظات غزة بعد السابع من أكتوبر 2023م، يختلف تمامًا عما كان عليه قبل الحرب، وكذلك الاحتياجات التدريبية في المجال الإعلامي، وهذا ما أكدته العديد من الصحفيات.

إذ تقول الصحفية شيرين خليفة أن الاحتياجات التدريبية قبل الحرب على غزة تختلف نسبيًا عنها خلال الحرب وبعدها، نتيجة تغير الظروف التي تعيشها الصحفيات، موضحة أن التدريب الإعلامي

في ظل الحرب يواجه تحديات كبيرة، إذ تعرضت أماكن التدريب للقصف أكثر من مرة، وتعرضت المؤسسات القائمة على التدريب الإعلامي للتدمير.

وتؤيد الصحفية مها شهوان ما قالته شيرين، مؤكدة أن قطاع غزة أصبح تحت القصف المستمر، وأضافت الصحفيتان ناريمان شقورة وغادة قنديل أن كل شيء قد تغير بالنسبة للصحفيات، سواء من حيث طبيعة الحياة أو ظروفها، وأن التدريبات الإعلامية أصبحت مختلفة، بسبب غياب الأمن والأمان، مشيرتين إلى أن الصحفيين والصحفيات يفتقرون إلى بيئة تدريبية آمنة.

وأوضحت الصحفية وردة الشنطي أن التدريبات الإعلامية قبل الحرب كانت تركز على المهارات العامة، كإعداد التقارير ومجالات التحرير الصحفي، أما في الحرب، فتبرز الحاجة إلى تدريبات متخصصة في مناطق النزاع، تتعلق بالسلامة الشخصية، والتعامل مع الأزمات، والإسعافات الأولية، وإدارة التوتر والصدمات النفسية، وتغطية النزاعات بشكل مهني وأخلاقي، إضافة إلى التدريب على أدوات الأمن الرقمي، وحماية البيانات، ومهارات التوثيق وجمع الأدلة في بيئة الحرب على غزة.

أما الصحفيتان ريم أبو حصيرة وإيمان البيومي، فقد أوضحتا أن الصحفيات يعملن تحت ضغط نفسي كبير، ويطلب منهن أن يفصلن بين حياتهن الشخصية والعملية، إلا أن كثيرًا من الإعلاميات تأثرت حياتهن الخاصة والعائلية؛ بسبب سوء حالاتهن النفسية الناتجة عن تغطية الأحداث الدموية، مشددتين على أهمية حصول الصحفيات على دورات لها علاقة باللياقة البدنية، لمواجهة الظروف القاسية أثناء تغطيتهن الميدانية في وقت الحروب.

وتوافقهما الصحفية ناريمان شقورة في ذلك، مشيرة إلى أن العمل الإعلامي يكون تحت القصف، وتكون التغطية من الخيام، وبأبسط الإمكانيات، موضحة ضرورة التدريب على البدائل التي فرضتها الحرب، وتحديدًا التدريب على الحماية والسلامة المهنية.

وترى كل من الصحفيتين مها شهوان ود. أمينة زيارة ضرورة إيجاد بدائل في ظل انقطاع الإنترنت، والتعامل مع الأزمات الطارئة التي تواجه الصحفيات، والتدريب على الفنون الصحفية التي تساعد في نقل صورة ما يجري في غزة من مجازر يومية.

وتؤيد (د. أمينة زيارة) و(يسرى العكلوك) ما ذهبت إليه بقية الصحفيات من الحاجة الماسة إلى تدريبات في التأهيل النفسي والتفريغ الانفعالي، وخصوصًا بعد المشاهد المؤلمة التي تمت تغطيتها خلال الحرب على غزة من مشاهد القتل والدمار وفقدان العوائل والأصدقاء، وأن الصحفيات بحاجة إلى تدريبات تتعلق بالقوانين الدولية، وحقوق الإنسان، والتغطية الخاصة بالفئات المهمشة مثل: النساء، والأطفال، وذوي الإعاقة، والمرضى أصحاب الحالات المزمنة، وكذلك كيفية تسليط الضوء على معاناة المستشفيات والنقص الشديد الذي تعاني منه في الموارد الطبية، وغيرها من التدريبات الإعلامية المهمة.

الصعوبات والتحديات والمشكلات التي تواجه الصحفيات الفلسطينيات خلال عملهن في ظل الحرب على غزة، وتعيق تدريبهن الإعلامي

أجمعت جميع الصحفيات اللواتي تم مقابلتهن على وجود العديد من الصعوبات، والتحديات، والمشكلات التي تواجه الصحفيات الفلسطينيات منها:

1. تأثر الحياة الخاصة للصحفيات جذرياً خلال الحرب بالواقع الجديد، مما أثر على عملهن؛ بسبب عدم القدرة على الوصول إلى مكاتبهن، والنزوح المتكرر، والسكن في الخيام التي تفتقر إلى أدنى متطلبات الحياة.

2. فقدان الصحفيات الفلسطينيات للكثير من احتياجاتهن الشخصية من ملابس وأثاث، واضطرابهن للسكن عند الأقارب الذين يرفضون أن تمارس الصحفيات عملهن الصحفي، خوفاً من تعرّض الجميع للقصف بسبب وجودهن.

3. تعرّض الصحفيات لضغط مضاعف أثناء ممارسة المهنة، إذ أثر الاستهداف المتعمّد للصحفيين والصحفيات من قبل الطائرات (الإسرائيلية) على عملهن، مما جعل من مهنة الصحافة خطراً على حياة الصحفية أثناء تغطيتها للحرب على غزة.

4. الضغوط النفسية والاجتماعية الناتجة عن استشهاد العديد من الصحفيين والصحفيات، وفقدان الأهل والأبناء والأحباب، واستهداف مناطق سكنهن، وخشية ذوبهن عليهن، وإصابة بعضهن بجروح بالغة، وفقدان بعضهن لأطرافهن، مما أعاق ممارسة عملهن الإعلامي.

5. فقدان التام للأمن الشخصي، وانشغال أغلب الصحفيات بهوم الحياة، مثل توفير الطعام للعائلة، والطبخ على النار، والعودة إلى الحياة البدائية، مما أثر عليهن جسدياً ونفسياً، وقُل من قدرتهن على الاستمرار في العمل الإعلامي.

6. فقدان الصحفيات لأدواتهن المهنية من هواتف، وكاميرات، وأجهزة حاسوب، سواء بسبب قصف بيوتهن أو أماكن عملهن.

7. أزمة انقطاع الكهرباء، والإنترنت، والانتقال سيراً على الأقدام لمسافات طويلة لتغطية العدوان (الإسرائيلي).

8. تعرّض العديد من الصحفيات لسوء التغذية، الناتج عن الحصار، وحرب المجاعة، وهندسة التجويع التي تمارسها "إسرائيل" على المجتمع الفلسطيني في غزة، مما أثر على قوتهن الجسدية، وقدرتهن على ممارسة عملهن؛ بسبب تدهور وضعهن الصحي.

9. صعوبة التدريب الإعلامي خلال الحرب أو القصف أو النزوح، وانشغال الصحفيات بالتغطية الإعلامية على مدار الساعة، في ظل استمرار القصف، والتدمير للمباني، والمؤسسات الإعلامية، والتدريبية.

10. استشهاد العديد من المدربين الإعلاميين أو إصابتهم، أو سفرهم خارج البلاد لتلقي العلاج بسبب إصابتهم.
 11. التهديد المباشر من "الجيش الإسرائيلي" للصحفيات، بالقتل، والقصف، والاعتقال، وعدم تهيئة سبل الحماية اللازمة لهنّ.
 12. نقص الإمكانيات من حيث أماكن التدريب، والقاعات، والأدوات التكنولوجية التي لم تدخل إلى قطاع غزة منذ بدء الحرب.
- وكل هذه التحديات والمشكلات والصعوبات تؤدّي إلى صعوبة حصول الصحفيات الفلسطينيات على التدريبات الإعلامية المناسبة خلال الحرب على غزة، إذ أجمعت جميع الصحفيات أنه في ظل الحرب لا مجال لعقد دورات تدريبية للأسباب التي ذكرناها سابقاً.
- أما عن سُبل النهوض بالتدريب الإعلامي وتطويره في ظلّ الحرب وما بعدها، فإن الصحفيات اللواتي تمّت مقابلتهن يرينّ أن من أبرز هذه السُبل الآتي:
1. توفير نشرات إعلامية تُوزّع على الصحفيات الفلسطينيات، بحيث تتناول مضامين تدريبية في مجال الإعلام، وذلك تعويضاً عن الدورات التدريبية، للاستفادة منها بما يتناسب مع ظروف الحرب على غزة.
 2. إعداد دليل تدريبي يتضمّن موادّاً تدريبية جديدة في مجال الإعلام، يكون مرجعاً للصحفيات للاستفادة منه وقت الأزمات، ويتناسب مع الظروف التي تعيشها الصحفيات الفلسطينيات.
 3. إعادة تهيئة المؤسسات التي تهتم بالتدريب الإعلامي، وتزويدها بكل ما يلزمها من معدات، وقاعات، وأجهزة، ووسائل مناسبة للظروف التي يعيشها المجتمع الفلسطيني، من أجل القيام بمهامها التدريبية.
 4. وضع رؤية تدريبية تضمن الحرية في نقل الأحداث، وتصميم برامج تدريبية متخصصة في التغطية الإعلامية وقت الحروب.
 5. توفير تدريبات إعلامية عن بُعد، لتجاوز القيود الجغرافية، ومشاكل التدريب المحلي، وتعزيز السلامة المهنية والنفسية للصحفيات.
 6. بناء شراكات مع منظمات دولية متخصصة في مجال الإعلام، لضمان توفير محتوى تدريبي عال الجودة.
 7. توفير منح وأدوات رقمية تساعد الصحفيات الفلسطينيات في غزة على الاستمرار في العمل بأمانة ومهنية، وإنشاء مراكز تدريبية طارئة تعمل خلال الأزمات لتقديم الدعم العاجل والتدريب الميداني.
 8. الاستعانة بخبرات مراسلي الحروب من العرب والأجانب، للاستفادة من تجاربهم أثناء تغطية الحروب والأزمات.

خلاصة نتائج الدراسة

1. ترى (65.0%) من الصحفيات الفلسطينيات أن درجة احتياجهن للتدريب الإعلامي كبيرة جداً، بينما ترى (31.25%) أن الحاجة كبيرة، و(3.75%) يرينها بدرجة متوسطة.
2. تلقت جميع الصحفيات الفلسطينيات دورات تدريبية إعلامية وبنسبة (98.8%)، وأن (1.2%) تلقين دورة في الطباعة.
3. تلقت مجموعة من الصحفيات الفلسطينيات دورات في مؤسسات إعلامية محلية بنسبة (67.1%)، و(39.2%) تلقينها في مؤسسات خاصة، و(39.2%) في مؤسسات المجتمع المدني، وأن (25.3%) تلقين الدورات في أماكن عملهن، في حين (22.8%) تلقين دورات في نقابات مهنية، وأن (20.2%) تلقين الدورات في مؤسسات دولية.
4. ترى (23.75%) من الصحفيات أن عدد الدورات التي تلقينها في الإعلام يتراوح بين (5- أقل من 10 دورات)، وأن (26.25%) تلقين (10 - أقل من 15 دورة)، وأن (35%) تلقين (أكثر من 15 دورة)، بينما (15.0%) تلقين (أقل من 5 دورات).
5. ترى (85.1%) من الصحفيات الفلسطينيات أن الدورات التدريبية التي تلقينها كانت في مهارات التحرير والكتابة، بينما (65.8%) في مجال التصوير الصحفي، و(54.4%) في مجال الإعلام الرقمي، و(48.1%) في مجال أخلاقيات المهنة، و(46.8%) في مجال التقديم الإذاعي والتلفزيوني، و(45.6%) في مجال صناعة المحتوى، و(44.3%) في مجال الصحافة الاستقصائية، و(24.1%) في مجال التصوير التلفزيوني، و(18.9%) في الإعلام المتخصص، و(16.45%) في مهارات العمل في العلاقات العامة، و(12.6%) مهارات في الإخراج والتصميم الصحفي، و(11.4%) في صحافة الذكاء الاصطناعي، و(8.9%) حصلن على دورات في اللغات الأجنبية في مجال الإعلام، و(8.9%) تلقين دورات في الإخراج الإذاعي والتلفزيوني.
6. ترى (60%) من الصحفيات الفلسطينيات أن الدورات التدريبية لبّثت احتياجاتهن الإعلامية، وأسهمت في الارتقاء بالعمل، بينما ترى (40%) أنها أحياناً تلبّي احتياجاتهن.
7. قيّمت (52.5%) من الصحفيات الفلسطينيات أن الدورات التدريبية ممتازة، وأن (11.25%) ممتازة جداً، و(35%) متوسطة، و(1.25%) ضعيفة.
8. ترى (13.75%) من الصحفيات الفلسطينيات أن الدورات التدريبية أثرت على عملهن بشكل ممتاز جداً، وأن (51.25%) يرين تأثيرها بشكل ممتاز، و(31.25%) يرين تأثيرها متوسط، و(3.75%) يرين التأثير ضعيف.
9. أظهرت النتائج أن (76.3%) من الصحفيات يَريْن حاجتهن إلى دورات في صناعة المحتوى، و(63%) يَريْن الحاجة إلى دورات في اللغة الأجنبية الإعلامية، فيما ترى (52.5%) الحاجة إلى دورات في الإنفوجرافيك والفيديو جرافيك، و(52.5%) في تغطية الحروب والاجتياحات،

و(52.5%) في صحافة الذكاء الاصطناعي، و(51.3%) في صحافة الموبايل، بينما (50%) في صحافة البيانات والصحافة الاستقصائية. ثم دورات في جرائم النشر الإلكتروني، وإعلام الأزمات والكوارث، و(35%) في الكتابة للمواقع الإلكترونية، و(25%) في مهارات الاتصال والتواصل.

10. توضح (7%) من الصحفيات أن من أهم معايير نجاح البرامج التدريبية هو الاستفادة منها في مجال العمل، بينما تشير (52.5%) إلى حداثة موضوعات الدورة وجدّتها، والدمج بين الجوانب النظرية والتطبيقية، كما تشير (45%) إلى واقعية البرامج التدريبية، وقوة المدرب المميزة.

11. ترى (77.5%) من الصحفيات أن من إيجابيات الدورات التدريبية زيادة المعارف والمهارات الإعلامية، و(67.5%) تطوير الذات، و(61.3%) فتح آفاق جديدة في مجال الإعلام، وترى (53.8%) التطوير في مجال التحرير، بينما تؤكد (48.8%) من الصحفيات تطوير مهارات الاتصال والتواصل مع أفراد المجتمع، وأن (46.3%) يرين أن الدورات تسهم في صقل المواهب الإعلامية، و(30%) في التنافس والتميز الإعلامي.

12. ترى (52.5%) من الصحفيات أن تكرار الموضوعات التدريبية يُعدّ من سلبيات الدورات التدريبية، و(50%) أشارت إلى عدم مناسبة الوقت والمكان للتدريب، بينما تشير (43.8%) إلى نقص الإمكانات اللازمة للتدريب، وأن (30%) من الصحفيات يشرنّ إلى ضعف كفاءة المدربين، و(28.8%) إلى عدم جدية المتدربات، وأن (26.3%) يؤكدن عدم تلبية الدورات للاحتياجات التدريبية اللازمة.

13. ترى (72.5%) أن الأساليب التقليدية في التدريب من المشكلات التي تؤدي إلى عدم نجاح التدريب الإعلامي، بينما (65%) يؤكدن تشابه مواضيع التدريب وتكرارها، و(52.5%) يرينّ ضعف التمويل للدورات التدريبية، وأن (46.3%) يرينّ ضغط العمل، وعدم التفرغ للتدريب من المشكلات، و(45%) من الصحفيات يؤكدن ندرة الأقسام الخاصة بالتدريب في المؤسسات الإعلامية، ثم عدم الدمج بين الجانبين النظري والعملي في التدريب الإعلامي، وأخيراً ضعف التنسيق بين المؤسسات التي تقدم الدورات التدريبية.

14. ترى (82.5%) من الصحفيات أن مواكبة التطور التكنولوجي في المجال الإعلامي من أهم سبل الارتقاء بالتدريب الإعلامي، و(77.5%) يؤكدن توفير التمويل اللازم للتدريب الإعلامي، بينما (67.5%) يرينّ ضرورة إشراف مؤسسات إعلامية متخصصة على التدريب والاهتمام به، وإيجاد أقسام خاصة بالتدريب في كل مؤسسة إعلامية تعمل بها الصحفيات الفلسطينيات، ثم التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الأخرى ذات العلاقة.

15. ترى معظم الصحفيات أن ظروف الحرب أثرت بشكل كبير على التدريب الإعلامي؛ بسبب ظروف الحرب بعد 7 أكتوبر 2023م.

16. معظم الصحفيات بعد 7 أكتوبر 2023م يواجهن العديد من التحديات، والمشكلات، والصعوبات، كظروف النزوح، وفقدان الكثير من احتياجاتهن، وارتفاع عدد من المراسلين والمراسلات شهداء، والضغط النفسي والاجتماعية، وعدم توفر الأمان للصحفيات ولعوائلهن في محافظات غزة.
17. ترى الصحفيات أن من أبرز سُبل الارتقاء بالتدريب الإعلامي خلال الحرب على غزة وما بعدها، توفير الحرية للصحفيات، وتصميم برامج تدريبية متخصصة، والاستعانة بخبرات المراسلين العرب والأجانب وقت الحروب.
18. توجد دلالة إحصائية بين عدد سنوات الخبرة، والحاجة إلى التدريب الإعلامي.
19. لا توجد دلالة إحصائية بين الحاجة إلى التدريب الإعلامي، وتأثير الدورات التدريبية في العمل الإعلامي.
20. توجد دلالة إحصائية بين مدى تلبية الدورات التدريبية للاحتياجات الإعلامية، وإسهامها في الارتقاء بالعمل، ودرجة تقييم الدورات التدريبية ونجاحها.

التوصيات والمقترحات

1. ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية في مجالات الدورات التدريبية اللازمة في العمل الإعلامي.
2. توصي الدراسة بضرورة إشراف مؤسسات إعلامية متخصصة على التدريب الإعلامي، ومتابعة المراكز التدريبية وتشجيعها على الإبداع، وتقديم أفكار جديدة وإمدادها بالإمكانات التكنولوجية للارتقاء بالتدريب الإعلامي، وتوفير الدعم اللازم.
3. العمل على التنسيق بين المؤسسات الإعلامية عربياً ودولياً في الدورات التدريبية، وفتح آفاق للإعلاميات الفلسطينيات للمشاركة فيها، من أجل زيادة المعارف والخبرات، ودعم المنافسة الإعلامية بين الإعلاميين والمؤسسات.
4. تقترح الدراسة تأسيس جسم نقابي خاص بالصحفيات الفلسطينيات، يشرف على تدريبهن، لما لهن من دور مهم في تطوير العمل الإعلامي في محافظات غزة.
5. توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية الفلسطينية بضرورة التنسيق الجيد لتلبية احتياجات الصحفيات الفلسطينيات في مجال عقد دورات تخصصية وتحديثها، من أجل تعميم الفائدة على جميع العاملات في مجال الصحافة والإعلام الرقمي.
6. ضرورة وضع رؤية لتدريب الصحفيات، وفقاً لظروف الحرب التي مررن بها، والعمل على بناء شراكات مع منظمات دولية لتوفير محتوى تدريبي عال الجودة.
7. تقترح الدراسة على الباحثين والدارسين بإجراء دراسات وأبحاث مستقلة عن واقع البرامج والتدريبات الإعلامية للصحفيات الفلسطينيات في ظل الحرب على غزة وبعدها، وكذلك عمل دراسات وأبحاث عن التحديات والصعوبات والمشكلات التي واجهتهن خلال تغطيتهن لأحداث ما بعد 7 أكتوبر 2023م.

الهوامش

- (1) مقابلة مع د. تحسين الأسطل، بتاريخ 20/9/2023م.
- (2) الصحفيات اللواتي تم مقابلتهن: ريم أبو حصيرة، مراسلة قناة فلسطين اليوم؛ ود. أمينة زيارة، كاتبة وصحفية في مجلة السعادة؛ ومها رشوان، مراسلة في صحيفة الرسالة الإلكترونية؛ ووردة الشنطي، مقدمة برامج في تلفزيون فلسطين، ومراسلة للعديد من المواقع الإلكترونية؛ وناريمان شقورة، مراسلة للعديد من المواقع الإلكترونية، ومدربة في مجال الإعلام؛ وشيرين خليفة، مراسلة للعديد من المواقع الإلكترونية، ومدربة في مجال الإعلام؛ وغادة قنديل، صحفية ومقدمة برامج في قناة الأقصى الفضائية؛ وإيمان البيومي، مصورة تلفزيونية؛ ويسرى العلكوك، مراسلة قناة الجزيرة مباشر.

(3) أسماء المحكمين

- أ.د. أمين وافي، أستاذ الإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، غزة، فلسطين.
- أ.د. جواد الدلو، أستاذ الصحافة، الجامعة الإسلامية بغزة، غزة، فلسطين.
- أ.د. ماجد ترابان، أستاذ الإعلام، جامعة الأقصى، فلسطين.
- د. حسن أبو حشيش، أستاذ الإعلام المشارك، الجامعة الإسلامية بغزة، غزة، فلسطين.
- د. غسان حرب، عميد كلية الإعلام، جامعة الأقصى، فلسطين.

المصادر والمراجع

- أبو النصر، م. م. (2009). *مراحل العملية التدريبية: تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج التدريبية* (ط.2). القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- البرصان، إ. أ. (2021). واقع التدريب الصحفي للصحفيين الأردنيين في ظل الصحافة الرقمية. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*، 2021 (الجزء الثالث المجلد الرابع)، 1835-1855. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.226125>
- البسيوني، م. م. س. (2013). *اساسيات البحث العلمي في العلوم التربوية والاجتماعية والانسانية*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- بن حسين، ح. ب. ص. ح. (2019). *البرامج التدريبية وعلاقتها بتحسين أداء الإعلاميين في التعامل مع الأزمات: دراسة ميدانية* [رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية].
- الحربي، خ. ب. س. و. الشهري، ع. ب. ع. ا. (2017). *واقع التدريب بمعاهد وكليات الدفاع المدني في بعض الدول العربية*. الرياض: دار جامعة نايف للنشر. <https://doi.org/10.26735/xkbf2011>
- زقوت، ع. س. م. (2018). *واقع التدريب الصحفي في محافظات غزة وانعكاسه على الأداء المهني للصحفيين الفلسطينيين: دراسة ميدانية* [رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية (غزة)]. <https://search.mandumah.com/Record/1007813>
- السكرانه، ب. خ. (2011). *الحقائق التدريبية*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الشرعة، ع. ا. م. (2017). *إدارة العملية التدريبية النظرية والتطبيق*. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
- شعبان، خ. (2001). *مصطلحات في الاعلام والاتصال*. الجزائر: دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر.
- شعبي، و. (2015). *التدريب الإعلامي في ظل إدارة الجودة الشاملة للمؤسسة الإعلامية: دراسة حالة لمؤسسة الخبر الصحفية* [رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة]. <https://repository.univ-msila.dz/bitstreams/c0bfc690-e129-4050-8f0a-5bacf994b756/download>

- الطعاني، ح. أ. (2010). *التدريب الإداري المعاصر* (ط.2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الطويس، ن. م.، الطويس، ب. م.، و سليمان، ر. ج. (2015). جودة التدريب الإعلامي في الأردن. *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، 8(2)، 307-328. <https://archives.ju.edu.jo/index.php/ijss/article/view/9560>
- عبيدات، ذ.، عدس، ع. أ.، و عبد الحق، ك. (1984). *البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه* (ط.2). عمان: دار الفكر.
- العمرائي، ع. م. إ. (2012). *دليل الباحث إلى إعداد البحث العلمي* (ط.2). صنعاء: دار الكتاب الجامعي.
- عنانة، ع. ع. (2017). العوامل المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين في المواقع الإخبارية الأردنية: دراسة مسحية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للأدب*، 15(2)، 449-484. <https://aauja.yu.edu.jo/index.php/vol15n2/222-2021-05-27-17-27-24>
- قارة، س.، و زعيم، ن. (2017). دور التدريب الإعلامي في تحسين الأداء المهني للإعلاميين في الجزائر: دراسة ميدانية بمركز التدريب الإذاعي بمدينة أم البواقي [رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي]. <https://bitly.cx/ZD6p6>
- كريم، ف. أ. (2017). أهمية التدريب في التطوير الإداري للمؤسسات الإعلامية: دراسة وصفية تحليلية لإذاعة المسيلة أنموذجاً [رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة]. <https://repository.univ-msila.dz/items/709b2da1-6b9e-425d-95f4-a4189e83d8b8>
- محيريق، م. ع. (2013). *أساسيات تدريب الموارد البشرية*. القاهرة: السحاب للنشر والتوزيع.
- مراد، ك. خ.، و المشاقبة، ص. (2022). واقع التدريب الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين - دراسة ميدانية. *مجلة الشرق الأوسط للعلوم الاتصال*، 2(1)، 143-166. <https://mejcs.meu.edu.jo/?p=1724>
- المشهداني، س. س. (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. العين: دار الكتاب الجامعي.
- ملحاني، ز.، و مازوني، ك. (2013). دور التدريب الإعلامي في تنمية أداء الصحفيين [رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة].
- وافي، أ. م.، و زقوت، ع. أ. س. م. (2021). التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية "دراسة ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية*، 56(2)، 635-676. <https://doi.org/10.21608/jsb.2021.143204>

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Al-Basyouni, M. S. (2013). *Fundamentals of Scientific Research in Educational, Social, and Human Sciences*. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.

- Al-Borsan, I. A. (2021). The reality of journalistic training for Jordanian journalists Under the digital newspaper. *The Egyptian Journal of Media Research*, 2021(77), 1835-1855. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.226125>
- Al-Mashhadani, S. S. (2017). *Methods of Media Research*. Al Ain: University Book House.
- Al-Nasr, M. M. A. (2009). *Stages of the Training Process: Planning, Implementation, and Evaluation of Training Programs* (2 ed.). Cairo: The Arab Group For Training And Publishing.
- Al-Omrani, A. M. I. (2012). *Researcher's Guide to Preparing Scientific Research* (2 ed.). Sanaa: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.
- Al-Sakaranah, B. K. (2011). *Training Packages*. Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution.
- Al-Taani, H. A. (2010). *Contemporary Administrative Training* (2 ed.). Amman: Dar Al-Masirah For Publishing And Distribution.
- Alharbi, K. b. s., & Alshehri, A. b. A. (2017). *The Reality of Training in Some Arab Institutes and Colleges of Civil Defence: Descriptive Study*. Riyadh: Naif University Publishing House. <https://doi.org/10.26735/xkbf2011>
- ALMASHAQBEH, S. S. S. (2025). THE REALITY OF MEDIA TRAINING IN JORDANIAN SATELLITE CHANNELS IN LIGHT OF THE DEVELOPMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNIQUES FROM THE POINT OF VIEW OF TECHNICAL PERSONNEL-A FIELD STUDY. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 103(3), 969-981. <https://www.jatit.org/volumes/Vol103No3/15Vol103No3.pdf>
- Alsharah, A. M. (2017). *Managing the Training Process: Theory and Practice*. Amman: Dar Hamed For Publishing And Distribution.
- Ananzeh, A. A. (2017). The Factors Influencing the Professional Performance of Journalists in Jordanian News Websites: A Survey Study. *Association of Arab Universities Journal for Arts*, 15(2), 449-484. <https://aauja.yu.edu.jo/index.php/vol15n2/222-2021-05-27-17-27-24>
- Bin Hussein, H. B. S. H. (2019). *Training Programs and Their Role in Enhancing Journalists' Performance in Crisis Management* [Unpublished Master's Thesis, Naif Arab University for Security Sciences].
- Fahmy, N., & Abdulmajeed Attia, M. (2024). Egyptian Journalists' Perceptions of Digital Journalism Training Effectiveness. *SAGE Open*, 14(1), 21582440241232756. <https://doi.org/10.1177/21582440241232756>
- Kareem, F. A. (2017). *The Importance of Training in the Administrative Development of Media Institutions: A Descriptive Analytical Study of M'sila Radio as a Model* [Master's Thesis, University Mohamed Boudiaf - M'sila]. <https://repository.univ-msila.dz/items/709b2da1-6b9e-425d-95f4-a4189e83d8b8>
- Malhani, Z., & Mazouni, K. (2013). *The Role of Media Training in Enhancing*

- Journalists' Performance* [Unpublished Master's Thesis, University of Biskra].
- Moreno-Gil, V., Chaparro-Domínguez, M.-Á., & Pérez-Pereiro, M. (2023). Future journalists' fight against disinformation: analysis of university training offers and challenges in the Spanish context. *Communication & Society*, 36(2), 171-185. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.171-185>
- Muhairiq, M. O. (2013). *Fundamentals of Human Resource Training*. Cairo: Al-Sahab For Publishing And Distribution.
- Murad, K. K., & Al-Mashagbah, S. (2022). The reality of media training in Jordanian media institutions from the view point of journalists – a field Study. *Middle East Journal of Communication Studies*, 2(1), 143-166. <https://mejcs.meu.edu.jo/?p=1724>
- Obeidat, T., Adas, A. R., & Abdul Haq, K. (1984). *Scientific Research: Its Concept, Tools, and Methods* (2 ed.). Amman: Dar Al-Fikr.
- Qarah, S., & Zaim, N. (2017). *The Role of Media Training in Improving the Professional Performance of Journalists in Algeria: A Field Study at the Radio Training Center in Oum El Bouaghi City* [Master's Thesis, University Larbi Ben M'hidi Oum El Bouaghi]. <https://bitly.cx/ZD6p6>
- Shaaban, K. (2001). *Terms in Media and Communication*. Algiers: Dar Al-Lisan Al-Arabi For Translation, Authorship, And Publishing.
- Shaabi, W. (2015). *Media Training Within the Framework of Total Quality Management in Media Institutions: A Case Study of Al-Khabar Press Foundation* [Master's Thesis, University Mohamed Boudiaf - M'sila]. <https://repository.univ-msila.dz/bitstreams/c0bfc690-e129-4050-8f0a-5bacf994b756/download>
- Sokolović, B., Šidanin, I., Duđak, L., & Kokotović, S. (2023). Professional Training of Employees in Media Organizations in Serbia and Its Implications on Career Development. *Sustainability*, 15(5), 4105. <https://doi.org/10.3390/su15054105>
- Twaissi, N. M., Tweissi, B. M., & Suleiman, R. J. (2015). Quality of Media Training in Jordan. *Jordan Journal of Social Sciences*, 8(2), 307-328. <https://archives.ju.edu.jo/index.php/jjss/article/view/9560>
- Wafi, A. M. Q., & Zaqout, A. S. M. (2021). Journalist training for the communicator in the Media institutions and its relationship to the professionalism "A Field Study". *Journal of Mass Communication Research "JMCR"*, 56(2), 635-676. <https://doi.org/10.21608/jsb.2021.143204>
- Zaqout, A. S. M. (2018). *The Reality of Journalism Training in Gaza Governorates and its Reflection on the Professional Performance of Palestinian Journalists: A Field Study* [Master's Thesis, Islamic University of Gaza]. <https://search.mandumah.com/Record/1007813>