

تمهيد

نتيجة دراسة «تقييم تطور الاعلام في فلسطين» التي نفذها مركز تطوير الاعلام في جامعة بيرزيت بالتعاون مع اليونسكو، واشتملت على استطلاع رأي ومقابلات معمقة وتحليل، تبين أن هناك اكثر من خلل ومظهر من مظاهر الضعف في التدريب الاعلامي، وهو ما يعني ضياع مال وجهود دون تحقيق اثر ملموس، ومن هنا تأتي اهمية العناية بوضع معايير لجودة التدريب الاعلامي كمقدمة لتنظيم هذا القطاع املا في احداث أثر ايجابي في مسيرة الاعلام الفلسطيني. وقد اوصت هذه الدراسة بتنفيذ مزيد من الابحاث الميدانية لتحديد النواقص وتقديم المقترحات لسد الفجوات.

واستجابة لهذه التوصية، نفذ الباحث محمد فيصل الشعبي دراسة لصالح المركز بعنوان «تنظيم قطاع التدريب الاعلامي في فلسطين»، اشتملت على مراجعات ادبية وتحليلية ومقابلات معمقة ولقاءات لمجموعات بؤرية ضمت اصحاب المصلحة من قادة المؤسسات والمدربين والمتدربين واساتذة الاعلام في الضفة الغربية وقطاع غزة، ووضعت هذه الدراسة ملامح عامة لخارطة طريق لتنظيم قطاع التدريب الاعلامي وزيادة فاعلية وتكامل مؤسساته، إضافة لتطوير مجالته، بحيث تستجيب لواقع السوق والاحتياجات المهنية في عالم يتطور تقنيا بشكل متسارع جدا.

وعرضت توصيات هذه الدراسة خلال ورشات عمل عقدت في الضفة الغربية وقطاع غزة وتم تكليف عدد من الاساتذة بصياغة مخرجاتها على شكل ورقة سياسات تضمن جودة التدريب الاعلامي. ان هذه السياسات جزء من العمل الذي يبذله المركز على محور تنظيم قطاع التدريب الاعلامي الى جانب محاور اخرى كتطوير مناهج تدريس الاعلام والاصلاح القانوني للتشريعات الناظمة للاعلام، اضافة الى التنظيم الذاتي للمهنة والتثقيف الاعلامي والاعلام المجتمعي والحماية النقابية وسياسات عادلة للنوع الاجتماعي، التي تشكل في مجملها مبادرة تطوير الاعلام الفلسطيني التي يقود المركز فريقها الوطني المؤلف من اكثر من ٨٠ شريكا محليا حكوميا واهليا وخصوصا من الضفة وقطاع غزة، وهؤلاء يمثلون كبريات وسائل الاعلام وعلى رأسها الهيئة العامة للاذاعة والتلفزيون ووكالة وفا والجامعات التي تدرس الاعلام والوزارات والهيئات ذات العلاقة، وفي مقدمتها نقابة الصحفيين والمنظمات الحقوقية.

تشخيص واقع التدريب الاعلامي

اتفقت الدراسات وخلاصات ورشات العمل على ان هناك فوضى تنظيمية (ادارية وقانونية) تسود قطاع التدريب الاعلامي، وتنتج عددا كبيرا من الازمات على صعيد التخطيط والتمويل والكفاءة، وتقود الى تخطيط في مجالات التدريب وتكرار لذات البرامج دون مراعاة احتياجات السوق، او مواكبة للمستجدات، او تناغم وتكامل مع المساقات التعليمية، وكذلك غياب التخصصية والاستسهال في اعتماد المدربين، وغياب الرقابة على مدى توفر التقنيات والادوات اللازمة لنجاح التدريب، وكذلك عدم الاعتناء بتقييم نتائج واثار التدريبات. صحيح ان هذه الازمات ومظاهر الضعف لا تجتمع معا في برنامج تدريبي واحد او لدى مؤسسة تدريبية واحدة، ولكن مجرد وجودها، ولو بشكل منفصل ومتقطع، يحول دون وصول عملية التدريب لافضل نتائج، كما ان حلها عبر تبني سياسات تنظيمية لقطاع التدريب سيقود الى تنمية وتطوير هذا القطاع وفتح آفاق جديدة لتطوير الكادر الاعلامي وتلبية احتياجات السوق، والى انصاف النساء الصحفيات، حيث بقيت نسبة توظيفهن بحدود العشرين بالمئة، رغم انهن يشكلن ما يزيد على الستين بالمئة بين صفوف دارسي الاعلام، فضلا عن ان هذه النسبة المتدنية تركزت في عدد محدود من التخصصات.

ومن ابرز نقاط التشخيص المجمع عليها، تدني كفاءة أقسام الصحافة والاعلام، حيث تركز غالبية أقسام الصحافة والاعلام في الجامعات والكليات والمعاهد المتوسطة، على الدراسة النظرية، وتغفل إلى حد كبير وخطير الجانب العملي، نظراً لعدم توفر كوادر بشرية قادرة على التدريب العملي، أو لعدم توفر معامل وإمكانات مادية، أو لكليهما معاً.

ولهذا الغرض، يجب الأخذ بعين الاعتبار الحاجة إلى التطبيق العملي الميداني (قبل وبعد التخرج)، بهدف التأسيس لعملية انتقال سلسة، من الدائرة الأكاديمية الصرفة، إلى سوق العمل والميدان وما يفرضه من متطلبات متغيرة لعام تشهد فيه المنافسة، ويتسارع فيه التطور.

التدخلات المطلوبة

قانونيا: اقرار سلة التشريعات النازمة للعمل الاعلامي من اجل خلق بيئة مهنية مواتية لتطبيق ما يتم التدريب عليه، وتطوير الاعلام وصولا لاعلام وطني مهني حر وعصري.

تنظيميا: تشكيل ائتلاف تنسيقي بين مؤسسات التدريب الاعلامي للتوافق على منهجيات التدريب، بما يشمل تنظيم قطاع التدريب، عبر اقرار مدونات سلوك يتبناها المدربون، وموثيق شرف تحكم علاقة مراكز التدريب، وتمكين العاملين في هذا القطاع وضمان حقوقهم ومصالحهم المادية والمهنية، وتحديد الاحتياجات التدريبية بشكل علمي يضمن التكاملية ويحول دون تكرار البرامج او تركيزها جغرافيا ويخدم خريجي الاعلام ومنتسبيه وسوق العمل أيضا.

اداريا: طرح نماذج مثالية لادارة التدريب والمؤسسة التدريبية بدءا من اختيار وتصنيف مستويات البرامج التدريبية بترتيب يخدم تراكم المهارة والمعرفة وانتقاء المدربين والمتدربين وتوفير البيئة والوسائل والادوات التدريبية الامثل والمراجع والمواد النظرية الاحداث، وشروط منح الشهادات، وآلية اعتمادها من قبل المؤسسات الاعلامية، وايجاد منصات للتدريب الالكتروني عن بعد.

رقابيا: التوافق على معايير علمية للتقييم القبلي والبعدي بالاستناد الى دراسات منهجية كمية وكيفية، تهتم بمتلقي التدريب وبالمؤسسة المشغلة له، وتسعى لقياس الاثر الناشئ عن التدريب، لاستخلاص العبر وتخطيط البرامج المستقبلية بالاستناد لاسس مرجعية.

مؤسساتيا: تنظيم العلاقة مع الجهات المانحة والمؤسسات الاجنبية التي ترعى دورات وبرامج ومشاريع انتاجية وتدريبية في مجال الاعلام، وبما يقود الى تكريس الاستدامة وتطوير المؤسسة وتشجيع تنمية مواردها ودفعها على طريق الاكتفاء الذاتي. كما يجب احتضان المتفوقين والمبدعين من المتدربين ورعايتهم والاهتمام بهم وتشجيعهم والحفاظ على حقوقهم ومنع استغلالهم او تشغيلهم بالمجان او باجور متدنية تحت شعار انهم متطوعون او متدربون، وكذلك يجب الحفاظ على حقوقهم المهنية والمعنوية وعدم حرمانهم من وضع اسمائهم على انتاجاتهم.

خارطة طريق تنفيذية

الترجمة العملية والاجرائية الضامنة للوصول الى الاهداف والغايات المتوخاة من وراء اقرار وتبني هذه السياسات والتدخلات تنعكس عبر الممارسة الاجرائية لكافة مفاصل عملية التدريب بدءا من تحديد الاحتياجات التدريبية مروراً بانتقاء المدربين والمتدربين وقرار المنهج والمخطط التدريبي وآلية ادارة ومتابعة وتقييم التدريب والدورة والمتدربين، وانتهاء بقياس الاثر الناجم عن التدريب واستخدامه كمرجع للتخطيط المستقبلي.

وربما يجب ان تكون البداية من الطالب الراغب بدراسة الاعلام، حيث ينصح اولا بتطوير المناهج وثانيا بعدم الاكتفاء بالمعدل كاساس للقبول، وان يتم اجراء امتحان ومقابلة الطلاب الراغبين بالانتساب لكليات الإعلام للتأكد من مؤهلاتهم ورغبتهم بالمهنة، ومن وجود الموهبة لديهم.

ويضاف الى ذلك ضرورة تضمين قانون نقابة الصحفيين وقانون المجلس الاعلى للاعلام وقانون الخدمة المدنية

لبنود واضحة حول مدة ونوعية التدريب اللازم قبل اعتماد الصحافيين الجدد، وكذلك اعتماد شهادات التدريب وتحويلها الى نقاط معتمدة عند منح الترقيات الوظيفية. وفيما يلي بعض الممارسات الفضلى للتنفيذ في هذه المفاصل:

المؤسسات الاعلامية

رغم ان المفهوم التدريبي الدارج هو تدريب الأفراد، الا ان ورش عمل تدريبية أو تشاورية للمؤسسات الاعلامية ككل وبكافة نواحيها الادارية والتنظيمية هو عامل أساسي لنجاح وتطوير التدريب، فالتدريب الاعلامي يتطلب بناء قدرات كل من المؤسسات والأفراد العاملين في المجال بشكل متوازٍ، فتدريب الأفراد من غير توفير جو عمل مناسب ومؤهل لن يؤدي الى النتيجة المطلوبة.

المؤسسات الصحافية، لا سيما الكبرى، بحاجة الى دراسة وتقييم لوضع العاملين بها ووضع خطة تطويرية وتأهيلية لهم تراعي التقدم السريع والتغير في وسائل الاتصال والاعلام وتطور اشكال الصحافة، فالتدريب هو عملية مستمرة لا ترتبط فقط بالطلبة والخريجين الجدد، بل في كافة مراحل العمل الاعلامي لأن هناك دائماً مستجدات وطرقاً حديثة يجب مواكبتها.

ادارات الموارد البشرية في المؤسسات الاعلامية يجب ان تعمل بشكل افضل لتنسيق العلاقة مع المؤسسات التدريبية وحسن استغلال ما تقدمه من دورات وتدريبات عبر الاطلاع على البرامج التدريبية مبكراً وترشيح والزام ومتابعة من توفده للمشاركة في هذه الدورات وان تشجع على المشاركة فيها عبر اعتماد الشهادات كاساس من اساس الترقية. وكذلك يجب ألا تظل ادارات الموارد البشرية في هذه المؤسسات الاعلامية لا سيما الكبرى رهينة حدود ادارة وتنسيق عملية التدريب، اذ ان الزمن وطول التجربة قد راكم لديها عدداً غير قليل من الخبرات المتنوعة التي تستطيع عبر دورات تدريب المدربين ان تكون مؤهلة لتشكيل ادارات تدريب واعطاء دورات لموظفيها الجدد.

المؤسسات التدريبية

تعاني بعض الاجسام القائمة على التدريب من فوضى، فليست جميعا اعلامية وبعضها يدير الشأن التدريبي في قضايا الاعلام طبقاً للتمويل وليس بناء على اهداف ورسالة وبرامج مؤسسته، وهذا يوجب:

- ضبط عملية اصدار التراخيص لمؤسسات التدريب ومنع المؤسسات التجارية غير المرخصة من العمل في التدريب الاعلامي.
- عمل شراكات واضحة بين الجامعات والمؤسسات الاعلامية والنقابة، بحيث يكون التدريب بهذه المؤسسات ضمن الساعات الدراسية المعتمدة، وضمن متطلبات الحصول على عضوية النقابة.
- اجبار المنظمات غير العاملة في حقل الاعلام على الاعتماد على مؤسسات التدريب الاعلامي المعتمدة لتنفيذ برامجها في مجال التمكين والتدريب الاعلامي من خلال شراكات او شراء خدمة.
- ايجاد معايير لاعتماد مؤسسات التدريب الاعلامي بما في ذلك الاطمئنان الى توفر الكادر المؤهل والاجهزة والادوات اللازمة كالاستوديوهات والكاميرات وغيرها.

الاحتياجات التدريبية

في بعض الاحيان، هناك اختيارات سيئة للعناوين التدريبية واخرى مكررة، وكثير منها لا يراعي التخصصية، ولذلك، بات لزاماً على مراكز التدريب ان تعتني جيداً في اختيار العناوين التدريبية التي تطرحها، وذلك من خلال:

- سؤال المؤسسات الاعلامية عن احتياجاتها المستقبلية.
- سؤال المتدربين عن المهارات التي يحتاجونها.
- دراسة التخصصات الجديدة ومعرفة مدى حاجة السوق اليها.
- الاطلاع على كل جديد في عالم تكنولوجيا الاتصال والاعلام.

- الاطلاع على مناهج تدريس الاعلام والتنسيق مع مدرسي الاعلام في الجامعات والمعاهد لسد الفجوة بين النظري والعملي في المناهج.
- التفكير في الاعلام المتخصص كقضايا الاطفال والاقتصاد والبيئة والنوع الاجتماعي والرياضة والثقافة والقضاء وغيرها.
- الاهتمام اثناء التدريب بتكريس معرفة وكيفية استخدام القواعد المهنية والقانونية والاخلاقية لمهنة الصحافة كسلطة رابعة يجب ان تكون موضوعية ومتوازنة.
- طرح برامج دبلوم مدتها عام تركز على تخصصات فرعية كالإضاءة ومزج الصوت وصحافة البيانات وكتابة السيناريو والادارة الاعلامية والتسويق الاعلامي وغيرها من التخصصات النادرة.
- الاعلان مبكرا عن جدول الدورات التي سينفذها هذا المركز او ذاك على مدى العام او الاعوام القادمة.
- اقامة جسم تنسيقي بين مراكز التدريب والمؤسسات المستفيدة من التدريب على ان يجتمع سنويا لمرة على الاقل من اجل تحديد الاحتياجات ومنع التضارب والسعي للتكاملية.

المدرّبون

- يحظى المدرّبون الاجانب بسمعة طيبة واستقبال جيد من قبل المتدربين، ولا بأس طبعا في البحث عن الخبرات الاجنبية غير ان الامر مساوي الى جانب حسناته، ومن هذه المساوي ارتفاع الكلفة وصعوبة تأمين التصاريح وضياح وقت في الترجمة اضافة الى الاختلافات الثقافية، ولذلك نقترح الحلول الوسطية التالية:
- اعطاء الاولوية للمدرّبين العرب والفلسطينيين من اصحاب الخبرة الدولية، فبدلك نستغني عن الترجمة وتجنب الاختلافات الثقافية.
- المساواة بين المدرّب المحلي والاجنبي في أجور التدريب مع الحرص على تعزيز قدرات المدرّب المحلي بالتدريب المتقدم والمتخصص في موضوع اساليب التدريب.
- اختيار المدرّب يجب الا يتم طبقا لسيرته الذاتية فقط بل يجب ان يضاف اليها مخططه التدريبي
- لا بد من التفكير بطريقة رسمية لتصنيف واعتماد مدرّبي الاعلام ومنحهم شهادات اعتماد اكاڤمية ومهنية.
- انشاء قاعدة بيانات متخصصة باسماء المدرّبين والمجالات التدريبية التي يتخصصون بها.
- اقامة تجمع او ائتلاف او اي شكل او جسم نقابي يضم المدرّبين.

المنهج التدريبي

- تشتكي مراكز التدريب احيانا من عدم تطابق التدريب مع العنوان الذي اراده المركز والمخرجات التي سعى اليها، ويشتكي المتدربون احيانا من عدم وجود مادة مكتوبة يوزعها المدرّب ويمكنهم الرجوع اليها ويشتكي آخرون من ان التدريب كان مملاً ونظريا زيادة عن اللزوم ولحل هذه المشكلة لا بد من الاعتماد على ما يلي:
- وجود مخطط تدريبي واضح ومتفق عليه منذ البداية شاملا لمواد نظرية ووصفا لتدريبات عملية، وحبذا لو اقترن بالانتاج.
- طرح مخطط الدورات ضمن الاعلان عنها لتسهيل اطلاع من يرغب بالمشاركة على مخرجاتها المفترضة.
- الاطمئنان منذ البداية الى توفر كافة الادوات واجهزة والبرامج اللازمة لانجاح التدريبات العملية.
- الايمان المطلق بان المتدربين ينسون تماما بعد فترة كل ما قرأوه وسمعوه إن لم يقوموا بممارسته بانفسهم.
- التفكير بإنشاء منصات التدريب الالكتروني عن بعد، وكذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتشبيك بين المتدربين من جهة وبين المتدربين والمدرّب من جهة اخرى.
- الاعتماد اكثر واكثر على التدريب أثناء الوظيفة ولطواقم العمل كاملة وعلى ارضية الانتاج الحقيقي تحت اشراف المدرّب او الخبير، وهذا يتطلب تعاوننا كاملا من قبل المؤسسة الاعلامية مع الجهة القائمة على التدريب والمدرّبين.

المتدربون

- غالباً ما نسمع انتقادات من قبيل ان مستوى المشاركين في الدورة كان متبايناً، ما اثر على مستوى الاستفادة، ونسمع احياناً انتقادات متفرقة حول مدى التزام وجدية المتدربين، ولحل هذه الاشكاليات الحقيقية، فلا بد من:
- النظر في مدى جدية والتزام المتدرب في الدورات السابقة ومقدار حاجته الفعلية لموضوع الدورة ومناسبتها لتخصصه ومستواه.
- تفضيل المتدرب المنتدب من قبل مؤسسته فهي أقدر على إلزامه.
- اعتماد سياسة تمييز ايجابي لصالح الصحافيات، وخاصة في الدورات المتعلقة بتخصصات يندر وجود النساء فيها.
- اعتماد معيار المعرفة بالمتدرب وفحص إنتاجاته وعدم الاكتفاء بسيرته الذاتية، فالغالبية تبالغ في تقدير مواهبها وقدراتها عند كتابة السيرة الذاتية
- السعي قدر الامكان للحصول على متدربين متجانسين في المستوى واطلاع المدرب من البداية على هذا المستوى.
- فرض رسوم مناسبة على الدورات، لما لذلك من اثر في تكريس الجدية والالتزام، وطبعاً مع إعفاء غير القادرين كالخريجين الجدد او الباحثين عن العمل

متابعة الدورة والمتدربين

- لا ينبغي على الاطلاق ترك المتدربين للمدرب وخاصة ان كان اجنبياً بل يجب باستمرار وجود نوع من الاشراف والمتابعة، ولو في الظل لضمان وصول التدريب الى اهدافه ولحل أي اشكاليات في وقت مبكر، ولذلك نقترح:
- وجود منسق او مساعد تدريب الى جانب المدرب مع تدخله كلما استدعت الحاجة.
- إنشاء مجموعة مغلقة على إحدى وسائل التواصل الاجتماعي بإدارة منسق الدورة لتسهيل متابعة المتدربين والتواصل معهم لاحقاً وإمدادهم بأية مستجدات حول موضوع الدورة أو الدورات المستقبلية وعمل تفاعل فيما بينهم من جهة، وبينهم وبين المدرب من جهة أخرى.
- الاهتمام بالمبدعين من المتدربين ورعايتهم وادراجهم في برامج التطوير والتدريب المتقدمة.

نظام التقييم الفعال

- لا يمكن الحديث عن نجاح للتدريب دون وجود نظام تقييم فعال يعتني برصد النجاحات والاختافات وتقدير الاثر والفرق الذي صنعه التدريب، ولذلك، لا بد من:
- تقرير شفاف وبنود محددة يكتبه المدرب شاملاً مدى التطور الحاصل على المتدربين في مجالات ومحاور الدورة المتفق عليها سلفاً.
- نموذج تقييم شامل يعبئه المتدرب شاملاً لتقييم قبلي وبعدي لنفسه في القضايا التي تناولتها الدورة بما في ذلك جانب المعرفة والمهارة.
- دراسة معمقة في نهاية العام لقياس الأثر ويفضل اجراؤها من قبل مقيم خارجي لضمان شفافيتها.
- الاعتماد على النتائج لتحديد برامج التدريب المستقبلية.
- ان هذه الورقة، بما تحويه من سياسات واجراءات تفصيلية مقترحة لتنظيم قطاع التدريب الاعلامي، موضوعة أمامكم للنقاش، ومفتوحة للزيادة والاختصار، على أمل تبنيها واعتمادها كأساس لإقامة مجلس تنسيقي يعمل على تنظيم وتطوير وتكامل جهود هذا القطاع ومنع تضارب أو ازدواجية الجهود أو ضياع الفرص التمويلية أو استخدامها بشكل غير نافع.