

سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام
مركز تطوير الإعلام

تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين

إعداد: محمد فيصل الشحيبي
إشراف: د. أسماء الميمي

٢٠١٦

سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام
مركز تطوير الإعلام

تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين

إعداد: محمد فيصل الشعبي
إشراف: د. أسامة الميمي
مساعد الباحث من قطاع غزة: هشام عبد الله السطري



تم إنتاج هذا البحث في وحدة الأبحاث والسياسات بمركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، في العام ٢٠١٥-٢٠١٦، بدعم من وكالة التنمية السويدية (Sida). والبحث ملكية حصرية للمركز والجامعة، وحقوق نشره أو اقتباسه تخضع للملكية الفكرية، والآراء الواردة في البحث لا تعبر بالضرورة عن الجامعة.

مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت: (mdc.birzeit.edu)

هاتف: ٢٩٨٢٩٨٩ فاكس: ٢٩٨٢١٨٠



لجنة المضامين في مركز تطوير الاعلام: عماد الاصفر، نبال ثوابته، صالح مشاركة.

تحرير وتنسيق: صالح مشاركة

التدقيق اللغوي: ضياء عبد المجيد

التصميم الجرافيكي: عاصم ناصر

الطبعة الأولى، رام الله، أكتوبر ٢٠١٦

ملاحظات حول العمل الميداني

وفاءً واحتراماً من مركز تطوير الاعلام في جامعة بيرزيت لما تم الالتزام به مع المُقابلين، من حيث سرية المعلومات وعدم نشر ما يكشف شخصية من أدلى بها، فقد تم إيراد المعلومات دون الإشارة إلى اسم مصدرها، إلا أن ضرورات الدراسة تتطلب توثيق أسماء المُقابلين من مدراء وممثلي المؤسسات التدريبية إلى جانب أسماء العاملين في قطاع الإعلام في المؤسسات الفلسطينية المحلية والمشاركين في المجموعة البؤرية المركزة.

المُقابلون من ممثلي المؤسسات التدريبية الاعلامية

عادل الزعنون- مركز الدوحة لحرية الإعلام
حنين مطير- مركز فلسطين للتدريب والتطوير
عماد الافرنجي- منتدى الإعلاميين الفلسطينيين
فتحي الصباح- المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية
خلود مصالحة- مركز إعلام- الناصرة
مركز إعلام - جامعة الخليل- سامر طهبوب
رنا الصباغ- إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية (أريج)
سامي انضوني- كلية دار الكلمة- بيت لحم
خالد أبو عكر- شبكة الانترنت للإعلام العربي (أمين)
بدر زماعرة- منتدى شارك الشبابي
هانيا البيطار- الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب (بيالارا)
عماد الأصفر وبثينة السميري- مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت
منتصر حمدان- نقابة الصحفيين الفلسطينيين
داود داود- وزارة الإعلام الفلسطينية
وفاء عبد الرحمن- مؤسسة فلسطينيات
وليد البطرودي- بي بي سي ميديا أكشن
موسى الريماوي- مركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية- مدى
شادي زماعرة- مؤسسة إعلاميون بلا حدود

المُقابلون من العاملين في المؤسسات الإعلامية (إعلاميين وغير إعلاميين)

إبراهيم ملحم- رئيس تحرير
أحمد صافي- موظف علاقات عامة
إياس قاسم- محرر صحفي
إيهاب الجري- رئيس تحرير
بشار برماوي- مدير تحرير

كايد معاري- موظف علاقات عامة
تالا حلالة- مذيعا
أيمن معلا- فني إخراج
خلدون البرغوثي- مشرف موقع إلكتروني
علاء مفارحة- مصور صحفي
منار المدني- مراسلة صحفية
أحمد مصلح- فني إعلام ومتخصص في وسائل التواصل الاجتماعي
محمود حريبات- صحفي ومتخصص في وسائل التواصل الاجتماعي
خالد الدباس- سكرتير تحرير
عماد غنيم- مهندس صوت وإرسال
رمضان عفانه- مصور تلفزيوني
منى هواش- مقدمة تلفزيونية
خلود عفيفي- مقدمة تلفزيونية
ناهض زقوت- إعلامي متخصص بالشأن الثقافي
محمد العايدي- مراسل إذاعي
حسن جبر- مراسل ومحرر صحفي
محمد عزيز ابو سويلم- مهندس صوت ومونتاج
يوسف عنبر- محرر إذاعي
محمود اللوح- مقدم برامج ومراسل
وسام مروان حنونة- مصمم جرافيكي

المشاركون في المجموعة البورية المركزة

لما صبجي أبو شملة- رئيسة قسم التوثيق والمعلومات في الإدارة العامة للتدريب المهني في وزارة العمل
إياد حسن الخطيب- رئيس قسم الامتحانات في الإدارة العامة للتدريب المهني في وزارة العمل
نادين الصيفي- منسقة قسم الإعلام والاتصال في الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة (أمان)
عماد الاصفر- منسق التقييم والرقابة في مركز تطوير الإعلام
ناهد أبو طعيمة- منسقة النوع الاجتماعي في مركز تطوير الإعلام
صالح مشاركة- منسق وحدة الأبحاث والسياسات في مركز تطوير الإعلام
هلا طنوس- مديرة العلاقات العامة والإعلام في اليونسكو
كوثر حجة- موظفة في الإدارة العامة للتدريب والتطوير في هيئة الاذاعة والتلفزيون
مرام عوض الله- موظفة في الإدارة العامة للتدريب والتطوير في هيئة الاذاعة والتلفزيون
هانيا البيطار- المديرة العامة للهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب (بيالارا)
حلمي ابو عطوان- منسق المشاريع في الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب (بيالارا)

٦	الملخص التنفيذي
١١	المقدمة
١٣	المنهجية وأدوات البحث

الفصل الأول- واقع مؤسسات التدريب الإعلامي وبرامجها التدريبية في فلسطين

١٨	١.١ المرجعية القانونية والتراخيص للمؤسسات التدريبية
٢١	٢.١ واقع البرامج التدريبية
٢٤	٣.١ أثر البرامج التدريبية
٣٧	٤.١ فعالية البرامج التدريبية
٤٩	٥.١ كفاءة البرامج التدريبية
٥٦	٦.١ علاقة البرامج التدريبية بالقطاع الإعلامي
٥٧	٧.١ استمرارية المؤسسات التدريبية
٥٩	٨.١ طموح المؤسسات التدريبية
٦٠	٩.١ الاستنتاجات

الفصل الثاني- خارطة طريق لتطوير مجالات التدريب الإعلامي

٦٤	١.٢ مجالات العمل الإعلامي
٦٥	٢.٢ الفئات المستهدفة (المعنيين)
٧٠	٣.٢ الافتراضات والتدخلات التدريبية المقترحة

الفصل الثالث

٧٧	التدخلات والسياسات التنظيمية المطلوبة لتنظيم قطاع التدريب الإعلامي
----	--

الملخص التنفيذي

نفذت دراسة «تنظيم التدريب الاعلامي في فلسطين» تحت إشراف وحدة الأبحاث والسياسات بمركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، في العام ٢٠١٥-٢٠١٦، بدعم من وكالة التنمية السويدية (Sida). وجاءت هذه الدراسة بناءً على توصية انبثقت عن دراسة «تقييم تطور الإعلام في فلسطين» الصادرة عن مركز تطوير الإعلام للعام ٢٠١٤، واستناداً لمؤشرات تنمية وسائل الاعلام الخاصة باليونسكو. وتتبع أهمية الدراسة الحالية في كونها الأولى على المستويين الفلسطيني والعربي في تنظيم التدريب الإعلامي بكافة مستوياته. واعتمد الباحث على عدة أدوات بحثية كيفية في جمع البيانات منها؛ مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة عربياً وعالمياً، ومتابعة ومراجعة وتقصي المواقع الإلكترونية للمؤسسات التدريبية والإعلامية المحلية والعربية، والمقابلات المعمقة مع ممثلي المؤسسات التدريبية الإعلامية وأخرى مع العاملين في المجالات الإعلامية المختلفة، والمجموعات البؤرية المركزة. ونقدم لكم فيما يلي أهم نتائج الدراسة باختصار وبشكل محدد.

أولاً: واقع مؤسسات التدريب الإعلامي وبرامجها التدريبية في فلسطين

يعاني قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين من أزمات عديدة، وهي على النحو التالي:

- أزمة في النظرية الإعلامية السائدة في فلسطين: نظرية الإعلام المطبقة في الأراضي الفلسطينية- بغض النظر عن الاحتلال الاسرائيلي والانقسام الداخلي- سيكون لها أثر مهم في تنظيم هذا القطاع، حيث إن الدمج والخلط بين نظريات الإعلام أساسه المزاجات المتعددة والفروقات بين القول والفعل، ما يجعل الأزمة تراكمية عند الحديث عن مفهوم الحرية ومدى سيادة القانون.
- غياب المنظم أو المسؤول عن التدريب الإعلامي: ما تظهره النتائج يؤكد أنه لغاية العام الحالي لا توجد جهة منظمة أو مسؤولة عن قطاع التدريب في المجال الإعلامي في فلسطين، فلا أحد يستطيع تحديد نوع التدريب الإعلامي ومدى أهميته وطارئته.
- الاجتهادات في تحديد الاحتياج وقياس الأثر التدريبي: يستند مبدأ تحديد الاحتياجات التدريبية وقياس الأثر التدريبي إلى معرفة خبراء المؤسسات وطرق تفكيرهم وغالبا ما يكون الأساس السعي وراء التمويل، ما يؤكد أن المؤسسات لا تعتمد على مناهج علمية في تحديد احتياجاتها.
- أزمة قانونية وإدارية وهيكلية: غياب الإطار السياسي الناظم مرتبط بقوة مع غياب قانون أو بناء هيكلية إداري يتعلق بالتدريب الإعلامي، ما يتيح المجال للإعلاميين ولغيرهم أن يُدربوا في هذا الحقل

دون وازع أو رادع.

- تباين درجات الرقابة على منح التراخيص والإشراف: على الرغم من شدة رقابة الاحتلال على المؤسسات التدريبية الإعلامية وبخاصة ذات الترخيصين الفلسطيني والإسرائيلي إلا أن الواقع الفلسطيني يظهر اشتداد الرقابة على المؤسسات الإعلامية الأهلية وعلى نحو أقل على المؤسسات ذات الترخيص التعليمي، بينما تحظى المؤسسات التدريبية الأجنبية برقابة أقل.
- اختلاف منهجيات التدريب: إن اختلاف منهجيات التدريب يلقي بظلاله على تباينات عديدة تتعلق بتحديد عناوين البرامج التدريبية، وعدد ساعات التدريب، واختيار المدرب ومهاراته وقدراته، وسعر ساعة المدرب الفلسطيني/ العربي مقارنة مع الأجنبي.
- أزمة في طبيعة البرامج التدريبية الإعلامية: تمتاز البرامج التدريبية الإعلامية بالعديد من النقاط الإيجابية، ولكنها تفتقر إلى العديد من النقاط؛ كعدم تكرار التدريبات المتخصصة مقابل تكرار للتدريبات العامة، كما أن وقت التدريب ضيق وقصير، وتُظهر البرامج التدريبية أيضاً ضعفاً وقدماً في المساقات التعليمية الدراسية (الدبلوم أو البكالوريوس)، ناهيك عن عدم توفر التقنيات اللازمة للتدريب وضعف القطاع الإعلامي ككل.
- فعالية البرامج التدريبية: هذا مرتبط بمدى قدرة المؤسسات التدريبية على أداء رسالتها وتحقيق أهدافها من خلال برامجها المقدمة وفي ظل التحديات التي تواجهها. وقد نجحت المؤسسات في أداء رسالتها.

أما التحديات التي تؤثر على كفاءة المنتج التدريبي فهي عديدة منها، أولاً: فوضى التمويل: تعكس نتائج الدراسة فوضى كاملة في التمويل وأسبابه وأجنداته، وتباين الآراء حول مدى إشباع قطاع الإعلام منها في بعض الأحيان. ثانياً: القوانين والأنظمة: البون الواسع بين ما يتلقاه المتدرب من نظريات وأسس علمية ودولية في ما يتاح من حريات صحفية، وبين الواقع على الأرض. ثالثاً: نقص الخبرات الفلسطينية: يمكننا القول إن عدم الاهتمام بالمهارات والخبرات الفلسطينية يشكل تحدياً مهماً في مستقبل التدريب الإعلامي نظراً لاتساع الفجوة بين المهارات المحلية والأجنبية، ناهيك عن تسرب الكفاءات الفلسطينية. رابعاً: ضعف السوق/ القطاع الإعلامي: غياب استثمار القطاع الخاص في الإعلام وتفاقم الشأن السياسي من حولنا ساهم بشكل أو بآخر في زيادة ضعف السوق/ القطاع الإعلامي. خامساً: ضعف المهارات الإبداعية والتكنولوجيا الحديثة: من أوجه أسباب هذا الضعف ارتفاع أسعار الانترنت، وقلة الخبرات الفلسطينية في التكنولوجيا الحديثة، والمنع الإسرائيلي من التحول الرقمي (2G أو 4G)، ومنع إدخال الأجهزة المتطورة. سادساً: ضعف العلاقة بين المؤسسات الفلسطينية والعالمية: تتباين طرق تنظيم إدارة

العمل الإعلامي بشكل واضح بين المؤسسات الفلسطينية والعالمية، ما يجعل التمويل يسير باتجاه واحد - من وإلى - المؤسسات الفلسطينية وليس بالعكس، ناهيك عن قلة تدريب المؤسسات الأجنبية للمدربين الفلسطينيين. سابقاً: تحديات لها علاقة بالمركزية واللا مركزية في ترخيص المؤسسات الإعلامية: تتباين الآراء في تفضيل البعض أن يكون هناك مركزية في التراخيص وإصدار الأدلة التدريبية، بينما يرى البعض أنهم مع اللا مركزية فيما يخص التدريب. ثامناً: تحديات لها علاقة بأخلاقيات التدريب الإعلامي: تظهر سمات مقلقة في موضوع أخلاقيات التدريب الإعلامي حيث لا تهتم المؤسسات الإعلامية المشغلة في تدريب الخريجين الجدد، وبعض المؤسسات تستنفد طاقاتهم (كإنتاج مواد إعلامية) دون مقابل، كما ترفض المؤسسات الإعلامية التعامل مع الجوانب المهنية كتنشر اسم منتج المادة الإعلامية التي أعدها المتدرب وتحرمه من أي منافع مثل السفر أو التدريب أو الحصول على حوافز من حساب المؤسسة، وكثيراً ما يكون التدريب شكلياً فقط لتسجيل الحضور إلى المؤسسة الإعلامية. تاسعاً: تحديات أخرى: هذه تحديات عديدة ولكنها إجمالاً لها علاقة بتدني قدرات خريج الإعلام، وتكرار تدريبات حديثة قد لا يمكن تطبيقها في المستقبل كالإعلام الرقمي، وتحديات سياسية لها علاقة بالانقسام والسلم الأهلي والفجوة بين الضفة وغزة. كما أن العلاقة الندية «شخصنة العلاقة» بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية أحد أهم التحديات.

ثانياً: خارطة طريق لتطوير مجالات التدريب الإعلامي

جرى تسليط الضوء في هذا القسم على النتائج الرئيسية لدراسة تحديد الاحتياجات التي تم إجراؤها من خلال مقابلة عينات إعلامية متنوعة وشمولية من عموم التخصصات الإعلامية المتوفرة في قطاع الإعلام، وهم من مؤسسات إعلامية متنوعة في الحجم والتخصصية وجودة الأداء. حيث اشتملت خارطة الطريق هذه على: احتياجات مجالات العمل الإعلامي المتوفرة (١٣ مجالاً)، وقائمة بالفئات المستهدفة (لكل مجال)، والأهداف الأدائية، والتحديات لكل فئة إعلامية، والافتراضات والتدخلات تدريبية.

ثالثاً: التدخلات والسياسات التنظيمية المطلوبة لقطاع التدريب الإعلامي

أولاً: تدخلات قانونية: وجوب تعديل وإقرار قوانين إعلامية تجعل من وسائل الإعلام هي السلطة الرابعة على أرض الواقع وإعطاء هامش حرية واسع في مجال التدريب الإعلامي.

ثانياً: تدخلات تنظيمية: تنظيم وتوحيد أهداف ووسائل وأدوات ومنهجيات التدريب الإعلامي على المستوى الوطني من خلال التوافق على وسائل وأدوات ومنهجيات التدريب الإعلامي بطريقة موحدة علمياً.

ثالثاً: تدخلات بحثية: لا بد من قياس أثر الإنجازات التدريبية باستخدام مناهج بحثية وعلمية رصينة يتم إجراؤها على المستوى الوطني؛ كإعداد دراسات تحديد الاحتياجات (كمياً وكيفياً)، وإجراء المتابعة والتقييم للتدريبات، واستخلاص الدروس والعبر.

رابعاً: سياسات تنظيم قطاعي: إن سياسات التنظيم عبر القطاع تشكل رافداً أساسياً لديمومة المؤسسات التدريبية الصغيرة أو المتوسطة الحجم من خلال تشبيكها مع مؤسسات إعلامية أجنبية أو عربية أو من خلال تخصصها بمجالات فريدة أو من خلال إقرار مشاريع وقوانين حكومية تحميها.

خامساً: سياسات تمكين المدربين: عبر تمكين المدربين يمكننا السعي نحو زيادة أو رفق التدريب الإعلامي بالتخصوية الاحترافية في التدريبات إلى جانب جلب خبراء / أكاديميين في المجال التدريبي أو الإعلامي من مؤسسات إعلامية رائدة أو من جامعات معروفة عالمياً، وتوسيع نطاق التدريب الإعلامي من خلال فتح المجال أمام التدريب عبر المواقع الإلكترونية من خلال حضور محاضرات مع جامعات عربية أو أجنبية عريقة في مجالات إعلامية جديدة أو فريدة.

سادساً: تنظيم ذاتي لعقود المدربين: لا بد من تنظيم عقود المدربين من خلال وضع سياسات تعزز من فرص الخروج بمنتج تدريبي نموذجي وناجح من خلال وجوب حصول المدرب على دورة إعداد مدربين (TOT) كحد أدنى وشهادات إعلامية وتدريبية ذات علاقة بالتدريب نفسه، وتوفر عقد عمل إلزامي بين المدرب وبين مؤسسة التدريب، ووجود دليل تدريبي محدث أو مادة علمية يمكن الاستناد إليها في التدريب (نظرياً وعملياً)، إضافة إلى ضرورة وجود تقديم مخطط للتدريب وأهداف التدريب (نظرياً وعملياً) وضرورة الاتفاق المسبق على طريقة تقييم التدريب.

سابعاً: سياسات عامة في منح الشهادة التدريبية: انطلاقاً من مبدأ تشجيع التدريب ورفع مستوى الأداء وإكساب القطاع التدريبي اهتماماً أكبر لا بد من قيام السلطة الفلسطينية باعتماد قرار منح الشهادة التدريبية واستحداث نظام النقاط على كل تدريب. كما أن وجود اتفاق مؤسساتي بين ذوي الاختصاص بالتدريب على وضع مجموعة من المعايير لتحديد مستوى كفاءة خريجي الإعلام من خلال تدريبات عامة يكون في نهايتها النجاح بامتحان مزاوله المهنة الإعلامية سيسهل رافداً في رفع مستويات خريجي الإعلام إذا كان لديهم المعرفة الكافية بالجوانب النظرية والقانونية وأخلاقيات العمل الصحفي وفنون الكتابة الإبداعية وغيرها، وتكتمل الصورة أكثر إذا كان هناك تسجيل لنقاط نجاح أخرى في الجوانب العملية.

ثامناً: سياسات عامة بين مؤسسات التدريب ومؤسسات الإعلام: نظراً لصعوبة الواقع التشريعي الحالي في فلسطين لا بد من إقرار لوائح داخلية أو مذكرات تفاهم أو مدونات سلوك أو مواثيق شرف (بين المؤسسات التدريبية والإعلامية باختلافاتها) بهدف تعزيز النهج التشاركي بين المؤسسات التدريبية في قضايا

عديدة كبناء القدرات الذاتية للمؤسسات فيما بينها، والاتفاق على استيعاب المؤسسات العاملة في الإعلام لعدد معين بشكل سنوي من المتدربين، بما يتواءم وحجم المؤسسة الإعلامية المشغلة، والاتفاق على مبادئ أخلاقيات التدريب الإعلامي بين الجامعة والمؤسسة التدريبية والمؤسسة الإعلامية المشغلة في موضوع بحيث لا يتم التعامل بطرق غير لائقة مع المتدربين.

تاسعاً: تنظيم العلاقة مع الممولين: التحرك قدماً نحو إرساء قواعد تنظيمية مع الممولين من خلال الاتفاق على تنظيم لقاء فصلي أو سنوي من أجل إطلاع الممولين على الاحتياجات التدريبية للمؤسسات، والاتفاق على آلية لتنظيم التدريب وضمان نجاحه، إضافة إلى ضرورة تقديم المؤسسات التدريبية مقترحات موضوعية عن مخططاتها وتصوراتها التدريبية للممولين والزامهم بكافة المبادئ المذكورة (البرنامج التدريبي، والمدرب والمتدربين.. الخ)، ووضع معايير ومحددات تلزم الجهات المانحة تخصيص جزء من الموازنة السنوية لرعاية تدريبات فصلية تستهدف الخبراء أو الإعلاميين الفلسطينيين.

عاشراً: تنظيم العمل الإعلامي من خلال التخطيط التشاركي:

في إطار تنظيم عملية التدريب الإعلامي لا بد من وجود مخطط إستراتيجي يتم من خلاله تنظيم قطاع التدريب بعدة طرق، أولها: تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية مع الأكاديميين وخبراء الإعلام بالاتفاق على لقاءات دورية فصلية أو سنوية، وتقييم واقع العمل الإعلامي ومستويات وقدرات الإعلاميين الحاليين، وبحث الثغرات والفجوات بين ما تقدمه المؤسسات الأكاديمية وبين ما تقدمه المؤسسات التدريبية وقضايا أخرى. ثانيها: تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية مع المؤسسات العاملة في مجال الإعلام من أجل إطلاع المؤسسات التدريبية والمؤسسات العاملة في مجال الإعلام على ما تقدمه كل جهة للأخرى وبالعكس، وإشراك المؤسسات العاملة في مجال الإعلام المؤسسات التدريبية في إخراجها من المشكلات المترتبة عليها جراء تقديم الإعلام. ثالثها: إقرار صيغة أو لائحة تنفيذية أو ميثاق شرف بين المؤسسات التدريبية والعاملة في المجال الإعلامي من جهة ومع المتدربين (خريجي الإعلام أو الفنيين العاملين في قطاع الإعلام) من جهة أخرى تحدد جملة من الاتفاقات كتدريب عدد سنوي من المتدربين ومتابعة المتدرب وتقييم أدائه وتقديم كل الدعم الممكن له معنوياً ومادياً وغيرها.

أحد عشر: تأسيس مجلس تسيقي لمؤسسات التدريب الإعلامي:

سعيًا لتحقيق مجمل التوصيات المذكورة أعلاه، لا بد من وجود مبادرة لتشكيل جسم أو ائتلاف تسيقي لمؤسسات التدريب الإعلامي ليقوم بتنظيم قطاع التدريب الإعلامي على نحو يعطي حيزاً وهامشاً كبيراً من التنظيم.

المقدمة

تعد مهنة الإعلام من المهن المتجددة في أساليبها وأدواتها والمتطورة عبر الزمن، ويزداد ويتغير شكلها وطريقتها وأدواتها الفنية بين فترة وأخرى على نحو سريع، وقد تقدمت بشكل مذهل بعد الثورة الصناعية في أوروبا ومع بدايات القرن الواحد والعشرين، ومع دخول التكنولوجيا أوج تطورها بات التفكير في التدريب وتنمية مهارات الكوادر الإعلامية الشغل الشاغل للعديد من المؤسسات والمراكز الإعلامية لمواجهة المستجدات التدريبية حول العالم.

وفي فلسطين، تحرص المؤسسات الإعلامية حالياً على تدريب العاملين فيها لرفع الأداء وزيادة المهارات ورفع جودة المخرجات الإعلامية خاصة أن وسائل الاعلام الفلسطينية العامة والخاصة والأهلية في مرحلة تنافس على الجمهور في التوجهات السياسية وتنافس أيضاً بأبعاد اقتصادية وتمويلية لكل مؤسسة حسب توجهاتها وأهدافها.

وبناءً على توصية دراسة «تقييم تطور الإعلام في فلسطين» الصادرة عن مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت للعام ٢٠١٤، ونظراً لندرة الدراسات أو البحوث العلمية المتخصصة في هذا المجال؛ برزت أهمية دراسة تنظيم قطاع التدريب الإعلامي على المستوى الوطني، ولعل أهم ملامح هذا الملف أن هذا القطاع غير منظم بشكل كاف؛ فلا توجد أطر قانونية أو مهنية أو حتى لوائح داخلية أو مدونات سلوك تنظم قطاع التدريب الإعلامي أو تبين العلاقات القائمة بين المؤسسات الإعلامية الفلسطينية والجهات المانحة مثلاً أو حتى طريقة التدريب أو كيفية القيام بالتدريب أصلاً أو مواصفات المدرب أو المتدربين أو آليات قياس أثر أو تأثير التدريب أو أهداف المؤسسات التدريبية الإعلامية نفسها أو دور التمويل واتجاهاته الإستراتيجية أو مدى تكرار التدريبات، ناهيك عن طرق الترخيص والتعامل مع الجهات الحكومية أو حتى تعامل المؤسسات التدريبية فيما بينها. ما يجعل المتابع والمراقب لهذا الواقع التدريبي المتعاضم يفكر ملياً في هذا المشهد ضمن منظومة من المنهجيات العلمية لفهمه وتفكيك عناصره وإعادة ربطها بطريقة ما، بهدف تقديم إطار علمي وعملي مقبول يؤدي إلى إعادة تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين.

وتبرز أهمية هذا البحث في أنه مطلب ملح وطارئ لعموم المؤسسات الإعلامية وللمؤسسات التدريبية على وجه الخصوص، استناداً إلى مؤشرات مركز تطوير الإعلام الخاصة باليونيسكو، بالإضافة إلى ندرة الأبحاث العلمية ذات العلاقة، كما أن هذا البحث يعتبر الأول من نوعه على مستوى فلسطين في مجال تنظيم قطاع التدريب الإعلامي، وربما تشكل توصياته منصة سياسية في مجال التدريب الإعلامي على المستويين المحلي والعربي.

١) تقييم تطوير الإعلام في فلسطين استناداً إلى مؤشرات تطور الإعلام الخاصة باليونيسكو: <http://bit.ly/1R6S5OQ>

وبناءً على أهمية هذا البحث، ويهدف تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين، فقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول رئيسية وهي على النحو التالي:

القسم الأول يتعلق بفهم واقع مؤسسات التدريب الإعلامي وبرامجها التدريبية من خلال تقييم أثر وكفاءة وفعالية البرامج التدريبية الإعلامية ومدى علاقتها في بناء الاستدامة والاستقلالية لقطاع التدريب الإعلامي، بالإضافة إلى تحديد الفرص والتحديات والطموحات التي تتعلق بمجال عمل كل مؤسسة على حدة وصولاً لاستنتاجات وتوصيات عملية وعلمية تنظم عمل المؤسسات التدريبية الإعلامية وتقديم مقترحات سياساتية في تنظيم طريقة التدريب الإعلامي في فلسطين.

القسم الثاني يتعلق بدراسة احتياجات المؤسسات والأفراد لرسم خارطة طريق برامج التدريب الحديثة، التي تواكب تحقيق الأهداف الأدائية وتتعامل مع التحديات التي تواجه الصحفيين عبر تقديم مجموعة من الافتراضات والتدخلات والاقتراحات التدريبية المناسبة.

القسم الثالث يقدم أفكاراً ومقترحات حول التدخلات التنظيمية والسياساتية لتنظيم هذا القطاع الشائك وضمان فاعليته وكفاءته بما يخدم الأهداف المرجوة منه.

المنهجية وأدوات البحث

نظراً لقلّة الدراسات حول موضوع الدراسة، اعتمد الباحث على استخدام المنهج الكيفي في جمع المعلومات والبيانات باستخدام أدوات بحث عديدة ومتنوعة، وهي على النحو التالي:

أولاً- مراجعة الأدبيات (الإطار النظري):

بعد البحث والمراجعة للدراسات والإحصاءات المحلية عن موضوع التدريب الإعلامي، تبين أنه لم يسبق أن أجريت دراسات بحثية عن قطاع التدريب الإعلامي الفلسطيني، بل جاءت الدراسات غالباً حول الأداء المهني للصحفيين بشكل عام وطرق التدريب وغيرها من المواضيع، وما يثير الفضول أكثر هو ندرة المواد والمصادر الإعلامية حول هذا الموضوع حصرياً من جهة، فعلى الرغم من قلة هذه المراجع، فإن الدراسات المتوفرة ليست شمولية، وإنما مركزة على جزء إعلامي أو على مجتمع إعلامي محدود. أما بالنسبة لأهم الدراسات ذات العلاقة بموضوع البحث فهما دراستان مختلفتان، وبعينات متنوعة، وصغيرة الحجم، وهما ما يلي:

- دراسة «الواقع المهني للصحفيين العاملين في وكالات الأنباء بمحافظة غزة»: استهدفت الدراسة التعرف على الواقع المهني للعاملين في مكاتب وكالات الأنباء العالمية رويترز، ووكالة الأنباء الفرنسية، والأميركية، واليونانية برس في محافظات غزة، وطبيعة عمل هذه الوكالات وخدماتها ومدى إسهامها في إثارة القضية الفلسطينية دولياً. وقد استخدمت الباحثتان شوق نبيل أبو حصيرة وآلاء بكر النواجحة المنهجين البحثي والتاريخي، وكانت أداة جمع المعلومات هي صحيفة الاستقصاء، وتوصلت لعدة نتائج أهمها أن:
- نصف الصحفيين العاملين في وكالات الأنباء العالمية في محافظات غزة يواجهون مشاكل أهمها التمييز بين الصحفيين الفلسطينيين والأجانب.
- كافة العاملين في وكالات الأنباء العالمية في محافظات غزة هم من الذكور وأن نسبة المراسلين تتساوى مع نسبة المصورين العاملين.

«تأثير التدريب على تطوير الأداء الإعلامي: دراسة حالة على مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير»
في نهاية العام ٢٠١٤، حاول الباحث محمود محمد عبد الغفار مقارنة مخرجات التدريب الإعلامي وتأثيره

(٢) دراسة الواقع المهني للصحفيين العاملين في وكالات الأنباء بمحافظة غزة: <http://bit.ly/1RfEqih>

(٣) دراسة تأثير التدريب على تطوير الإعلام: دراسة حالة على مركز الجزيرة الإعلامي في قطر: <http://bit.ly/1V3jqRL>

في تطوير الأداء المهني للمتدربين في مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ورصد حجم المهارات التي اكتسبها هؤلاء المدربون خلال فترة التدريب، ومدى التغيير أو التعديل الذي طرأ على السلوك المهني للمبحوثين بعد التدريب. وتبع أهمية البحث من الأهداف التي يسعى لتحقيقها، وتتمثل في التعرف على حجم تأثير مركز الجزيرة في سلوك المتدربين، وانعكاس ذلك على تطور المهارات المهنية للإعلاميين وأدائهم. وتعدُّ هذه أول دراسة تعالج تأثير المركز على المتدربين بعد انتهاء فترة التدريب، وعودتهم مجددًا إلى مؤسساتهم الإعلامية. وتُصنّف الدراسة في إطار البحوث الوصفية، وذلك باستخدامها للمنهج المسحي الذي يعدُّ جهداً علمياً منظماً يستهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة عن الظاهرة المدروسة. كما استعان الباحث بأداة الاستبيان؛ للتعرف على حجم تأثير التدريب الإعلامي في تغيير الأداء والسلوك لدى المتدربين بعد استئناف عملهم بمؤسساتهم الإعلامية.

ثانيا- مراجعة المواقع الإلكترونية للمؤسسات التدريبية الإعلامية المحلية والعربية والأجنبية:

بعد مراجعة الأدبيات والدراسات حول تنظيم التدريب الإعلامي، جمع الباحث بيانات حول المؤسسات التدريبية الإعلامية الفلسطينية الحالية ونشاطاتها ومجالاتها التدريبية من خلال المواقع الإلكترونية المتوفرة محلياً وعربياً ودولياً، من أجل التوصل إلى ما يلي:

- التعرف على واقع المؤسسات والبرامج التدريبية الإعلامية الفلسطينية وأهم نشاطاتها وبرامجها التدريبية (كمّاً ونوعاً).
- الاستفادة من تجارب المؤسسات التدريبية الإعلامية العربية والأجنبية في مجالات التدريب وطرق التنظيم للتدريب الإعلامي والمقارنة مع واقع المؤسسات التدريبية الإعلامية الفلسطينية.

ثالثاً- المقابلات المعمقة مع ممثلي المؤسسات التدريبية الإعلامية والعاملين في قطاع الإعلام:

بناءً على المعلومات والبيانات التي تم جمعها من خلال الاطار النظري ومراجعة المواقع الإلكترونية، فقد تم جمع البيانات من خلال إجراء مجموعتين رئيسيتين من المقابلات على النحو التالي:

أ. مقابلات مع ممثلي ومدراء المؤسسات التدريبية الإعلامية الفلسطينية:

قابل الباحث مدراء أو ممثلي المؤسسات التدريبية الإعلامية في الضفة الغربية وقطاع غزة وفي الأراضي المحتلة عام ١٩٤٨، حيث تمت الاستعانة بباحث خبير في قطاع غزة من أجل إجراء بعض المقابلات. وتم ذلك بعد تصميم

استمارة المقابلات بدقة متناهية بالتعاون بين الخبراء الإعلاميين في مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت والباحث معد الدراسة، إذ تم تطوير استمارة المقابلات بدقة متخصصة وشمولية تراعي أهداف البحث، وقد شملت الاستمارة ثلاثة أقسام رئيسية تتضمن أقساماً فرعية مهمة، وهي على النحو التالي:

١. معلومات عن المؤسسة:

- التراخيص والعلاقة مع الجهات الرسمية.
- البناء الإداري والمالي.
- التجهيزات المتوفرة لدى المؤسسة.

٢. الإطار العام للمؤسسة:

- أثر البرامج التدريبية / المؤسسة.
- كفاءة البرامج التدريبية / المؤسسة.
- فاعلية البرامج التدريبية / المؤسسة.
- أهداف البرامج / المؤسسة.
- استدامة البرامج / المؤسسة.
- مخرجات عمل المؤسسة.
- التحديات التي تواجه المؤسسة.

٣. البرامج التدريبية الإعلامية:

- أهم البرامج التدريبية.
- الفئة المستهدفة.
- تكرار التدريب.
- عدد ساعات التدريب.
- الممولون.
- المدربون.
- نقاط القوة والضعف.

تم استهداف كافة المؤسسات التدريبية الإعلامية ضمن عينة المقابلات المسحية الشاملة في جمع المعلومات، حيث شارك في الدراسة ١٨ مؤسسة تدريبية إعلامية بشكل رئيسي بواقع (١٣ مؤسسة في الضفة، و٥ مؤسسات في قطاع غزة، وواحدة في الأراضي المحتلة عام ١٩٤٨).

مقابلات مع العاملين في قطاع الإعلام

كما أجرى الباحث مقابلات أخرى مع العاملين في قطاع الاعلام سواء من الاعلاميين او غير الاعلاميين، حيث تمت مقابلة عينة متنوعة وشمولية من العاملين في قطاع الاعلام بلغ عددهم ٢٥ عاملاً/ة بواقع (١٧ مقابلة في الضفة و٨ مقابلات في قطاع غزة) ومن عدة مؤسسات إعلامية، وبهدف التعرف على مجالات العمل الاعلامي والتخصصات الرئيسية والفرعية للعاملين في قطاع الإعلام، والتعرف على التحديات التي تواجه العاملين في هذا القطاع ويهدف تحديد الاحتياجات التدريبية لكل مجال إعلامي وتقديم تدخلات برمجية تتناسب مع دور وأهداف كل مجال إعلامي. وقد تمت مقابلة المتخصصين في فروع الإعلام بشكل رئيسي والعاملين في طواقمه الذين ليسوا بالضرورة من دارسي أو متخصصي مجالات الإعلام، حيث تمت مقابلة محررين ومراسلين ومذيعين ومقدمي البرامج والاعخبار وأيضاً تمت مقابلة فنيين وخبراء الإنتاج والإخراج والتصوير وغيرهم، وشكلت هذه المقابلات الأساس المعرفي للتوجهات والأنماط السائدة في أوساط العاملين في قطاع الإعلام، وهذا ما سيجعل الاستهداف أوسع وأشمل ما يساهم في الخروج بتفاصيل متكاملة وتحليلات غنية تساعد على وضع تدخلات وسياسات تعمل على تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين بوجه عام.

رابعاً- المجموعة البؤرية المركزة (لقاء الخبراء):

أجرى الباحث معد الدراسة مجموعة بؤرية مركزة (لقاء خبراء) في مقر مركز تطوير الإعلام بجامعة بيرزيت، شارك فيها ١١ خبيراً وخبيرة من مؤسسات حكومية وغير حكومية وأكاديميين وخبراء تدريب إعلامي بهدف استعراض ومناقشة النتائج الأولية للدراسة، وبحث القضايا التي ركز عليها البحث ومخرجاته وتوصياته وتزويد الباحث بأي ملاحظات أو تعليقات ممكنة حول البحث وصولاً لصورة متكاملة وشاملة.

الفصل الأول:
واقع مؤسسات التدريب الإعلامي
وبرامجها التدريبية في فلسطين

الفصل الأول:

واقع مؤسسات التدريب الإعلامي وبرامجها التدريبية في فلسطين

يقدم هذا القسم تحليلاً لواقع المؤسسات التدريبية الإعلامية ومجالاتها التدريبية بهدف التعرف على المرجعية القانونية وطبيعة التراخيص الممنوحة للمؤسسات المختلفة سواءً كانت مرخصة كمؤسسات أهلية أو تعليمية أو أجنبية أو غيرها، كما سيتم التعرف على البرامج التدريبية التي تقدمها المؤسسات العاملة في قطاع التدريب الإعلامي من حيث برامجها وأهدافها ومدربوها واحتياجاتها وطرق تقييمها، وسيتم استعراض واقع البرامج التدريبية وأثرها وفعاليتها وكفاءتها واستمراريتها، بالإضافة إلى الطموحات المستقبلية للمؤسسات التدريبية.

١.١ المرجعية القانونية والتراخيص للمؤسسات التدريبية

في فلسطين، لا يوجد لغاية الآن قانون أو لوائح داخلية تنظم عمل قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين، وما هو متوفر من قوانين وأنظمة يعتبر فضفاضاً وغير متخصص، حيث ينص القانون الأساسي الفلسطيني على أن «تأسيس الصحف ووسائل الإعلام حق للجميع»^٤. وهذا ما يتطابق مع ما أظهرته المقابلات المعمقة مع مسؤولي وممثلي المؤسسات الإعلامية التدريبية العاملة في فلسطين في وجود تباينات واختلافات بين المؤسسات التدريبية من حيث نوعية الترخيص والمرجعية القانونية والعلاقة مع الجهات الرسمية العامة أو ذات الاختصاص بعملها وطريقة الإشراف والرقابة عليها، فمعظم المؤسسات يتم ترخيصها والتعامل معها بأربع طرق رئيسية، وهي على النحو التالي:

أ. مؤسسات حاصلة على ترخيص كمؤسسة أهلية:

شارك في هذه الدراسة تسع مؤسسات تدريبية إعلامية تمتلك ترخيصاً كمؤسسة أهلية، إذ ينطبق على هذه المؤسسات قانون الجمعيات الخيرية الذي ينص في مادته الأولى على أن «للفلسطينيين الحق في ممارسة النشاط الاجتماعي والثقافي والمهني والعلمي بحرية، بما في ذلك الحق في تشكيل وتسيير الجمعيات والهيئات الأهلية وفقاً لأحكام هذا القانون»^٥. وتكون المرجعية الرئيسية في هذا النوع من الترخيص لوزارة الداخلية

(٤) الفقرة الأولى من المادة (٢٧) من القانون الأساسي الفلسطيني

(٥) قانون الجمعيات الخيرية: <http://bit.ly/1QCMenK>

لرقابة شهرية أو فصلية؛ كإرسال تقارير مالية وإدارية لوزارتي الداخلية والإعلام. وتشكو بعض المؤسسات التدريبية الإعلامية من حالة عدم اليقين إزاء دور الجهة المسؤولة المباشرة عن المؤسسة، واختلاط الصلاحيات والشروط بين الوزارتين. ومن جانب آخر، فإن بعض مدراء هذه المؤسسات يؤكدون أن العلاقة مع الجهات الرسمية تنصب في خانة الرقابة الشكلية في أغلب الأحيان، إذ لا يتم التمهيص في المحتويات التفصيلية لدور وأداء المؤسسات التدريبية. وبحسب رأي ممثلي أو مدراء بعض المؤسسات، فإن بعض هذه المؤسسات تتعرض لرقابة شديدة؛ كالزيارات الفجائية والتفتيشية لهذه المؤسسات من أجل الاطلاع على تقاريرها المالية والضريبية والإدارية أو المشاركة في الاجتماع السنوي لمجلس الإدارة وغير ذلك.

أما فيما يخص النواحي الإدارية والمالية لهذا النوع من المؤسسات فإنه مكون من هيئة عامة ومجلس إدارة، وعادة ما تجري انتخابات الهيئة العامة بشكل سنوي، إذ يتراوح عدد أفراد الهيئة العامة ما بين (١٨-٦٠) عضواً، وهؤلاء يقومون باختيار أفراد مجلس الإدارة المكون من عدد فردي عادة (٥ أو ٧ أو ٩ أو ١١)، وتجري المؤسسة انتخابات لمجلس الإدارة كل سنتين يتم فيها تنصيب مدير تنفيذي للمؤسسة. أما خطة العمل، فهي متوفرة لهذه المؤسسات وبعض المؤسسات لا تُفعل خططها إلا عندما يكون لديها تمويل أو تنتظر احتياجات الممول، وعلى ضوء ذلك يتم تحديد مدة الخطة الإستراتيجية وبوجه عام تتراوح مدتها ما بين ٣-٥ سنوات بالمجمل.

وللمؤسسات الإعلامية التدريبية في قطاع غزة حالة خاصة، حيث إن هذه المؤسسات تعاني من أزمة في التنظيم والإدارة والشؤون المالية، وبعد عام ٢٠٠٦، فإن هذه المؤسسات تخضع لرقابة وزارة الداخلية التي شكلتها حركة حماس، ولا تمتلك بالضرورة خططاً إستراتيجية ويتوفر لديها مجالس إدارة وهيئة عامة، ولكن عملها ونشاطها مرتبط باستقرار الوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، وبين هذه المؤسسات ما لا ينطبق عليها قانون الجمعيات الخيرية.

ب. مؤسسات تدريب إعلامي حاصلة على تسجيل كجمعيات أجنبية:

انطبق هذا التسجيل على مؤسستين شاركتا في هذا البحث. هذا النوع من المؤسسات مرخص لدى وزارة الداخلية الفلسطينية، وبنفس الوقت يحمل ترخيصاً من الجانب الإسرائيلي، ويحظى برقابة أقل وحرية أكبر مما تحظى به المؤسسات الأهلية الفلسطينية، وخصوصاً من قبل وزارتي الداخلية والإعلام، حيث ترسل هذه المؤسسات تقاريرها المالية والإدارية المبسطة بشكل سنوي للوزارتين، كما لا ينطبق على هذه المؤسسات قانون الجمعيات الخيرية. وعادة فإن هذه الجمعيات لديها مجالس إدارة وهيئة عامة وخططها الإستراتيجية في مقر إقامتها (خارج فلسطين)، وتكون هذه الجمعيات مجرد فروع صغيرة في فلسطين تؤدي أدواراً معينة وفقاً لخطة سنوية يتم تطويرها وتحضيرها بشكل سنوي وبناء على خطة إستراتيجية متوفرة لدى المؤسسة الأم.

ج. مؤسسة تدريب إعلامي حاصلة على تسجيل كمؤسسات تعليمية:

يندرج ضمن هذا التسجيل ثلاث مؤسسات تعليمية شاركت في هذا البحث. هذا النوع من المؤسسات هو عبارة عن مراكز تدريبية داخل الجامعات والكليات الفلسطينية، حيث تخضع هذه المراكز لمراقبة وقوانين وزارات: كالتربية والتعليم والتعليم العالي والشؤون الاجتماعية ووزارة العمل، ويتم بناء التصور العام للسياسات والخطة الإستراتيجية لهذا النوع من المراكز بناءً على اللجان الأساسية المكونة لها؛ كطاقم التدريب ومسؤولي المراكز ونوابهم والأكاديميين ذوي العلاقة، ومن النواحي المالية والإدارية، فإن هذه المراكز تخضع للشروط الجامعية بشكل رئيسي، كما أن قانون الجمعيات الخيرية لا ينطبق عليها.

د. مؤسسات أخرى:

هذا الوصف لهذه المؤسسات ينطبق على أربع مؤسسات تدريبية، وهي بشكلين؛ الأول- مؤسسات تخضع بشكل كامل لقانون الجمعيات الإسرائيلي، ولكنها مؤسسات فلسطينية ويتوفر لديها خطة إستراتيجية ومجلس إدارة وهيئة عامة، وتعاني هذه المؤسسات عادة من أزمات مالية مرتبطة بسيطرة إسرائيلية على التمويل ووضع شروط تعجيزية على التمويل أو منعه أحياناً. أما الثاني- فهي مرخصة تحت اسم شركة ربحية ولديها ترخيص آخر وباسم آخر جمعية أهلية مكون من مجلس إدارة وهيئة عامة، ولكن أعضائها صوريون أو شكليون، وذلك بهدف التهرب من بعض القرارات ذات العلاقة بالمؤسسات الرسمية وإجراءات تحويل الأموال والرقابة المالية والإدارية، حيث وطأة هذه الرقابة تكون أقل على المؤسسات التي تحمل ترخيص الشركات، أما استخدام واجهة الترخيص كمؤسسة أهلية فهي بهدف التعاقد مع المؤسسات الدولية المانحة التي تشترط وجود مجلس إدارة وهيئة عامة وخطة إستراتيجية.

٢.١ واقع برامج التدريب الإعلامي

يقدم هذا القسم استعراضاً لواقع البرامج التدريبية المقدمة للعاملين في قطاع الاعلام، من حيث طبيعة البرامج التدريبية وأهدافها والمدربون وطرق تحديد الاحتياجات التدريبية وطريقة التقييم.

أولاً- البرامج التدريبية المقدمة من قبل المؤسسات الإعلامية

في سؤالنا لممثلي المؤسسات التدريبية البالغ عددهم ١٨ ممثلاً/ة عن أهم البرامج التدريبية التي نفذتها المؤسسة خلال السنوات الخمس الأخيرة، أظهرت نتائج المقابلات معهم مجموعة من التدريبات ضمن مجالاتها وأهدافها، وهي على النحو التالي:

١. تدريبات تلفزيونية:

- إنتاج أفلام الوثائقية: يهدف البرنامج إلى تأهيل صانعي الإعلام.
- الإنتاج الفيلمي: يهدف إلى تخريج مجموعة متخصصين في كتابة السيناريو والإخراج ومدراء التصوير ومتخصصين في تقنيات الصوت.
- المهن السينمائية والتلفزيونية: يهدف التدريب إلى دعم الفرق التلفزيونية والسينمائية بمصورين ومنتجين واختصاصيين في هذا المجال.
- كتابة السيناريو: يهدف البرنامج إلى إعداد كتاب سيناريو.
- تدريب استخدام المعدات التلفزيونية الحديثة: يهدف إلى تزويد المشاركين في التدريب على التعرف على طرق استخدام المعدات الحديثة واستخداماتها داخل وخارج الاستوديو.
- مهارات جديدة في الصوت: يهدف البرنامج إلى تعزيز مقدرة الاستخدام المتطور لأنظمة الصوت واستخدام تقنيات عالية الجودة في نفس الوقت.
- تدريب الإضاءة: يهدف إلى زيادة معرفة المشاركين بموضوع الإضاءة، وفهم التقنيات الجديدة والعلاقة مع الإنتاج والتقدم الهائل في هذا الموضوع.
- مهارات جديدة في الإخراج: يهدف التدريب إلى تطوير المهارات في الإخراج، ورفع مستوى أداء وأدوار فريق الإنتاج، والقيام بـ«البروفات»، وتصحيح لقطات الكاميرات والمقابلات.
- تدريب في التصوير والمونتاج وإعداد التقارير التلفزيونية: يهدف التدريب إلى تهيئة طواقم للعمل في التلفزيون.

٢. تدريبات في الصحافة المكتوبة والصحافة المتخصصة:

- الصحافة الثقافية: يهدف البرنامج إلى تمكين الصحفيين من العمل بتخصص في الصحافة الثقافية والفنية.
- صحافة حقوق الإنسان: يهدف البرنامج إلى تعزيز الوعي حول حقوق الإنسان.
- تدريب الصحفيات على اللغة العبرية: الهدف من التدريب إضافة اللغة العبرية إلى قاموس لغات الصحفيات.
- تدريب مدرّبين إعلاميين: يهدف التدريب إلى تأهيل الصحفيين على التدريب عبر صقل شخصية الصحفي وتعزيز مهاراته الحوارية وقدرته على إدارة النقاش وتدريب آخرين.
- الصحافة البيئية: يهدف التدريب إلى الخروج بمجموعة من الصحفيين القادرين على الكتابة حول القضايا البيئية.
- تدريب ميداني: يهدف التدريب إلى تعريف الخريج أو الطالب الإعلامي بمختلف مجالات العمل الإعلامي من خلال جولة في المؤسسات الصحفية والتعرف عن قرب على أساسيات العمل الصحفي.
- صحافة نسوية: يهدف إلى خلق صحافة نسوية متخصصة بحقوق المرأة وقضاياها.
- برنامج حول الصحافة والسياحة: يهدف البرنامج إلى التدريب على الكتابة عن مواقع سياحية فلسطينية غير معروفة للفلسطينيين.
- تدريبات حول دور الإعلام في المساءلة والشفافية: يهدف التدريب إلى خلق صحفيين قادرين على إنتاج تحقيقات استقصائية في مواضيع المساءلة والشفافية.
- الصحافة الاقتصادية: تدريب الصحفيين في المجال الاقتصادي والاطلاع على العالم الاقتصادي.
- التدقيق والتحرير اللغوي: الهدف من التدريب تطوير القدرات اللغوية لتكون سليمة.
- دورات في التربية الإعلامية: برامج تهدف إلى تثقيف الجمهور إعلامياً.
- دورات جغرافيا واندوغرافيا: برامج تدريبية على التصميم الصحفي.

٣. تدريبات إعلامية قانونية ونقابية:

- التمكين النقابي: يهدف البرنامج إلى تعزيز قدرات الصحفيات والصحفيين في الثقافة النقابية.
- الرعاية الذاتية والنفسية للصحفيات: يهدف البرنامج إلى تقديم دعم نفسي واجتماعي للصحفيات،

ومساعدتهن على التغلب على المشاكل النفسية المترتبة على آثار العمل في الميدان خلال فترة الحرب في غزة.

- تدريب حول المعايير الدولية لجودة العمل الصحفي: يهدف التدريب إلى الخروج بمسودة «مدونة سلوك للإعلاميين الفلسطينيين» يتم تطويرها في المستقبل.
- السلامة المهنية: يهدف البرنامج إلى تعزيز قدرات الصحفيين في هذا المجال والحد من إصاباتهم في الاشتباكات المسلحة وأوقات النزاع.
- الإعلام وسيادة القانون: يهدف التدريب إلى التعرف على روح القانون والقوانين التي تسهم في حماية الصحفي.
- الحقوق القانونية للصحفيين وواقع حرية الرأي والتعبير: يهدف التدريب إلى التوعية بقوانين الإعلام والحماية القانونية للصحفيين والتوعية بمفهوم حرية الرأي والتعبير.
- مفهوم حرية الرأي والتعبير وقوانين الإعلام ذات الصلة: يهدف التدريب إلى التوعية بقوانين الإعلام وحرية التعبير والمساهمة في خلق بيئة قانونية سليمة.
- مفهوم حرية التعبير وقوانين الإعلام وإجراءات المحاكم: يهدف التدريب إلى فتح نقاش جاد مع القضاة والصحفيين والتوعية بأهمية قوانين الإعلام.

تدريبات إذاعية:

- الإلقاء الإذاعي: يهدف إلى تجاوز الأساليب التقليدية والنمطية في الإلقاء الإذاعي.
- التقارير الإذاعية الاستقصائية: يهدف البرنامج إلى طرح مواضيع إذاعية استقصائية.

تدريبات في الإعلام الجديد:

- تدريب حول مواقع التواصل الاجتماعي: الهدف منه التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي والتعامل معها بمهنية.
- وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة الحملات الإعلامية: يهدف التدريب إلى ربط الحملات بوسائل الإعلام الاجتماعي وتزويدهم بمهارات جديدة لتصميم الحملات ضمن العالم الافتراضي.
- الإعلام الرقمي: يهدف التدريب إلى تطوير قدرات التحرير الصحفي عبر الانترنت واختيار الصورة والمونتاج للأفلام المراد نشرها على المواقع الصحفية الإلكترونية.

أهم البرامج التدريبية التي قامت بها المؤسسات التدريبية:

- إنتاج تدريبات متنوعة في الفنون السينمائية والتلفزيونية. (كلية دار الكلمة في بيت لحم)
- القيام بتدريبات متنوعة في الصحافة المتخصصة (شبكة الانترنت للإعلام العربي- أمين)
- تطوير وبناء قدرات وأداء طواقم تلفزيون فلسطين. (بي بي سي ميديا أكشن)
- البرامج النقابية المتخصصة كالسلامة المهنية والنوع الاجتماعي واتفاقات العمل الجماعي وصحافة حقوق الإنسان. (نقابة الصحفيين)
- العمل على قوانين الحريات والبيئة. (المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية في قطاع غزة)
- السلامة المهنية من زاوية تدريب الإعلاميين على أفضل الممارسات أثناء الكوارث والحروب ومن بينها أن يقوم الصحفي بدور المسعف. (مركز إعلام الدوحة في قطاع غزة)
- التدريبات ذات العلاقة بالإعلام الاسرائيلي ولكن بوجهة نظر عربية. (مركز إعلام- الناصرة)
- التدريب الإعلامي المهني والشامل. (مركز تطوير الإعلام- جامعة بيرزيت)

الجدول رقم (١): البرامج التدريبية الإعلامية في فلسطين والمؤسسات المقدمة لها:

المؤسسات	البرامج التدريبية
	أولاً: تدريبات المرئي والمسموع
مركز تطوير الإعلام مركز إعلام جامعة الخليل	١. مهارات التقديم والإلقاء الإذاعي والتلفزيوني
مركز تطوير الإعلام منتدى شارك مركز الدوحة لحرية الإعلام	٢. مهارات إدارة الحوار
مركز تطوير الإعلام (الكتابة للإذاعة) مركز الدوحة لحرية الإعلام (القصة الإذاعية)	٣. الكتابة للإذاعة والقصة الإذاعية
مركز الدوحة لحرية الإعلام	٤. القصة الإذاعية باللغة الانجليزية
مركز تطوير الإعلام	٥. التقنيات الإذاعية
مركز تطوير الإعلام فلسطينيات إعلاميون بلا حدود مركز الدوحة لحرية الإعلام مركز إعلام مركز إعلام جامعة الخليل	٦. إعداد تقارير تلفزيونية
مركز تطوير الإعلام دار الكلمة	٧. إعداد برامج تلفزيونية
دار الكلمة	٨. المهن السينمائية والتلفزيونية
مركز تطوير الإعلام مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي مركز إعلام جامعة الخليل	٩. إعداد برامج إذاعية
أريج	١٠. بناء نص إذاعي استقصائي
مركز تطوير الإعلام دار الكلمة	١١. التصوير التلفزيوني
مركز تطوير الإعلام	١٢. الدعاية التلفزيونية
مركز تطوير الإعلام (أفلام وثائقية) مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي (صناعة أفلام قصيرة) دار الكلمة	١٣. أفلام وثائقية وصناعة أفلام قصيرة
دار الكلمة	١٤. أفلام روائية
	ثانياً: تدريبات في الصحافة المكتوبة

مركز تطوير الإعلام مركز الدوحة لحرية الإعلام مركز إعلام جامعة الخليل مركز إعلام وزارة الإعلام (فنون العمل الصحفي) منتدى الإعلاميين الفلسطينيين (التحليل السياسي)	١٥. فنون الكتابة الإعلامية (التغطيات الإخبارية والمقالات والريبورتاج والتحليل السياسي وإعداد النشرات الإخبارية)
مركز تطوير الإعلام فلسطينيات إعلاميون بلا حدود بيالارا مركز إعلام جامعة الخليل	١٦. التخصص الصحفية
مركز تطوير الإعلام فلسطينيات إعلاميون بلا حدود بيالارا مركز إعلام جامعة الخليل	١٧. التقارير الصحفية
مركز تطوير الإعلام إعلاميون بلا حدود مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	١٨. التحقيقات الصحفية
منتدى الإعلاميين الفلسطينيين	١٩. المقال السياسي
إعلاميون بلا حدود	٢٠. فنون التحرير
مركز تطوير الإعلام	٢١. إعداد المجالات
مركز تطوير الإعلام فلسطينيات مركز الدوحة لحرية الإعلام وزارة الإعلام أريج	٢٢. الصحافة الاستقصائية
نقابة الصحفيين الفلسطينيين	٢٣. التحقيقات الاستقصائية المصورة
أريج	٢٤. توظيف الحاسوب في صحافة الاستقصاء
وزارة الإعلام شبكة أمين	٢٥. العلاقات العامة والإعلام
مركز تطوير الإعلام	٢٦. مهارات في اللغة العربية
مركز تطوير الإعلام (الانجليزية) منتدى شارك (الانجليزية) فلسطينيات (العبرية والانجليزية) مركز الدوحة لحرية الإعلام (اللغة الانجليزية) نقابة الصحفيين الفلسطينيين (اللغة العبرية)	٢٧. مهارات اللغة الانجليزية والعبرية
مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	٢٨. مصطلحات ومهارات إعلامية باللغة الانجليزية

مركز تطوير الإعلام مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	٢٩. مهارات التصوير الفوتوغرافي
بي بي سي ميديا أكشن	٣٠. الصحافة الصحية
بي بي سي ميديا أكشن	٣١. الصحافة والحكم المحلي
بي بي سي ميديا أكشن	٣٢. الصحافة والتعليم
بيالارا	٣٣. الإعلام التربوي
شبكة أمين	٣٤. الإعلام والأمن
	ثالثاً: الإعلام الحديث
مركز تطوير الإعلام	٣٥. أفلام الهواتف الخلوية
مركز تطوير الإعلام	٣٦. فيديو الانترنت
مركز تطوير الإعلام	٣٧. المدونات
نقابة الصحفيين الفلسطينيين	٣٨. التدوين الإلكتروني
مركز تطوير الإعلام شارك (شبكات اجتماعية) فلسطينيات (الصحافة الإلكترونية) إعلاميون بلا حدود مركز الدوحة لحرية الإعلام منتدى الإعلاميين الفلسطينيين (الشبكات الاجتماعية)	٣٩. الصحافة الإلكترونية والشبكات الاجتماعية
منتدى الإعلاميين الفلسطينيين	٤٠. التصفح الآمن للمواقع الإلكترونية
فلسطينيات	٤١. الحملات عبر الإعلام الاجتماعي
مركز إعلام	٤٢. الإعلام الجديد والحملات الإلكترونية
مركز إعلام منتدى الإعلاميين الفلسطينيين بيالارا	٤٣. الصحافة الإلكترونية ومهارات التحرير
مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	٤٤. الأخطاء اللغوية في الصحافة الإلكترونية
نقابة الصحفيين الفلسطينيين	٤٥. إعداد التقرير الإلكتروني
مركز إعلام	٤٦. الإعلام الرقمي
منتدى الإعلاميين الفلسطينيين دار الكلمة	٤٧. المونتاج الرقمي
أريج	٤٨. الوسائط المتعددة
أريج	٤٩. دورة إلكترونية في تحليل الأرقام والإحصاءات
	رابعاً: مهارات الإنتاج والتصميم

مركز تطوير الإعلام دار الكلمة	٥٠. تسجيل الصوت للتلفزيون
مركز تطوير الإعلام مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي دار الكلمة	٥١. مهارات الإنتاج
شارك دار الكلمة	٥٢. مهارات إنتاج أفلام حول قصص شخصية
دار الكلمة مركز إعلام جامعة الخليل	٥٣. فنون الإخراج التلفزيوني
دار الكلمة	٥٤. إنتاج أفلام وثائقية
أريج	٥٥. إنتاج تحقيقات متلفزة
أريج	٥٦. إنتاج التحقيقات المرئية
مركز تطوير الإعلام	٥٧. مهارات animation
مركز تطوير الإعلام دار الكلمة (الغرافيك)	٥٨. تصميم الغرافيك والانفغرافيك
مركز تطوير الإعلام فلسطينيات	٥٩. الفوتوشوب
مركز تطوير الإعلام مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	٦٠. مهارات التصميم والإخراج للصحف والمجلات
	خامساً: تدريبات نظرية إعلامية
مركز تطوير الإعلام	٦١. صحافة ثقافية
مركز تطوير الإعلام	٦٢. صحافة اقتصادية
مركز تطوير الإعلام المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية	٦٣. صحافة بيئية
مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي	٦٤. صحافة رياضية
مركز تطوير الإعلام المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية بيالارا	٦٥. الفساد
المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية	٦٦. الديمقراطية
المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية	٦٧. الوساطة
المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية	٦٨. الحوكمة
مدى شبكة أمين	٦٩. النظام القضائي وعلاقته بالإعلام
منتدى الإعلاميين الفلسطينيين مدى	٧٠. الإعلام والقانون
مركز تطوير الإعلام	٧١. الخطاب الإعلامي

٧٢. النوع الاجتماعي وقضايا المرأة	مركز تطوير الإعلام (نوع اجتماعي)
٧٣. العلاقة بين الإعلام والنوع الاجتماعي	مركز تطوير الإعلام إعلاميون بلا حدود (قضايا المرأة) فلسطينيات أريج
٧٤. تدريب مدربين في النوع الاجتماعي	مركز تطوير الإعلام
٧٥. تدريب مدربين في التربية الإعلامية في المدارس	بيالارا
٧٦. قضايا الشباب الإعلامي (بناء القدرات، التشغيل، اتصال وتواصل، كتابة السير الذاتية، وإجراء المقابلة)	شارك (بناء قدرات وتشغيل) إعلاميون بلا حدود (بناء قدرات واتصال وتواصل كتابة السير الذاتية، وإجراء المقابلة)
٧٧. التسويق الإعلامي	مركز تطوير الإعلام
٧٨. إعلام في وقت الأزمات	مركز تطوير الإعلام بي بي سي ميديا أكشن
٧٩. لقاءات مع صناع القرار	شارك
٨٠. الرسالة الإنسانية للإعلام / الإعلام وحقوق الإنسان	إعلاميون بلا حدود (الرسالة الإنسانية للإعلام) مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي (الإعلام وحقوق الإنسان) المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية (الإعلام وحقوق الإنسان) منتدى الإعلاميين الفلسطينيين (الإعلام وحقوق الإنسان)
٨١. استخدام الانترنت	شبكة أمين
سادساً: مهارات مهنية ونقابية	
٨٢. السلامة المهنية	مركز تطوير الإعلام مركز الدوحة لحرية الإعلام نقابة الصحفيين الفلسطينيين
٨٣. التمكين النقابي	مركز تطوير الإعلام
٨٤. التشريعات القانونية	مركز تطوير الإعلام مدى
٨٥. حرية التعبير والتنظيم القانوني لحرية التعبير	مدى المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية (حرية الرأي والتعبير)
٨٦. أخلاقيات العمل الصحفي والشفافية والمساءلة	فلسطينيات (أخلاقيات العمل) إعلاميون بلا حدود (الشفافية والمساءلة)
٨٧. المناصرة والتشديد والحملات	مركز إعلام منتدى شارك بيالارا
٨٨. مهارات الإشرافية لرؤساء الأقسام (التخطيط للعمل، إدارة الوقت)	سابعاً: بناء قدرات الإعلاميين في المؤسسات الإعلامية مركز فلسطين للتدريب والتطوير الإعلامي
٨٩. تخطيط وإدارة المؤسسات الإعلامية	منتدى الإعلاميين الفلسطينيين
٩٠. كتابة التقارير الإدارية	منتدى الإعلاميين الفلسطينيين
٩١. تدريبات حول الإسعاف الأولي	المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية
٩٢. إدارة الإجهاد (الضغوط النفسية)	نقابة الصحفيين الفلسطينيين

يبين الجدول رقم (١) ^٦ أعله نمطاً معيناً من البرامج التدريبية التي تنفذها المؤسسات من حيث تكرار التدريب وخصوصاً في التدريبات الأساسية في الإعلام، فمثلاً تكررت عند ثلاث مؤسسات تدريبية على الأقل التدريبات التالية: فنون الكتابة الإعلامية، وإعداد التقارير التلفزيونية، والقصاص الصحفية، والتقارير الصحفية، ومهارات إدارة الحوار، والصحافة الاستقصائية، ومهارات معرفية باللغتين الإنجليزية والعبرية، والصحافة الإلكترونية والشبكات الاجتماعية، ومهارات الإنتاج، والعلاقة بين الإعلام والنوع الاجتماعي.

بينما نجد أن الكثير من المؤسسات تمتاز عن بعضها البعض عند النظر إلى التدريبات المتخصصة، حيث لم تتكرر التدريبات التالية (بل ذكرت مرة واحدة): كالدعاية التلفزيونية، والمقال السياسي، والقصة الإذاعية باللغة الإنجليزية، وإعداد المجالات، والتحقيقات الاستقصائية المصورة، ومصطلحات إعلامية في اللغتين الإنجليزية والعبرية، وأفلام الهواتف الخلوية، وفيديو الانترنت، والمدونات، والتصفح الآمن للمواقع الإلكترونية، والحملات عبر الإعلام الاجتماعي، والإعلام الجديد والحملات الإلكترونية، والأخطاء اللغوية في الصحافة الإلكترونية، وإعداد التقرير الإلكتروني، والإعلام الرقمي، والوسائط المتعددة، وتحليل الأرقام والإحصاءات إلكترونياً، والصحافة (الثقافية والاقتصادية والرياضية والصحية)، ومواضيع ذات علاقة بالإعلام (المحسوبة، والديمقراطية، والحوكمة)، والانفوغرافيك، والخطاب الإعلامي، وتدريب مدربي نوع اجتماعي، والتسويق الإعلامي، وإعلام في وقت الأزمة، والمهارات الإشرافية لرؤساء الاقسام (التخطيط للعمل، وإدارة الوقت)، وتخطيط وإدارة المؤسسات الإعلامية، وكتابة التقارير الإدارية، وتدريب حول الإسعاف الأولي، وإدارة الإجهاد (الضغوط النفسية).

ثانياً: المدربون

أما فيما يخص موضوع المدربين الإعلاميين، وعندما سأنا ممثلي المؤسسات عن مدربي البرامج التدريبية الأهم التي نفذت خلال السنوات الخمس الأخيرة، أظهرت النتائج أن ٨١٪ من المدربين هم مدربون فلسطينيون أو عرب، بينما بلغت نسبة المدربين الأجانب ١٩٪، ونظراً لارتفاع ساعة التدريب للمدرب الأجنبي فإن المؤسسات التدريبية بوجه عام تعتمد على المدرب الفلسطيني أو العربي على الرغم من تكرار كافة طرقه التدريبية أو قدراته، وربما عدم امتلاكه لكل ما هو جديد. أما المؤسسات التدريبية الكبرى ذات المشاريع المستدامة فهي الأكثر جلباً للمدربين الأجانب، وهذا ما يجعلها تتميز ببرامجها التدريبية وتوجهاتها نحو التخصصية في التدريب الإعلامي، وبوجه عام تفضل المؤسسات التعامل مع المدربين الفلسطينيين أو العرب الذين يعملون في دول أجنبية وهم قلائل.

٦) المعلومات الواردة في الجدول رقم (١) جاءت بناءً على نماذج متخصصة تمت تعبئتها أثناء المقابلات مع ممثلي أو مدراء المؤسسات التدريبية الإعلامية الفلسطينية ومن معلومات موثوقة من المواقع الإلكترونية لهذه المؤسسات.

وفيما يخص اختيار واعتماد المدربين، فقد أظهرت المقابلات مع ممثلي المؤسسات المبحوثة أن معايير اختيار أو اعتماد المدربين لا يحتكم لأي مسوغ قانوني أو نظام معين أو جهة تعتمد أو تقيم أي مدرب سواء في المجالات الإعلامية أو غيرها، وإنما يقتصر اختيار المدربين بناءً على معرفة المؤسسة التدريبية بخبراتهم وتقييمها لمستوى مهاراتهم.

كما أن المدربين لا يتم إخضاعهم لأي من البنود أو الاشتراطات التي تساعد في إخراج تدريب نموذجي أو علمي أو منظم بطريقة واضحة على الأقل، بمعنى آخر فإن المدربين لا يخضعون لأي اختبارات معينة تحدد مستوى قدراتهم أو مهاراتهم أو أدواتهم التدريبية ومدى التناسق بين ما يقدمه من تدريبات نظرية وتدريبية عملية والتمارين المساعدة أو الأسلوب نفسه، كما أن المدرب غير ملزم بوجود دليل تدريبي مثلاً أو خطة عمل أو منهجية تطرح للمؤسسة التدريبية عن سيرورة التدريب والمخرجات المتوقعة قبل بدء التدريب، كما أن العديد من المؤسسات لا يتوفر لديها دائرة أو جهة تتحمل مسؤولية المتابعة والتقييم والإشراف على التدريب أو على أداء المدرب وطريقته وأسلوبه مع المتدربين أو بما يقدمه لهم من مهارات ومعلومات تنمي من مهاراتهم وترفع من مستوى أدائهم.

ثالثاً- تحديد الاحتياجات التدريبية

إن طرق اختيار أو تحديد البرامج التدريبية الإعلامية متباينة بشكل كبير بين المؤسسات الإعلامية ذات الاختصاص التدريبي، على الرغم من التقائها في بعض الجزئيات التفصيلية، ولكن هذا التباين الشاسع يرجع للاهتمامات المعلنة والمضمرة في أروقة صنع قرار المؤسسات التدريبية ضمن سياساتها ومصالحها وتطلعاتها، فمنها من يهتم بحاجة قطاع الاعلام المحلي، ومنها من يهتم ببناء منظومة الاحتياجات أو توقعها كما ترد في قطاع الإعلام العربي والدولي، وجاء ذلك بعبارات عديدة بحسب ما أوردها مدراء المؤسسات الإعلامية على النحو التالي:

«نحن نحدد احتياجاتنا بناءً على احتياجات السوق الإعلامية الفلسطينية من خلال تواصلنا اليومي مع طواقمنا الإعلامية».

« من خلال اطلعنا وتواصلنا مع الطلبة والأساتذة في الجامعات والكليات على مجالات التدريب».

«نجري ورشتين مع إعلاميين من ذوي الخبرة وعلى ضوءها نقوم بتحديد الاحتياجات».

«غالبية أعضاء مجلس الإدارة هم صحفيون مخضرمون نستطيع من خلالهم تحديد احتياجات السوق الاعلامية الفلسطينية».

«نحدد احتياجاتنا بناءً على ما نراه حول العالم، واطلاع ومعرفة خبرائنا، وبناءً على اجتماعاتنا المستمرة».

«أولويتنا حاجة القطاع الإعلامي الفلسطيني وهذه رؤيتنا».

«نعمل دراسة أو عصفاً ذهنياً مع الإعلاميين أنفسهم ونقارن المتوفر وغير المتوفر وبناءً عليه نقرر».

«نحن لدينا خطة إستراتيجية للتدريبات ويتم تحديثها بشكل دائم، وفي أحيان كثيرة الاحتياج يفرض نفسه على الخطة الإستراتيجية».

«نحن نقوم بعمل تدريبات إعلامية بما يتواءم مع احتياجات الأسواق الإعلامية العربية والإقليمية والعالمية».

«بناءً على تواصلنا وعلاقتنا العربية والدولية نقوم بملاءمة البرامج التي نعمل عليها مع احتياجات الصحفي الفلسطيني».

ومن ناحية أخرى، فإن بعض المؤسسات تظهر وجهين في التعامل مع موضوع تحديد الاحتياجات وهذا كان

واضحاً عندما أجرينا المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية، فتارة تبين أن تحديد الاحتياجات جاء

بناءً على حاجات السوق الإعلامية الفلسطينية (بعضها ذكر أعلاه)، وتارة أخرى، نجد أن هذه المؤسسة

تسعى للحصول على التمويل كهدف رئيسي لاستمرارها وديمومتها كجزء من التحديات (سنذكرها لاحقاً)،

والدليل على ذلك العبارات التالية التي جاءت على ألسن من أجرينا معهم مقابلات معمقة:

«أحياناً نكون بدنا تمويل، فنضطر لربط الأشياء ببعضها البعض لإقناع الممول».

”لما أقدم لمشروع أحاول أن أحسن من موقعي التفاوضي مع الجهة المانحة كي يكون موقعي مقبولاً“.

”جاءنا تمويل للعمل في فترة معينة وبناءً عليه قمنا بذلك التدريب“.

كما أن بعض المؤسسات، أشارت إلى أنها ترفض التمويل في كثير من الأحيان لأسباب عديدة منها:

عدم ارتباط التمويل بالاحتياج الرئيسي للتدريب.

خشية بعض المؤسسات من الارتهان لأجندات سياسية لبعض الممولين.

عدم رغبة بعض المؤسسات بالتدريب في مجالات نظرية فقط.

عدم رغبة بعض المؤسسات بالتدريب في مجالات يتكرر التدريب فيها.

ومن ناحية أخرى، بعض المؤسسات الكبرى التي تمتلك إدارات تنظيمية للتدريب فإنها تحدد احتياجاتها

بحسب المتوفر لديها من تمويل أو تدريب، بمعنى أنها بدلاً من أن تتحول مع مرور الزمن من دائرة مهمتها

تطوير وتنظيم التدريب والنهوض به كما يجب، بل تتحول إلى إدارات فردية أحياناً لاختيار المتدربين ونوعية

التدريب وطبيعة المشاركين وتقسيم الفرص التدريبية بين الموظفين فقط دون الاكتراث لما بعد ذلك أو

بمستقبل التدريب وتطوره.

رابعًا: أدوات التقييم

إن أدوات التقييم بين المؤسسات التدريبية بمجملها متباينة، وهذا أمر مثير للجدل، حيث تختلف الطريقة من مؤسسة لأخرى، وكل مؤسسة تعتقد أنها تقوم بالتقييم بالطريقة العلمية والدقيقة، وتكر أنها تقوم بالتقييم على أسس شكلية فقط إرضاءً لرغبات الممولين مثلًا أو غيرها، حيث إن بعض المؤسسات التي أجرينا معها المقابلات أكدت أنها تقوم بإجراء تقييم قبلي وبعدي، وحتى في هذا الشكل من التقييم، فإن منهجية التقييم تختلف من مؤسسة إلى أخرى، فمنها من تستخدم الاستمارات أو ورشات العمل أو إجراء مقابلات أو الاستماع المباشر (شفويًا) من المشاركين في التدريب. كما أن بعض المؤسسات عادة ما تعتمد في إجراء هذا التقييم على المدرب نفسه وبالطريقة التي يراها المدرب أكثر دقة، بمعنى أنه يضع الأسئلة ويحدد طريقة التقييم والبعض الآخر يستخدم نموذج تقييم ثابت أو أسئلة محددة تضعها المؤسسة ويتم استخدامها عادة في كل تدريب دون إحداث أي تغيير أو تبديل عليها.

وعلى الناحية الأخرى، فإن بعض المؤسسات تعتقد بأنها تجري تقييمات «نوعية أو جديدة عالميًا»، وهي على النحو التالي:

- التقييم من خلال إجراء دراسة تقييمية تقيس مدى نجاح التدريب، حيث تكلف المؤسسة خبيرًا يتابع هذا المتدرب بعد التدريب وكيف يتطور أو يتراجع.
- التقييم بحسب ضبط وحدة الجودة والنوعية أو المتابعة والتقييم أو البحث والتعليم، وهذه الوحدات المختلفة بالاسم تقوم بإجراء التقييم بطرق منهجية متنوعة بحسب التدريب ونوعه.
- التقييم بناءً على ردود الفعل والاختبارات وقصص النجاح التي جناها المتدرب أثناء التدريب.

٣.١ أثر المؤسسات التدريبية الإعلامية

عند الحديث عن الأثر الذي أحدثته المؤسسات التدريبية العاملة في مجال الإعلام منذ أن تأسست لغاية هذه اللحظة، تظهر نتائج المقابلات بحسب ما أورده ممثلو المؤسسات التدريبية العديد من الآثار أبرزها:

١. إمكانية استمرار الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية في التدريب والتطوير

تعتبر بعض المؤسسات التدريبية أن استمرارها يرتبط بأثر ما تحدثه أو ما أحدثته في تنمية ورفع مستويات قدرات وسائل الإعلام والإعلاميين، وتعتبر ما تم الوصول إليه في مجالات التدريب هو أساس مهم جداً يساعد على التقدم والتطور في المستقبل، وأن رصيدها الحالي هو استمرار في هذا الدور فمثلاً:

- عملت مؤسسة ببالارا منذ تسعينيات القرن الماضي على تدريب الإعلاميين في قضايا إعلامية عديدة وتخرج من مؤسستها ألمع الوجوه الإعلامية الحالية.
- استمر مركز تطوير الاعلام في جامعة بيرزيت على مدار ٢٠ سنة الماضية من التأسيس، بتدريب الإعلاميين طيلة تلك الفترة، ومنهم من يقود مؤسسات إعلامية، ومنهم من يدرب في مراكز أو كليات أو جامعات مرموقة.
- بينما ترى بعض المؤسسات أن طريقة استمرارها بالعمل التدريبي الإعلامي يرجع إلى تأثيرها المباشر في الفئات المستهدفة التي تعمل معها بناءً على رفع كفاءتها وقدراتها، فمثلاً:
- عملت مؤسسة بي بي سي ميديا أكشن على تطوير أداء طاقم تلفزيون فلسطين من حيث المهارات والمنهجيات، ومن حيث توفير الأجهزة والأدوات الحديثة اللازمة.
- وتمكنت مؤسسة إعلاميون بلا حدود من العمل مع خريجي الجامعات على تعلم الإعلام واستحدثت طريقة تدريبية مؤثرة تستند على المتابعة المباشرة مع الخريج/ الطالب الجديد بإقحامه في العمل الصحفي مباشرة وخوض التجربة، ومن ثم تتم متابعة أدائه وتنمية مهاراته المختلفة بطريقة عملية.
- يعمل منتدى شارك الشبابي بطريقة جزئية مع الإعلام والشباب، ولكن تدريباته هدفها بناء الشخصية الإعلامية من خلال تدريبات عديدة، حيث تم تدريب عشرات الإعلاميين على المهارات الشخصية وتم تطوير أدائهم ورفع درجات وعيهم بالإعلام.

٢. صنع الأبحاث الإعلامية والأدلة التدريبية

إن ما أظهرته المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية يشير إلى قلة المؤسسات الإعلامية البحثية المتخصصة، ولكن بعض المؤسسات تقوم ببعض الأبحاث بحسب دورها وعملها ومجالات اختصاصها، والبعض الآخر يكتفي بإصدار أدلة تدريبية، فمثلاً:

- أصدر مركز مدى الدليل القانوني للصحفيين، إذ يعتبر الدليل القانوني في فلسطين، كما أصدر العديد من الدراسات والبحوث حول حرية الرأي والتعبير.
- أصدر منتدى شارك العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية والإحصائية، فيما يخص الإعلام والشباب (الكمية والكيفية)، والتي تهدف بجوهرها إلى تغيير وجهة نظر الإعلام من قضايا الشباب.
- أصدرت بي بي سي ميديا أكشن دليل الممارسات الصحفية للإعلاميين وتم تحديثه أكثر من مرة.
- أصدر مركز تطوير الإعلام العديد من الأدلة التدريبية والدراسات البحثية المتخصصة في مجال الإعلام أهمها: دراسة تقييم الإعلام في فلسطين، وحرية الصحافة في التشريعات الفلسطينية وغيرها.

٣. تغيير الثقافة العامة

تبين المقابلات مع ممثلي المؤسسات أن العمل على تغيير الثقافة العامة هو جوهر اهتمام، والأثر الذي أحدثته العديد من المؤسسات الإعلامية فمثلاً:

- سعت مؤسسة فلسطينيات لتقديم خطاب نسوي وشبابي جديد من خلال استهداف الإعلاميين من أجل تغيير الصورة النمطية، عما يبث من إعلام ميسس أو حزبي في سبيل إظهار صوت الفئات المهمشة (نساء أو شباب ..ألخ).
- سعت بي بي سي ميديا أكشن من خلال إنتاج برنامجي "أصوات من فلسطين" و"حر الكلام" عبر تلفزيون فلسطين إلى تغيير الثقافة التحريرية والنمطية السائدة في طريقة عرض الأخبار وإدارة اللقاءات والحوارات عبر تلفزيون فلسطين، حيث نجح البرنامج بتغيير الثقافة العامة لدى كادر التلفزيون من حيث الجرأة في عرض المواضيع وتقديمها بقوة واحترافية وموضوعية ناهيك عن الكفاءة العالية للجوانب الفنية والأدائية في طريقة العرض والتقديم.
- سعى مركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية "مدى" لوضع موضوع حرية التعبير عن الرأي على أجندة الرأي العام الفلسطيني حيث تشجعت كثير من المؤسسات على الانخراط في الدفاع عن

الحريات الإعلامية عند اعتقال أو التعرض لأي صحفي، وهذا الدور تعزز بنحو كبير بعد الدور الذي مارسه المركز منذ بدء الانقسام الفلسطيني وما رافقه من إجراءات سياسية تقمع الحريات الإعلامية لغاية الآن، حيث تمكن المركز من تشجيع المؤسسات الإعلامية الأخرى على إعلاء صوتها والوقوف ضد قمع الحريات الإعلامية.

٤. خلق إعلام متخصص وبديل

أظهرت المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية سعي العديد من المؤسسات إلى التخصصية في الإعلام على نحو متباين؛ فمنها من أوغل في التخصصية، ومنها من بقي في صفوفه ولم يتقدم، فمثلاً:

- عملت مؤسسة بيالارا مع طلبة المدارس بهدف تنشئة جيل من الشباب المثقف والإعلامي بهدف زيادة انخراط الشباب بالعمل الإعلامي.
- درب مركز تطوير الإعلام في مجالات متخصصة في الإضاءة والتصوير والانفوغرافيك والصحافة الثقافية والفنية.
- دربت شبكة أمين الإعلاميين على مواضيع متخصصة (كعلاقة الإعلام بالقضاء والمحاكم، وعلاقة الإعلام بالأمن وتدريب دوائر العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية على الإعلام).
- سعى منتدى شارك الشبابي إلى تأهيل كوادر إعلامية متخصصة في قضايا الحكم المحلي بهدف الترويج والضغط والمناصرة لقضايا الحكم المحلي وتعزيز أنماط الديمقراطية المجتمعية عبر الإعلام.
- دربت شبكة اريج- (إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية)- فلسطين في نواح عديدة متخصصة ضمن بند الصحافة الاستقصائية؛ كالتعامل مع الجوانب القانونية، وأخلاقيات التعامل مع التصوير السري، واستخدام الحاسوب في تشفير البيانات ومقاطعة المعلومات وتدريبات ابتدائية ومنتظمة في الأفلام والإنتاج السينمائي والصحافة البيئية.
- يدرب مركز إعلام- الناصرة على العديد من المهارات في مجال التعامل مع الخطاب الإعلامي الإسرائيلي بحيث يتم التركيز على آليات الرصد ومتابعة ما يتم تداوله وكيفية مواجهته وتقديم إعلام فلسطيني بديل.

٥. تدريبات على «مهن صحفية مساعدة»

يوجد العديد من المؤسسات التي تقوم بتدريبات لا تصب بشكل مباشر في العمل الإعلامي، ولكن دورها

يتدخل في مجالات جزئية فريدة هي الأكثر احتياجاً في قطاع الإعلام الفلسطيني بحسب رأي مدراء المؤسسات، فمثلاً:

- كلية دار الكلمة في بيت لحم تقوم بتخريج طلبة قادرين على دعم الإعلاميين في مجالات المهن السينمائية والتلفزيونية والإخراج السينمائي وفنون كتابة السيناريو وإدارة الصوت والإنتاج الفيديوي السينمائي.
- وتقوم العديد من المؤسسات الأهلية والخاصة بتدريب الإعلاميين على جوانب ذات علاقة بعملها (سنذكر بعضها للتوضيح) فمثلاً: مؤسسة أمان التي تدرب الإعلاميين على مواضيع متخصصة في الفساد والمساءلة، فقد أسست شبكة الإعلاميين من أجل النزاهة والشفافية^٧، ومركز العالم العربي للبحوث والتنمية (أوراد) الذي يدرب الإعلاميين على كيفية قراءة وتحليل وكتابة نتائج استطلاعات الرأي العام الفلسطيني^٨ بشكل دوري من خلال صندوق أوراد للتنمية المجتمعية. وبالمثل فإن المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية «مفتاح» ما زالت تدرب الإعلاميين في مجال الرقابة على الموازنة والصحافة الاقتصادية^٩ ومواضيع أخرى.

٤.١ فعالية البرامج التدريبية

إن فعالية البرامج التدريبية الإعلامية الفلسطينية ترتبط بمدى قدرة المؤسسات التدريبية على أداء رسالتها وتحقيق أهدافها من خلال برامجها التدريبية المقدمة وبغض النظر عن التحديات التي تواجهها، وهذا لا يعني بالضرورة أن المؤسسات التدريبية الإعلامية قد حققت أهدافها بشكل كامل أو كما تلمح في ظل التحديات الجسيمة التي سنسردها الآن، فمن أجل الاطلاع على مدى فعالية البرامج التدريبية، سنستعرض مدى تحقيق المؤسسات التدريبية لأهدافها، ومن ثم التحديات التي تواجه عمل هذه المؤسسات.

١.٤.١ مدى تحقيق المؤسسات التدريبية لأهدافها

إن الأهداف الرئيسية لعمل المؤسسات التدريبية الإعلامية متنوعة ومرتبطة ببنيتها وقدراتها ومهاراتها وأهدافها التدريبية العامة، فلكل مؤسسة خصوصيتها التدريبية، وهذا يرجع إلى طريقة صناعة القرار في أروقتها، حيث إن بعض المؤسسات تعتبر أن دورها الاستمرار في تقديم نفس المهارات كل عام ولكل جيل إعلامي صاعد، وخصوصاً تلك المؤسسات التي تركز على التدريبات الأساسية التي عادة ما يحصل عليها

^٧ أمان تدرب في مواضيع الفساد والمساءلة: <http://bit.ly/1Uf8MI4>

^٨ مركز أوراد يدرب الاعلاميين على كيفية قراءة وتحليل استطلاعات الرأي: <http://bit.ly/1WpDKva>

^٩ مفتاح تدرب الإعلاميين في مجالات إعلامية متخصصة: <http://bit.ly/1nNpjF2>

المتدرب خلال سنواته الدراسية الجامعية أو الكلية الأولى، بينما ترى بعض المؤسسات أن تدريباتها يجب أن تكون مكررة، ولكن تواكب كل ما هو جديد حول العالم، وغيرها ترى أنه يجب ألا يكرر وان يفتش عن التدريب الجديد النوعي والفريد. ومن أجل توضيح ذلك سنستعرض أهم أهداف المؤسسات التدريبية وما قامت بإنجازه تحقيقاً لأهدافها على النحو التالي:

1. بناء قدرات وتدريب الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية:

أظهرت المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية أن المؤسسات ما زالت تقدم العديد من التدريبات الأساسية أو الدائمة؛ كفنون الكتابة الإعلامية، والخبرات المتنوعة في العمل الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني كجزء رئيسي في عملها الدائم بشكل سنوي أو فصلي، ولكن بعض المؤسسات تجاوزت هذا الحد من التدريبات، وبدأت تعمل على نطاق أكثر شمولاً واتساعاً مع العديد من المؤسسات الإعلامية وموظفيها وهذا كان واضحاً في الجدول رقم (1) أعلاه، في حين تذهب بعض المؤسسات إلى العمل بحسب فرص توفر التمويل أو نوعية المشروع، فمثلاً:

- تقوم مؤسسة بي بي سي ميديا أكشن بتدريب وبناء قدرات الإعلاميين الفلسطينيين منذ عام ٢٠٠٧ لغاية الآن، فقد دربهم في نواح تقنية وفنية متعددة. أما في الفترة الأخيرة، فقد أصبح لدى المؤسسة توسيع في طريقة العمل بحيث إنها بدأت تستهدف مؤسسات كبرى، حيث استهدفت مؤخراً بناء قدرات تلفزيون فلسطين الفنية والتقنية من جهة، وساهمت في تدريب كوادره الإعلامية على أساليب عالمية في التقديم وإدارة الحوارات والحلقات التلفزيونية إلى جانب تعزيز ثقة هذه الكوادر في التحفيز على الجراحة في طرح المواضيع والقضايا الأكثر جدلية وإثارة بما يشبه إلى حد كبير معايير عمل الاذاعة البريطانية (بي بي سي).
- نفذت مؤسسة إعلاميون بلا حدود تدريبات متخصصة لـ ٨٠٠ خريج إعلام من كلا الجنسين على مهارات ميدانية في فنون الكتابة الإعلامية والعمل الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني، بالإضافة إلى مساعدة الخريجين على تطوير أدائهم ورفع مستوياتهم الأدائية ليكونوا ضمن مستويات التنافس المطلوبة على أي وظيفة إعلامية.
- عقدت مؤسسة منتدى شارك الشبابي الشبابي العديد من التدريبات المتعلقة ببناء قدرات الصحفيين الجدد، وخصوصاً في المهارات الحياتية والخطابة واستخدام وسائل الإعلام وأساسيات العمل الإعلامي بطرق مهنية واحترافية.
- قدمت نقابة الصحفيين الفلسطينيين تدريبات فيما يخص السلامة المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي.

- نفذ مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت على مدار العشرين سنة الماضية تدريبات متخصصة وبشكل واسع في بناء القدرات بشكل سنوي لآلاف الإعلاميين وخريجي الإعلام في كافة المجالات المتنوعة حيث يقدم المركز سنويا ٤٠ تدريباً وفي جوانب مختلفة ومتنوعة منها ما هو متخصص في مجالات نوعية وفريدة في كثير من الأحيان.

٢. الحفاظ على الحريات الإعلامية والدفاع عن الإعلاميين:

تقوم العديد من الجهات كنقابة الصحفيين بالدفاع عن الحريات الإعلامية بمختلف تشعباتها، وتقوم مؤسسات أخرى بتدريب الإعلاميين على قيم ومبادئ حرية الإعلام والدفاع عن الإعلاميين بالنواحي القانونية والتنفيذية السائدة وبحسب القوانين الدارجة. وتختلف درجات متابعة الاهتمام بالحفاظ على الحريات الإعلامية والدفاع عن الصحفيين من مؤسسة إلى أخرى بحسب ما ذكره ممثلو المؤسسات التدريبية، فمثلاً:

- يعتبر المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية «مدى» حرية التعبير وحرية الإعلام وتنمية الحريات الإعلامية من أسمى أهدافه، لذا يتابع المركز أي قضية اعتقال أو توقيف أي إعلامي فلسطيني سواءً كانت قضيته لدى الاحتلال الإسرائيلي أو لدى الجهات الفلسطينية في الضفة وغزة، ويقوم المركز بتكليف محام خاص يتبع للمركز لمتابعة القضية ويتم التواصل مع المؤسسات والاتحادات الإعلامية العربية والدولية من أجل إطلاعهم على مجريات القضية والضغط بهدف التدخل وإنهاء هذه القضية.
- تدافع نقابة الصحفيين الفلسطينيين عن الصحفيين عند حدوث أي طارئ اعتقال من الاحتلال الإسرائيلي أو من جهات حكومية سواءً في الضفة الغربية أو قطاع غزة، حيث يتوفر للنقابة محام خاص لقضايا الصحفيين، وتخاطب في كثير من الأحيان الاتحادات العربية والدولية من أجل التدخل.
- يقوم المعهد الفلسطيني للإعلام والتنمية في قطاع غزة، بالدفاع عن الحريات الإعلامية وحرية التعبير بهدف خلق جيل من الإعلاميين القوي والقادر على معالجة القضايا المجتمعية الشائكة كالفساد والاستغلال.
- يقوم مركز الدوحة للإعلام في قطاع غزة بمتابعة انتهاكات الصحفيين وتقديم يد العون لمساعدتهم على تخطي تحدياتهم اليومية.

٣. الدفع باتجاه إصدار وإقرار القوانين والتراخيص:

تعتبر القوانين الإعلامية السائدة في فلسطين قديمة وغير قادرة على تلبية الاحتياجات الإعلامية العامة وحتى على مستوى قطاع التدريب، وتشكل عائقاً مهماً أمام الجهات ذات العلاقة بالقوانين،

فعلى سبيل المثال:

- نقابة الصحفيين وضمن دورها فهي تسعى لاستصدار مسودات جديدة تطويرية للقوانين الحالية بمشاركة قانونيين مختصين وإعلاميين خبراء.
- تسعى مؤسسات عديدة (مركز تطوير الإعلام، ومركز مدى ونقابة الصحفيين) للحصول على إقرار قوانين أو تعديل قوانين أخرى كقانون الحق في الحصول على المعلومات، وقانون نقابة الصحفيين وقانون المطبوعات والنشر.
- يقود مركز تطوير الإعلام فريقاً وطنياً ضمن مبادرة تطوير الإعلام، وتضم المبادرة محوراً خاصاً بتطوير القوانين الخاصة بالإعلام، ويعمل المركز في العام ٢٠١٦ على تقديم مسودات لقانون المجلس الأعلى للإعلام، وقانون المرئي والمسموع، وقانون نقابة الصحفيين، وتعديلات على قانون المرئي والمسموع وقانون المطبوعات والنشر.
- اشتركت مؤسسات تدريبية مختلفة خلال العامين ٢٠١٥-٢٠١٦ في صياغة مسودات قانون الحق في الحصول على المعلومات وهي حالياً تضغط باتجاه إقرار القانون.

٤. التأثير والتغيير في أنماط المجتمع على المستوى البعيد:

- تعتقد العديد من المؤسسات التدريبية أن لمستها وجودها سيكون له التأثير على المدى البعيد كونه خلق ثقافة جديدة في أوساط الإعلاميين، فمثلاً:
- أطلقت مؤسسة فلسطينيات برنامجاً تدريبياً شبابياً إعلامياً يهدف لخلق وكلاء ووكيلات للتغيير في المجتمع من خلال رسالتهم الإعلامية الموضوعية.
 - تقوم مؤسسة إعلاميون بلا حدود بتدريب الإعلاميين بطريقة ميدانية حيث تركز على الزيارة الميدانية لقرية أو منطقة سياحية وهذا نشاط غير منهجي ذو صبغة ثقافية اجتماعية، حيث يقوم المدربون الإعلاميون بعمل تطوعي في هذه المنطقة، ومن خلاله يقومون بإعداد التقارير والقصص والمقالات التي تعبر عن هذه الزيارة، وعن أهم ما يميزها عن غيرها، ومن ثم تتم مراجعة المادة الإعلامية وتقيحها بالتشارك بين فريق المؤسسة والمتدرب وبعد ذلك يتم نشرها في وسائل الإعلام المختلفة.
 - تترك ٢٠ عاماً من عمل مركز تطوير الإعلام التابع لجامعة بيرزيت بصمة مهنية واحترافية في مجتمع الإعلام المحلي، يعترف بها الكثير من الصحفيين الذين تلقوا تدريبات في المركز.

٥. التركيز على قضايا الشباب وعلاقته بالإعلام:

أظهرت المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية وجود نوعين من المؤسسات التي تدرّب الشباب؛ الأولى ترى هدفها الرئيسي في التركيز على الإعلام والشباب معاً، أي أن الإعلام الشبابي هو الهدف الرئيسي، بينما ترى مؤسسة أخرى أن هدفها التركيز على عالم الشباب بشكل رئيسي ويأتي الإعلام هدفاً فرعياً في تمكين الشباب. فمثلاً:

- تقوم مؤسسة بيالارا بتدريب الشباب ليكونوا إعلاميين أكفاء منذ وجودهم في مقاعد المدرسة ومن ثم تتابع المهتمين منهم بالإعلام وتبقى على تواصل معهم حتى عند دخولهم للجامعة.
- يدرّب مندى شارك الشبابي الشباب على جوانب عديدة ليست إعلامية، ولكن لديها جزئية مهمة تخص الإعلام كبناء الشخصية الإعلامية والثقافة العامة وفنون إجراء المقابلات والحوارات الناجحة.
- يخصص مركز تطوير الإعلام سبع دورات سنوية خاصة بالطلبة في جامعة بيرزيت، ويخصص العديد من دوراته التي بلغت ٤٢ تدريباً في العام ٢٠١٥ لفئة الصحفيين الشباب حديثي التخرج ويعمل ذلك بإسناد هؤلاء بمهارات وتدريبات قد تؤهلهم لسوق العمل.

٦. فضح الإعلام الإسرائيلي وتوجهاته وتقوية الخطاب الفلسطيني:

الهدف الرئيسي من فكر المركز العربي للحرّيات الإعلامية والتنمية والبحوث «إعلام» الكائن في الناصرة، تحليل الإعلام الإسرائيلي وخلق خطاب بديل فلسطيني توعوي، حيث تستهدف تدريبات المركز فئات فلسطينية متنوعة لتوعية المواطن الفلسطيني بطريقة العرض الإعلامي الإسرائيلي للقضايا، أملاً في تشكيل خطاب اعلامي فلسطيني يكشف زيف ما يدعيه الإعلام الإسرائيلي، ولا يتم ذلك إلا برصد ومتابعة القضايا بشكل يومي.

١.٤.٢ التحديات التي تواجه قطاع التدريب الإعلامي

على الرغم من سعي المؤسسات التدريبية الإعلامية إلى تحقيق أهدافها كما ورد أعلاه، فإن التحديات التي تواجه المؤسسات التدريبية كبيرة ومتعددة وبعضها يمكن حله وبعضها يحتاج إلى قوانين وصنع قرار على أعلى المستويات، وهذه التحديات يمكن تصنيفها بحسب ما ذكره ممثلو المؤسسات التدريبية على النحو التالي:

تحديات في تمويل التدريب الإعلامي

عندما سألنا مدراء المؤسسات التدريبية عن مدى استدامة عمل مؤسساتهم، فبشكل مباشر تحدثوا عن استمرارية التمويل، ولكن عندما سألناهم عن التحديات المرتبطة بالتمويل، فأظهروا العديد من التحديات

المرتبطة بالتمويل كالأجندات السياسية والفوضى القائمة وحالة الإشباع من التدريبات وغيرها، وهي على النحو التالي:

- تحديات تمويل مرتبطة بالفوضى القائمة: أجمع ممثلو المؤسسات التدريبية على أنه توجد فوضى بطريقة التدريب الإعلامي بشكل عام في عدة جوانب: أولاً- لا يمكن منع أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية من إجراء أي تدريب إعلامي إذا كان هناك أي ملاحظات على التمويل مثلاً، أو أن تقوم بهذا التدريب جهة حزبية أو مؤسسة تتبع لجهة حزبية مباشرة، ثانياً- سعر ساعة التدريب للمدرب غير متفق عليها بين المؤسسات التدريبية، وهذا يشمل أيضاً اختلاف سعر ساعة التدريب بين المدرب الفلسطيني والعربي والأجنبي.
- تحديات تمويل مرتبطة بأجندات سياسية: يرى بعض ممثلي المؤسسات التدريبية أنه توجد إشكالية في السياسات، فمثلاً: بعض المؤسسات التي تحصل على تمويل ثابت في قطاع غزة تعاني من إشكالية هناك نظراً للتعقيدات السياسية القائمة، وفي الضفة أيضاً فإن بعض المؤسسات تمتنع عن التعاون مع وسائل الإعلام التي تتبع بشكل مباشر أو غير مباشر لحركة حماس أو الجهاد الإسلامي خوفاً من الملاحقة الأمنية.
- تحديات تمويل مرتبطة بالإشباع ببعض البرامج التدريبية: يرفض مدراء بعض المؤسسات التدريبية التمويل القادم لبرامج تدريبية جرى فيها التدريب أكثر من مرة، ويعتقدون أن هذه الجوانب تم إشباعها، فعلى ضوء ذلك يتم رفض التمويل، بينما ترى مؤسسات أخرى أن أجيالاً عديدة تتخرج سنوياً من كليات الإعلام وهي بأمرس الحاجة لتكرار هذه التدريبات فتقوم بذلك.
- تحديات تمويل مرتبطة بنقص التقنيات: يعتقد بعض مدراء المؤسسات التدريبية بأنه توجد تحديات ترتبط بنقص التقنيات الحديثة والتي هي مكلفة، وإن التدريب على تقنية معينة يستلزم وجود جهاز يمكن عليه تطبيق المواد والمهام التدريبية.
- تحديات تمويل مرتبطة بمزاجية المانحين: يعتقد بعض مدراء المؤسسات التدريبية بأنه توجد تحديات مرتبطة بمزاجية المانحين، وهذا ما يجعل شح التمويل إشكالية تعاني منها الكثير من المؤسسات، فمن المؤسسات المانحة من يقدم منحاً موسمية، ومنهم من يشترط نوعاً معيناً من التدريب، على الرغم من أنه ليس احتياجاً لهذه المؤسسة، كما أن البعض يعتقد بأن الجهات المانحة لا تقبل فكرة التعاون مع جهات مانحة أخرى.

تحديات لها علاقة بالقوانين والأنظمة التي تحكم الإعلام الفلسطيني:

إن القوانين الإعلامية السارية في فلسطين مثار جدل في الأوساط الإعلامية، حيث أفردت لها العديد من

البحوث والدراسات المتخصصة مؤخرًا مساحة كافية، ولسنا بصدد الخوض فيها جميعًا ولكن سنركز على القضايا ذات العلاقة بالتدريب الإعلامي وبحسب ما ذكره ممثلو المؤسسات التدريبية، وهي كما يلي:

- تحديات لها علاقة بالمحتوى التدريبي الداعي في جوهره إلى حرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام، ولكن تتم توعية المتدربين أو الطلبة على أن أي خروج عن القوانين السارية الموجودة ستكون عاقبتها؛ إما السجن أو الاحتجاز لأيام أو شهور، ما يعني أن الحرية مقيدة وأن هناك فرقًا شاسعًا بين التدريب والممارسة على الأرض.
- تحديات لها علاقة بالفجوة بين القوانين الإعلامية السارية وبالتقدم التكنولوجي والإعلام الرقمي والحديث، ونقصد هنا الحديث عن قانون المطبوعات والنشر للعام ١٩٩٥ الذي يطالب كثيرون بإخضاعه للتعديلات وتحديثه، إضافة إلى مسودات قوانين المرئي والمسموع والمجلس الأعلى للإعلام وحق الحصول على المعلومات وبالنظام الداخلي لنقابة الصحفيين.
- تحديات ذات طبيعة جدلية في تفسير وفهم القوانين الإعلامية عند التدريب والفجوة تزداد في أوساط المتدربين بين ما تتيحه القوانين الإعلامية، وبين ما يمكن أن يكون موضع تساؤل أمام القانون الأساسي الفلسطيني.
- تحديات قانونية وبيروقراطية لها علاقة بمنح الشهادات بعد التدريب، حيث إن المؤسسات الإعلامية الأهلية لا يمكنها أن تقدم شهادة للتدريب إلا إذا تقيدت بالقانون، حيث إن العديد من المؤسسات تتجاوز في بعض الأحيان القانون، وتمنح هذه الشهادة بدواعي تشجيع المتدربين، وترفض المؤسسات الحصول على ترخيص تدريبي نظرًا لما يترتب على ذلك من تقييدات مالية وبيروقراطية عديدة؛ كالحصول على ترخيصين من وزارتي التربية والتعليم والإعلام، وإجراء ترخيص لمركز تدريبي، وتقديم لألحة بأسماء المدربين وشهاداتهم العلمية، ومواضيع التدريب وأدلة التدريب.. الخ.
- تحديات لها علاقة بالقوانين الاسرائيلية، وخصوصًا أن مركز إعلام -الناصره- يعاني من ثلاثة قوانين اسرائيلية:

١. أولاً- قانون تمويل الجمعيات.

٢. ثانيًا- قانون التمويل العسكري.

٣. ثالثًا- قانون مسجل الجمعيات في البرتوكول.

حيث إن عدم الالتزام بأي من هذه القوانين سيجبر المؤسسة على دفع غرامات مالية طائلة.

تحديات لها علاقة بنقص الخبرات الفلسطينية

يعتبر نقص الخبرات أحد أهم التحديات ذات العلاقة بتطوير الإعلام في فلسطين كما جاء في مقابلات ممثلي المؤسسات التدريبية، حيث إن مواكبة التطور العالمي في المجال الإعلامي يجعل الحاجة أكثر إلحاحًا

إلى استمرارية استخدام خبراء دوليين أو تدريب خبراء فلسطينيين في الخارج بشكل فصلي على الأقل، وهذا يرجع لاعتبارين مهمين:

- الفجوة بين المهارات التدريبية المحلية والأجنبية، بعض المؤسسات استقدمت خبراء دوليين في مجالات حديثة جداً في الإعلام: كتصوير الفيديو على الهاتف المحمول، كتابة السيناريو للتلفزيون، الأفلام التسجيلية ومجالات أخرى متقدمة.
- استفاد مهارات المدربين الإعلاميين الفلسطينيين وعدم اهتمام المؤسسات الإعلامية التدريبية بتطوير مهاراتهم وقدراتهم محلياً أو دولياً، وهذا ما يجعل المؤسسات التدريبية الفلسطينية تطمح لاستخدام المدرب الأجنبي بدلاً من الاستثمار بالمدرب الفلسطيني، على الرغم من كلفته العالية مقارنة مع المدرب الفلسطيني، ولكن المؤسسات في الوقت الحالي تفضل استخدام مدرب فلسطيني دولي، إذ تعتبره أفضل الخيارات المطروحة أمامها.

أما من أسباب نقص وضعف الخبرات الفلسطينية، حسب المقابلات التي أجراها الباحث فهي ما يلي:

- الاعتقاد الخاطئ بأن كل صحفي أو مدرس في دوائر الاعلام يصلح أن يكون مدرباً، وهذا ما يجعل المخرج التدريبي ضعيفاً فلا يحقق الأهداف التدريبية المتوقعة بسبب ضعف إمكانيات بعض المدربين.
- غياب متابعة أو تطوير قدرات الأساتذة أو المدربين ذوي الخلفية الأكاديمية في المجالات الإعلامية ومواكبة التطور التقني المتواصل في وسائل الاعلام، وهذا ينعكس على قدرات الأكاديمي في تقديم ما هو جديد بالاستناد إلى ما يجري حول العالم، حيث إن مواكبة وتطوير الأكاديميين يرجع إلى جهد واهتمام الأستاذ أو المدرب الأكاديمي نفسه وهذا يعتبر عائقاً مهماً.
- غياب مدربين في مجالات تخصصية مهمة، فمثلاً: في قطاع غزة غياب مدرب متخصص في مجال التحول الرقمي، كما أن جامعة الأقصى في غزة هي الجامعة الوحيدة التي تمتلك قسم التصوير التلفزيوني وبطريقة أخرى فإن هذا مطلب لمركز إعلام- الناصرة حيث يستعين المركز بكفاءات إسرائيلية.
- تسرب الكفاءات الفلسطينية يشكل عائقاً أمام تقدم وزيادة قدرات الخبرات المحلية، وهذا مرتبط بغياب أي وسيلة للإبقاء على أي متدرب من ذوي الكفاءة في أن يخدم أو يقدم خبراته للوسائل الإعلامية المحلية.

تحديات لها علاقة بضعف القطاع الإعلامي

إن ضعف أو ضيق القطاع الإعلامي الفلسطيني أحد أهم التحديات المرتبطة بالتدريب الإعلامي، وهذا يرجع لعدة أسباب بحسب المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية، أهمها:

- نسبة استثمار مؤسسات القطاع الخاص في قطاع الإعلام ما زالت عادية، فلو كان هنالك استثمار أكبر لكان هناك حاجة كبيرة إلى التدريب والتنمية على مستويي المؤسسات والأفراد.
- تضخ الجامعات سنويًا أعدادًا هائلة من خريجي الإعلام. والدليل على ذلك ما أظهرته دراسة للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني حول معدلات البطالة في أوساط الشباب ضمن الفئة العمرية (٢٠-٢٩ سنة) أن رابع أعلى معدل بطالة يأتي في أوساط خريجي الإعلام حيث بلغت النسبة (٧٠,٧٪).^١ وهذا العدد الكبير من الخريجين لا تستطيع المؤسسات الإعلامية ليس فقط تشغيلهم، وإنما لا تستطيع أيضًا تدريبهم، نظرًا لضعف المؤسسات الإعلامية وصغر حجمها مقارنة مع المؤسسات الإعلامية العربية والدولية.
- توجهات الإعلام العربي والدولي نحو الأحداث في البلدان العربية، وهذا ما يجعل الإعلاميين يتوجهون إلى وظائف أخرى (إن وجدت)، وبالتالي خضت صناعة الإعلام في الأراضي المحتلة.
- المؤسسات الإعلامية الحالية تعاني مما تعانيه المؤسسات الأخرى جراء شح التمويل أو الأزمة المالية العالمية وبالتالي تفضل توظيف إعلامي متخصص في عدة مجالات يوفر عليها رواتب ثلاثة موظفين، بدلًا من توظيف صحفي متخصص في مجال واحد وترك مجالين فارغين، أو توظيف ثلاث صحفيين وهذا يضعف الإنتاج الإعلامي.
- التنافس السلبي بين المؤسسات الذي يحدث حتمًا، إذ يمنع أي تعاون بين المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نفسها؛ فالمؤسسات الكبيرة تبقى كذلك والصغيرة تبقى بنفس حجمها، وهذا ما يجعل السوق الإعلامية كما هي وربما يزداد وضعها تعقيدًا في مسألة العلاقات البنينية.

تحديات لها علاقة بضعف المهارات الإبداعية وغياب التكنولوجيا الحديثة

تعتبر التحديات المتعلقة بضعف المهارات الإبداعية للممارسين، وغياب النظم التكنولوجية الحديثة ذات تأثيرات عديدة على برامج التدريب الإعلامي، بحسب ما ذكر ممثلو المؤسسات التدريبية، فمن هذه التحديات ما يلي:

١. تحديات لها علاقة بالاحتلال الإسرائيلي بشكل مباشر الذي يمنع كل ما له علاقة بفرص تحول فلسطين إلى النظام الرقمي (٢G أو ٤G) وكذلك يمنع إدخال الأجهزة التقنية المتطورة في مجالات الإعلام الرقمي.
٢. تحديات لها علاقة بالقوانين الإعلامية وأسعار الانترنت؛ فإصلاح القوانين مهم في تعزيز دور وسائل

(١) تقرير الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني ومندى شارك بتاريخ ١٢-٨-٢٠١٢ على الرابط التالي: <http://bit.ly/221E7CS>

الإعلام الحديثة وتأثيرها، كما أن خفض أسعار الانترنت سيمكن من زيادة فرص الإبداع والابتكار في مجالات التكنولوجيا والإعلام، وزيادة فرص انخراط المواطنين بالوسائل الإعلامية الحديثة.

٣. تحديات لها علاقة بالعمل الفردي على المهارات الإبداعية والتكنولوجية الحديثة، فالتركيز على الإعلام الحديث ليس ضمن قوالب مؤسساتية بحثية ومواكبة لما يجري في العالم، وإنما بجهود فردية وربما يجيد الإبداع فيها غير المتخصصين في الإعلام أكثر من الإعلاميين أنفسهم.

٤. فرق بين ما تقدمه الجامعات والكليات الإعلامية الفلسطينية وبين ما يجري حول العالم، فشرط وأساسيات ومتطلبات الصحافة الإلكترونية غير متوفرة كمنهج أكاديمي في كل الجامعات، والعديد من قضايا الإعلام الحديث غير مطروقة لا دراسياً ولا بحثياً. فخريج إعلام من فلسطين يريد أن يعمل في مؤسسة إعلامية في دبي أو الجزيرة أو غيرها، يحتاج إلى دورات متخصصة لم يحصل إلا على الجانب النظري منها أثناء وجوده على مقاعد الجامعة.

٥. تحديات لها علاقة بغياب مدربين إعلاميين أكفاء في المهارات التكنولوجية الحديثة، وتزداد الفجوة أكثر بين المدرب الأجنبي والفلسطيني في هذا السياق.

تحديات علاقة المؤسسات التدريبية الفلسطينية بنظيراتها العالمية

يعتقد بعض مدراء المؤسسات الإعلامية أن العلاقة الحالية القائمة بين المؤسسات التدريبية الفلسطينية والمؤسسات العالمية تستند بشكل رئيسي إلى التمويل، في حين يرى البعض الآخر، أن هنالك تعاوناً في تبادل الخبرات. كما يرى البعض أن طريقة إدارة المؤسسات الأجنبية ونظمها الإدارية والمالية والتدريبية تختلف في كثير من الأحيان مع بنية وطريقة تفكير المؤسسات الفلسطينية، وقد يشكل هذا عائقاً هاماً، فمثلاً: فلو حصل مدرب فلسطيني على تدريب عالمي جديد فإنه سيواجه صعوبة في تطبيق ما تعلمه ارتباطاً بالإمكانيات وقدرات المؤسسة نفسها محلياً. وتظهر الفجوة جلية بين المؤسسات الفلسطينية والأجنبية عند الحديث عن القوانين والأنظمة السائدة في بلدانهم مقارنة مع القوانين الإعلامية الفلسطينية التي ترجع إلى أواخر القرن الماضي. كما تعاني المؤسسات الإعلامية الفلسطينية نفسها من صعوبات ذات علاقة بقلّة تدريب مدربيها أو موظفيها لأسباب تتعلق بضغط العمل وعدم قدرة المؤسسات على إعطاء إجازة للمدرب.

تحديات عامة

أظهرت المقابلات مع مدراء المؤسسات الإعلامية العديد من التحديات الأخرى التي تواجه قطاع التدريب

الإعلامي أبرزها:

١. تحديات لها علاقة بتدني مستوى المعرفة والمهارات الخاصة بخريجي الإعلام من الجامعات والكليات الفلسطينية، حيث يفتقر خريج الإعلام للأساسيات العملية لممارسة المهنة حسب المقابلات، بالإضافة إلى ضعف اللغة، والثقة بالنفس، وقلة الثقافة، والمعلومات المعرفية العامة.
٢. تحديات لها علاقة لها بالتنافسية على التمويل ارتباطاً بتكرار بعض مجالات التدريب أو الابتعاد عنها، فمثلاً: بعض المؤسسات تتنافس في الحصول على تدريب يتعلق بالإعلام الرقمي مع أننا كفلسطينيين غير مهيين له في الوقت الحالي على الأقل، وأيضاً بعض المؤسسات تعمد إلى تكرار نفس البرامج وبنفس طريقة التدريب فمثلاً يجري العزوف عن الإعلام الفضائي لصالح التوجه بكثافة نحو الإعلام الإلكتروني، وخصوصاً الفيس بوك.
٣. تحديات لها علاقة بضياع بوصلة التدريب الإعلامي بمعنى أنه من المسؤول عن إدارة هذه الدفعة، هل المؤسسات الإعلامية الكبيرة أم وزارة الإعلام أو نقابة الصحفيين أم الوزارات الأخرى؟ وعلى من تقع مسؤولية المبادرة لإحداث أي تغيير أو تحد أو قانون يتعلق بتنظيم قطاع الإعلام؟ وإذا كان هناك قانون هل هذا القانون سيعيق حرية الإعلام أم سينظمه وكيف؟
٤. تحديات لها علاقة بالمؤسسات غير الإعلامية التي تعمل أحياناً في مجالات الإعلام، هذه القضية أثارت خلافاً في الآراء بين المشاركين في هذه الدراسة، فالذين يؤيدون قيام المؤسسة بهذا العمل يرون أنه يوجد غياب لهيئة مسؤولة عن تنظيم قطاع الإعلام، والذين يعارضون يعتقدون بأنه تجب الاستعانة بمؤسسة إعلامية متخصصة، وليس لجميع المؤسسات القيام بالتدريب الإعلامي دون وجه حق.
٥. تحديات لها علاقة بدور نقابة الصحفيين في تنظيم التدريب الإعلامي، حيث يعتقد البعض بأن النقابة يجب ان تكون لاعباً أساسياً في وضع سياسات هذا التنظيم القطاعي، ولكنها حتى الآن غائبة عن هذا الدور، وفي المقابل، يرى البعض الآخر أن دور النقابة في تنظيم التدريبات للإعلاميين ينحصر في اعتماد مؤسسة أو مجموعة مؤسسات تقوم بالتدريب بناء على اتفاق مع النقابة، ويتحول هذا التدريب إلى أحد شروط العضوية الكاملة للصحفيين في النقابة.
٦. تحديات لها علاقة بالانقسام الفلسطيني- الفلسطيني، حيث إن هامش الحرية الإعلامية يضيق كلما ازدادت حدة التوتر بين أطراف النزاع، وهذا ينعكس على طريقة تفكير الإعلاميين الجدد عندما يتدربون على حرية الإعلام بينما تجبرهم الظروف السياسية أو غيرها على ممارسة رقابة ذاتية فيما يكتبون وينطقون، فهذه إشكالية وفجوة كبيرة، وفي نفس الوقت فإن بعض وسائل الإعلام لا ترغب بخسارة زبائنها المعلنين إذا كانوا حزبيين أو يتبعون لنظام الحكم مقابل إتاحة المجال أمام حرية

الإعلام أو التعبير عن الرأي، وبالتالي فإن مستويات تأثير الإعلام أو إمكانية إحداثه أي اختراقات في الرأي العام الفلسطيني مثلاً ستصبح متضائلة.

٧. تحديات لها علاقة بالندية بين بعض مؤسسات الحكومية وبعض مؤسسات المجتمع المدني، حيث يعتقد بعض مدراء المؤسسات الإعلامية بأنه توجد نظرة تشككية لدى المؤسسات الحكومية لدور المؤسسات الإعلامية المدنية، فيتم التعامل مع المؤسسة الإعلامية الأهلية أو المدنية بحسب آراء ”شخصية“ لدى من يقود دفة المؤسسة الحكومية، وكلما تغير القيادي المسؤول عن المؤسسة الحكومية اختلفت طريقة التعامل مع مؤسسات المجتمع المدني.

٨. تحديات لها علاقة بتكرار التدريب أكثر من مرة في السنة دون سبب أو احتياج خاص، إذ يرى بعض مدراء المؤسسات الإعلامية أنه يوجد تكرار للبرامج التدريبية خلال السنة فتجد أربع أو خمس مؤسسات تدرب مثلاً في الإعلام والمرأة، كيف تم تحديد هذا التدريب وما هي الغاية من التكرار لا أحد يدري؟!.

٩. تحديات لها علاقة بطريقة تفكير الإعلاميين، حيث إن بعض الصحفيين يرفضون المشاركة في تدريبات مهمة ربما تقدها بعض المؤسسات، لاعتقادهم أنهم لا يحتاجون إلى تدريب، حتى أنهم يرفضون التدريب مع الإعلاميين الصغار.

١٠. تحديات لها علاقة بالمركزية واللامركزية في ترخيص المؤسسات الإعلامية، حيث يفضل البعض أن يكون هناك مركزية في التحكم بالترخيص والأدلة التدريبية وغيرها، بينما يرى البعض أنهم مع اللامركزية فيما يخص التدريب أو الترخيص لما في ذلك من ميزات في تطوير الأدلة التدريبية وتطوير المناهج الإعلامية وزيادة عدد العاملين في التدريب الإعلامي أو العمل الأهلي الإعلامي، رافضين بذلك الطريقة القائمة الآن.

١١. تحديات لها علاقة بأخلاقيات التدريب الإعلامي، حيث لا تهتم كما يجب بعض المؤسسات الإعلامية بتدريب الخريجين الجدد الساعين للحصول على وظائف لديها، فبعض المؤسسات تستنفد طاقات الخريجين الجدد في إنتاج مواد إعلامية لمدة ستة أشهر أو تزيد دون أن تقدم له أي مقابل مادي، وعند انتهاء المدة يقدمون لهذا المتدرب شهادة تدريبية فقط. ولا تتم مراعاة أي جوانب مهنية أخرى، فمثلاً ترفض المؤسسات الإعلامية نشر اسم منتج المادة الإعلامية التي أعدها المتدرب وتحرمه من أي منافع مثل السفر أو التدريب أو الحصول على حوافز من حساب المؤسسة. ومن ناحية أخرى، قد يكون التدريب شكلياً بحيث لا تتم إضافة أي خبرة جديدة للمتدرب في نواح علمية ومهنية، وإنما يقتصر وجوده في الحضور إلى المؤسسة فقط، وربما لا يتدرب على شيء جديد طيلة فترة التدريب.

٥.١ كفاءة البرامج التدريبية

إن كفاءة البرامج التدريبية ترتبط بالمرجات الرئيسية للمؤسسات التدريبية بالمنحى العام ومقارنتها مع نقاط القوة والضعف للبرامج التدريبية نفسها، فعلى الرغم من التحديات الكبيرة التي تواجه قطاع التدريب الإعلامي (كما ذكر آنفاً) إلا أن النتائج تظهر أن البرامج التدريبية تمتاز بالكفاءة إلى حد كبير، حيث إن المخرجات ونقاط القوة كبيرة مقارنة مع نقاط الضعف. ومن أجل استيفاء ذلك، سنستعرض المخرجات الرئيسية للمؤسسات التدريبية الإعلامية، ومن ثم نقاط القوة والضعف لكل برنامج تدريبي تفصيلياً لكل مؤسسة.

١.٥.١ المخرجات الرئيسية للمؤسسات التدريبية

إن ظروف عمل المؤسسات التدريبية وواقعها الحالي، يظهر حالتين من التباين والتقاطع على نحو مثير للاهتمام فنجد التباين بين مخرجات المؤسسات الإعلامية، حيث سنذكر أقصى درجات التباين على شكل لوحة فنية يتشارك الكل في رسم مكوناتها، وبنفس الوقت فإن هذه المخرجات تضيف لمسة مهمة وهادفة لها تأثير على قطاع العاملين في مجال الإعلام، ومن أجل توضيح ذلك سيتم ذكر أهم مخرجات المؤسسات على النحو التالي:

- يصدر منتدى شارك الشبابي سلسلة دراسات شبابية فيها جزئية إعلامية.
- تصدر وزارة الإعلام نشرات حول الوضع السياسي العام.
- يقدم مركز تطوير الإعلام خدمات استشارية إعلامية للوزارات والمؤسسات/ كما يقدم دورات التثقيف الإعلامي للمواطنين.
- دربت نقابة الصحفيين أربعة مدربين معتمدين على مستوى دولي.
- درب منتدى الإعلاميين في غزة على مشروع إعلامي متخصص في مواجهة التعصب، وقام بإطلاق مبادرة الوفاق الوطني والدفاع عن الحريات الإعلامية عام ٢٠٠٨.
- تتابع مؤسسة مدى قضايا الإعلاميين في المحاكم الفلسطينية والإسرائيلية وتطلع الجهات الدولية على ملف الانتهاكات.

أما في الحالة الثانية، فتظهر المخرجات حالة من التقاطع والتقارب في تقديم المخرجات فنجد مثلاً: من أصل ١٨ مؤسسة تدريبية شاركت في هذه الدراسة، هناك أربع مؤسسات تدريبية تلتقي في مخرجاتها التدريبية؛ كالأدلة الإعلامية التدريبية في مواضيع متنوعة، وتلتقي ست مؤسسات أخرى على أهمية القيام بتدريب الإعلاميين (على كافة جوانب العمل الإعلامي)، بغض النظر عن اختلاف التدريبات بين مؤسسة وأخرى من حيث نوعية البرنامج التدريبي والفئة المستهدفة وعدد المتدربين أو التكرار أو حتى طريقة التدريب، ويوضح الجدول التالي مخرجات المؤسسات التدريبية الإعلامية.

جدول رقم (٢): المخرجات الرئيسية للمؤسسات التدريبية الإعلامية

المؤسسات التدريبية الإعلامية	المخرجات الرئيسية للمؤسسات الإعلامية
أريج	تدريب مدربين ومدربين إعلاميين في مجالات الصحافة الاستقصائية
منتدى شارك	إنتاج دراسات شبابية (٢٠٠٢-٢٠١٤) لها علاقة جزئية بالإعلام
المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية	تخريج مئات المدربين نشر مجلدات ومطبوعات إعلامية
إعلاميون بلا حدود	أدلة تدريبية تدريب ٨٠٠ من خريجي الإعلام
بيالارا	التركيز على جيل إعلامي في صفوف مدرسية عمره من ١٤-١٥ سنة تخريج مدربين ومدربين كثر
بي بي سي ميديا أكشن	أدلة تدريبية تدريبات إعلامية قطاعية (الصحة، والتعليم، والحكم المحلي، والاستجابة في أوقات الكوارث)
وزارة الإعلام	إصدار نشرات حول الوضع السياسي العام توثيق انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي بحق الصحفيين
نقابة الصحفيين	اعتماد أربعة مدربين فلسطينيين على مستوى دولي تشكيل لجان إعلامية تتابع القضايا الإعلامية والمهنية
أمين	أدلة تدريبية عقد أول تدريب على استخدام الانترنت منذ التسعينيات

مدى	توثيق الاعتداءات على الحريات الإعلامية متابعة قضايا الإعلاميين في المحاكم الفلسطينية والاسرائيلية والتواصل مع الجهات الدولية
فلسطينيات	أدلة تدريبية إنتاج تقارير تلفزيونية وإذاعية تدريب ١٥٠٠ متدرب/ة
مركز فلسطين للتدريب	١٩ دورة إعلامية متنوعة دبلوم متخصص في الغرافيك إطلاق مجلة شباب وكتابها طلاب إعلام من عدة جامعات
منتدى الإعلاميين	مشروع إعلامي يواجه التعصب نشاطات من أجل الدفاع عن الصحفيين إطلاق مبادرة الوفاق الوطني والدفاع عن الحريات الإعلامية عام ٢٠٠٨ دورات في مجال التقديم التلفزيوني والإذاعي
مركز تطوير الإعلام	تدريب ٨٠٠ إعلامي سنوياً تقديم خدمات استشارية إعلامية للوزارات والمؤسسات منتج شهري منذ ١٠ سنوات لجريدة الحال يشارك فيها طلبة إعلام إنتاج برامج إذاعية مجانية إنتاج الأبحاث والمقالات العلمية التركيز على التثقيف الإعلامي للمواطنين

نقطة ضوء: المبادرة الوطنية لمركز تطوير الإعلام

أطلق مركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت المبادرة الوطنية لتطوير الإعلام الفلسطيني عام ٢٠١٢ بالشراكة مع أكثر من ٨٠ مؤسسة وطنية فلسطينية من الحكومة والمجتمع المدني والمؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام من عموم مؤسسات الضفة وقطاع غزة، وتضم المبادرة تسعة محاور أحدها خاص بتطوير مساقات إعلامية حديثة للتدريس في الجامعات الفلسطينية، وقد تم الاتفاق على إقرار أربعة مساقات جديدة "الإعلام والنوع الاجتماعي، مساق حول قوانين الإعلام والقوانين الناظمة، وآخر حول أخلاقيات مهنة الإعلام، ومساق حول الإعلام الجديد"، حيث إن هذه المساقات الأربعة يجري إعدادها تشاركياً من قبل خبراء وسيجري عرضها على اللجنة الأكاديمية التي تضم ممثلين عن قرابة ١١ جامعة فلسطينية، ومن المنتظر أن تقر اللجنة هذه المساقات مع خططها التدريبية. وبعد الاتفاق على ذلك سيتم إجراء تدريب شامل لمدرسي الإعلام حول منهجية التدريس في هذه المساقات المستحدثة.

١.٥.٢ نقاط القوة والضعف

فيما يخص نقاط قوة وضعف أهم التدريبات الإعلامية التي نفذتها المؤسسات التدريبية، فقد أظهرت نتائج المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية خمسة مجالات رئيسية سنذكرها ونوضح بالتفصيل جوانب الضعف والقوة فيها وهي بالتصنيف التالي:

تدريبات تلفزيونية:

تعاني التدريبات التلفزيونية بشكل عام من نقاط ضعف عديدة أهمها؛ عدم توفر عدد كبير من المعدات من أجل إنجاز التدريب، والحاجة إلى تمويل كبير لهذا النوع من التدريبات، بالإضافة إلى ضيق وقت التدريب وعدم وجود مكان مهياً للتدريب وعدم وجود متدربين فنيين. أما نقاط القوة؛ فهي وجود مدرب قوي أحياناً، وحصول المتدربين على شهادة دبلوم وخبرة في بعض التخصصات المهنية، كما أن ندرة بعض التدريبات المتخصصة تزيد من نقاط القوة المتوفرة في فلسطين، ناهيك عن شمولية التدريب. ومن أجل توضيح ذلك سنسرد كل تدريب على حدة وبالتفصيل على النحو التالي:

- إنتاج أفلام وثائقية: من نقاط قوة هذا التدريب؛ توفر مدرب قوي، ومن نقاط الضعف؛ عدم توفر عدد كبير من المعدات من أجل إنجاز التدريب.
- الإنتاج الفيلمي: من نقاط القوة؛ الحصول على بكالوريوس في الإنتاج الفيلمي.
- المهن السينمائية والتلفزيونية: من نقاط القوة؛ امتلاك المتدرب لشهادة دبلوم وخبرة في المهن السينمائية والتلفزيونية.

- كتابة السيناريو: من نقاط القوة؛ ندرة هذا المجال وتكامله مع إنتاج الأفلام الوثائقية، ومن نقاط ضعفه؛ أنه يحتاج إلى تمويل عالٍ.
- تدريب حول استخدام المعدات الصحفية الحديثة (غرفة البث): من نقاط القوة؛ شمول التدريب على مهارات ومعدات جديدة وأنه تم التطبيق العملي في برامج مباشرة على الهواء، ومن نقاط الضعف؛ ضيق وقت التدريب والمتابعة للمتدربين.
- مهارات جديدة في الإنتاج؛ من نقاط القوة؛ اشتغال التدريب على مهارات وتقنيات جديدة في الإنتاج، من نقاط الضعف؛ ضيق وقت التدريب.
- مهارات جديدة في الصوت؛ من نقاط القوة؛ معرفة المتدربين بمهارات وتقنيات جديدة في عالم الصوت، ومن نقاط الضعف؛ عدد موظفي الصوت قليل.
- تدريب الإضاءة: من نقاط القوة؛ شمول التدريب على مهارات جديدة في عالم الإضاءة وتم تطبيق التدريب في برامج وحوارات فلسطينية، ومن نقاط الضعف؛ ضيق وقت التدريب.
- مهارات جديدة في الإخراج؛ من نقاط القوة؛ حصول المتدربين على مهارات جديدة في عالم الإخراج وخاصة إخراج البرامج الحوارية بطريقة مبتكرة وتم إدماج مهندسي الإضاءة والمصورين في هذا التدريب، أما نقاط الضعف؛ عدد المخرجين قليل وضيق وقت التدريب.
- تدريب على التصوير والمونتاج وإعداد التقارير التلفزيونية: من نقاط القوة؛ زيادة المهنية، ومن نقاط الضعف؛ قلة أماكن التدريب لهذا النوع من التدريب.

تدريبات في الصحافة المكتوبة والصحافة المتخصصة:

من نقاط ضعف هذه التدريبات؛ عدم توفر معدات أساسية كالكاميرات وأجهزة التسجيل وغيرها، وعدم معرفة الإعلاميين ببعض جوانب الصحافة المتخصصة، وعدم إفراة مساحة لهذا النوع في وسائل الإعلام نظراً لضعف الإمكانيات وقلة التمويل، بالإضافة إلى عدم تكرار مثل هذا النوع من التدريبات في المؤسسات، أما نقاط قوة هذا النوع من التدريبات فهي؛ وجود طاقم ذي خبرة في الصحافة المتخصصة (كالصحافة القانونية وحقوق الإنسان والثقافية والفنية)، والقدرة على إنتاج مواد ذات علاقة بالمرأة والشباب. بالإضافة إلى توفير مهارات للإعلاميين الجدد للعمل الميداني والمسؤول، وللتوضيح بشكل أكبر سنسرد التدريبات بالتفصيل على النحو التالي:

- الصحافة الثقافية: من نقاط القوة هذا التدريب؛ توفير طاقم متخصص في الصحافة الثقافية والفنية، ومن نقاط ضعفه؛ عدم وجود مساحة في وسائل الإعلام لهذا النوع من الصحافة.

- صحافة حقوق الإنسان: من نقاط قوة هذا التدريب؛ توفير صحفيين لديهم المهارات الكافية لمتابعة وتقوية قدراتهم في الكتابة حول حقوق الإنسان والحريات الأساسية في فلسطين، ومن نقاط الضعف؛ عدم توفر المعدات التقنية الضرورية للقيام بالتوثيق.
- تدريب الصحفيات على اللغة العبرية: من نقاط القوة هذا التدريب؛ أنه مهم لكل الصحفيين ومن نقاط ضعفه؛ عدم وجود وقت للتعلم عند الإعلاميين.
- تدريب مدربين إعلاميين: من نقاط قوة التدريب؛ أنه يهدف لصقل شخصية الصحفي وتعزيز مهاراته الحوارية وإدارة النقاش ومن نقاط ضعفه؛ اعتقاد الإعلاميين بأنهم ليسوا بحاجة إلى التدريب والتطوير الدائم.
- الصحافة البيئية: من نقاط قوة هذا التدريب؛ أنه موضوع متخصص يجلب انتباه الإعلاميين ومن نقاط ضعفه؛ أنه لا يوجد اهتمام بهذا النوع من التدريبات لدى مدراء أو رؤساء التحرير.
- صحافة الرحلة (صحافة بالمجاورة): من نقاط قوة هذا التدريب؛ أن يزيد من اعتماد خريج/طالبة الإعلام على الجوانب العملية والميدانية أكثر من النظرية، ومن نقاط الضعف؛ ضعف الإمكانيات التقنية وعدم رغبة المؤسسات الإعلامية على تدريب المتدربين بشكل تطوعي.
- صحافة نسوية: من نقاط القوة هذا التدريب؛ إنتاج مواد تدريبية متخصصة في الصحافة النسوية، ومن نقاط الضعف؛ عدم معرفة المتدربات بأهمية طرح مواضيع حساسة لقضايا النوع الاجتماعي في وسائل الإعلام.
- دور الإعلام في المساءلة والشفافية: من نقاط القوة؛ زيادة قدرات الصحفيين على طرح قضايا المساءلة والفساد والتركيز عليها بشكل عميق، ومن نقاط الضعف؛ ضيق الوقت التدريبي.
- الصحافة الاقتصادية: من نقاط القوة؛ رفع مهنية الصحفيين في الاقتصاد، ومن نقاط الضعف؛ قلة الدورات المتخصصة بالجوانب الاقتصادية.
- التدقيق والتحرير اللغوي: من نقاط القوة؛ أن التدريب كان مطلوباً من قطاعات واسعة، ومن نقاط الضعف؛ عدم تكرار هذا التدريب رغم تردي مستوى اللغة العربية عند خريجي الإعلام.

تدريبات في القانون وفي التمكين النقابي:

من نقاط ضعف هذه التدريبات؛ عدم قدرة التدريب على تلبية كافة الاحتياجات، كما أن مدة هذا النوع من التدريبات قصيرة، وفي بعض الأحيان لا يتم تكراره إلا سنوياً، ولتوضيح هذا النوع من التدريبات سنسرد التدريبات بالتفصيل، وهي على النحو التالي:

- التمكين النقابي: من نقاط قوة؛ في هذا التدريب إشراك الصحفيين في عمل نقابة الصحفيين ومن نقاط ضعفه أنه غير مكرر.
- الرعاية الذاتية والنفسية للصحفيين: من نقاط القوة؛ أن التدريب يشكل احتياجاً حقيقياً للصحفيين للتفريغ النفسي، ومن نقاط الضعف؛ عدم قدرة التدريب على تغطية كافة الاحتياجات للصحفيين.
- تدريب حول المعايير الدولية لجودة العمل الصحفي: من نقاط القوة؛ أنه يسلط الضوء على موضوع مهم وحيوي في ظل الفوضى الإعلامية القائمة، ومن نقاط الضعف؛ مدة التدريب قصيرة وعدم الاستمرارية.
- السلامة المهنية: من نقاط القوة؛ اكتساب المتدربين خبرة جديدة، ومن نقاط الضعف؛ ضيق الوقت ومحدودية أماكن التدريب، ويعتبر بعض الصحفيين هذا التدريب نوعاً من الترف.
- الإعلام وسيادة القانون: من نقاط القوة؛ تدعيم خبرات الصحفيين القانونية، ومن نقاط الضعف؛ ضيق الوقت لدى الصحفيين.
- الحقوق القانونية للصحفيين وواقع حرية الرأي والتعبير: من نقاط القوة؛ الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الصحفيين في الضفة وغزة والقدس، ومن نقاط الضعف؛ الإحساس بأن هذا التدريب لا ينطبق على الواقع، فالحصول عليه هو للمعرفة وليس للتطبيق.
- مفهوم حرية الرأي والتعبير وقوانين الإعلام ذات الصلة: من نقاط القوة؛ الالتزام الكبير الذي أظهره المحاميون أثناء التدريبات.
- مفهوم حرية التعبير وقوانين الإعلام وإجراءات المحاكم: من نقاط القوة؛ التزام مجلس القضاء بالتدريب وفتح نقاش جدي حول القوانين مع الصحفيين.

تدريبات الإذاعة:

- إن عدد البرامج التدريبية التي وردت بحسب مدرء المؤسسات التدريبية ذات العلاقة بالمجال الإذاعي هما تدريبات فقط، وهما:
- الإلقاء الإذاعي: من نقاط قوة هذا التدريب؛ إنتاج برنامج إذاعي نموذجي يتم بثه.
 - التقارير الإذاعية الاستقصائية: من نقاط قوة هذا التدريب أنه يطرح مواضيع إذاعية جديدة.

تدريبات الإعلام الحديث:

بلغ عدد البرامج التدريبية التي وردت بحسب مدرء المؤسسات التدريبية ذات العلاقة بالإلقاء الإعلام الحديث ٢ تدريبات، وهي كما يلي:

- تدريب حول مواقع التواصل الاجتماعي: من نقاط قوة هذا التدريب: زيادة تفاعل الصحفيين مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة الحملات: من نقاط القوة: أن التدريب مليء بالمعلومات والتقنيات الجديدة، ومن نقاط الضعف: عدم وجود حافز لدى المتدربين بالتطبيق على أرض الواقع.
- الإعلام الرقمي: ومن نقاط القوة: أن التدريب كان على درجة عالية من المهنية.

٦.١ علاقة البرامج التدريبية بالقطاع الإعلامي

ما تقوم به المؤسسات التدريبية الإعلامية من برامج تدريبية لا يعني أنها تسير وفق خطة أو توجه عام تقوده جهة معينة من أجل تنفيذ خطة أو إستراتيجية وطنية تخدم أهداف القطاع الإعلامي، وإنما ترى كل مؤسسة تدريبية على حدة أن مخرجاتها مرتبطة أشد الارتباط باحتياجات القطاع الإعلامي الفلسطيني في سياق رؤيتها ومنهجية عملها وتخصصها وطريقة تحديدها للاحتياجات، وجاء ذلك بعبارات مختلفة وردت في المقابلات مع ممثلي المؤسسات التدريبية، فمثلاً:

- مؤسسة بيارا المتخصصة بالإعلام الشبابي ترى أن «احتياجات البلد غير محددة ولكن نحن مؤسسة إعلامية شبابية نعرف ما هي احتياجات الشباب فتعمل على ضوئها».
- وترى مؤسسة مدى المعروفة بعملها في مجال الدفاع عن الحريات الإعلامية أنه ”لن تحدث أي تنمية إعلامية في الحقل الإعلامي دون ضمان حرية الإعلام والتعبير عن الرأي“.
- كذلك الأمر بالنسبة لمنندى شارك الشبابي الذي يعمل في مجالات شبابية عديدة بينها الإعلام فإن ”إنتاج برنامج إعلامي شبابي اسمه ”إعلاميون شباب من أجل حقوق الإنسان“ شارك فيه ٢٠٠ إعلامي/ة يمثل إنجازاً حقيقياً كونه سينعكس على طريقة عمل هؤلاء الإعلاميين الذين يعملون اليوم في وكالات ومؤسسات إعلامية مرموقة“.
- أما بالنسبة لمركز الدوحة للإعلام في غزة، فإن مخرجات هذه المؤسسة مرتبطة باحتياجات وأولويات طارئة ومستعجلة، والدليل على ذلك ”أن المؤسسة في الحرب الأخيرة على قطاع غزة قامت بتدريب الإعلاميين في أربع إذاعات على العمل الإذاعي عندما تبين أن أفضل طريقة للتواصل مع المواطنين

أنداك هو عبر الإذاعة وليس عبر التلفاز“ .

- وكذلك الأمر بالنسبة لمؤسسة إعلام- الناصرة- فإن مخرجات المؤسسة مرتبطة أشد الارتباط باحتياجات المواطنين داخل الأراضي المحتلة عام ١٩٤٨، حيث ”إن رصد توجهات الإعلام الاسرائيلي وتحليل خطابه وتوعية الفلسطينيين بالخطاب الاسرائيلي هناك هو أولوية وطنية مهمة“ .
- وترى كلية دار الكلمة ”أن احتياجات السوق الإعلامية الفلسطينية هي لمتخصصين إعلاميين في مجال الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والفني“ .

وترى العديد من المؤسسات أنها تقوم بتدريبات عديدة أساسية نظراً لقلة الخبرات والمهارات العملية أو الميدانية لخريجي الإعلام الجدد، حيث إن الفجوة بين ساعات التدريس النظري وساعات التدريب العملي كبيرة، وهذا ما يجعل مستوى خريج الإعلام ضعيفاً في المجالات الميدانية، فعلى سبيل المثال تقوم العديد من الجامعات الفلسطينية بتدريس طالب الإعلام أربع سنوات ولكنه يحصل على ساعة تدريبية عملية واحدة أو اثنتين خارج الجامعة، وفي الغالب يكون التدريب شكلياً فلا تتم مراقبة أو متابعة المتدرب في كثير من الأحيان، كما أن فجوة أخرى تظهر في بعض الجامعات التي تدرس الإعلام حيث إن ساعات تدريبية أكبر تمنح لخريجي الإذاعة والتلفزة مقارنة مع خريجي الصحافة المكتوبة.

٧.١ استمرارية المؤسسات التدريبية

- تتباين استدامة واستمرارية المؤسسات التدريبية الإعلامية وبرامجها من مؤسسة إلى أخرى بحسب نوعية التمويل وحجم المؤسسة وخبرتها في المجال الإعلامي ومرجعياتها القانونية والتنفيذية، وحتى طبيعة فلسفتها الإدارية والبناء الهيكلي لها، حيث إن المراكز والمؤسسات الإعلامية الكبيرة (ذات التمويل الثابت في الغالب) ، لا تعاني من مخاوف تمويلية مقارنة مع المراكز الإعلامية المتوسطة أو صغيرة الحجم، بحسب ما ذكره ممثلو المؤسسات الإعلامية، فعلى سبيل المثال:
- لقد تعدت مؤسسات كآريج ومدى وبي بي سي ميديا أكشن ومركز تطوير الإعلام قضايا التخوف من توقف التمويل كونها تحصل على تمويل ثابت أو شراكة ثابتة بالمشاريع مع مؤسسات متنوعة دولية، على الرغم من اختلاف طبيعة الشراكة أو التمويل لكل مؤسسة على حدة، حيث إن آريج تعتمد في عملها على تمويل من مؤسسات نرويجية وسويدية شريكة، أما مركز مدى فيعتمد على مؤسسات أوروبية أخرى، وكذلك الأمر بالنسبة لمركز تطوير الإعلام، بينما تحصل بي بي سي ميديا أكشن على تمويل ومشاريع مباشرة من هيئة الإذاعة البريطانية البي بي سي.
- بينما نجد أن نجاح وتقديم واستدامة مركز الإعلام في جامعة الخليل يرجع إلى أنه يتبع جامعة الخليل

مباشرة، وبالتالي فرص أي تقدم أو توأمة أو أي مشاريع للمركز ستتم بمرجعية إدارية وتنفيذية من خلال إدارة الجامعة. كذلك الأمر بالنسبة لكلية دار الكلمة في بيت لحم التي تستند بشكل رئيسي في استدامة عملها إلى التكلفة التشغيلية لكلية الآتية من أقساط الطلبة من جهة، ومن المشاريع التي تشارك بها الكلية من جهة أخرى.

• أما بقية المؤسسات الإعلامية المتوسطة أو الصغيرة بالحجم، فنجد أن مؤسسات مندى الإعلاميين ومركز فلسطين للتدريب وفلسطينيات وأمين ومركز إعلام- الناصرة وبيالارا وإعلاميون بلا حدود ومندى شارك فإن ما يهدد عملها ووجودها التمويل، ولكن هذه المؤسسات تفكر بطرق للاستمرارية تعتمد على أفكار إبداعية جاءت بعبارات عديدة مثل:

- ”إذا توقف التمويل يكون العمل بثلاثة اتجاهات رئيسية؛ أولها البحث عن تمويل، وثانيها التفكير بالتوجه إلى القطاع الخاص، وثالثها بيع منتجات المؤسسة“.

- ”إذا توقف التمويل سنستند إلى استثمارنا بالموارد البشرية الخاصة بالمؤسسة، حيث يمكننا من الاستمرار بالعمل تطوعياً لمدة سنة أو سنتين“.

- ”إذا توقف التمويل سيبقى دور المؤسسة مستمراً في توفير محتوى إلكتروني متاح فلسطينياً وعالمياً بدراسات إعلامية كثيرة يمكن البناء عليها واستخدامها، بالإضافة إلى أن مؤسستنا لا تدفع بدلاً عن إيجارات سكنية فهي تملك مقر المركز الرئيسي للمؤسسة ولديها فروع ملاصقة للبلديات في عدة محافظات، كما أن كافة التجهيزات الأساسية للقيام بالعمل متوفرة، وبالتالي فإن الأساس متوفر“.

نقطة ضوء من قطاع غزة

يرى القائمون على المعهد الفلسطيني للاتصال والتنمية في قطاع غزة أنه لا توجد استدامة للتدريب الإعلامي حالهم كحال بقية المؤسسات الأهلية هناك، التي تعاني من أزمات في قلب الوضع السياسي في قطاع غزة والحروب المتتالية، وهذا ما يجعل المؤسسة تقوم بتغيير الموظفين بعد انتهاء كل مشروع تنفذه كونه لا يتوفر لديها تمويل ثابت، لدرجة أنه لا يوجد للمؤسسة لغاية الآن مدير تنفيذي، على الرغم من أهمية دورها وعملها في قضايا إعلامية ذات أولوية منها البيئة وسيادة القانون. وهذا أهم ما يميز المؤسسة حيث كان لدى المؤسسة برنامج تعليم الأقران القائم على تدريب مجموعة من الصحفيين من خلال دورة إعداد مدربين في الإعلام ويقومون لاحقاً بتدريب فئات إعلامية شبيهة بشكل متتابع.

٨, ١ طموح المؤسسات الإعلامية التدريبية

تظهر نتائج المقابلات أن طموح المؤسسات التدريبية الإعلامية مرتبط بهدف كل مؤسسة ودورها وأثرها في المجتمع ومدى استدامتها، فنجد أن من المؤسسات من يطمح لأن يشكل نقلة نوعية في الإعلام من حيث التخصصية وتوسيع نطاق العمل في نفس الوقت، ومنها من يريد إحداث اختراقات في المجالات القانونية، ومنها من يريد إحداث تأثير على القضايا المحلية، كالتخفيف من البطالة في أوساط الصحفيين، وخلق ثقافة تعليمية جديدة، وإعادة الاعتبار للعمل التطوعي- الإعلامي، والدليل على ذلك ما ذكره ممثلو ومدراء المؤسسات التدريبية، وهو على النحو التالي:

- «طموحنا تأهيل صحفيين في المجالات القانونية وحرية الرأي والتعبير ومتابعة القضايا الحقوقية».
- ”نطمح لأن يكون لدينا برنامج ماجستير في الإعلام، وتحول المركز إلى أكاديمية تنتج دبلوما إعلاميا بشكل متسلسل وعلمي، والانفتاح عربياً وإقليمياً في نشاطاتنا وتدريباتنا، والمحافظة على نفس المستوى من الأداء، وتطبيق المبادرة الوطنية للإعلام“.
- ”طموحنا في مجال التدريب الإعلامي أن نصل إلى تشكيل هيئة إعلامية ومهنية على المستوى الوطني لضبط التدريب، وعمل منهجيات واضحة تركز على مشاركة خبراء ومدربين فلسطينيين في هذا المجال، والتحرك باتجاه اعتماد مدربين في كافة قضايا الإعلام، وأن يتم تشكيل وبناء مركز يتبع نقابة الصحفيين ونلغي استغلال الصحفيين من قبل المؤسسات التي تستغل التمويل“.
- ”نحن نطمح للوصول إلى صحافة متخصصة سياسية، بمعنى أن يكون لدينا مراسل للشؤون الحزبية وآخر للشؤون الصحية والاقتصادية والتعليمية وهكذا“.
- ”أطمح أن يكون هناك برنامجان ثابتان: إذاعي وتلفزيوني من أجل التشغيل، وأن نساعد في تشكيل قائمة نادي الإعلاميات في انتخابات نقابة الصحفيين، ونطمح لأن تكون وكالة نوى الأثر قراءة على مستوى العالم العربي“.
- ”الطموح مؤسسة إعلام تربوي يكون لا منهجي من خلال العمل على أطفال المدارس، ونطمح لخلق منبر إعلامي إلكتروني يمكنه جمع الشباب الفلسطيني والعربي وصولاً لتحقيق إعلام ديمقراطي“.
- ”الاستمرار بنفس السياسة وهو التدريب التطوعي والمجموعات الطلابية بالتعاون مع الصحفيين وأطمح لأن يكون لدينا مركز تدريب إعلامي متقدم يتواءم مع مختلف القدرات والمستويات الإعلامية ومجهزة بكل الإمكانيات“.
- ”إنهاء الأزمة المالية وبناء خطة إستراتيجية للتدريب تلبي الاحتياجات الحالية والتدريب على مواضيع الأفلام الوثائقية والديكودراما وجلب مدربين من الخارج“.
- ”نطمح لأن يكون لدينا قوانين عصرية خالية من العقوبات السالبة للحرية انسجاماً مع قوانين حقوق الإنسان“.
- ”نطمح لإدخال برامج جديدة في عملنا لتصبح دار الكلمة منارة الإنتاج السينمائي في الوطن العربي كله“.
- ”نطمح إلى أن نشبك مع مؤسسات عالمية كبرى“.
- ”عمل برامج جديدة للإعلاميين المحترفين في المؤسسات المحلية“.

الاستنتاجات

يعاني قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين من أزمات حقيقية وشاملة، وهي على النحو التالي:

١. أزمة في النظرية الإعلامية السائدة في فلسطين: إن تحديد نظرية الإعلام المطبقة في فلسطين-بغض النظر عن الاحتلال الاسرائيلي والانقسام الداخلي- سيكون لها أثر مهم في تنظيم هذا القطاع، فهل نحن نطبق نظرية الإعلام السلطوي أم نظرية الإعلام الحر أم نظرية المسؤولية الاجتماعية؟ أم أننا ندمج ونخلط بين هذه النظريات في فترات وندمج ونفصل بينها في فترات أخرى؟ وبالتالي فإن مفهوم مدى الحرية أو مدى سيادة القانون في المجال الإعلامي غير واضح، وهذا ما يجعل الأزمة قانونية وفكرية أيضاً.
٢. غياب المنظم أو المسؤول عن التدريب الإعلامي: لا توجد جهة رسمية أو غير رسمية تنظم أو تكون مسؤولة عن قطاع التدريب الإعلامي، فلا أحد يستطيع تحديد نوع التدريب الإعلامي الأكثر احتياجاً أو جهة تقيس الأثر التدريبي، فالجهات الرسمية تعمل في قضايا الترخيص، والجهات الأهلية كل منها متخصصة في الإعلام بمجالات معينة، في الشباب أو الحريات أو غير ذلك، والمؤسسات الإعلامية ذات الطبيعة التعليمية متخصصة في قضايا التدريب العام ومرتبطة بسياسات وزارتي التربية والتعليم والشؤون الاجتماعية وهذا ينعكس على التدريب الإعلامي بوجه عام.
٣. أزمة قانونية وإدارية وهيكلية: لا يوجد قانون أو بناء إداري أو هيكل متعلق بالتدريب الإعلامي في فلسطين، فلا يوجد ما يمنع أي مؤسسة أو شخص أن يدرّب في أي مجال إعلامي وبصرف النظر عن جودة المنتج التدريبي، فالكل يمكنه التدريب (بمجرد أنه مسجل لدى وزارة الداخلية مثلاً) وأيضاً يمكن تكرار التدريب بحسب مزاجية القائمين على المؤسسات الإعلامية أو غير الإعلامية دون حسيب أو رقيب.
٤. أزمة في درجات التباين في الرقابة على منح التراخيص والإشراف: إذ تشتد الرقابة على المؤسسات الإعلامية الأهلية وعلى نحو أقل على المؤسسات ذات الترخيص التعليمي، بينما تحظى المؤسسات التدريبية الأجنبية برقابة هي الأقل مقارنة مع بقية المؤسسات، في حين، يشكل الاحتلال عائقاً رقابياً كبيراً أمام المؤسسات الحاصلة على ترخيص إسرائيلي أو تحمل ترخيصين فلسطيني وإسرائيلي.
٥. أزمة في منهجيات التدريب: كل مؤسسة إعلامية تختار برنامجها التدريبي بحسب رؤيتها وفهمها للواقع الإعلامي، فكل مؤسسة إعلامية تتباين مع الأخرى عند إجراء كل تدريب على النحو التالي:

- تباين في تحديد عناوين البرامج التدريبية.
- تباين في عدد ساعات التدريب (العملي والنظري).
- تباين في اختيار المدرب ومهاراته وقدراته.
- تباين في سعر ساعة المدرب الفلسطيني/ العربي مقارنة مع الأجنبي.
- تباين في جدية الاهتمام بالمدرّبين ومراعاة أخلاقيات التدريب الإعلامي.

- تباين طرق تقييم التدريب وأدواته ووسائله.
 - تباين في قرارات منح الشهادة أو عدمه.
٦. أزمة في الأهداف الرئيسية لعمل المؤسسات التدريبية الإعلامية: حيث تتقاطع وتتباين أهدافها، فتتقاطع المؤسسات في نظرتها إلى أهمية بناء قدرات المؤسسات الإعلامية والإعلاميين بالمنحى العام، ولكنها تتباين في طريقة الوصول إلى الهدف بالأدوات والوسائل والمنهجيات ونوعية التدريب والمدرّب وعدد الساعات التدريبية والتمويل وغيرها.
٧. أزمة في طبيعة البرامج التدريبية الإعلامية في عدة جوانب:
- الوقت الضيق والقصير للبرامج التدريبية.
 - عدم تكرار التدريبات المتخصصة مقابل تكرار للتدريبات العامة.
 - التكرار أو عدم التكرار غير المبرر لبعض التدريبات.
 - ضعف وقدم المساقات التعليمية الدراسية (الدبلوم أو البكالوريوس) يجعل المؤسسات الإعلامية تكرر تدريباتها في مجالات أساسية في الإعلام (الفجوة بين النظري والعملي كأزمة يواجهها خريجو الإعلام وقلة ساعات التدريب خارج الجامعات).
 - عدم توفر التقنيات اللازمة للتدريب.
 - التدريبات لا تتواءم مع صغر القطاع الإعلامي.
 - البرامج التدريبية الحالية غير قادرة على تلبية كل الاحتياجات.
 - الاعتماد الدائم على المدربين الفلسطينيين والعرب وندرة الاستعانة بالمدربين الدوليين.

تحديات التدريب الإعلامي لها علاقة:

١. بالتمويل: وهي مرتبطة بالفوضى القائمة على السعي الحثيث وراء التمويل، وارتباط التمويل بأجندات سياسية، وإشكالية في الرفض أو الموافقة على التمويل بغض النظر عن الإشباع بالبرامج التدريبية، ونقص التقنيات ومزاجية المانحين.
٢. بالقوانين والأنظمة: وهي مرتبطة بالتناقض عند التدريب بالدعوة إلى حرية التدريب وفي نفس الوقت يتم تحذير المدربين من واقع الأنظمة القائمة وإمكانية تعرضهم للاحتجاز أو السجن، وغياب قوانين متخصصة بالإعلام الحديث، وإشكالية في تفسير القوانين الإعلامية وعلاقتها بالقوانين العامة (التداخل ومن يطغى على الآخر)، وإشكاليات تتعلق بالبيروقراطية القائمة بالعلاقة مع الجهات الرسمية، وبعض المؤسسات تواجه إشكاليات بالعلاقة مع القوانين الإسرائيلية.
٣. بنقص الخبرات الفلسطينية: وهذا مرتبط بفجوة بين المهارات التدريبية الأجنبية والمحلية، واستنفاد

مهارات المدربين المحليين، واعتقاد خاطئ بأن كل صحفي هو مدرب وكل أكاديمي يصلح لأن يكون مدرباً، وغياب متابعة الأكاديمي للتطورات المتسارعة في مجالات الإعلام والإبقاء على طريقة التفكير الكلاسيكية والقوالب ذاتها وهذا ما ينعكس على طلبية الإعلام وعلى تدريب المؤسسات التدريبية. بالإضافة إلى نظرة العديد من الخبراء الفلسطينيين لأنفسهم على أنهم أنهم كافة العلوم الإعلامية وأنهم ليسوا بحاجة إلى أي تدريب في المجالات الإعلامية.

٤. بضعف السوق الإعلامية: وهذا مرتبط بصغر السوق الإعلامية، نتيجة تحديات لها علاقة بعدم استثمار مؤسسات قطاع الخاص في الإعلام، كما أن الأحداث السياسية العربية قللت من عدد الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام العربية.

٥. بضعف المهارات الابداعية والتكنولوجيا الحديثة: تحديات المنع الإسرائيلي من التحول الرقمي (G٢) أو (G٤) ومنع إدخال الأجهزة المتطورة، وارتفاع أسعار الانترنت، وغياب الإعلام الحديث عن المساقات الأكاديمية وقلة الخبرات الفلسطينية في التكنولوجيا الحديثة أو حتى البرامج الحديثة المستخدمة في البث والمونتاج والتصميم وطريقة تقديم المحتوى الإعلامي.

٦. بضعف العلاقة بين المؤسسات الفلسطينية والعالمية: هذا مرتبط بأن العلاقة قائمة على التمويل، وفجوة في طرق إدارة وتنظيم العمل الإعلامي بين المؤسسات المحلية والعالمية، وفجوة أخرى بين القوانين السائدة وما يتم تطبيقه نظراً لقدم القوانين الفلسطينية، وقلة تدريب المدربين المحليين.

٧. تحديات مرتبطة بتدني قدرات خريج الإعلام، وتكرار تدريبات حديثة قد لا يمكن تطبيقها في المستقبل نظراً لارتباطها بالاحتلال كالإعلام الرقمي، تحديات لها علاقة بالعزوف عن الفضائيات لصالح الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

٨. فجوة بين الإحساس بأن الأثر الحقيقي للبرامج التدريبية بإنتاج الأدلة أو مواصلة التدريب والتطوير أو محاولة تغيير الثقافة المجتمعية أو خلق إعلام متخصص وبدل هو كافي، وبين غياب القدرة على قياس الأثر الفعلي وتسجيل قصص النجاح بشكل علمي ودقيق وزيادة النجاحات.

٩. استدامة/ استمرارية عمل المؤسسات التدريبية الإعلامية يتصاعد طردياً بالحصول على تمويل ثابت (طويل الأمد) وعكسياً كلما قل التمويل، وبذلك تقل الطواقم وتقل النشاطات التدريبية على نحو مرتبط بالتمويل. طموحات المؤسسات الإعلامية الفردية لن تكون ذات جدوى ما لم تكن متكاملة ومكاملة لبعضها البعض في المنحى الجمعي، فالجهود الصغيرة والمبعثرة هنا وهناك ستبقى كذلك ما لم تجمع في بوتقة واحدة لتصبح نجاحاً كبيراً.

الفصل الثاني
خارطة طريق لتطوير
مجالات التدريب الإعلامي

الفصل الثاني

خارطة طريق لتطوير مجالات التدريب الإعلامي

في هذا القسم من التقرير سنسلط الضوء على النتائج الرئيسية لدراسة تحديد الاحتياجات التي قام بإجرائها الباحث من خلال مقابلة عينات إعلامية متنوعة وشمولية من عموم التخصصات الإعلامية المتوفرة في قطاع الإعلام، ومن مؤسسات إعلامية متنوعة في الحجم والتخصصية والدور. هذا الجزء سيقدم تحديداً شمولياً لاحتياجات مجالات العمل الإعلامي المتوفرة في فلسطين، وقائمة بأهم الفئات المستهدفة في كل مجال على حدة، بالإضافة إلى الأهداف الأدائية لكل فئة إعلامية، والتحديات التي تواجه كل فئة تعمل في مجال الإعلام، وأخيراً سيتم تقديم افتراضات وتدخلات تدريبية مقترحة.

١.٢ مجالات العمل الإعلامي

في هذا الجزء، سنقدم مجموعة من مجالات العمل الإعلامي الفلسطيني بحسب المقابلات التي أجريت مع العاملين في قطاع الاعلام سواء من الإعلاميين أو غير الإعلاميين ومن مؤسسات مختلفة من حيث الحجم والنوع والقدرات والكوادر، وهي بشكل عام تعتبر غير تخصصية، ومن المهم ملاحظة أن هذه القائمة من المجالات الإعلامية هي متوفرة بشكل جزئي في المؤسسات الإعلامية إن لم تكن كلها. لتشكل بذلك قاعدة أساسية للانطلاق قدماً نحو فهم أكثر للاحتياجات التدريبية، حيث تتضمن هذه القائمة ثلاثة عشر مجالاً، وهي على النحو التالي:

المجال الأول	المقدمون	المجال الثامن	التقنيون (مسؤولو البث والصوتيات والبرمجة)
المجال الثاني	مدراء الإعداد والتقديم	المجال التاسع	المخرجون
المجال الثالث	المراسلون	المجال العاشر	المصورون
المجال الرابع	المحررون	المجال الحادي عشر	مسؤولو العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات
المجال الخامس	رؤساء تحرير	المجال الثاني عشر	مسؤولو المواقع الإلكترونية
المجال السادس	مدراء التحرير (سكرتير التحرير)	المجال الثالث عشر	مسؤولو وسائل الإعلام الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر.. الخ)
المجال السابع	المنتجون		

٢.٢ الفئات المستهدفة والتحديات

بعد تحليل نتائج المقابلات التي أجريت مع العاملين في قطاع الاعلام، سيتم في هذا الجزء تقديم قائمة بالمجالات الإعلامية مع الفئات المستهدفة (المعنيين) والتحديات التي تتعلق بكل قطاع، وقبل ذلك يجب التنبه إلى القضيتين التاليتين:

من تمت مقابلتهم أكثريةهم يعملون في وظيفة أو أكثر في ذات المؤسسة الإعلامية أو خارجها، فمثلاً: تجد الشخص ذاته يعمل محرراً ومذيعاً ومعداً وبنفس الوقت تجده يعمل في وسيلة إعلامية أخرى مراسلاً للأخبار المحلية أو الاقتصادية أو الثقافية أو السياسية معاً، وينطبق ذلك على العديد من مقدمي البرامج ومراسلي وسائل الإعلام المختلفة.

بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى أو المشهورة ليس لديها طواقم متخصصة بتفعيل أو التعامل مع القضايا الفنية أو التقنية المتخصصة حتى أن بعض متخصصيها غير مواكبين لما يجري حول العالم من تقدم متسارع للأدوات التكنولوجية الدقيقة أو الفنية في عمل وسائل الإعلام المختلفة، ولعل ذلك يرجع إلى أن هذه المؤسسات عادة ما تستعين بمؤسسات أو شركات دعاية وإعلان أو شركات تسويق إلكتروني أو أخرى تعمل في التقنيات تعمل بتخصصية أكثر في هذا المجال.

الجدول رقم (٤): التحديات بحسب الفئة المستهدفة

التحديات	الأهداف الأدائية	الفئة المستهدفة
العمل في أكثر من وسيلة إعلامية نظراً لتدني الرواتب وهذا ينعكس على المنتج اليومي. إشكاليات إدارية وفنية في نظام وساعات الدوام. نقص في الكوادر داخل المؤسسة وضغط العمل كبير. غياب التطوير في شكل البرامج التلفزيونية من الخارج. كل البرامج الإذاعية والتلفزيونية متشابهة. نقص في عدد التقارير المتعمقة.	الذين يعملون في: إعداد وتقديم النشرات الإخبارية والبرامج المتنوعة.	المقدمون
غياب التوثيق والأرشفة في المؤسسة. نقص في مهارات وقدرات الإعلاميين الجدد. عدم القدرة على خلق هوية للمقدم الإعلامي الفلسطيني. نقص برامج التدريب الإعلامي لمدراء الإعداد والتقديم.	الذين يعملون في: الإشراف على المعدين والمقدمين بشكل عام.	مدراء الإعداد والتقديم

<p>الرواتب لا تناسب حجم العمل. قلة الامكانيات والميزانيات المخصصة للعمل. عدم معرفة مدير التحرير بطروف العمل الإعلامي. قلة التدريبات المتخصصة ونقص الثقافة الإعلامية وخصوصاً التحقق من المعلومات. غياب منظومة إدارية وفتنية. الاهتمام بالجوانب السياسية يأتي على حساب الجوانب الثقافية والاقتصادية وغيرها. المؤسسات الحكومية وغير الحكومية غير مهتمة بالإعلام الثقافي أو الاقتصادي. غياب قانون الحق بالحصول على المعلومات للتعامل مع القضايا الحساسة والمهمة للمجتمع.</p>	<p>الذين يعملون في: تغطية الأحداث ونقل الأخبار والتعامل مع كل فنون الإعلام (التقارير والقصص الصحفية.. الخ)</p>	<p>المراسلون</p>
<p>عقبات تتعلق بالسياسة التحريرية مثلًا: العلاقة بين سياسة التحرير والمصالح السياسية. العلاقة بين سياسة التحرير والإعلانات. تحكم شخص ذي نفوذ بسياسة التحرير وتغييرها بتغير هذا الشخص. ضغط العمل يحول دون إنتاج مواد أكثر إبداعية. عدم وجود تقدم في هذا النوع من العمل وخصوصاً الإعلام الحديث ووسائله وتنوعاته.</p>	<p>الذين يعملون في: تحرير النصوص الإخبارية وتصنيفها.</p>	<p>المحررون</p>
<p>عدم القدرة على العمل في سياق ضوابط الحريات الموجودة. تطوير القوانين الإعلامية الحالية. غياب البرامج التدريبية والمتابعة اليومية للعمل مع كل الطاقم الإعلامي. عدم اكتشاف المواهب الإعلامية. أزمة مالية مرتبطة بنقص الإعلانات نتيجة لظروف الهبة الجماهيرية أو الانتفاضة مع ارتفاع الاحتياجات الإعلامية (توظيف مراسلين لتغطية الأحداث، شراء أدوات الحماية). الإعلاميون المتوفرون ليس لديهم قدرة على ابتكار برامج أو مواضيع أو قضايا بطريقة عرض أو تقديم مميزة عن السوق الإعلامية.</p>	<p>الذين يعملون: مسؤولين عن المؤسسة الإعلامية وعن المنتج الإعلامي بصورته وشكله وطريقة الصياغة والمساحات وحجم الأخبار والتغطيات والتقارير. إدارة المؤسسة ماليًا وفتنيًا. ضبط السياسة التحريرية. تدريب الكوادر والإشراف على عملها. اتخاذ القرار حول المواضيع والقضايا الإعلامية المتنوعة.</p>	<p>رؤساء تحرير</p>

<p>صعوبة متابعة التغطيات والأخبار. عدم القدرة على نشر القضايا التي تخالف سياسة التحرير. عدم وجود اجتماعات للهيئة التحريرية. غياب آليات الحوار من أجل التطوير والنهوض بالتحرير الإعلامي. غياب المعرفة بالقوانين الإعلامية. غياب المعرفة بأخلاقيات المهنة. المواطن يسبق الصحفي في القضايا التكنولوجية. انتهاكات الاحتلال الاسرائيلي (ملاحقة الموظفين والتشويش على البث).</p>	<p>الذين يعملون في: الإشراف والمتابعة على تحرير كل المواد أو المنتجات والتأكد منها بشكل عام. الإشراف ومتابعة الموقع الإلكتروني التابع لوسيلة الإعلام.</p>	<p>مدراء تحرير</p>
<p>تدني الرواتب. غياب إدارة ناظمة وفاعلة في إدارة العمل الإعلامي وحوادث صدامات بين الموظفين. عدم وجود أجهزة ذات تقنيات عالية وعدم وجود دورات في مجال التخصص. تحديات لها علاقة بصيانة الأجهزة وهي تركز على جهود شخصية. تذهب بعض المؤسسات بدلاً من الاستعانة بمصممي الغرافيك لمصممي المواقع الإلكترونية. في غزة- عدم وجود وقت كاف لإنتاج العمل نظراً لانقطاع التيار الكهربائي.</p>	<p>الذين يعملون في: تحويل الصورة والفيديو إلى مادة إعلامية بطرق إبداعية وفتية متناسقة. تصميم الأشكال والنماذج الإعلامية المناسبة يركز على الصورة الثابتة لخلق عمل متقن.</p>	<p>المنتجون</p>
<p>البقاء في ذات العمل وعدم التقدم. إشكالية في العمل على ذات الأجهزة وغياب أي فرص للتطوير إلا ما ندر. نقص في الدورات المتخصصة أو البرامج الجديدة في العمل وأعمال الصيانة.</p>	<p>الذين يعلمون في: متابعة أنظمة البث والشبكات والفضائيات والتلفزيونات. متابعة جودة الصوت عبر أثير الاذاعات ونقاط البث. برمجة المواقع الإلكترونية وأنظمة تطوير المواقع الإلكترونية.</p>	<p>مسؤولو البث والصوتيات والهندسة والمبرمجون</p>
<p>نقص في الدورات التدريبية فيما يخص بناء القدرات المهاراتية في التكنولوجيا. نقص المعرفة بتفصيلات جديدة في طرق الإخراج.</p>	<p>الذين يعلمون في: اختيار طريقة عرض المادة والأدوات والوسائل المناسبة. الإشراف العام والمتابعة لكل المنتج الإعلامي وتحليله وإخراجه بطريقة إلكترونية أو فيديو أو مصور بشكل جيد.</p>	<p>المخرجون</p>

<p>تدني الرواتب. نقص في معدات الإنتاج والتصوير. الحاجة إلى كاميرات حديثة فائقة الجودة والكفاءة (ذات نظام digital). نقص في الكاميرات وبالنسبة لحجم المؤسسة. نقص أجهزة الحماية للصحفي أثناء تصوير المواجهات أو الأحداث العنيفة.</p>	<p>الذين يعلمون في: التقاط واختيار الصور والفيديوهات المناسبة وبيئتها أو نقلها عبر وسيلة الإعلام.</p>	<p>المصورون</p>
<p>قلة البرامج التدريبية وخصوصاً بناء الشراكات والعلاقات مع المؤسسات الأخرى، أو تحسين صورة المؤسسة وقوتها. عدم وجود تخصصية مهنية بالعلاقات العامة، مجموعة كبيرة من العاملين في هذا المجال يحملون شهادات علوم إنسانية (إعلام أو لغة إنجليزية.. الخ). دور وصلاحيات مسؤول العلاقات العامة مرتبط بـ مدير المؤسسة وليس بدرجة كبيرة بالمجتمع المحلي.</p>	<p>الذين يعلمون في: ربط نشاطات المؤسسة الإعلامية بالجمهور عبر وسائل عديدة/ تنظيم المؤتمرات/ الحملات/ إصدار البيانات الصحفية... الخ. تمثيل المؤسسة والتحدث باسمها أحياناً وعكس توجهاتها. تعزيز انتشار رسالة المؤسسة والترجيع لها في مختلف القطاعات ذات العلاقة. بناء شبكة شراكة مع وسائل الإعلام المختلفة كأدوات هامة لنقل رسالة وخطط المؤسسة. فتح آفاق عمل وبناء حلفاء جدد. إنتاج المواد الإعلامية والإخبارية اللازمة لتحقيق وصول أكبر لرسالة المؤسسة. إدارة الأزمات التي قد تنشأ بين المؤسسة وغيرها من القطاعات المنافسة.</p>	<p>مسؤولو العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية</p>
<p>توفير رواتب ملائمة ومناسبة للطاقتهم. نقص في الخبرات الإدارية لإدارة طاقم العمل. نقص في الأدوات: الكاميرات، معدات الإنتاج وبرامج الفيديو. نقص في معدات الصوت في بعض المؤسسات الإعلامية. غياب أجهزة بث مباشر. نقص في الخبرات بإنتاج مواد فيها. الانفرافيك والانيميشن والفلاش فيما يخص المواقع الإلكترونية. عدم القدرة على التعامل (مادياً، وفنياً) مع البرمجيات والتصاميم إلا عبر مؤسسات متخصصة، غياب هيكلية أو مرجعية في العمل على الموقع الإلكتروني.</p>	<p>الذين يعلمون في: الإشراف والمتابعة والتحرير وبث كل مخرجات المؤسسات الإعلامية بشكل إلكتروني.</p>	<p>مسؤولو ومحررو المواقع الإلكترونية</p>

<p>الفروقات بين ما تراه المؤسسة الإعلامية مهمًا وبين ما يهم المتابعين للوسائل الاجتماعية.</p> <p>إشكالية في سياسات الفيس بوك (كنشر صور للشهداء...الخ).</p> <p>غياب مؤسسات تدرّب بشكل متخصص في البرامج والأدوات الحديثة من ناحية تقنية.</p> <p>وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الإعلامية لم تستطع التفوق على الناشطين الشباب في المهارة وإثارة الرأي العام.</p> <p>كبار السن وبعض المؤسسات لا يفضلون التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي.</p> <p>التفكير بأن النجاح بالنسبة للمؤسسة بعدد (الإعجابات أو المشاركة على الصفحات) وليس بحسب التأثير ومداه.</p> <p>لا يوجد أي قوانين أو مدونات سلوك أو دراسات تعزز انتظام التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وهذا سبب الإشاعات والفوضى والتهويل وغيره.</p> <p>تحديات لها علاقة بالمعرفة باللغة الإنجليزية للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وندرة التعامل باللغة العربية.</p> <p>عدم وجود مهنية متعمقة في عمل وسائل الإعلام الاجتماعي.</p> <p>إشكالية الصحفي المواطن الذي يبيث معلومات غير موثقة يسبق بها الصحفيين.</p>		<p>مسؤولو الإعلام الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر...الخ) الذين يقومون: بنشر الأخبار والفيديو والصور على مواقع التواصل الاجتماعي.</p>
--	--	--

٣.٢ الافتراضات والتدخلات التدريبية

تعكس الجداول التالية، التدخلات التدريبية المقترحة لكل الفئات المستهدفة (المعنيين) بكل مجال من المجالات الإعلامية الرئيسية التي يجب ان تكون مصاحبة للافتراضات التي نتجت من التحديات التي تواجهها الفئات المستهدفة (المعنيين) في الجدول رقم (٥): الافتراضات والتدخلات التدريبية المقترحة

التدخلات التدريبية المقترحة:	الافتراضات التي يراها أفراد الفئة الصحفية مهمة في تغيير واقعهم الحالي:	الفئة المستهدفة (المعنيين) الذين يعملون:
تدخلات تدريبية في: تدريبات على تقنيات حديثة للمقدمين مثلاً: الشاشات الكبيرة التي تعمل على اللمس داخل الاستوديو. التعامل الإلكتروني مع شاشات القراءة الحديثة للأخبار والنشرات. فنون التقديم أثناء التحرك مع الاستوديو الذي يحتوي على أكثر من كاميرتين/ الاستوديو المتحرك. تغيير القوالب الإذاعية والتلفزيونية الموجودة في طرق الإلقاء والمواضيع (للمقدمين) مثلاً: إدخال أصوات (الطبيعة أو السوق والسيارات..الخ) إلى الأعمال. إدخال الدراما والترفيه. النقد الإيجابي الساخر للواقع. البرامج التفاعلية مع الجمهور (غير مواضيع الشكاوى).	تحسين ظروف عمل المقدمين (مادياً، وفتياً). وجود رغبة لدى المؤسسات الإعلامية بالتطوير خصوصاً في التلفزيون والإذاعة. توفير تقارير مهنية ومعقدة.	المقدمون
تدخلات تدريبية في: التخطيط للإدارة والتوثيق والأرشفة. تدريب الإعلاميين الجدد على أساسيات العمل الصحفي.	تشكيل وبناء إدارة توثيق وأرشفة في المؤسسات الإعلامية مجهزة بكل المعدات. إعطاء مجال للإعلاميين الجدد للحصول على تدريبات أساسية ومتقدمة في الإعلام من خلال (منح ساعات من أجل التدريب، وتغطية مصاريف التدريب..الخ).	مدراء الإعداد والتقديم

<p>تدخلات تدريبية في: الإعلام المتخصص في: الاقتصاد. علم الاجتماع والنفس والأسرة والطفل. الثقافة والفن. الرياضة. السياحة. الحكم المحلي. الصحة. المواطن. الفساد والمحسوبية. القضاء والقانون. التمية. الأفلام الوثائقية. البرامج المتنوعة والترفيهية والتعليمية والبيئية. التعامل أثناء الحرب أو النزاع. جوانب ذات جزئية بالإعلام مثلًا: علم الجريمة. الكيمياء والتفاعلات. التحليل والأخطاء الطبية. العلوم الشرطية والأمنية. المركبات والمواصلات. تدريبات على كتابة المقالات العلمية- المحكمة. تدريبات في الصحافة الاستقصائية. أخلاقيات التعامل مع التصوير السري. المقال أو التقرير التطوري (يتم تطويره ومواكبته بحسب الأحداث). تدريبات في طرق الاستفادة من علاقة الصحفي بالجمهور من خلال: الاستفادة منهم بالتعاون لإنجاز مهمة صحفية. توفير شهادات ومعلومات حصرية وأدلة قاطعة.</p>	<p>إعطاء المراسلين فترات طويلة من أجل إنجاز تقارير أو تحقيقات معمقة وابداعية من خلال: زيادة عدد المراسلين. تطوير قدراتهم في الكتابة الإعلامية. تقليل الفجوة بين مدراء التحرير والمراسلين. وضع خطة فنية وإدارية تتواءم مع حجم كل مؤسسة ودورها. تغطية كل الجوانب الإعلامية المتخصصة وخصوصًا الاقتصاد والثقافة وغيرها. إقرار قانون الحق بالحصول على المعلومات.</p>	<p>المراسلون</p>
<p>تدخلات تدريبية في: تدريبات متقدمة ومعقدة لمدراء التحرير ورؤساء التحرير على: كتابة سياسة التحرير للمؤسسة ونزع الإجماع عليها. التفريق بين الخطاب الشخصي والمهني. التخطيط والتنمية الإعلامية والإدارية. صناعة الرأي العام والتأثير على السياسات. تدريبات حول المحتوى التحريري للمواقع الإلكترونية. تدريبات حول القضايا القانونية.</p>	<p>إقناع مدراء ورؤساء التحرير بحاجتهم للتدريب وتنمية الأداء.</p>	<p>رؤساء تحرير</p>

<p>تدخلات تدريبية في:</p> <p>تدريبات في القضايا القانونية الإعلامية.</p> <p>تدريبات متخصصة في تحرير الإعلام الحديث والصحافة الإلكترونية.</p> <p>تدريبات متخصصة في التحرير:</p> <p>إعطاء لمسة إنسانية للتحرير.</p> <p>التحرير المتخصص لمواد الرياضة والفن والقصص الإنسانية، والتسلية والترفيه).</p> <p>تغيير أولويات التحرير بحسب المنطقة الجغرافية (الأولويات الإخبارية والإعلانية) بناء على دراسات متخصصة.</p> <p>فنون الكتابة الإعلامية الحديثة (مثلاً: أهم خمس فوائد لمنتج معين... الخ).</p>	<p>اعتماد قرارات قانونية مهمة:</p> <p>قانون المطبوعات والنشر.</p> <p>قانون الحق بالحصول على المعلومات.</p> <p>إنجاح نماذج إعلامية ذات رؤية مستقلة وموضوعية بعيداً عن المصالح الاقتصادية والسياسية والنفوذ.</p> <p>زيادة عدد المحررين وتخفيف الضغط.</p> <p>تطوير مهارات المحررين على التعامل مع الإعلام الحديث بتنوعاته وتجهيزه للدخول لمعترك التحرير الإلكتروني.</p> <p>خلق صحافة التحرير بحسب المناطق الجغرافية (وضع أولويات التحرير بناءً على أولويات المنطقة الجغرافية) وهذا يتم بناءً على دراسات متخصصة لكل منطقة وأولوياتها.</p>	<p>المحررون</p>
<p>تدخلات تدريبية في:</p> <p>تدريبات عامة ومتعمقة لمدراء التحرير على التحرير المتخصص.</p> <p>اعتماد المبادئ الدولية في تقسيم مساحات الإعلانات والمواد الإخبارية والتقارير والقصص.</p> <p>دورة في المهارات الإدارية حول تقسيم العمل للفريق المرؤوس.</p> <p>وضع الخطط والإستراتيجيات الإعلامية.</p> <p>دورة انفوغرافيك (تحويل البيانات المملة إلى كتابة سهلة وقصص يسهل استيعابها).</p> <p>صحافة الوثائق (نشر واستخدام الوثائق السرية).</p> <p>تدريبات متخصصة في التحرير:</p> <p>إعطاء لمسة إنسانية للمحرر.</p> <p>التحرير لقضايا إعلامية غير جادة (الحياة والرياضة والفن والقصص الإنسانية، والتسلية والترفيه).</p> <p>تغيير أولويات التحرير بحسب المنطقة الجغرافية (الأولويات الإخبارية والإعلانية) بناء على دراسات متخصصة.</p> <p>فنون الكتابة الإعلامية الحديثة (مثلاً: أهم خمس فوائد لمنتج معين... الخ).</p>	<p>إقناع رؤساء التحرير بحاجتهم للتدريب وتممية الأداء.</p> <p>عقد اجتماعات دورية ومنظمة لهيئة التحرير.</p> <p>توفير آليات الحوار من أجل التطوير في مجال التحرير بين جميع أقسام وسيلة الإعلام.</p> <p>المعرفة بالقوانين الإعلامية وبأخلاقيات المهنة.</p> <p>تفوق الصحفي على المواطن الصحفي دائماً.</p>	<p>مدراء تحرير</p>

<p>تدخلات تدريبية في: تدريبات متقدمة وتطبيقية ومستمرة في التصميم والإنتاج التلفزيوني أهمها: Graphic, Info graphic, Animation, Info graphic animation, Photoshop, 3d, cinema 4d, after effect, magix movie, Sony Vegas, swish max, Motion graphics, Diviniczoom (like Photoshop but it video), Maya for 3d, Green screener, Chrom screener نظام للإنتاج خاص بالكاميرات الديجيتال التلفزيونية (SDI). إنتاج برامج متخصصة ومعقدة بطرق أكثر إبداعية في قضايا: الرياضة، والاقتصاد والأطفال والتعليم التعامل مع الحاسوب في تشفير البيانات.</p>	<p>انتظام العمل الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية. وجود أجهزة إلكترونية وإنتاجية وبرامج تصميم متقدمة.</p>	<p>المنتجون</p>
<p>تدخلات تدريبية في: نظم البث الفضائي وآلياته وأدواته وأساليبه. نظم البث عبر الانترنت (الراديو). نظم البث الإذاعي باستخدام التقنيات الرقمية والانترنت. تدريب الفنيين على التعامل مع نظام (T.T.P) الذي يقوم بتحويل النص إلى صوت يقرأ من خلال صوت آلي، وأيضاً التعامل مع نظام (P.T.T) وهو العكس (تحويل الصوت إلى نص بهدف التوثيق والأرشفة الأوتوماتيكية). الآليات والنظم المتعلقة بالجودة الصوتية وتوسيع نطاقها وتحسين جودتها بالأدوات والأجهزة الحديثة. تدريبات تقنية ومهنية في الصيانة مثلاً: صيانة الكاميرات بأنواعها. صيانة أجهزة البث والصوتيات والشبكات. صيانة الأجهزة الإلكترونية الدقيقة (الريكوردار، والميكروفونات، وأدوات البث الفضائي.. الخ).</p>	<p>تطوير القدرات الذاتية لمهندسي الصوت والمبرمجين. توسيع دائرة اهتمام إدارات المؤسسات الإعلامية بمسؤولي البث الفضائي أو المحلي ومسؤولي الهندسة الصوتية. اعتماد المؤسسات الإعلامية على المبرمجين أو أخصائيي الصيانة الخاصين بالمؤسسة بدلاً من الاستعانة بالمؤسسات الإعلامية التجارية.</p>	<p>مسؤولو البث والصوتيات والهندسة والمبرمجون</p>
<p>تدخلات تدريبية في: التدريب على الاستوديو المكون من أكثر ثلاث كاميرات. شاشات العرض اللمسية وكيفية تقديمها والتنسيق مع المقدم مباشرة. طرق إدارة الاستوديوهات الحديثة ذات الكاميرات العديدة والمساحات الواسعة. الاستوديو المتحرك وتغيير الخلفيات باستخدام المعلومات البيانية أو المتحركة. الترويج للبرامج. التنسيق البرمجي.</p>	<p>توفير تدريبات في المهارات التكنولوجية. توفير التقنيات الحديثة في مجال الإخراج.</p>	<p>المخرجون</p>

<p>تدخلات تدريبية في: الكاميرات الحديثة ذات الجودة والقدرات الكبيرة. طرق التعامل مع أجهزة البث السريع مثل (AV- WEST). تدريبات متخصصة في دول ذات وسائل إعلامية قوية لتبادل الخبرات ومواكبة التقدم التكنولوجي في التصوير. تدريبات على برنامج بيكاسا (الخاص بترتيب وأرشفة الصور بطريقة إلكترونية). فنون الكتابة الصحفية على الصور.</p>	<p>توسيع دائرة الاهتمام بالمصورين في كل مجالات التصوير. توفير الاحتياجات الخاصة بالمصورين من كاميرات وسترات واقية.</p>	<p>المصورون</p>
<p>تدخلات تدريبية في: مهام موظف العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية. مهارات التخطيط الاستراتيجي. مهارات إدارية وإدارة الفريق. تمتين إستراتيجية المؤسسة بالمحتوى الإعلامي. خلق المبادرات والبرامج المجتمعية لتحسين صورة المؤسسة والتواصل معها. رفع القدرات الاستشارية والتطويرية للمؤسسة. العلاقات العامة التسويقية. تدريب على مهارات الناطق الإعلامي باسم المؤسسة. إجراء البحوث والدراسات واستطلاعات الرأي ومهارات إحصائية متخصصة بالمجال. العلاقات العامة وإدارة الأزمات.</p>	<p>الاتفاق على مهام موظف العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية. توفير برامج تدريبية متخصصة في بناء العلاقات العامة ودورها وأهميتها. منح صلاحيات حقيقية وثقة كبيرة بمسؤول العلاقات العامة فيما يخص دوره وعمله لصالح المؤسسة.</p>	<p>مسؤولو العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية</p>
<p>تدخلات تدريبية في: اليقظة المعلوماتية بهدف (إنذار الصحفي بشكل أسرع ورصد الأحداث الكبرى، والتأكد من مصداقية الخبر). إعداد تقارير مصورة عبر الهاتف المحمول. التأكد من مصداقية الأخبار قبل النشر والموازنة مع السبق الصحفي. رفع القدرات الإدارية والفنية في التخطيط ووضع الخطط والإستراتيجيات التطويرية. تدريبات متقدمة وتطبيقية ومستمرة في التصميم والإنتاج الإلكتروني أهمها: Graphic, Info graphic, Animation, Info graphic animation, Photoshop, 3d, cinema 4d, After effect, magix movie, Sony Vegas , swish max, Motion graphics</p>	<p>توفير أحدث الأدوات الإلكترونية بكافة أشكالها للمواقع الإلكترونية. توفير مدربين مختصين للعمل على برامج الانفوغرافيك والانيميشن والفلش وغيرها. إيجاد هيكلية صحفية مهنية للعاملين في المواقع الإلكترونية.</p>	<p>مسؤولو ومحركو المواقع الإلكترونية</p>

<p>تدخلات تدريبية في: الوسائط المتعددة وأنماطها ووسائلها التكنولوجية الأكثر حداثة. تدريبات مستمرة (فصلية) على أحدث تطورات وسائل الإعلام الاجتماعي أهمها: فيس بوك Facebook تويتر tweeter جوجل+ Google يوتيوب YouTube لينكد ان Linked in انستغرام Instagram سناب شات Snap chat إعدادات المحتوى الإعلامي الاجتماعي وطرق التفاعل مع الجمهور. وسائل التحقق من المعلومات عبر الوسائل الاجتماعية. فنون الكتابة الإعلامية الحديثة (مثلاً: أهم خمس فوائد لمنتج معين... الخ) تدريبات متخصصة في التصميم والإنتاج أهمها: Graphic Info graphic Animation Info graphic animation Photoshop</p>	<p>اعتماد وصف وظيفي للمسؤول عن الإعلام الاجتماعي (وهو الذي يحدد الأخبار المهمة عبر الوسائل الاجتماعية، بناءً على خبرته وتفاعله مع الجمهور). الحصول على تدريب شامل ومتقدم في الإعلام الاجتماعي. جلب خبراء متمقين بعمل الإعلامي الاجتماعي. قدرة الإعلامي الاجتماعي على التفوق على النشطاء الاجتماعيين. وضع إستراتيجية إعلامية للعمل في المجال الإعلامي الاجتماعي. توسيع معرفة واهتمام المواطنين بكافة الشرائح وخصوصاً كبار السن بصفحات التواصل الاجتماعي. السعي نحو إنتاج المحتوى والتأثير لوسائل الإعلام الاجتماعي. إقرار وإصدار قوانين ومدونات سلوك ودراسات متخصصة لتنظيم عمل وسائل التواصل الاجتماعي. التمكن في اللغة الإنجليزية وأهميتها والتواصل مع وسائل التواصل الاجتماعي من أجل تحسين المحتوى العربي. إيجاد مساحة فارقة بين الصحفي والمواطن عند التعامل مع وسائل الإعلام الاجتماعي.</p>	<p>المسؤول عن الإعلام الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر... الخ)</p>
--	---	--

الفصل الثالث:
خارطة طريق لتطوير
مجالات التدريب الإعلامي

الفصل الثالث

التدخلات والسياسات التنظيمية المطلوبة لقطاع التدريب الإعلامي

أولاً- تدخلات قانونية:

السعي نحو تعديل وإقرار القوانين الإعلامية التي تجعل من وسائل الإعلام هي السلطة الرابعة على أرض الواقع وخصوصاً ذات العلاقة بموضوع التدريب وتطوير آليات العلاقة بين المؤسسات الحكومية والمؤسسات التدريبية، وإعطاء هامش حرية واسع في مجال التدريب الإعلامي.

ثانياً- تدخلات تنظيمية:

التحرك باتجاه توحيد أهداف ووسائل وأدوات ومنهجيات التدريب الإعلامي على المستوى الوطني من خلال التوافق على وسائل وأدوات ومنهجيات التدريب الإعلامي بطريقة موحدة من خلال ما يلي:
الاتفاق على آلية لتحديد الاحتياجات للبرامج التدريبية.
الاتفاق على عدد معين من ساعات التدريب العملي والنظري بحسب معايير علمية تتناسب مع القطاع الإعلامي سواءً على مستوى التدريب في الجامعات أو في التدريبات التي تنظمها المؤسسات التدريبية.
تحديد سعر متساوٍ لساعة التدريب للمدرب الفلسطيني أو الأجنبي.
السعي نحو الاتفاق على آلية موحدة في طريقة تقييم التدريب وأدواته ووسائله.

ثالثاً- تدخلات بحثية:

قياس أثر الإنجازات التدريبية من خلال دراسات وبحوث متخصصة علمية تتم بشكل فصلي/ سنوي على مستوى وطني من خلال:
إعداد دراسات تحديد الاحتياجات (كمياً وكيفياً).
إجراء المتابعة والتقييم (Monitoring and evaluation) للتدريبات واستخلاص الدروس والعبر والتوصيات.

رابعاً- سياسات تنظيم قطاعي:

السعي نحو توسيع دور المؤسسات التدريبية الصغيرة أو المتوسطة الحجم-مع الحفاظ على قدر كبير من المنافسة- من خلال تشبيكها مع مؤسسات إعلامية أجنبية أو عربية أو من خلال تخصصها بمجالات فريدة أو من خلال إقرار مشاريع وقوانين حكومية تحمي المؤسسات التدريبية وتعزز من استمرارها وديمومتها وتقلل خطر إغلاقها.
السعي نحو تنظيم العلاقة بين كليات الإعلام في الجامعات مع المؤسسات التدريبية والمؤسسات الإعلامية المشغلة بحيث تكون متكاملة ومتسلسلة، كمتابعة خريج الإعلام وتنمية مهاراته التدريبية في جوانب معينة من خلال مؤسسة تدريبية ومن ثم توفير فرصة عمل مناسبة في وسائل الإعلام.

خامسًا- سياسات تمكين المدربين:

السعي نحو زيادة أو رقد التدريب الإعلامي بالتخصضية الاحترافية في التدريبات من خلال: جلب خبراء/ أكاديميين في المجال التدريبي أو الإعلامي من مؤسسات إعلامية رائدة أو من جامعات معروفة عالمياً. السعي نحو توسيع نطاق التدريب الإعلامي من خلال فتح المجال أمام التدريب عبر المواقع الإلكترونية من خلال حضور محاضرات مع جامعات عربية أو أجنبية عريقة في مجالات إعلامية جديدة أو فريدة سواء في المواضيع الإعلامية المهنية أو الأكاديمية. خلق الشراكات أو الشبكات من التعاون والتوأمة بين المؤسسات التدريبية الإعلامية الفلسطينية مع العربية والأجنبية.

سادسًا- تنظيم ذاتي لعقود المدربين:

- عبر السعي لتنظيم طريقة عمل المدرب أو الخبير مع المؤسسات التدريبية الإعلامية من خلال ما يلي:
- وجوب حصول المدرب على دورة إعداد مدربين (TOT) كحد أدنى.
 - وجود عقد عمل أو تعاقد واضح المعالم بين المدرب وبين مؤسسة التدريب.
 - يجب الاتفاق على توفر الشهادات العلمية والعملية في مجالي الإعلام والتدريب لدى المدرب.
 - وجود دليل تدريبي محدث أو مادة علمية يمكن الاستناد إليها في التدريب (نظرياً وعملياً).
 - تقديم مخطط للتدريب وأهداف التدريب (نظرياً وعملياً).
 - احتواء التدريب على نسبة معينة من التدريب العملي.
 - اتفاق مسبق بين المدرب والجهة التدريبية على طريقة تقييم التدريب.

سابعًا- سياسات عامة في منح الشهادة التدريبية:

- قيام السلطة الفلسطينية باعتماد قرار منح الشهادة التدريبية واستحداث نظام النقاط على كل تدريب كطريقة للتشجيع على التدريب ورفع مستوى الأداء وإكساب القطاع التدريبي اهتماماً أكبر.
- اتفاق المؤسسات التدريبية على وضع مجموعة من المعايير لتحديد مستوى كفاءة خريجي الإعلام من خلال تدريبات عامة يكون في نهايتها النجاح بامتحان مزاولة المهنة الإعلامية من خلال:
- تسجيل نقاط نجاح في الجوانب النظرية في النظريات الإعلامية، والمعرفة بالقوانين وأخلاقيات العمل الصحفي وفنون الكتابة الإبداعية وغيرها.
- تسجيل نقاط نجاح في الجوانب العملية؛ يتمثل في إنتاج عدد معين من مواد إعلامية ذات كفاءة ونوعية أو المشاركة في التغطيات وتسجيل قصص نجاح وغيرها.
- تسجيل نقاط معينة من المشاركة في لقاءات وندوات تدريبية متخصصة في جوانب ذات علاقة بالتخصص الإعلامي أو الميول الإعلامية لدى المتدرب.

ثامنًا- سياسات عامة بين مؤسسات التدريب ومؤسسات الإعلام:

إقرار لوائح داخلية أو مذكرات تفاهم أو مدونات سلوك أو مواثيق شرف (بين المؤسسات التدريبية والإعلامية سواء في القطاع العام أو الخاص أو الأهلي) في الجوانب التالية:

تعزيز النهج التشاركي والتعاوني بين المؤسسات التدريبية ما يزيد من فرص بناء القدرات الذاتية للمؤسسات (تبادل الخبرات، والتعاون في استخدام الأدوات التقنية والفنية بين المراكز وغيرها).
الاتفاق على استيعاب المؤسسات العاملة في الإعلام لعدد معين بشكل سنوي من المتدربين بما يتواءم وحجم المؤسسة الإعلامية المشغلة.
الاتفاق على مذكرة تفاهم مراعاة أخلاقيات التدريب الإعلامي بين الجامعة والمؤسسة التدريبية والمؤسسة الإعلامية المشغلة في موضوع، بحيث لا يتم التعامل بطرق غير لائقة مع المتدربين وتحفيزهم على التطور والتقدم في المجال الإعلامي.
حصول المدرب على تدريب أو خبرة حديثة في مجال التدريب لمدة لا تزيد عن سنتين وربما أكثر حسب نوع التدريب ودرجات تقدمه.

تاسعًا- تنظيم العلاقة مع الممولين:

السعي نحو تنظيم العلاقة مع الممولين أو الجهات المانحة من خلال الاتفاق على القضايا التالية:
تنظيم لقاء فصلي أو سنوي (بداية أو نهاية كل عام) مع المؤسسات المانحة مع المؤسسات التدريبية الإعلامية من أجل إطلاع الممولين على الاحتياجات التدريبية للمؤسسات التدريبية، وإيجاد طريقة لتنظيم التدريب وتعزيز روح التشارك والتعاون والتنافس الإيجابي.
تقديم المؤسسات التدريبية للجهات الممولة مقترحات شاملة عن مخططاتها وتصوراتها للعمل خلال العام المقبل.
إلزام الممول بكافة المبادئ المذكورة (البرنامج التدريبي، والمدرب والمتدربين .. الخ).
وضع معايير ومحددات تلزم الجهات المانحة تخصيص جزء من الموازنة السنوية من أجل إجراء أو رعاية تدريبات فصلية تنمي من مهارات الخبراء أو الإعلاميين الفلسطينيين على نفقتها الخاصة.

عاشرًا- تنظيم العمل الإعلامي من خلال التخطيط التشاركي:

في إطار تنظيم عملية التدريب الإعلامي لا بد من وجود مخطط إستراتيجي يتم من خلال تنظيم قطاع التدريب الإعلامي على النحو التالي:
1. تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية مع الأكاديميين وخبراء الإعلام من خلال تنظيم اجتماعات مستمرة بهدف:

- الاتفاق على لقاءات دورية فصلية أو سنوية.
- تقييم واقع العمل الإعلامي ومستويات وقدرات الإعلاميين الحاليين.
- بحث الثغرات والفجوات بين ما تقدمه المؤسسات الأكاديمية وبين ما تقدمه المؤسسات التدريبية.
- يتوجب على المؤسسات التدريبية تقديم رؤيتها ومعرفتها حول كل ما هو جديد في مواضيع الإعلام الحديث.
- متابعة الأكاديميين كل ما هو جديد وتبسيط الضوء عليه بطرقهم.

- تقديم أفكار جديدة للأكاديميين- مقترحات لمساقات تعليمية حديثة ومواكبة.
- ٢. تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية مع المؤسسات العاملة في مجال الإعلام (التلفزيون والراديو ومواقع إلكترونية...الخ)، إن فكرة تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية والمؤسسات العاملة في مجال الإعلام لأهداف عديدة:
- إطلاع المؤسسات التدريبية والمؤسسات العاملة في مجال الإعلام على ما تقدمه كل جهة للأخرى وبالعكس.
- إشراك المؤسسات العاملة في مجال الإعلام المؤسسات التدريبية في إخراجها من المشكلات المترتبة عليها جراء تقدم الإعلام، مثلاً: (إيجاد حلول لقضايا قلة الإقبال على الفضائيات لصالح الإعلام الالكتروني وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي).
- محاولة التفكير «خارج الصندوق» بطرح أفكار أكثر إبداعية والبحث عن تدريبات ذات علاقة بالإعلام من زوايا مختلفة يتم طرحها بطريقة ذكية على الممولين، مثلاً: (تدريبات في المجالات الفنية كصيانة الكاميرات أو أجهزة التسجيل والبث أو برامج المونتاج الحديثة.. الخ).
- توسيع نطاق تفكير المؤسسات العاملة في مجال الإعلام من خلال تشبيكها مع الجهات التمويلية وزيادة الإقبال على مشاريع بناء القدرات للمؤسسات العاملة في مجال الإعلام.
- إقرار صيغة أو لائحة تنفيذية أو ميثاق شرف بين المؤسسات التدريبية والعاملة في المجال الإعلامي وبين المتدربين (خريجي الإعلام أو الفنيين العاملين في قطاع الإعلام) على ما يلي:
- أ. تحديد عدد سنوي من المتدربين يتوجب على المؤسسات التدريبية والعاملة في مجال الإعلام تدريبهم.
- ب. الاتفاق على طريقة متابعة المتدرب وتقييم أدائه.
- ج. تقديم كل الدعم المعنوي والمادي (ولورمزياً).
- د. الالتزام بمواثيق وأخلاقيات العمل التدريبي الإعلامي.
- ٢. تنظيم العلاقة بين المؤسسات التدريبية مع مؤسسات القطاع الخاص والأهلي ودوائر الاختصاص ذات العلاقة بمواضيع التدريب في مؤسسات السلطة بوجه عام وذلك بهدف ما يلي:
- إطلاع مؤسسات القطاع الخاص والأهلي والحكومي على جوهر ما تقدمه المؤسسات التدريبية في المجالات الإعلامية.
- تمية فكرة المسؤولية الاجتماعية تجاه وسائل الإعلام وبخاصة المؤسسات التدريبية والمتدربون أو خريجو الإعلام.
- إقرار لوائح تنظيمية أو مسودات بمشاريع قانونية (لاحقاً) تلزم مؤسسات القطاع الخاص والأهلي والحكومي أن تكون الاستعانة بالقضايا التدريبية في المجالات الإعلامية من ضمن اختصاص المؤسسات التدريبية فقط.

أحد عشر- تأسيس مجلس تنسيقي لمؤسسات التدريب الإعلامي:

سعيًا لتحقيق مجمل التوصيات المذكورة أعلاه، لا بد من وجود مبادرة لتشكيل جسم أو ائتلاف تنسيقي لمؤسسات التدريب الإعلامي ليقوم بتنظيم قطاع التدريب الإعلامي على نحو يعطي حيزاً وهامشاً كبيراً من التنظيم.