

الكفاءة المهنية والأكاديمية للقائم بالاتصال في السمعي البصري

Professional and Academic Competence of the Communicator in the Audio Visual

جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعباس - الجزائر	اعلام و اتصال	د. ريفي أسماء Dr. Righi Esmaa assoum_doctorat@hotmail.fr
DOI:		

ملخص

بات رأس المال البشري العمود الفقري لأي مؤسسة إعلامية، خاصة ما تعلق بالصحفيين ذوو الكفاءات العالية، الأمر الذي دفع عدد كبير من القنوات الفضائية البحث وراء الصحفيين المتميزين، لتقديم جودة في المادة المعروضة على الشاشة، كما أن هناك لهث من قبل رؤساء التحرير ومالكو هاته القنوات من خلال تقديم إجراءات مالية وحوافز من اجل استقطابهم، ما ولد صراع بينها خاصة في عرض المواضيع وطريق التناول والطرح، حيث يلعب الصحفيون دورا كبيرا في إيصال الرسالة الإعلامية للجمهور وشدهم نحو مشاهدة القناة الفضائية، وبين هذا وذلك يعد الصحفي القائم بالاتصال بالمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، ويبرز دوره كلما كانت له كفاءة أكاديمية وأتبعها بتفانيه في مهنته .

الكلمات المفتاحية: الصحفي؛ الكفاءة المهنية؛ القائم بالاتصال؛ السمعي البصري.

Abstract

Human capital has become the backbone of any media organization, especially as it relates to highly qualified journalists, which prompted a large number of satellite channels to search for distinguished journalists, to provide quality in the material displayed on the screen, and there is gasping by editors and owners of these channels By providing financial inducements and incentives to attract them, what has resulted in a conflict between them, especially in the presentation of topics and the way of dealing with and offering, where journalists play a major role in communicating the media message to the public and drawing them towards watching the satellite channel, and between this and that is the journalist contacting the media institution to which he belongs , And highlights his role whenever he has academic competence and pursues him with dedication to his profession.

Keywords: Journalist; professional competence; communicator; audiovisual.

مقدمة

تعتبر الثروة البشرية الثروة الحقيقية والدائمة في مجال الإستثمار، بل وتعد الركيزة الأساسية لكل تقدم وازدهار ولا غرابة في أن تولي معظم الدول اهتماما خاصا في مجال تنمية مواردها البشرية في كافة المجالات من خلال تحديد البرامج التي تساعد على تنمية تلك الموارد وإدارتها والتخطيط لها بطريقة تجعلها مقبولة بمهامها على أساس أن تقدم أي مهنة وتطورها مرهون باقتناع العناصر البشرية بالمهام المسندة لها من خلال نجاحها في تأديتها. (الفاربي والغرضاف، 1990م ص 121)

ومن المؤسسات التي تواجه مثل هذه الرهانات في الإعداد والتحضير للواقع المهني الجامعة وعلى رأسها أقسام الإعلام التي من ضمن أهدافها الأساسية المساهمة في تكوين الإطارات الكفأة لمباشرة عملية التنمية ولبلوغ هذا الهدف من ضروري السعي لتحقيق فعالية نظام التكوين العالي الذي لا يكون إلا بربطه بشتى أنواعه لاسيما بمحتوى الدراسة والتدريب ولقد فرضت التغيرات الدولية و التحديات التقنية التي نعيشها اليوم الحاجة الى التوجه لمثلw> هذا النوع من الدراسات وبشكل متوازن في الجانبين النظري والعملي بمعنى أن يسير التوجه نحو إعادة التأهيل و التكوين الانساني للدارسين والمادي بالنسبة للوسائل المستخدمة في الصناعة الاعلامية خاصة قطاع السمعى البصرى، ومع تزايد أعداد الراغبين في الالتحاق بأقسام الاعلام و التطورات المتزايدة في تقنيات وسائل الاتصال الجماهيري وزيادة الوعي بأهمية البحث العلمي الإعلامي كان لابد من التفكير في المكون الأول أو المؤسسة التعليمية و كيف يتعامل مع كل هذه الأعداد و ما إذا كان قادرا على تخريج صحفيين بكفاءة مهنية عالية يكون منبعها التكوين و التأطير الجيد و للإجابة عن هذه التساؤلات تم طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير التكوين الأكاديمي الإعلامي في ممارسة العمل الصحفي للقائم بالاتصال في قطاع السمعى البصرى ؟

بما أن دراستنا تنصب حول متغيرين التكوين الأكاديمي والأداء المهني للقائم بالاتصال في قطاع السمعى البصرى، ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة فقد حددت هذه المحاور:

- التكوين الأكاديمي الاعلامي.
- الممارسة المهنية الصحفية في قطاع السمعي البصري.
- مبادئ ومهارات الممارسة المهنية الصحفية في قطاع السمعي البصري .
- مستويات وأليات تقييم الممارسة المهنية الصحفية في قطاع السمعي البصري.
- أخلاقيات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال.
- التكوين الأكاديمي الاعلامي وممارسة العمل الاعلامي في قطاع السمعي البصري.

التكوين الأكاديمي الإعلامي

تعمل جاهدة معاهد و كليات الاعلام والاتصال لإعداد وتكوين صحفي ناجح يحمل زادا معرفيا ورسيدا فكريا يؤهله لممارسة مهنته بجدية و اتقان لما يحتويه التكوين الأكاديمي الاعلامي من أهمية من جهة و الممارسة المهنية الصحفية من جهة أخرى.

يعتبر التكوين الجامعي من أعلى مستويات التكوين، فيطلق عليه : " التعليم العالي و كذلك التعليم الثلاثي و يأتي هذا النوع من التكوين ليتوج مراحل سبقته .فبعد التكوين أو التعليم الابتدائي و قبله التحضيري ثم التكوين المتوسط و بعدها التكوين الثانوي الذي يتوجب امتحان شهادة البكالوريا.و عند الحصول عليها يتسنى لحاملها الدخول الى الجامعة لإتمام الدراسة و التكوين الجامعي، ولأن التكوين الجامعي يقف و مواجهة تطورات و تغيرات سريعة متلاحقة الأمر الذي جعل الجامعة تضطر لإعادة النظر دوريا في منطلقاتها و أهدافها و برامجها ووسائلها و طرق التدريس فيها حتى تواكب هذه التطورات و حتى يتمكن خريجوها من رفع التحديات التي تواجه مهنتهم". (مذكور، 2000، ص47).

أما التكوين الأكاديمي الاعلامي فهو تلك الدراسة في الجامعات في نظر الكثيرين دراسة متخصصة تكون مقتصرة على كل ماله علاقة بالصحافة و الاعلام من مواد، وسائل و تقنيات على عكس الدراسة في التعليم العام الذي يسبق التعليم أو التكوين في الجامعة، أين يتكون الطالب في أساسيات المعرفة العامة أي مبادئ و أساسيات المعرفة في كل الحقول تقريبا.

نشأة التكوين الأكاديمي الاعلامي في الجزائر

لقد مر التكوين الاعلامي في الجزائر بمرحلتين مرحلة ما قبل الاستقلال مع ظهور المعمرين الفرنسيين ثم الأهالي حيث وجدت أربعة أنواع من الصحافة استعمارية، حكومية، فرنسية تحريرية و أهلية. و مرحلة ما بعد الاستقلال و هي مرحلة التكوين الاعلامي الرسمي حيث تأسست المدرسة العليا للصحافة سنة 1964 بعدد محدود من الطلبة و الدراسة تدوم ثلاث سنوات و يتحصل فيها الطالبي على شهادة في علوم الصحافة لكن ظلت المدرسة تشكو من قلة الاطارات و الامكانيات المادية الى ان تم إدماجها مع معهد الدراسات السياسية تحت اسم معهد العلوم السياسية والإعلامية.(معراف،1993، ص95)

الممارسة المهنية للقائم بالاتصال:

نعني بها الممارسة الاخبارية بمعنى انتاج المادة الصحفية منذ أن تكون فكرة و جمع المعلومات و الحقائق من مصادرها و معالجتها في شكل فني معين و عرضها على القنوات التلفزيونية في شكل جذاب و مشوق . ويمكن أن يستعمل مصطلح العمل الاعلامي كمرادف للممارسة المهنية للقائم بالاتصال إلا أن العمل الصحفي أو الاعلامي بمعناه الدقيق : " هو الإقليم العام الذي يقع فيه الاتصال فالذي يحدث مثلا قبل الاتصال يمكنه أن يؤثر على الشروط التي تم بواسطتها إعلام الجمهور، كما يمكن أن يخلق كذلك جو توتر أو غليان قد يؤثر على المعلومات الجديدة المعروضة". (كايرو و مرسلي،1983، ص49)

مستويات و آليات تقييم الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في قطاع السمعي بصري

المستوى الأول: يتعلق بالتقييم السريع أو الفوري للأداع الصحفي من خلال أربعة مصادر رئيسية:

ردود فعل المشاهدين و تفاعلهم من خلال رسائلهم أو مكالماتهم الهاتفية و تعليقاتهم من خلال البريد الالكتروني أو مواقع شبكة المعلومات الدولية للقناة.

المستوى الثاني: و يتعلق بالتقييم المستمر أو الدوري للقائم بالاتصال، و بشكل دوري للتعرف على رجع الصدى للأداء الصحفي من خلال توظيف بحوث الاتصال الجماهيري و تطبيقاتها المختلفة .

المستوى الثالث: و يتعلق بالتقييم الاستراتيجي للأداء الصحفي و ذلك من خلال رصد إيجابيات الأداء الصحفي و سلبياتها في اطار المعايير.

مبادئ و مهارات الممارسة المهنية الصحفية:

الأصل العام أن حرية الصحافة مكفولة دون تقييد لحركتها، طالما أنها تمارس وفق القانون، و دون المساس بالاطار العام المحدد و المتمثل في عدم المساس بأسس العقيدة، ووحدة الشعب، و أبعد عن كل ما يثير الفرقة و الطائفية، و الصحافة باعتبارها لهم آليات التعبير عن الرأي، يجب أن تعمل بعقلها الواعي و انفتاحها و إدراكها لآمال أمتها، و أن تلتزم في أداء رسالتها بالقيم العليا للمجتمع لا تنتقص منها أو تبتغي عنها حولاً، متدثرة بالموازنة بين حق النقد و حقوق الغير في احترام حياتهم الخاصة، و عدم التعسف في استعمال أي حق و تلك الموازنة الدقيقة تطلق حرية الصحافة من أي قيد تعرقل مسيرتها شريطة أن تكون تلك الحرية مبررة بدواعيها، و أن تكون مناهي التقدم غايتها، دون تطاول على حقوق الغير اندفاعاً، أو الإعراض عنها تراخياً.

لهذا وضع المشرع قيماً و آداباً و مبادئ تحكم مهنة الصحافة في أداء واجباتها و من بين هذه المبادئ مايلي:

أ/ الحفاظ على أسرار المهنة و آدابها: إن الالتزام بالحفاظ على سر المهنة وعدم إفشائه واجب نص عليه القانون الخاص و أن يكون صاحب المهنة تتوافر فيه صفة الأمانة على السر، باعتبار أن أعضاء مهنة الصحافة مجموعة متجانسة علمياً و ثقافياً، و يمثلون أسرة واحدة متكاملة في جميع الجوانب، لا بد لهم أن يكونوا محافظين على أسرار مهنتهم و هذا مما نص عليه ميثاق الشرق الصحفي الفرنسي .
و قد نص إعلان حقوق و واجبات الصحفيين الصادر في ميونخ 1970 على أن :

"garder le secret professionnel et pas divaguer la source des informations obtenues confidentiellement.(النجار، 1995، ص 365).

ب/ استقلال الصحفي في أداء عمله: لايجوز للقائم بالاتصال على خلاف المؤسسة الاعلامية أن يخضع فيما يتعلق بمباشرة مهنته للوصاية من أي جهة كانت، إلا الجهات القضائية، فالممارسة المهنتية الاعلامية لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الادارية، ويجب بمقتضاها على المرؤوس الخضوع فنيا لرئيسه و إطاعة أوامره وتنفيذ تعاليمه .

ج/ الالتزام بالصدق والموضوعية: يعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال.

ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة و موقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التجربة والقدرة، الذكاء، الانجاز المهني المركز الاجتماعي.

ويشير عنصر الثقة الى إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز، والمصدر أو المرسل يميل الى تقديم معلومات موضوعية عما يمكن أن يحدث في العالم الحقيقي.

ومن بين الدراسات التي عالجت نقطة المصداقية لدى القائم بالاتصال، دراسة هوفلانديس التي انتهت الى إمكانية تغيير الاتجاهات بإرتباطها طرديا مع درجة المصداقية. و أن التغيير في الاتفاق مع القائم بالاتصال عبر الزمن يميل الى التزايد مع الدرجة العالية.

أما دراسة بيرنيوم . وستيجندر انتهت الى أن القائم بالاتصال الخبير أكثر تأثرا في الاقناع عن غير الخبير، وان الخبرة تزيد تأثير المصدر المتحيز.

ومن أهم المبادئ التي يجب أن يراعيها الصحفي بعد صدق المعلومة، فالصحافة مطالبة بتقديم خدمة الى قرائها، فلذلك يجب توافر الصدق و الموضوعية في نشاط التلفزيون كله، لأن حق الصحافة في بث لأخبارها يقابله حق الجمهور في معرفة الحقائق كاملة .

وقد نص ميثاق الشرق الصحفي على التزام الصحفي بالصدق، والشرف والأمانة، وكذلك عدم نشر وقائع مشوهة أو مثيرة، وعدم تصويرها أو اختلاقتها على نحو غير أمين، وكذلك الالتزام بتحري الدقة في توثيقه المعلومات، ونسبة الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة، كلما كان ذلك متاحا أو ممكنا طبقا للأصول المهنية السليمة التي تراعي حسن النية. (النجار، 1995، ص 367)

د/ الجاذبية: نظرا لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعيا، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في المودة وكذلك الحب، التشابه و التماثل، وذلك بناء على الفرض القائل بأن القائم بالاتصال الذي يشاركه في الآراء، والاتجاهات، مما يقودان إلى المودة والتفاعل بينهم وصولا إلى الحب والتعاطف.

قوة القائم بالاتصال: قد لا يملك البعض المصداقية أو الجاذبية، ولكن يظل لهم تأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكهم، هؤلاء يكون لهم القوة، التي يمكن ادراكها من خلال قدرة القائم بالاتصال على التدقيق و التمحيص، الضبط و التنظيم و إدراك المتلقي لذلك.

و قد رأى كليمان في دراسة له حول قوة القائم بالاتصال أنها يقل تأثيرها في المدى الطويل عن المصداقية و الجاذبية لأنها غالبا ما تستخدم التهديد النفسي الذي يؤدي إلى الانفجار و ينتج عنه التحدي لدى المتلقي.

أخلاقيات الممارسة المهنية الصحفية

تتمتع وسائل الاعلام بأهمية كبيرة في العصر الحديث. فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار التعليم من ناحية و التطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى، حيث انتشر استخدام الراديو و التلفزيون و المحطات الفضائية و الانترنت مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات و الاعلام بوسائله المتعددة يؤثر تأثيرا كبيرا في توجيه الرأي العام، و يعتبر ويسط التغيير، فهو الذي يخلق وعيا لدى المجتمع بمعوقات التقدم فيه، كما أنه يروج لأفكار المساواة و الحرية و العدالة الاجتماعية. (حمزة، 1996، ص 147).

و يكون التأثير الاعلامي كبيرا عندما يتمتع المجتمع بحرية التعبير التي تعني الحق في نقل الأفكار والآراء و المعلومات بدون قيود حكومية بهدف تشجيع نقل الأفكار التي تتيح سهولة ودقة اتخاذ القرارات المناسبة حول الشؤون العامة و صالح المجتمعات.

إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة فهناك أخلاقيات المهنة التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة مثل الصدق و الشرف و النزاهة، و الغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الاعلامي و التحكم في وسائل الاعلام لصالح عامة الناس. (صاجات، بدون سنة النشر، ص 27)

هناك مبادئ أو مسؤولية تقع على كاهل وسائل الاعلام لتحقيق أهدافه بطريق سليمة من خلال ثلاث مستويات:

- مسؤولية القائم بالاتصال اتجاه المجتمع العام و يتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات و الحفاظ على سلامة الآخرين.
 - مسؤولية القائم بالاتصال اتجاه المجتمع المحلي .
 - مسؤولية الاعلامي اتجاه نفسه، و ذلك من خلال أداء الرسالة الاعلامية بأقصى قدر من الدقة و الأمانة و الصدق و الموضوعية لما يعتقد أنه في صالح المجتمع.
- من القيم الأخلاقية هذه ما هو مبادئ عامة مهنية كاحترام حرية الرأي و التعبير، و التعددية في وجهات النظر و نقل الوقائع الصحيحة و المؤكدة، و عدم إخفاء عناصر إخباري، و منها ما هو سلوكيات شخصية خلقية كالنزاهة و الصدق و الجرأة و الاستقلالية.

تعزيز الأخلاق الإعلامية

انطلاقا من أن دور الصحافة و رسالتها لا يكتملان من دون هذه الأخلاق، و نظرا للأخطاء التي يقع فيها القائم بالاتصال بسبب إهماله لهذه المبادئ و عدم إلمامه بها، كان لابد من العمل على تعزيز هذه القيم و المبادئ، و يتم هذا الأمر من خلال جملة من الأمور :

- تأهيل الصحفيين و الاعلاميين من خلال دورات تدريبية أو حلقات عمل أو مبادئ مهنية تحدها المؤسسة الاعلامية للعاملين فيها أو إشراكهم في وضع ميثاق شرف، ومناقشة مستمرة للقضايا الحساسة.

- ترسيخ و تعليم الأخلاق الاعلامية و آداب المهنة للطلاب الصحافة، من خلال إدراج موضوع الأخلاق في المناهج الدراسية.

- وضع ميثاق تربوية و أخلاقية و سلوكية تحدها المؤسسة الاعلامية على أن تشكل قاعدة عمل و سلوك للعاملين فيها، هذا فضلا عن ميثاق شرف تضعها نقابات صحافية أو اتحادات صحافية أو جمعيات تعتني بالصحافة.

يختصر برتراند وسائل تطبيق المبادئ الأخلاقية بما يسميه " وسائل ضمان المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام " بأربع نقاط:

التأهيل: تأهيل الجمهور كما تأهيل للصحفيين.

التقييم: نقد وسائل الاعلام و تقييمها.

المراقبة المنهجية: مراقبة المضمون و ما يسقط منها أو تغفل عن ذكره.

التفاعل: تبادل الآراء مع الجمهور و المستهلكين. (صدقة، 2008، ص19).

مبادئ الأخلاق الاعلامية

تبدو ميثاق الشرف و المبادئ الأخلاقية العامة للمهنة في دول العالم تتركز حول هدفين رئيسيين:

الهدف الأول: ضمان أخبار صحيحة ، أي تأمين نوعية أخبار صحيحة نزيهة و كاملة للجمهور، و تأمين الحماية من أي تلاعب أو انحرافات مهنية.

الهدف الثاني: ضمان صحفيين نزيهين، أي حماية العاملين في المهنة من أي ضغوط قد يتعرضون لها منعا لتحريف الأخبار و للتأثير السلبي على قرار هؤلاء (Cornu , 1999.p)

(12)

أما "برنيه" استنتج ثمانية وظائف للشرعات الأخلاقية وهي:

- الحفاظ على مصداقية المهنة و مصداقية المؤسسات الاعلامية.
- الحفاظ عن صورة ايجابية عن المهنة (كإطار من العلاقات العامة).
- الرفع من شأن الممارسة المهنية من خلال تحديد أهداف المهنة و قيمها.
- حماية الجمهور من استخدامات غير مسؤولة أو دعائية لوسائل الاعلام.
- حماية الصحفي من الضغوط و من الإغراء على أنواعها.
- الحد من المنافسة بين وسائل الاعلام التي تقود الى مخاطر و أخطاء و التشجيع على المنافسة بين هذه الوسائل على الأفضل .
- توحيد الممارسات والمبادئ حول مسؤوليات وسائل الاعلام. (Bernier, 2004,p10)

العمل داخل قطاع السمعى البصرى

لا تختلف طريقة العمل في التلفزيون عن طريقة العمل في الإذاعة، ذلك لأن التلفزيون ورث عن الإذاعة بعض النواحي الأساسية في العمل كالإعلانات التجارية و البرامج القصيرة، إلا أن التلفزيون يعتمد على الصورة مضافا إليها الصوت مع وضع المقطوعات الموسيقية المناسبة لتصوير المشاهد المختلفة .

إن الكتابة للتلفزيون تستمد فنونها من الكتابة لوسائل الاتصال الأخرى على أن الكاتب الذي يجيد الكتابة أو يعرف شيئا من مشاكل الأخراج بالنسبة لأي من هذه الوسائل أصلح من غيره للكتابة في التلفزيون .

بالإضافة الى اللغة و المظهر الجيد فإن المذيع التلفزيوني يجب عليه مايلي:(عطوان، 2011، ص 161)

- أن يفهم أن عمله انساني بالدرجة الأولى.
- أن يسعى الى نجاحه في عمله، وبالتالي نجاح الفضائية التي يعمل بها.
- عليه أن يهتم بطريقة النطق و اللباس.
- أن يتمتع بثقافة عالية ورؤيا فكر جيدة للأمر.
- أن يبحث المذيع من خلال عمله التلفزيوني عن ضرورة تقييم ما يقدمه للناس من عمل.

- أن يحافظ على قوته في الظهور أمام الكاميرا و خصوصا اذا كان يحاور مجموعة من المفكرين أو اصحاب الرأي في برامج تبث على الهواء مباشرة.
- أن يتعاون مع المخرج في حالات برامج يحاور فيها ضيوف بأن يأخذ القسط الكافي لشخصيته في الحوار أمام الكاميرا، بحيث لا يستأثر الضيف أو الضيوف بالكاميرا مع التركيز و الأخذ في الاعتبار عدم كثرة مقاطعة الضيوف او الذين يتحدث معهم عبر الهاتف أو عبر المراسلين في استوديوهات دول ينقل منها الصوت و الصورة لضيوف عن بعد على البرامج.
- عند قيام المذيع بالحوار مباشرة في الاستديو يجب أن يظهر المذيع وكأنه يقابل جمهور المشاهدين لا ينظر الى زاوية الشاشة من اليمين أو من الشمال.
- كما يجب أن لا يكون المذيع خجولا بحيث يؤثر ذلك على أدائه.
- كما أن المذيع لا يجوز أن تقتصر فقط في أدائها في الظهور على الشاشة أو الحوار مع الضيوف في الاعتماد على جمالها فقط أو على الألوان المزركشة في أحدث أنواع الموضة في لباسها بقدر ما يجب أن تركز على طلائقتها في الحديث و المامها بالمواضيع و تمتعها بثقافة واسعة عريضة و خصوصا حول الموضوع أو الخبر الذي تغطيه أو تتحدث عنه أو تناقشه.
- أن لا يكون المذيع متعاليا على الناس.
- يجب أن يكون خفيف الظل و أن يبتعد عن التلكؤ أو التلعثم أمام الكاميرا لأن عيون المشاهدين تلاحقه.
- أن لا يكون المذيع دائما موافقا أو معارضا ولا يعتمد على طرح أسئلة أو أجوبة بنعم أو لا. ولكن بقليل من الحوار الهادئ الذي يحتوي على مغزى و يدل على قوة و حسن أداء المذيع.
- كما يجب أن لا يكون انفعاليا و عصبيا و أن يبتعد عن أداء مثل هذه الأدوار فهناك برامج قد يضطر القائم بالاتصال فيها الى التدخل كثيرا مع ضيوف الحلقة بإبداء الرأي أو إثارة المشاعر أو تهدئة المحاورين.
- التكوين الأكاديمي و ممارسة العمل الاعلامي في قطاع السمعي البصري:
- بالرغم من الدور البارز الذي تلعبه المؤسسات الأكاديمية الاعلامية في تأهيلها للطلاب للإنضمام الى ممارسة العمل الاعلامي و إعدادة لهذا الواقع الفعلي. الا أن هناك

خلل كبير تمثل في غياب الحقل التدريبي و التطبيقي في بعض المؤسسات لكن بالرغم من ذلك إلا إنه هناك بعض الاصلاحات و هذا في ظل زيادة الوعي لدى إدارة المؤسسات .

حاجات سوق العمل

1- دور الجامعات

على الرغم من أن الدور الواضح الذي يمكن أن تلعبه أية مؤسسة أكاديمية في مجال الاعلام يتمثل في إعداد القوى العاملة المستقبلية فإن الدراسة أظهرت أن هناك فجوة بيم ما يحتاجه أصحاب العمل و ما يتم تدريسه في البرامج الأكاديمية الاعلامية، فخرىجو الجامعات الذين ينضمون لقوة العمل في قطاع الاعلام يحتاجون الى التدريب العملي أو التوجيه أثناء العمل و تباين نسبة ما يحتاجونه من تدريب في هذا المجال حسب البرنامج الأكاديمي الذي التحقوا به. و يتبين أن معظم رؤساء التحرير يرغبون بان يكون المنضمون للعمل حاصلين على درجة جامعية عالية بالصحافة أكثر من أي ميزة أخرى.

وتكمن أهمية الخبرة العملية ضمن القطاع في مساعدتها الطلاب على فهم طبيعة البرنامج الدراسي بشكل أفضل فضلا عن مساهمتها، في إعدادهم للواقع الفعلي. (العبد الله، 2009، ص 126)

2- التعاون بين المؤسسات و أعضاء القطاع الاعلامي

لا يوجد أي مبادرة من أي مؤسسة إعلامية لتبادل و مشاركة الموارد و الأسرار، في حين أنها قد تقبل مبدأ التعاون بشكل نظري فانه من المستبعد بشكل كبير أن تؤدي أي جهود لتعزيز تبادل المهارات العملية الى أي عمل تعاوني.

3- الموارد البشرية

يتمثل البعد الأخير لتطوير القدرات المؤسسية في الموارد البشرية فتطوير المهارات والقدرات يساهم بشكل حيوي في تحفيز القطاع خلال المرحلة التالية من الثورة

الاعلامية في ظل التقارب والتكامل بين مختلف أنواع الاعلام و تطور ذهنية الأخبار تحتاج جميع وسائل الاعلام الى صحفيين متميزين أفضل تدريباً و تأهيلاً في مجالات الأبحاث و التقارير، و التحرير، و تشغيل التقنيات و توفيرها للجماهير.

هناك فرص كبيرة أمام مؤسسات التدريب لتوفير خريجين من مستوى عالٍ للقطاع الاعلامي، وهذا يتطلب تعاوناً وثيقاً بين الهيئات الأكاديمية و المؤسسات الاعلامية لتحفيز التقدم في هذا المجال، إذ يتعين عليها العمل معاً لتحديد احتياجات و متطلبات القطاع و تطبيق برامج الاستضافة و التطوير و الرعاية، فمن خلال كل هذه الجهود مجتمعة ستوفر الحلول. (Charron, 1999,p78.)

تشهد الكثير من المؤسسات الأكاديمية الاعلامية اليوم مشكل مهم يهتم أساساً في قلة التدريب و فقر في الامكانيات و الوسائل من مختبرات التصوير و استديوهات التلفزيون و إن كانت موجودة فهي غير مشغلة في معظم الحالات و هذا راجع للعجز الشديد في الكفاءات البشرية القادرة على القيام بمهمة التدريب إذ لا بد من أن يكون الشخص الذي يقوم بمهمة التدريب على مقدرة في توصيل المعلومات و على دراية كافية بمختلف التقنيات الحديثة المتطورة، و لا شك أن مثل هذا العجز يمكن أن يغطي لو كانت الصلة بين المؤسسات الاعلامية و الاكاديمية و التدريبية هي علاقة تكاملية. (أبو أصعب، 1999، ص325.)

فإذا كانت وسائل الاتصال قد غيرت الواقع بأكمله بحيث قد امتلكت القوة في التأثير و التغيير في أنظمة القيم السائدة في المجتمع و في عي الأفراد و الجماعات و تصوراتهم و سلوكهم، فإن التكوين الأكاديمي للقائمين بالاتصال في هذه الوسائل ينبغي ان يتطور بما يجب أن يستجيب لمتطلبات المرحلة الراهنة و يستفيد من المتغيرات الجديدة في جميع المجالات خاصة التكنولوجية و السياسية..

فتلك التحولات و التغيرات أحدثت فجوة تفصل بين التكوين الأكاديمي و متطلبات الوقت الراهن و احتياجاته المستقبلية لكن إذا تم تجاوز هذا النقص في التطبيق و الضعف في استخدام الوسائل و التقنيات الحديثة المتوفرة في الميدان و البطئ في الانجاز، يمكن تحقيق الأهداف المرسومة خاصة فيما يتعلق بتكوين إطارات كافية من

حيث العدد و مؤهلة تقنيا و علميا للقيام بمهامها على أحسن وجه وهذا يعنى أنها لا تكون مجرد انعكاسات للمناهج فقط. (عبد الرحمان، 1989، ص 86)

قائمة المصادر و المراجع

- أبو أصبع، صالح (1999). تحديات الاعلام العربى. الاردن: دار المشرق للنشر و التوزيع .
- اسماعيل، معراف (1993). الاعلام حقائق و أبعاد.(ط.2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- جورج، صدقة (2008). لأخلاق الاعلامية بين المبادئ و الواقع.(ط.1). بيروت: مؤسسة مهارات.
- حمزة، عبد اللطيف (1996). أزمة الضمير الصحفى.(ط.4). القاهرة: دار الفكر العربى .
- خليل، صاجات (بدون سنة نشر). الصحافة استعداد و رسالة، فن و علم.(ط.2). مصر: دار المعارف.
- العبد الله، مي (2009). علوم الاعلام و الاتصال و إشكاليات التكوين المهني في العالم العربى.(ط.1). بيروت: دار النهضة العربية .
- عطوان، فارس (2011). الفضائيات العربية و دورها الاعلامى. الاردن : دار اسامة للنشر و التوزيع.
- عواطف، عبد الرحمان (1989). دراسات في الصحافة العربية المعاصرة.(ط.1). بيروت: دار الفار ابى للنشر و التوزيع .
- الفاربي، عبد اللطيف و عبد العزيز الغرضاف (1990). البرامج و المناهج من الهدف الى النسق المغرب: دار الخطابي .
- كايرو، رولان و مرسللى محمد (1983). الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية.الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- لنجار، عبد الله مبروك (1995). التعسف في استعمال حق النشر. القاهرة: دار النهضة العربية .
- مذكور، على أحمد (2000). الشجرة التعليمية رؤية متكاملة للمنظومة التربوية.مصر: دار الفكر العربى .
- Bernier, Marc-François(2004). Ethique et déontologie du journalismec. Canada: Ed les presses de l'université Laval.
- Cornu، Daniel:(1999).Ethique de linformation Paris: Ed.P U.