جـــامعـــة محمد بـــوضياف- المسيـــلة
كليـــة العلـــوم الإنســـانية والاجتمـــاعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة

–قناة الشروق الإخبارية "News" أنموذجاً–

دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة محمد بوضياف–المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:
– عبد الكريم ياسين

إشراف الأستاذ:
– عبد المالك صاولي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د- الزواوي أحمد المهدي	جامعة محمد بوضياف- المسيلة	رئيساً للجنة
أ- عبد المالك صاولي		مشرفاً ومقرراً
د- سعيداني سلامي		عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2015- 2016

جـــامعة محمد بوضيـــاف- المسيـــلة
كليـــة العلوم الإنســـانية والاجتماعيـــة
قسم علـــوم الإعلام والاتصـــال

مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة

–قناة الشروق الإخبارية "News" أنموذجاً–

دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة محمد بوضياف–المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة:
– عبد الكريم ياسين

إشراف الأستاذ:
– عبد المالك صاولي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د- الزواوي أحمد المهدي	جامعة محمد بوضياف- المسيلة	رئيساً للجنة
أ- عبد المالك صاولي		مشرفاً ومقرراً
د- سعيداني سلامي		عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2015- 2016

شكـــــــر وتقديـــــــــر

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة
وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز
هذا العمل .

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيهِ وَسَلَّمَ "
مِنَ اُصْطُنِعَ اِلَيُّكُمْ مَعْرُوفًا فَجَازُوهُ، فَإِنْ عَجَزْتُم عَنْ مَجَازَاتِهِ فَادَّعَوْا لَهُ حَتَّى تَعَلَّمُوا أَنَّكُمْ
قَدْ شَكِرْتُم فان الشَّاكِر يُحِبُّ الشَّاكِرِينَ " رَوَاهُ الطَّبَرانِيُّ

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف "عبد المالك صاولي" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه لقيمة التي كانت عونا لنا في إتمام هذا البحث.

ولا يفوتنا أن نشكر أسرة قسم علوم الإعلام والاتصال على رأسها السيد رئيس القسم " بوبكر بوعزيز" خاصة الأستاذ القدير سعيداني سلامي و الأستاذ "مهدي الزواوي" اللذين لم يبخلا علينا بالنصائح والتوجيهات ، كما لا ننسى تقديم خالص الشكر والتقدير والعرفان للأساتذة الأفاضل " بوقرة رضوان ، سعاد ولد جاب الله ، براردي نعيمة "

عبد الكريم ياسين

إهـــــــــــداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي هذا العمل إلى:

من ربتني وأنارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعوات، إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أمي الحبيبة.

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي الكريم أدامه الله لي.

إلى أخي العزيز عبد المالك.

إلى أخواتي :دلال و فاطيمة ، جميلة ، ومروى.

إلى أصدقائي ورفقاء دربي

خاصة بوزيد بلعيطوش ،كمال نجيب ، زعمون خذير ،حبوش عبد الباسط ، عز الدين تواتي ،قريقة وسيم ،عادل دفداف ،بختي زكرياء ، عادل نقاز ،حميدوش فوزي ، العلمي علي ، زرايبي لطفي ، بعزي قويدر ، عبد المالك ، عبد النور ، جمال بن العوبي ،ياسين خضراوي ، بن طالب أسماعيل ،باديس لحرش ، وإلى ثامر والعيد لفريد اللذان قدما لي الدعم المعني والمادي وأشكرهما في ذلك ، محمد سلمي نوبيات عبد الناصر ، منصور عبد الرزاق ، شريف ،مرابط كمال ،باجي يعقوب ، بلعيفة يعقوب، ...

إلى زميلاتي: نوال ، صليحة ، فريدة ،شافية ، زكية ، مونيا ، حسيبة ، فضيلة

إلى جميع أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال .إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة دفعة 2016/2015 وخاصة الفوج الأول والثاني .

عبد الكريم ياسين

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في جذب واستمالة جمهور الطلبة.

ولبلوغ أهداف الدراسة صمم الباحث استمارة استبيان كأداة من أدوات المنهج الوصفي ، وجاء بناء الأداة كما يلي :

الجزء الأول يحتوي على البيانات الشخصية والجزء الثاني يحتوي على محورين الأول تضمن عادات وأنماط المشاهدة لدى أفراد العينة لقناة الشروق الإخبارية (News) ، والثاني تضمن فقرات وعبارات قياس مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية قناة الشروق الاخبارية "News" أنموذجاً ".

كما اقتضت طبيعة الموضوع والمجال البشري للدراسة اللجوء إلى أسلوب المعاينة غير احتمالي ، وإلى نوع العينة القصدية ، وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة 55 استبانة وتم استرجاع 53 استبياناً صالح للدراسة .

جاء في الدراسة ، إطار منهجي و ثلاث فصول نظرية ، الأول تناولنا فيه الاتصال الإنساني ولغة الجسد أما الفصل الثاني ارتأينا أن يكون للقنوات الفضائية الخاصة في الجزائر ، والفصل الثالث أخذنا فيه مقدم برامج التلفزيون ، و الفصل الرابع خصص للدراسة الميدانية حيث جرت فيه معالجة البيانات التي تحصلنا عليها وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون حسب جمهور الطلبة كانت " مهارات فنية وإخراجية " بدرجة عالية ، تليها مهارات الاستماع بدرجة متوسطة ، ثم جابت مهارات التحدث بدرجة أيضاً متوسطة ، و أخيراً مهارات لغة الجسد .
- مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" في استمالة جمهور الطلبة متوسط.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس والسن .

الكلمات الافتتاحية : المهارات – المقدمين – القنوات الخاصة الجزائرية – جمهور الطلبة .

Résumé de l'étude :

Cette étude visait à enquêter sur les compétences de présentateur de programmation de télévision qui influent sur le succès des présentateur de logiciels de chaînes privées algériennes à l'égard d'attirer et de séduire un public d'étudiants..

Pour atteindre les objectifs du questionnaire de recherche d'étude comme un outil de l'approche descriptive des outils conçus, outil de construction et est venu comme suit :

La première partie : contenir des données personnelles

La deuxième partie : il comporte deux axes la première axe des habitudes et des modes de visualisation de l'échantillon canal de nouvelles lever du soleil (NEWS);et deuxième alinéas et expressions inclus fournisseurs de logiciels pour mesurer les compétences dans les chaînes privées algériennes Canal Echorouk News tv" modèle.

Comme l'exige la nature humaine du sujet domaine de l'étude de recourir à la méthode d'échantillonnage non probabiliste , et intentionnalité au type d'échantillon, autotal, 55 questionnaires a distribué un questionnaire récupérait 53 en faveur d'un questionnaire pour l'étude.

A l'étude,cadre méthodologique et la théorie de quatre chapitres ,première Nous avons présenté dans la communication humaine et le langage du corps,deuxième nous avons discuté à la télévision comme un moyen de communication,le troisième chapitre nous avons décidé de chaînes par satellite propres en Algérie,et la quatrième chapitre nous avons pris les programmes de présentateur de télévision.et le cinquiéme chapitre l'étude sur le terrain lorsqu'il était les données que nous les avons acquises adresse.

Et nous sommes arrivés à un groupe de résultats les plus importants:

- Les compétences les plus importantes qui influent sur le succès des programmes de télévision par le public fournisseurs étudiant était «compétences techniques et directorial" très, et aprés écoute Modérément compétences,puis parcouraient parlent compétences sont aussi modérément,enfin les compétences linguistiques du corps.
- Le succès des compétences des logiciels fournisseurs dans les chaînes privées algériennes " Echorouk News tv ".pour attirer un public d'étudiants moyen.
- Aucune différence statistiquement significative dans la victoire sur les compétences des logiciels fournisseurs dans les chaînes privées algériennes à un public d'étudiants par sexe variable et l'âge.

Mots-clés: Les compétences -les présentateurs - Les chaînes Algériennes privées -public étudiant.

فهرس المحتويات

الموضـــــوع	الصفحة
شكر وتقدير	
الإهداء	
ملخص الدراسة بالعربية	
ملحص الدراسة بالفرنسية	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
مقدمة	أ – ب
الإطـــــــار المنهجـــي للدراســـة	
1-إشكالية الدراسة	4
2-تساؤلات الدراسة	5
3-أسباب اختيار الموضوع	5
4-أهداف الدراسة	6
5-أهمية الدراسة	6
6-نوع ومنهج الدراسة	7
7-أداة الدراسة	9-8
8-مجتمع وعينة الدراسة	10
9-حدود الدراسة	11
10- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة	16-12
11- المدخل النظري للدراسة	19-16
12- الدراسات السابقة	23-19
13- صعوبات الدراسة	24
الإطـــــــار النظـــري للدراســـة	
الفصل الأول :الاتصال الإنسانى ولغة الجسد	
تمهيد	26
المبحث الأول : تعريف الاتصال	27
المبحث الثاني : أشكال الاتصال	35-28
المبحث الثالث : مراحل الاتصال	37-36
المبحث الرابع : عناصر وأهداف الاتصال	40-37
المبحث الخامس وظائف وخصائص الاتصال	42-40
المبحث السادس : الاتصال الجماهيري	43
المبحث السابع :خصائص الاتصال الجماهيري	45-44
الفصل الثاني : القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر	
تمهيد	47
المبحث الأول : تعريف القنوات الخاصة في الجزائر	48
المبحث الثاني : تجربة البث الفضائي في الجزائر	50- 48
المبحث الثالث : نشأة التلفزيون في الجزائر	52 -50
المبحث الرابع : مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية	59-52
المبحث الخامس : الدوافع الإعلامية والسياسية لفتح السمعي البصري أمام الخواص	63-60
المبحث السادس : واقع قطاع السمعي البصري في الجزائر حسب المختصين	68-64

الموضـــــوع	الصفحة
الفصل الثالث :مقدم برامج التلفزيون	
تمهيد	70
المبحث الأول :تعريف مقدم برامج التلفزيون	71
المبحث الثاني : خصائص ومؤهلات مقدم برامج التلفزيون	72
المبحث الثالث : مقدم برامج التلفزيون وفن توصيل المعلومة	75-73
المبحث الرابع : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة الصوت (الميكروفون)	80-76
المبحث الخامس : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة التصوير (الكاميرا)	81
المبحث السادس : مقدم برامج التلفزيون و طرق تحقيق اتصال ناجح مع المشاهد	84-82
الإطـــــــار التطبيـــــــــقي	
الفصل الرابع : الفصل الرابع : عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	
تمهيد	85
المبحث الأول : لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية "الشروق الإخبارية News"	86
المبحث الثاني : المعالجة الإحصائية	87
المبحث الثالث : التحليل الكمي و الكيفي للجداول الإحصائية	116-88
المبحث الرابع : مناقشة النتائج	118-117
أهم اقتراحات و توصيات الدراسة	119
خاتمة	
قامة المراجع والمصادر	
الملاحق	

فهـــرس الجـــداول

الرقم	الجـــداول	الصفحة
01	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس.	88
02	جدول يبرز توزيع أفراد العينة حسب عامل السن.	89
03	جدول يظهر توزيع أفراد العينة حسب متغيري الجنس و السن.	90
04	جدول يبرز توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المشاهدة بين الفضائيات (العمومية- الخاصة).	91
05	جدول يبين ترتيب مكان مشاهدة برامج قناة (الشروق News)حسب الأفضلية.	92
06	جدول يبين ترتيب قناة (الشروق الإخبارية "News") حسب أولوية المشاهدة.	93
07	جدول يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج قناة الشروق الاخبارية "News" يومياً.	94
08	جدول يوضح الفترة المفضلة في مشاهدة برامج قناة News .	95
09	جدول يوضح سبب تفضيل فترة المشاهدة السابقة لبرامج" قناة الشروق News ".	96
10	جدول يمثل كيفية اختيار برامج " قناة الشروق News ".	97
11	جدول يوضح طبيعة البرامج المفضلة في " قناة الشروق News ".	98
12	جدول يوضح مستوى تركيز أفراد العينة أثناء المشاهدة.	99
13	جدول يوضح أهداف أفراد العينة من المشاهدة .	100
14	جدول يبين المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لأهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في (قناة الشروق News).	101
15	جدول يبين شدة المدى لمجالات مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" حسب جمهور الطلبة.	103
16	جدول يوضح توزيع مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال "لغة الجسد " .	104
17	جدول يبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال "مهارات الاستماع" .	106
18	جدول يبين مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال "مهارات التحدث" .	108
19	جدول يبين مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة علي عبارات مجال "مهارات فنية وإخراجية " .	110
20	جدول يبين مستوى المدى للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات جمهور الطلبة على المقياس (المجالات الأربعة).	112
21	جدول اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين الدرجة الكلية نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير الجنس (ذكور، إناث) .	113
22	جدول اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين الدرجة الكلية نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير السن.	115

فهـــرس الأشكـــال

الرقم	الأشكال	الصفحة
01	شكل يوضح أشكال الاتصال الإنساني.	28
02	شكل يوضح أوجه التشابه بين الاتصال اللفظي وغير لفظي	29
03	شكل يبرز أوجه الاختلاف بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي	29
04	شكل يوضح مراحل عملية الاتصال.	35
05	شكل يوضح عناصر عملية الاتصال.	37
06	شكل يوضح أهداف علمية الاتصال.	39
07	شكل يوضح نموذج الاتصال الجماهيري	43
08	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس.	88
09	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب عامل السن.	89
10	أعمدة بيانية مزدوج تبين توزيع أفراد العينة حسب عاملي الجنس والسن.	90
11	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المشاهدة بين الفضائيات (ع- خ).	91
12	دائرة نسبية توضح ترتيب مكان مشاهدة برامج قناة (الشروق News) حسب الأفضلية.	92
13	دائرة نسبية توضح ترتيب قناة (الشروق الإخبارية "News") حسب أولوية المشاهدة.	93
14	دائرة نسبية تبين عدد ساعات مشاهدة برامج قناة News يومياً .	94
15	دائرة نسبية يبين الفترة المفضلة لمشاهدة برامج " قناة News ".	95
16	دائرة نسبية تبين سبب تفضيل فترة المشاهدة السابقة لبرامج" قناة News ".	96
17	دائرة نسبية توضح كيفية اختيار برامج " قناة الشروق News ".	97
18	دائرة نسبية تبرز طبيعة البرامج المفضلة في " قناة الشروق News ".	98
19	دائرة نسبية توضح مستوى تركيز أفراد العينة أثناء مشاهدة برامج " قناة الشروق News ".	99
20	دائرة نسبية تبرز أهداف أفراد العينة من مشاهدة برامج " قناة الشروق News ".	100
21	رسم بياني يوضح المتوسطات الحسابية لأهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي برامج في(قناة الشروق News).	101
22	أعمدة بيانية تبين توزيع مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات "لغة الجسد ".	105
23	أعمدة بيانية توضح مستويات المدى للمتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات "مهارات الاستماع".	107
24	أعمدة بيانية تبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات "مهارات التحدث" .	109
25	أمعدة بيانية تبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة على عبارات "مهارات فنية وإخراجية " .	111
26	أعمدة بيانية توضح توزيع المتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة للمقياس حسب الجنس.	113
27	شكل يوضح التوزيع الطبيعي لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس وفق اختبار T-test .	114
28	أعمدة بيانية توضح توزيع المتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة للمقياس حسب السن.	115

مقدمـــة

الانسان كائن اتصالي لأنه اجتماعي بالطبع ، والاتصال عملية تفاعل اجتماعي بين الناس ، ويتم الاتصال بين الناس عن طريق تبادل الأفكار والمشاعر والخبرات، وأداة الاتصال بين الناس هي اللغة التي تكون إما منطوقة أو مكتوبة أو إشارات أو لغة جسم.

إن إقامة علاقة اتصالية مع الغير هي في حد ذاتها محاولة لتخطي الحواجز الفيزيائية التي تفصل الشخص عن الآخرين بهدف الاقتراب منهم ومن عوالمهم ، ويحدث هذا عبر سلسلة من الرموز تصنع منها المعاني لإيصالها إلى الآخرين، ليتفاعلوا معها ويستجيبوا لها في أخذ وعطاء مستمرين ، ويطول تبادل المعاني أو يقصر بناءاً على الوضع نفسه، وما نريده له من طول أو قصرن أو من توسع أو إيجاز.

ويتخذ الاتصال أشكالاً عدة ، فيكون تارة على مستوى شخصي ترى الفرد فيه يناجي نفسه متفكراً حاسباً متأملاً ، وتارةً يكون مع إنسان آخر وجهاً لوجه يتحاور معه مختصراً في ذلك مسافات البعد والغربة التي تفصله عنه ، محاولاً تقريبه إلى عالمه ، وتارةً أخرى يكون جماهيرياً عبر وسيلة إعلامية مثل الصحف أو الإذاعة والتلفزيون ، حيث يقوم المرسل ببث رسائل اتصالية علنية بهدف التأثير على الجمهور إيجابياً أو سلبياً.

من جهة أخرى نلاحظ تزايد الفضائيات العالمية منها والعربية على وجه الخصوص بشكل ملفت للانتباه في السنوات العشرة الأخير وأصبح عدد الفضائيات العربية يتزايد يوم بعد يوم فمنها ما هو مشفر ومنها ما هو مفتوح ومتخصص، وكل هذه الفضائيات تتنافس فيما بينها من أجل الوصول إلى عدد كبير من المشاهدين في الوطن العربي وخاصة في دول المغرب العربي وبالخصوص الجزائر التي كانت هذه الاخيرة تحتكر القطاع السمعي البصري، وقد بات من الضروري حصول هذا الانفتاح وإعطاء الأولوية للمنتجات التلفزيونية الوطنية والعمل على تعزيزها وإنشاء قنوات جديدة للمشاهدين وقد تأكد هذا الأخير وحتى المسؤولين على أن القنوات التابعة للقطاع العام لا تخدم متطلبات وأذواق وتطلعات الجمهور حول الموضوعات التي تهمه ، وبالتالي يجب فتح المجال لأن الزمن تغير والتقدم التكنولوجي فرض الانفتاح وجعله أمراً واقعياً وجديداً ، وما يميز القنوات الخاصة الجزائرية تناولها لقضايا جديدة وموضوعات حساسة كانت في السابق خط أحمر ، وامتلاكها لمقدمي برامج لهم مستويات ومهارات معينة تختلف إلى حد ما عن ما يمتلكه لتلفزيون الجزائري العمومي من مقدمين . بالإضافة إلى اهتمام القنوات الخاصة بجانب الديكور والجانب الفني والإخراجي في صورة جمالية يستحسنها الجمهور وتجذبه نحوى متابعة تلك القنوات أو برنامج معين .

إن الهدف الرئيسي للمقدم في التلفزيون، هو أن ينقل معلومات و أفكار وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من تأثير والفاعلية ، وإذا كان ذلك هو دور المقدم كقائم بالاتصال ، فإن نجاحه في هذه المهمة أولاً وأخيراً يعتمد على إمكانياته ومهاراته الشخصية .

الاتصال الناجح أو الفعال لا يمكن أن يتحقق للمقدم إلا إذا كانت له شخصية فريدة ومتميزة تتضح وتتجلى من خلال أسلوبه في عرض رسائله وتقديمها . ولذلك فأنه من المهم أن يتم البحث في المهارات التي يتوجب على المقدم التلفزيوني اتقانها ، من أجل المساعدة في جذب اتباه المشاهدين وهذا ما تسعى إليه القنوات الخاصة الجزائرية.

لكي يتحقق الوصول إلى رغبات المشاهدين بالنسبة لاختيار القناة ، أو البرنامج التلفزيوني ، فإنه لابد تحدد عدة عوامل تتعلق بقدرة المقدم على احتراف التعامل مع المعدات التقنية مثل الكاميرا والميكروفون إضافة إلى التدرب على فنون عمليات الاتصال بنوعيه اللفظي وغير لفظي.

وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوع مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ونجاحها في جذب جمهور الطلبة .

وقد تطرقنا إلى هذا الموضوع من خلال الاطار المنهجي، النظري والتطبيقي

أما فيما الإطار المنهجي قمنا بتخصيصه لطرح الإشكالية والتساؤلات المندرجة عن التساؤل الرئيسي ثم أسباب اختيار الموضوع ، أهمية وأهداف الدراسة ، ثم نوع ومنهج الدراسة ، مجتمع وأداة الدراسة إجراءات وحدود الدراسة ، ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة ،الدراسات السابقة وأخيراً الصعوبات .

أما الإطار النظري فقد قسم إلى ثلاث فصول : الأول تناولنا فيه الاتصال ولغة الجسد والثاني القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر ، والثالث جاء فيه مقدم برامج التلفزيون ، أما الجانب التطبيقي فقد خصص للدراسة الميدانية تم إعطاء لمحة عن قناة الشروق الإخبارية "الشروق News" ، وتم تفريغ بيانات استمارة الاستبيان في جداول إحصائية لمعرفة مهارات مقدمي القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة .

وخرجنا في النهاية بنتائج واقتراح توصيات موجه للقنوات الخاصة الجزائرية وللمقدمي برامجها .

الفصـــل التمهيـــدي

الإطار العام للدراسة

تمهيد

1-إشكالية الدراسة

2-تساؤلات الدراسة

3-أسباب اختيار الموضوع

4-أهداف الدراسة

5-أهمية الدراسة

6-نوع ومنهج الدراسة

7-أداة الدراسة

8-مجتمع الدراسة

9-حدود الدراسة

10- إجراءات الدراسة

11- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة

12- المدخل النظري للدراسة

13- الدراسات السابقة

14- صعوبات الدراسة

1/ إشكالية الدراسة :

مع التقدم التكنولوجي الهائل وتعدد وسائل الاتصال الجماهيري – والتي تصل إلى ملايين البشر في آن واحد – تلح الحاجة إلى وجود مقدمي برامج تلفزيون أكفاء يحملون على عاتقهم نقل الحقائق ، وأبرزا الأحداق وتلبية طلبات الجماهير بروح من الصدق والمسؤولية والموهبة ، والمقدم هو حلقة الوصل بين المادة والمتلقي وهو المرسل .

ومن هنا فإن " نجاح المقدم التلفزيوني في بعث رسالته لجمهور المتلقين بطريقة صحيحة بحيث يحقق من خلالها هدف عملية الاتصال يتطلب قدرته على التحكم بحركاته وإيماءاته وطريقة كلامه ونظراته والكثير من لغة الجسد ".[1]

إن الحركات المعبرة والإيماءات العشوائية التي تصدر عن الجسم غي في الواقع ترجمة حقيقية وفورية لما يدور في الذهن ويحركه الانفعال. والمقدم التلفزيوني يسعى إلى ان تكون حركاته وإيماءاته منظمة بحيث تعطي ما يسبح في ذهنه من أفكار يحاول تمريرها من خلال شخصيته الظاهرة للجمهور .

تحاول الدراسة الوصول إلى الخصائص أو المهارات التي لابد من توفرها في مقدم البرامج التلفزيونية، والتي تجعل منه شخصية مشهورة وجذابة، لأنها جزء من قدرات الأنسان نفسه التي قد يمتلكها، وبعضها خصائص لا يمكن للأسنان أن يتعلمها وأن كان يمكن تنميتها وتطويرها من خلال التدريب والممارسة .

وفي ضوء ذلك طرحنا الإشكال التالي :

ماهي أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة ؟

[1] – عبد المالك أحمد : **كيف تصبح مذيعاً ناجحاً ؟ تجارب وقواعد** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2004 ، ص 13.

2/ تساؤلات الدراسة :

من أجل كشف العناصر التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية قناة الشروق news نموذج ومدى نجاحها في استمالة وجذب المشاهدين ، فإن الدراسة تسعى للإجابة على التساؤلات التالية ؟

- ماهي أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية حسب جمهور الطلبة ؟
- ما مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية في استمالة جمهور الطلبة ؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة جمهور الطلبة حسب متغير (الجنس والسن) ؟

3/ أسباب اختيار الموضوع :

نلخص أسبب اختيارنا لهذا الموضوع بين الأسباب الذاتية والموضوعية في النقاط التالية :

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع باعتباره قضية جديدة للبحث ، نتيجة الانفتاح الإعلامي الذي تشهده الجزائر بعد إعطاء الضوء الأخضر لإنشاء محطات تلفزيونية حرة تابعة للمستثمرين الخواص ، وظهور منافسة بينها نحوى استحواذ أكبر نسب مشاهدة وقاعدة شعبية عريضة خاصة ما يلاحظ على قناة" الشروق news " من منافسة محتدمة على امتلاك أكبر نسب مشاهدة ومتابعة داخل وخارج الوطن .
- إن دور مقدمي البرامج في التلفزيون مهم جداً ، ويستحقون أن نقوم بدراستهم ليس فقط لأنهم مهمون ، لكن أيضاً لتطوير مهاراتهم ، كما أن نتائج هذه الدراسة ستساعد وترشد مدراء القنوات والمحطات على اختيار مقدمي التلفزيون في البرامج من أجل وضع المقدم المناسب في المكان المناسب وبالتالي لتوظيف مقدمي برامج أكفاء .
- كون مقدمي البرامج التلفزيونية يستطيعون جذب انتباه المشاهدين إلى برامج التلفزيون والقنوات وفي نفس الوقت يستطيعون أن يحققوا النجاح للبرنامج أو فشله.
- كما أن هذه الدراسة ستقوم بلا شك في المساهمة علم علوم الإعلام والاتصال ووسائل الاتصال خاصة في الجزائر ولدى الجامعات الجزائرية .

4/ أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى معرفة المهارات التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجمهور الطلبة من جامعة " محمد بوضياف بالمسيلة " ، كما أنها تسعى لمعرفة العناصر التي تتعلق بالنجاح الذي يحققه مقدمو برامج التلفزيون في كسب جمهور المشاهدين ، وهي خصائص شخصية لمقدمي البرامج ، محتوى الرسالة ، وقت البرنامج ، الهدف من المشاهدة ، وأخيراً الجمهور . وفي النهاية فإن الدراسة تجيب عن التساؤلات التي تطرحها ، كما ستقوم بطرح توصيات من أجل تحسين مهارات مقدمي برامج التلفزيون في القنوات الخاصة الجزائرية .

5/ أهمية الدراسة :

إن ما يميز هذه الدراسة " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة المشاهدين " عن الدراسات السابقة هو محاولة أخذ آراء عينة من طلبة الجامعات الجزائرية " جامعة محمد بوضياف بالمسيلة " خلال السنة الجامعية (2016/2015) ، الأمر الذي جعل هذه الدراسة جديدة.

كما أنها تعد من أوائل الدراسات بشأن هذا الموضوع، لذلك فإنه موضوع جديد وقضية جديدة للبحث. يضاف إلى ذلك دور مقدمي البرامج في التلفزيون مهم جداً ، لأنهم يستطيعون جذب انتباه المشاهدين إلى برامج التلفزيون والقنوات، وفي الوقت نفسه يستطيعون أن يحققوا النجاح للبرنامج أو فشله .

مقدمو البرامج في التلفزيون يستحقون أن نقوم بدراستهم ليس فقط لأنهم مهمون ، ولكن ايضاً لتطوير مهاراتهم. كما أنها ستساعد وسترشد مدراء القنوات والمحطات على اختيار مقدمي التلفزيون في البرامج من أجل وضع المقدم المناسب في المكان المناسب وبالتالي لتوظيف مقدمي برامج الأكفاء.

آمل أن تقدم الدراسة أساهماً في علوم الإعلام والإتصال خاصة في الجزائر .

فالكثير من مقدمي برامج التلفاز بذلوا جهدهم للنجاح ولإثبات أنفسهم و لم يكن لديهم أي مراجع أو دراسة حول الأدوار التي لابد أن يقوموا بها ليظهروا بشكل أفضل [1]. ستفتح هذه الدراسة خطوطاً جديدة في التفكير بالعوامل والخصائص المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون .

[1] – المنصف العياري ومحمد عبد الكافي : **القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية** ، اتحاد إذاعات الدول العربية ،دار القيروان للنشر ، تونس ، 2005، ص 103.

6/نـــوع ومنهج الدراســـة :

6-1- نوع الدراسة :

تنـــدرج دراستنا هذه ضمن الدّراسات الوصفية التي تتولّى وصف الواقعة أو الظّاهرة وصفا دقيقا شاملا ،وتحليل وتفسير خصائصها، من أجل تقييمها وتصحيحها، أو إجراء تعديلات عليها وتطويرها، ليتمّ الخروج في النّهاية بتعميمات حولها.

ويـــــرى عمر زيّان أنّ" البحوث الوصفية إنّما تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلا دقيقا، وهي تتميّز بكونها تنصبّ على الوقت الحاضر؛ أي أنّها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت الدّراسة".[1]

ويتـــــوجّه البحث الوصفي إلى تحديد الظّروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، وكذا تحديد الممارسات الشّائعة والتّعرّف على المعتقدات والاتجاهات نحو الأفراد والجماعات.

ومـــن خلال دراستنا هذه سيتمّ وصف وقياس مدى تأثير شخصيات مذيعي القنوات الخاصة الجزائرية في جذب جمهور المشاهدين واستمالتهم، و كذا توثيق العلاقة بين مقدم البرامج ومهاراته وبين الجمهور المتلقي للمضامين برامج التلفزيون..

6-2- منهج الدراسة :

حتـــــّى تتوفّر في أي عمل بحثي صفة العلمية والموضوعية، وجب أن يكون الباحث قد اتبع فيها منهجا علميا يرسم له خطوات وتطوّرات دراسته، ويساعده في الوصول إلى النّتائج المرجوّة، ومن هنا تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي بالعينة ، ويعرف بأنه "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموع الظواهر موضوع الدراسة" .[2]

ويعرف أيضاً " الطّريق الذي يتّبعه الباحث للكشف عن ظاهرة أو حلّ لمشكلة وفقا للأساليب العلمية".[3]

نظـــرا لكون المناهج تختلف وتتباين باختلاف البحوث العلمية وتباين أهدافها، وانطلاقا من الهدف العام الذي حدّد لبحثنا هذا والمتمثّل في وصف وتوثيق " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة ، فإنّ المنهج الذي نراه مناسبا لدراستنا هذه هو المنهج

---

[1]- عمر محمّد زيّان: **البحث العلمي مناهجه، وتقنيّاته**، دار الشّروق للنّشر والتّوزيع، السّعودية، دط، 1988، ص 188.

[2]- أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2014، ص 36.

[3]-إبراهيم بن عبد اللّه المسند: **المكتبة والبحث**، مكتبة الملك فهد الوطنية للنّشر، السّعودية، 2007، ص17.

المسحي، ولمّا كان عدد مفردات مجتمع بحثنا كبير وهم المشاهدين من طلبة "جامعة محمد بوضياف" ولا يمكننا دراسة كل هذا المجتمع خلال المدّة المحدّدة فقد اخترنا **منهج المسح بالعينة** ، بالنّظر إلى أنّه يتمّ فيه جمع المعلومات اللّازمة حول الظّاهرة المدروسة من جميع وحدات البحث.

7/ أداة الدراســـــــــة :

يقصـــــد بالأداة: "الوسيلة التّقنية العلمية المستخدمة في البحث، وهي وسيلة الدّراسة في الحصول على البيانات والحقائق الميدانية، وكلّما كانت الأداة أو الوسيلة دقيقة ومحكمة كانت فعاليتها ومصداقيّتها أكبر".[1]

أ- **أدوات أكاديمية** : وهي المراجع التي تتمثل في الكتب والدراسات والمجلات والمقالات بالإضافة إلى المواقع الالكترونية ، والملتقيات [2].

ب- **أداة الاستبيان** : في دراستنا هذه اعتمدنا الأداة البحثية المتمثّلة في أداة **الاستبيان**، والذي يعرّف بأنّه " أسلوب لجمع البيانات، يستهدف إثارة الأفراد المبحوثين، بطريقة منهجية ومقنّنة، لتقديم حقائق، أو آراء أو أفكار معيّنة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدّراسة وأهدافها دون تدخّل من الباحث في التّقرير الذّاتي للمبحوثين في هذه البيانات".[3]

وتـــمّ اختيارنا لهذه الأداة بالنّظر إلى أنّها تعتبر من أكثر الأدوات المستخدمة في البحوث الإعلامية من جهة، وللضرورة الملحة من جهة أخرى تفرضها طبيعة دراستنا هاته التي يراد بها قياس مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وقياس مدى نجاحها في استمالة المشاهدين من طلبة "جامعة محمد بوضياف "من جهة أخرى.

إجراءات تصميم أداة الدراسة وتوزيعها :

من خلال الرجوع إلى الأدب النظري وعدد من الدراسات ذات العلاقة بمضوع مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ، قمنا بتصميم استمارة استبانة متكونة من ثلاث أقسام : الأول تضمن بيانات شخصية عامة لأفراد عينة الدراسة ، والقسم الثاني تضمن عادات وأنماط المشاهدة لدى أفراد العينة لقناة الشروق الإخبارية (News) ، والقسم الثالث تضمن فقرات وعبارات قياس مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية قناة الشروق "News" أنموذجاً ".

[1] – عبد الرّحمان عزّي: **منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدّار المتوسّطية للنّشر، تونس، ط1، 2013، ص34.

[2] – رشيد زرواتي : **مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى للطبع والنشر ، 2007 ، ص 39.

[3] – مي العبد اللّه: **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**، دار النّهضة العربية، لبنان، ط1، 2014، ص34.

قمنا بالتأكد من صدق أداة الدراسة (Referees validity) وذلك بعرضها على المحكمين وهما (الدكتور اسعيداني سلامي و الأستاذ بلخيري صالح) بتاريخ 2015/12/14 ، وإجراء التعديلات بناءاً على ملاحظات المحكمين ، لتصبح الاستبانة بصورتها النهائية مكونة من (44) فقرة موزعة على (04) مجالات (لغة الجسد ، مهارات التحدث ، مهارات الاستماع ، عوامل فنية مهمة في العمل التلفزيوني).

- تأكدنا من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة (كرونباغ ألفا) على عينة تجريبية عددها 12 مفردة لمعرفة معامل ثبات العينة الأصلية وبلغ (0.90) للأداة ككل .

- بعد مناسبة أداة الدراسة و صحتها ، تم توزيع (55) استبانة ، واسترجاع (53) استبياناً صالح للتحليل بنسبة استرجاع تقارب (98%).

وصف المقياس :

اعتمادنا على مقياس "ليكرت" للتدرج الخماسي لقياس مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة ، حيث تم إعطاء خمس إجابات لكل عبارة المكونة للمقياس وهي أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة ، منحنا لكل عبارة درجات حيث أعطينا لعبارة أوافق بشدة درجة (5) أوافق درجة (4) وعبارة محايد درجة (3) وعبارة لا أوافق درجة (1)

- قمنا بحساب النسب المئوية بضرب التكرار 100× على أفراد العينة ، ولحساب متوسط شدة الاتجاه مجموع التكرارات المرجحة على عدد العينة، ولحساب مجموع التكرارات المرجحة فقمنا بضرب التكرار في الدرجة .

تعديل المقياس : اعتماد المقاييس التالي للحكم على نسب المتوسطات الحسابية :

- (5-3.67)درجة قوية.
- (3.66-2.34)درجة متوسطة
- (2.33-01) درجة ضعيفة

8/ مجتمع وعينـــة الدراســـــة :

إنّ مـــن أبرز الخطوات التي يمرّ بها الباحث خلال دراسته العلمية، هي تحديـــد وضبط واختيار مجتمع بحثـــه، والعيّنـــــة المناسبة الممثّلـــــة تمثيـــلا دقيقا لهذا الأخير.

أ- **مجتمع الدراسة** : عـــرّف الباحث "مادلين قرافيت" مجتمع البحث بأنّه: "مجموعة عناصر لها خاصّة أو عدّة خصائص مشتركة تميّزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التّقصّي"[1].

انطـــــــلاقاً من كون دراستنا ترمي إلى توثيق ووصف طبيعة وعوامل مهارات قدمي برامج التلفزيون في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاح هذه المهارات في جذب واستمالة المشاهدين من طلبة "جامعة محمد بوضياف المسيلة " ، فإنّ مجتمع بحثنا يتمثّل في طلبة "جامعة محمد بوضياف بالمسيلة "

ب- **عينة الدراسة** : تعـــرّف العيّنة بأنّها" اختيار جزء أو مجموعة من المادّة، بحيث يمثّل هذا الجزء المجموعة كلّها، وهي تعدّ طريقة إحصائية سليمة في منطقها، وليس في أسلوبها.[2]

كما سبق فإنّ مجتمع البحث الذي استقينا منه عيّنتنا هو مجتمع الطلبة في جامعة "محمد بوضياف بالمسيلة " ،وتمثّلهم عيّنة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال سنة ثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص أتصال وعلاقات عامة وهي عيّنة قصدية.

والعيّنة **القصدية** تعرّف بأنّها" تلك العيّنة التي يقرّر الباحث مقدّما مفرداتها انطلاقا من كونه يحوز معلومات حول مجتمع معيّن، وتتضمّن هذه المعلومات ما يفيد بأنّ وحدات معيّنة، أو أفراد معيّنين من المجتمع تمثّل أو يمثّلون المجتمع، بالنّسبة لصفة معيّنة تمثيلا جيّدا".[3]

---

[1] – أحمد بن مرسلي: مرجع سابقة، ص 36.

[2] – عمر محمّد زيّان: مرجع سابق، ص 282.

[3] – مصطفى عمر التّير: **مقدّمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي**، الدّار الجماهيرية للنّشر والتّوزيع والإعلان، ليبيا، د ط، ص 121.

9/ حـــدود الدراســـة :

أن أي بحث يرسم هدف محددا من اجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية وهذه الدراسة لا تخرج عن هذا التقليد وبالتالي سنحاول رسم حدود لهذه الدراسة على النحو التالي :

1- الحدود المكانية :

تم إجراء هذه الدراسة في ولاية المسيلة جامعة محمد بوضياف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال مستهدفة بذلك طلبة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة .

2- الحدود البشرية :

متمثل في الجمهور المشاهد للقنوات الفضائية الخاصة الجزائرية وبالتحديد قناة الشروق الإخبارية " الشروق"News" الذين شملتهم.

3- الحدود الزمانية :

تمثل المراحل الزمنية التي مرت بها الدراسة ، بدأً بالبحث عن العنوان المراد البحث فيه وصولاً لقبول اللجنة العلمية للموضع في شهر ديسمبر 2015 ، بعدها قمت بالبحث وجمع الجانب النظري للدراسة حتى شهر فيفري2016 ، بعدها قمت بتوزيع الاستمارة على عينة دراستي المتمثلة في طلبة سنة ثانية ماستر تخصص أتصال وعلاقات عامة بتاريخ 2016/04/03،بعدها قمت بتحليل النتائج كمياً وشرحها وتفسيرها إلى أن وصلت للنتائج العامة لهذه الدراسة وأجبنا على الإشكالية والتساؤلات وتحرير الدراسة في شكلها النهائي في بداية شهر ماي 2016 .

11/ تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة :

1- الشخصية :

1-1- لغةً : أصل كلمة الشخصية في اللغة العربية أنها مشتقة من الفعل شخص، يشخص، تشخيصاً، شخص الطبيب المرض إذ حدد أوصافه وشخص المشكلة إذ حدد أبعادها.

أما في اللغة اللاتينية فإن أصل كلمة الشخصية أنها مشتقة من لفظ لاتيني و معناه القناع أو الوجه المستعار الذي يظهر به الشخص أمام الغير، وكان استعمال هذا اللفظ مرتبط بالتمثيل المسرحي في اليونان حيث يبدو الشخص للغير عن طريق ما يأتيه من حديث و حركات ظاهرة والغرض من استعمال هذا القناع هو تشخيص خلق الشخص الذي يقوم بدور من الأدوار المسرحية، فهو بمثابة عنوان لطباع الشخص و مزاجه الخلقي، ويشمل هذا المعنى الممثل: الدور الذي يقوم به أو الصفة الظاهرة (الوجه المستعار) الصفة الطبيعية (الممثل)، وربما كان ذلك على أساس أن " الدنيا مسرح والناس ليسوا إلا ممثلين على مسرح الحياة[1]

1-2- اصطلاحاً : يرى بيرت أن الشخصية هي : (ذلك النظام الكامل من الميول والاستعدادات الجسمية والعقلية ، الثابتة نسبياً ، التي تعد مميزاً خاصاً للفرد ، والتي يتحدد بمقتضاها أسلوبه الخاص في التكيف مع البيئة المادية والاجتماعية)[2]

1-3- التعريف الإجرائي : نقصد بها في دراستنا ، تلك الأنماط المستمرة والمتسقة نسبيا من الإدراك والتفكير والإحساس والسلوك والتي تبدو مجتمعة لتعطي القائم بالاتصال أو مقدم البرامج التلفزيونية ذاتيته المميزة كما أنها تكوين اختزالي يتضمن الأفكار والدوافع والانفعالات والميول وغيرها.

2- الاتصال :

2-1- لغةً : تعني كلمة الاتصال في اللغة العربية البلاغ ، فنحن نقول أوصله الشيء أو أوصل إليه الشيء أي أبلغه إياه. كما تعني أيضا ربط الشيء بالشيء، ومن هنا نقول استوصلت المرأة ، أي سألت أنْ يُوصل شعرُها بشعرِ غيرها. وقد تعني الأداة التي يتم بها الوصل، وتسمى الموصِّل، أو الموصِّلات، كما هو الشأن في علم الطبيعيات، حيث تشير إلى الأجسام التي تنقل خلالها

[1] – سيد محمد : **سيكولوجية الشخصية** ، دار الثقافة العلمية ، الإسكندرية ، 2001.

[2] – عبد الرحمان محمد : **سيسيولوجيا الاتصال و الأعلام** ، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ، 2002 ، ص 114.

الكهرباء. وقد تشير إلى الارتباط والتلاحم، حين يأتي الحديث عن التواصل. إذن فحسب الدلالات اللغوية لكلمة الاتصال، يتضح لنا أن عملية الاتصال تحدث بين طرفين، كما أنها تتم من خلال وسيلة، ويكون من آثارها حدوث ارتباط هذين الطرفين.

هذا وقد ورد المفهوم إلى اللغة الأجنبية (الغربية) من الأصل اللاتيني Communis والذي يعني المشاركة والاشتراك في الشيء، وهي تعني في اللغة الإنجليزية ذات الشيء.

أما في اللغة الفرنسية فتشير كلمة Communication في اللغة الفرنسية إلى عملية الاتصال، وإلى وقوعه« Action de communiquer, d'être en liaison » وإلى طرق الاتصال (طرق، قنوات، أنهار..) « Voies de – » وإلى الرابطة أو الوسيلة التي من خلالها يتم الاتصال... الخ { Collection Quillet }[1]

2-2- اصطلاحاً : يعرف قاموس أوكسفورد الاتصال بأنه : (نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات – بالكلام أو الكتبة أو الإشارات- ويتم تبادل المعلومات أو الافكار بين المرس ومستقبل أو بين مرسل ومستقبلين .فعندما نتكلم نريد من يسمعنا وعندما نكتب بريد من يقرأ لنا وعندما نستخدم الإيماءات والابتسامات نريد من يستقبلها ويستجيب لها بإيماءات مماثلة)[2]

2-3- التعريف الاجرائي: الاتصال ويقصد به في دراستنا هاته التفاعل الذي يحدث بين مقدم البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية وبين المتلقين من شباب وطلبة جامعيين في ضوء منبهات أو إشارات أو نظرات عن طريق استجابة الأشخاص إليها، ويستخدم مقدم البرامج تلك المنبهات كرموز فيتصل كل منها بالآخر، ومن ثم ينشآ اتصال فعال ويحدث الرضى .

3- مقدم البرنامج :

3-1- اصطلاحاً : هو الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية إلى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة .[3]

---

[1] – حسين خريف، **الاتصال: مفاهيم، أساليب وأنواع" في فضيل دليو وآخرين:** الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة– الجزائر ، 2003، ص9.

[2] – أبو العرقوب أبراهيم : **الاتصال الأنسان ودوره في التفاعل الاجتماعي** ، دار مجدلاوي ، عمان –الأردن ، 1993، ص 17.

[3] – شلبي كرم : **المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون** ، مكتبة التراث الإسلامي ، القاهرة ، 1992، ص 15.

3-2- التعريف الإجرائي :

يقوم مقدمو البرامج في القنوات الفضائية الخاصة بقراءة الأخبار وإجراء الأحاديث مع الضيوف المدعوين وإدارة المناقشات في التلفزيون. ويتلقون نصوص الأخبار والخطابات من إدارة التحرير كما يؤلفونها بأنفسهم جزئيا و يكتبون الملاحظات فيما يخص سير البرنامج وينسقون عملهم مع المخرجين وفنيي الكاميرا والصوت والإضاءة و يتمرنون معهم على سير البرنامج ويهتمون بتآلف نغمات الصوت وانبعاث وأفول الموسيقى أو الإعلان .وفي حالة بث البرنامج مباشرة يراعون مدة وسرعة خطابهم ليتماشى مع مدة البرنامج المحددة. ويحافظون على نطق واضح ويتلقون المكالمات لهاتفية من مستمعي البرنامج ويتكلمون معهم .

4-البرنامج التلفزيوني :

يعرف إجرائياً : أنه شكل من أشكال الإنتاج التلفزيوني ويكون هناك مقدم تلفزيوني يقود مجموعة من الجمهور ، بحيث يقوم مقدم البرنامج باختيار الموضوع، وعادة يكون في قضية من اهتمام الجمهور .

5- المهارات :

5-1- اصطلاحاً : هي السلوكيات والمهارات الشخصية والاجتماعية الأزمة للأفراد للتعامل بثقة واقتدار مع أنفسهم ومع الآخرين ومع المجتمع ، وذلك باتخاذ القرارات المناسبة والصحيحة وتحمل المسؤولية الشخصية والاجتماعية ، وفهم النفس والغير وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين وتفادي حدوث الأزمة والقدرة على التفكير الابتكاري. [1]

5-2- إجرائياً : يمكننا تعريف المهارات على أنها :

مهارات الاتصال هي من أهم المهارات التي لا يستطيع الانسان العيش بدونها ، حيث أن الانسان يرتبط بمن حوله ارتباطاً وثيقاً من أجل مواصلة الحياة بشكل طبيعي ، والاتصال هو واحد من أهم العمليات الاجتماعية ،و من اهم المهارات التي يجب أن تتوافر في المرسل مهارة التحدث والقدرة مهارات الكتابة ، مهارة القراءة، مهارة الاستماع .

[1] – عاصف حميدي : **العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع** ، دار مجدلاوي ، عمان ، 2004، ص20.

6-الجمهور :

6-1-الجمهور لغةً : جاء على (لسان العرب)أن :" الجمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره. وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم : أشرافهم، وفي حديث "ابن الزبير" إنا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه" أي جماعتها، واحدها جمهور . وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته، ومنه حديث النخعي أنه أهدي له بختج، قال هو الجمهوري، وهو العصير المطبوخ الحلال، وقيل له الجمهوري، لا عامة الناس يستعملونه أي كثرتهم، وعدد مجمهر: مكثر، والجمهرة: المجتمع ..." [1]

وقد استخدم لفظ "الجمهور " كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين (Audience) و(Public). رغم ما بينهما من اختلاف ، فاصطلاح(Public) يشير إلى المجموع العام للأفراد، أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح(Audience) إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أ يستمعون أو يشاهدون أياً من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءاً من (Public) ، بينما يلزم كي يكون جزءاً من (Audience) أن يقوم بعمل ما ، كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع .[2]

6-2- الجمهور اصطلاحاً : الجمهور عبارة عن عدد من الأفراد يشتركون عن أدراك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات، ويختلف هذا الشعور من جمهور إلى آخر، وغالبا ما تنفصل الجماهير وتختلف عن بعضها البعض مما يساعد على تكوين وسائل الاتصال العامة ، ومعظم أفراد الجماهير لا يتصلون اتصالاً مباشراً ببعضهم البعض ، إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون ويحصلون عليه من معلومات .[3]

ويمكننا القول مما سبق ان الجمهور عبارة عن جماعة من الأفراد لهم دور في عملية اتصالية ما ، تربطهم اهتمامات معينة ، لكن هؤلاء الأفراد ليسوا بالضرورة متحدي النظرة إلى هذه التقسيمات العديدة والمتنوعة للجمهور (حيث يقسم "هوويت" الجمهور مثلاً إلى : جمهور عنيد، حساس ، ...)

[1] – جمال أبو شنب: **الاتصال والأعلام والمجتمع(المفاهيم والقضايا والنظرية)** ، دار المعرفة الجامعية ، الأسكندرية – مصر، 2005،ص42.

[2] – رحيمة عيساني : **مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الحديدة في عصر العولمة الإعلامية**،ط1،مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة–الجزائر،2007م،ص58.

[3] – عاطف عدلي العبد: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام ، الأسس النظرية والإسهامات العربية** ،دار الفكر العربي ، القاهرة–مصر، 1997.

6-3- التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة نقصد بالجمهور هو ذلك المتلقي أو المتفاعل مع الرسائل والمضامين الإعلامية من خلال برامج القنوات الفضائية التي تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو أيدولوجية معينة وبالتالي تساهم في استمالته .

7- لغة الجسد :

7-1- اصطلاحا:

لغة قائمة بحد ذاتها، لها نماذجها المعبرة والمستقلة عن لغة اللسان وأن ترافقت معها في كثير من الأحيان .ويمكن تصنيف لغة الجسد في بابين : الوضع الذي يتخذه الجسد ككل أثناء عملية التفاعل بين الناس ، ومن ثم عالم الحركات والأشرات الجسدية الواسع .[1]

التعريف الإجرائي : ونقصد بلغة الجسد في موضوع دراستنا الإشارات والحركات الجسدية التي تصدر عن مقدمي برامج التلفزيون في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية والتي يكون مرادفاً لما يقولونه شفوياً وإما لإثارة الشك والريبة أو لإخفاء شعور باطني أو للإيحاء بشيء أو أتجاه معين .

12/ المـــدخل النظـــري للدراســـــة :

1- مدخل الممارسة المهنية :

يتطلب قيام المؤسسة كمطلب اجتماعي وجود المبدأ أو الفكرة العامة أو الهدف من قيام المؤسسة بجانب البناء الذي يعني في الإطار هذا المفهوم الوسائل المستخدمة لتحقيق الفكرة ويشمل مفهوم الوسائل المستخدمة الوسائل المادية والوسائل الإنسانية التي تتمثل في مفهوم القائم بالاتصال فيما يتعلق بالإعداد والإنتاج الفني للمواد الإعلامية بأنواعها بجانب العاملين في المجالات المساعدة الأخرى و الذين يتعاونون مع القائم بالاتصال في انجاز الأهداف في حدود الأدوار و الوظائف التي تحددها المواقع التنظيمية للبناء المؤسساتي.

كما يتأثر المنتج النهائي للمؤسسة والمحتوى الإعلامي بالفكرة والمبدأ، فإنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال وخصائصها.

وعلى الجانب الآخر تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في المؤسسة

[1] – عبد الهادي : **لغة الجسد** ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، مصر ، 2008، ص 88.

الإعلامية، وقنوات الاتصال في هذا التنظيم والتأهيل العلمي والمهني، ثم اتجاهات العلاقة الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي Job satisfaction . [1]

وتعكس بعد ذلك اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها قوة المؤسسة الإعلامية ودورها في المجتمع.

أصبحت السياسة الاقتصادية لمؤسسة الإعلام وتفاعلها مع البيئة الاجتماعية والسياسة مداخل أساسية في دراسة هذه المؤسسات، فإن البناءات التنظيمية وعلاقات الدور بجانب الممارسة المهنية والحرفية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى في البحث والدراسة.

الناتج الإعلامي لا يتعلق فقط بالعوامل الخارجية في البيئة أو السياق الاجتماعي ، أو جمهور المتلقين أيضاً ، ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية، والتي تتأثر هي نفسها باتجاهات التنظيم وبنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات ، مما يثير البحث في هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها، وآثارها في حركة العملية الإعلامية وخرجاتها.

ولذلك يمكن استشارة العديد من موضوعات البحث أو مشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدخل الممارسة المهنية، والتي يمكن تصنيفها في أتجاهين رئيسيين :

أ- **الاتجاه الأول** : وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والأدرية والمالية في أطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية في المجالات المذكورة أو الأعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية .

وهذا الوصف هو الذي يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة في مجال من هذه المجالات .

ويدخل في هذا الاتجاه عدد من البحوث والدراسات مثل :

- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة بالقائم بالاتصال والعاملين في مجالات التنظيم والإدارة.
- وصف التأهيل العلمي والمهني لهؤلاء الأفراد .

[1] – عزام أبو الحمام :**تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الإنترنت العربية :من وجهة نظر المحررين**، (جامعة الشرق الأوسط، قدمت هذه الرسالة استكمالا لنيل درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام)، 2011، ص13 .

- وصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد والإنتاج والتقديم بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية .
- وصف الأدوار والمواقع التنظيمية والمراكز في أطار الوصف الكلي للإطار التنظيمي للمؤسسات أو الوسائل الإعلامية.
- وصف الممارسات الإدارية والمالية ، واتجاهات صنع القرار في هذه المجالات. [1]

ب- **الاتجاه الثاني** : وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في أطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة، وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية .

ذلك أن الممارسة المهنية- كما سبق وأوضحنا _ هي محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة.

ولذلك يمكن أن يثير هذا الاتجاه البحث في عدد من الموضوعات مثل :

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها واتجاهات السياسات المالية والإدارية.
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها ومراكز صنع القرار وتأثيراتها وتوزيع الأدوار في التنظيم
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة ومستواها واتجاهات السيطرة والضبط والرقابة غير المباشرة داخل المؤسسة
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها وعلاقاتها بمستوى الرضا الوظيفي بعناصره المتعددة .
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامي وخصائصه واتجاهاته.
- الدراسات المقارنة لهذه العلاقات- التي تمثل الممارسة المهنية طرفاً فيها – بين المؤسسات الإعلامية في النظام الواحد أو بين النظم الإعلامية وبعضها.

وتتميز الدراسة والبحث في أطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من الكثير من العلوم والدراسات الإنسانية الأخرى مثل الدراسات المالية والإدارية وكذا الدراسات الخاصة بعلم الاجتماع .

[1] – محمد عبد الحميد : **البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ،ط2، القاهرة ،2004 ، ص 50.

خاصة أن العديد من الدراسات الخاصة بمدخل الممارسة المهنية تعتمد بالدرجة الأولى على نظريات الإدارة واسلوك والاجتماع المهني التي تفيد كثيراً في لإثراء المعارف الخاصة بالعملية الإعلامية في أطارها التطبيقي[1]

و تعتمد دراستنا على الاتجاه الأول المتعلق بوصف التأهيل العلمي والمهني للقائم بالشخص القائم بالاتصال و كذا وصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد والإنتاج والتقديم بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية .

13/ الدراسات السابقة :

حرصاً على الاستفادة مما تم تقديمه من خلال النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات التي تناولت نفس الموضوع موضوع البحث أو المشاهدة له وبعد قراءة متأنية فيما أتيح لنا من دراسات ، وجدت فقط دراسة سابقة واحدة خاصة تعنى بهذا الموضوع وهي أردنية بعنوان " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية " –قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً – " وهناك بعض الدراسات التي من الممكن أن أعتمدها مرجعاً ، وأنسب ما يمكن إدراجه في إطار الدراسات السابقة هو ما تم تقديمه في الدراسات التالية :

1- **الدراسة الأولى : محمد فايز عبد عابد : مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية " – قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009** ، دراسة أردنية ،[2] تناولت إشكالية أساسية منصبة حول عوامل جاذبية بعض مقدمي البرامج في القناة ومهاتاهم الذاتية ، وكانت صياغتها ،"هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الإخباري ، أو سعيها للوصول إلى الحقيقة ، أو أن هناك عوامل أخرى تتعلق بجاذبية بعض مقدمي البرامج؟ "وانبثقت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية وهي تهتم بجوانب عوامل المهارات الذاتية لمقدمي البرامج التلفزيونية واستمالتهم لجمهور الطلبة، ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية وفقاً للمشاهدين من طلبة الجامعات الاردنية ؟،هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين من الجامعات الأردنية (الجنس، العمر ، نوع الجامعة ، مكان السكن ،...) ، وهل

[1] – مرجع نفسه ، ص ص 51-52 .

[2] – محمد فايز عبد عابد : **مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية " – قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً** ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009 ، ص3.

تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لأنماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة ، كيفية اختيار البرنامج ، البرامج المفضلة ، السلوك أثناء المشاهدة ، الهدف من المشاهدة) ، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية فيما يتعلق بجذب جمهور الطلبة من الجامعات الأردنية ، وتعتمد هذا الدراسة على المنهج الوصفي ، حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة مسحية من الطلبة في الجامعات الأردنية ، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات المسجلين بالجامعات الأردنية ، جامعة اليرموك ، جامعة البتراء ، وجامعة الشرق الأوسط ، المسجلين في الفصل الأول من السنة الجامعية 2010/2009 ، و حجم العينة 526 طالب وطالبة ، حيث كان نوع العينة عشوائية وتوصلت الدراسة إلى نتائج وهي :

- أن أبرز العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية وفقاً للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل مهارات التحدث ومهارات عوامل فنية مهمة بدرجة عالية ، أما لغة الجسد ومهارات الاستماع بدرجة متوسطة .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في المتوسطات الحسابية لمجالات (لغة الجسد ، مهارات التحدث ، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس .
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمجال لغة الجسد ومجال مهارات الاستماع ومجال عوامل فنية ومهمة كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية تبعاً لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية (من 24-35 سنة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية في مجالات الدراسة الأخرى (مهارات الاستماع ، مهارات التحدث ، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير نوع الجامعة .
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير عادات وأنماط المشاهدة . [1]

[1] – المرجع نفسه ، ص ص 89-90.

2- الدراسة الثانية : عادل عبد الغفار: تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ، دراسة مكملة لشهادة الدكتوراه ، جماعة القاهرة، 2008.

قام بها الدكتور عادل عبد الغفار من جامعة القاهرة لتقييم الآداء المهني للقنوات الفضائية كالجزيرة والعربية وقناة النيل ، حيث هدفت دراسته إلى :

- معرفة درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات العربية الإخبارية كمصادر للمعلومات .
- تقييم مستوى الأداء المهني على مستوى نشرات الأخبار والبرامج المقدمة بهذه القنوات .
- تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الإخبارية العربية .

و خلصت الدراسة بنتائج حول القنوات الإخبارية المذكورة في هذه الدراسة، حيث دعت الدراسة إلى ضرورة قيام قناة الجزيرة بالتركيز على الدقة في تقديم الأخبار، وليس السعي فقط إلى السبق الصحفي ، وضرورة توخي لغة إعلامية عاقلة وهادئة ومتوازنة بعيداً عن العصبية والانفعال ، لأن ذلك يؤثر على أداء مقدمي برامجهم الإخبارية .

كما دعت الدراسة قناة العربية إلى الابتعاد عن النمطية والرتابة في تقديم البرامج الإخبارية، اما بالنسبة لقناة النيل فدعت الدراسة إلى ضرورة القيام بتطوير أداء مقدمي البرامج الإخبارية لديهم ، وتنمية مهارات القائمين بالاتصال بشكل دائم ومستمر .[1]

[1] – عادل عبد الغفار: **تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية** ، دراسة مكملة لشهادة الدكتوراه ، جماعة القاهرة ، 2008، ص 125.

1- الدراسة الثالثة : مصطفى عبد الفتاح: المقدم التلفزيوني ومهاراته الاتصالية ، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 1987.

وتمت صياغة الإشكالية على النحو التالي : ماهي أهم عوامل جاذبية مقدمي التلفزيون في القنوات الأجنبية ؟ وتندرج ضمن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية :

- ماهي المتغيرات التي تتحكم في تحديد اتجاهات الجمهور نحو برامج التلفزيون ؟
- إذا كانت برامج التلفزيون الوطني لا تلبي رغبات الجمهور فما هي الأسباب ؟
- لماذا يقبل الجمهور في العالم العربي على متابعة برامج القنوات الأجنبية ؟

وهناك فرضيات للدراسة :

- اتجاهات الجمهور نحو البرامج التي تبثها المؤسسة الوطنية للتلفزيون لاعتقاده أنها ليست في مستوى تطلعاته .
- تؤثر متغيرات الجنس، المستوى التعليمي ،الوظيفة ودرجاتها تأثيرا كبيرا في تحديد أفراد الجمهور نحو برامج التلفزيون .
- إن القائمين على البرمجة يحملون قيم واتجاهات الجمهور .
- غزارة المادة الإعلامية والتقنيات العالية في العمل الإعلامي وأيضا تعويض النقص في القناة التلفزيونية الوطنية .

فقام بدراسة العناصر الاتصالية الثلاث وهي :

- العنصر اللفظي : وهو الرسالة نفسها – الكلمات التي نقولها .
- العنصر الصوتي : هو الترنم – ورنين الصوت الذي ينقل تلك الكلمات .
- العنصر البصري : هو ما يراه الناس مرتسماً على وجهك وجسمك .[1]

وأيضاً درس الفرق بين مصداقية العناصر الصوتية والبصرية واللفظية ووجد أن درجة التناقض بين هذه العناصر الثلاثة كانت العامل الذي يحدد المصداقية فعندما تنقل رسالة متناقضة في كلامك مع شخص آخر فإن الذي يحدث كما توصل له الدكتور هو الآتي :

[1] – مصطفى عبد الفتاح: **المقدم التلفزيوني ومهاراته الاتصالية** ،رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ، 1987، 29.

2- لفظي :7%

3- صوتي : 38%

4- بصري:55%

5- المجموع :100%

وهذا في حالة ما كون الرسالة متناقضة، أما في حالة كون الرسالة متوافقة فإن العناصر الثلاث تعمل معاً وبصورة متساوية لنقل الرسالة فحماسة الصوت وإثارته تعملان مع نشاط الوجه و الجسم وحركاتهما ليعكسا الثقة والتصديق بما يقال.[1]

تقييم الدراسات السابقة :

من خلال الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة فهي تعتبر ذات أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين والأكاديميين، وقد يستفيد الباحثون والجهات المعنية الأخرى بشرط أن تكون هذه الدراسات تتعلق بمضامين بحوثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة أو تحقق أهدافهم من ما توصل إليه الباحثون من نتائج قد تسهم في لإثراء مواضيعهم البحثية والتي من شأنها تعرف النقائص التي سبقتها في الدراسة التي سبقتها .نلاحظ أن الدراسات التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة بالرغم من قلتها فإنها تناولت إلى حد ما بعض جوانب الدراسة حيث أشاره إلى المهارات التي ينبغي أن يكتسبها مقدمي برامج الإذاعة والتلفزيون ، وعناصر جاذبية مقدمي البرامج التلفزيونية.

- أظهرت الدراسات السابقة اهتمام بمقدم البرنامج التلفزيوني و طرق جذبه للجمهور المشاهد والتأطير والتكوين في مهارات الاتصال ولغة الجسد و كيفية الكلام والاستماع ، وأن هناك اهتمام بحثي حول هذا المجال.
- أظهرت الدراسات السابقة رغم نقصها اهتمام بتطوير أسليب الاتصال لمقدمي برامج الإذاعة والتلفزيون وكيفية تعامله مع الجمهور من جهة ومع المعدات التقنية من جهة أخرى .
- أهملت بعض الدراسات السابقة البحث العميق في المهارات المهمة لمقدمي البرامج التلفزيونية التي تساهم جذب جمهور المستمعين والمشاهدين.
- لا توجد دراسات في الجزائر تهتم بمقدمي البرامج نظراً لحداثة فتح القطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر.

[1] – مرجع نفسه ، ص 30.

14/ صعوبات الدراسة :

كأي باحث و أثناء أجراءه لدراسة يتعرض لصعوبات وعراقيل ، سواء كانت في مرحلة الإعداد والنظري أو في الإجراء الميداني ، خاصة ما يميز دراستي " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة المشاهدين " عن الدراسات السابقة هو محاولة أخذ آراء عينة من طلبة الجامعات الجزائرية " جامعة محمد بوضياف بالمسيلة " خلال السنة الجامعية (2016/2015) ، الأمر الذي جعل هذه الدراسة جديدة و غير متناولة من قبل ، و من بين الصعوبات التي واجهتني :

- باعتبار ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر في الأونة الأخيرة وحديثاً فقد وجدت قلة في الدراسات تتناول هذا الموضوع بالإضافة إلى قلة الكتب خاصة فيما يتعلق بجانب مقدمي البرامج التلفزيونية.
- صعوبة استرجاع الاستمارة من المبحوثين خاصة وأنها تزامن توزيعها مع العطلة الربيعية.
- ندرة الدراسات السابقة والصديقة التي تناولت القطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر وبالذات مقدمي البرامج في هاته القنوات ومستواهم المهني والتكويني .
- صعوبة الوصول والحصول على المعلومات المتعلقة بهذا الموضوع .

الإطـــار النظـــري

للدراسة

الفصـــــل الأول

الاتصال الإنساني ولغة الجسد

تمهيد

المبحث الأول : تعريف الاتصال

المبحث الثاني : أشكال الاتصال

المبحث الثالث : مراحل الاتصال

المبحث الرابع : عناصر و أهداف الاتصال

المبحث الخامس :وظائف وخصائص الاتصال

المبحث السادس : الاتصال الجماهيري

المبحث السابع : خصائص الاتصال الجماهيري

تمهيـــد

يعتبر الاتصال عملية اجتماعية هامة لا يمكن أن يعيش بدونها الإنسان أو المنظمات أو المؤسسات على المستوى المجتمعي ككل، وهذه العملية ينبغي أن تقوم على الصراحة والوضوح ودقة الأخبار والمعلومات.

ويشترط الالتزام بالمعايير الاجتماعية السائدة في مجتمع ما ، حيث أن علم الاتصال يدرس هذه الظاهرة الاجتماعية دراسة منتظمة .

في هذا الفصل سنحاول التطرق إلى الاتصال الانساني ولغة الجسد من خلال تعريفه والتطرق إلى مراحله وعناصره وأهدافه ، وأهم وظائف وخصائص الاتصال ، وفي الأخير التطرق إلى الاتصال الجماهيري وخصائصه.

الفصل الأول :الاتصـــال الإنســـاني ولغـــة الجســـد

المبحث الأول : تعريف الاتصال

هـــناك تعاريف عدة للاتصال وهي :

يـــعرف قاموس أوكسفورد الاتصال بأنه : (نقل وتوصيل او تبادل الافكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة او بالإشارات و يتم تبادل المعلومات او الافكار بين المرسل والمستقبل أو بين مرسل ومستقبلين . فعندما نتكلم نريد من يسمعنا وعندما نكتب نريد من يقرأ لنا وعندما نستخدم الإيماءات والابتسامات نريد من يستقبلها ويستجيب لها بإيماءات مماثلة).[1]

يـــرى الموسى أن الاتصال هو : عملية نفسية اجتماعية قائمة على تبادل الرموز الدلالية بين طرفين في وضع اجتماعي بهدف تحقيق آثار محددة .[2]

عـــرف "ستيفتر" الاتصال في علم النفس بأنه : " استجابة الكائن الحي المميز إزاء محرض ".

عرفه التربوي " جون ديوي " نقلاً عن النمر بأنه :" عملية مشاركة في الخبرة بين شخصين أو أكثر حتى تعم الخبرة وتصبح مشاعة بينهم ـــ ويترتب عليه حتماً إعادة تشكيل المفاهيم والتصورات السابقة وتعديلها لكل طرف من الأطراف المشتركة في هذه العملية ".

نلاحظ في هذه التعاريف أن النتيجة المرتبة على الاتصال، هي إعادة تشكيل المفاهيم والتصورات وتعديلها.

عـــرف " شارما" الاتصال بأنه : رسالة تؤثر في سلوك المستقبل ، وهو عملية تنتقل بواسطتها فكرة مرسلة من المصدر إلى المستقبل لإثارة اتباهه أو لإحداث تغيير في سلوكه".

ويعرفه غريب عبد السميع – متخصص في الخدمة الاجتماعية – بقوله إنه :

"عملية اجتماعية تتم بين طرفين أو أكثر باستخدام أداة أو أكثر من ادوات الاتصال ، بغرض أن تصير الخبرة مشتركة بين أطراف هذه العملية " [3]

مـــن كل التعريفات التي سبقت فإن ما يناسب هذه الدراسة منها، هو التعريف الذي أورده الدكتور " أبو عرقوب "، لأنه يشمل شرح الاتصال ويتطرق **للغة اللفظية وغير اللفظية** فيه التي تهم الدراسة.

---

[1] – أبو عرقوب إبراهيم : **الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي** ، دار مجدلاوي للنشر ، عمان ، 2005، ص 17.

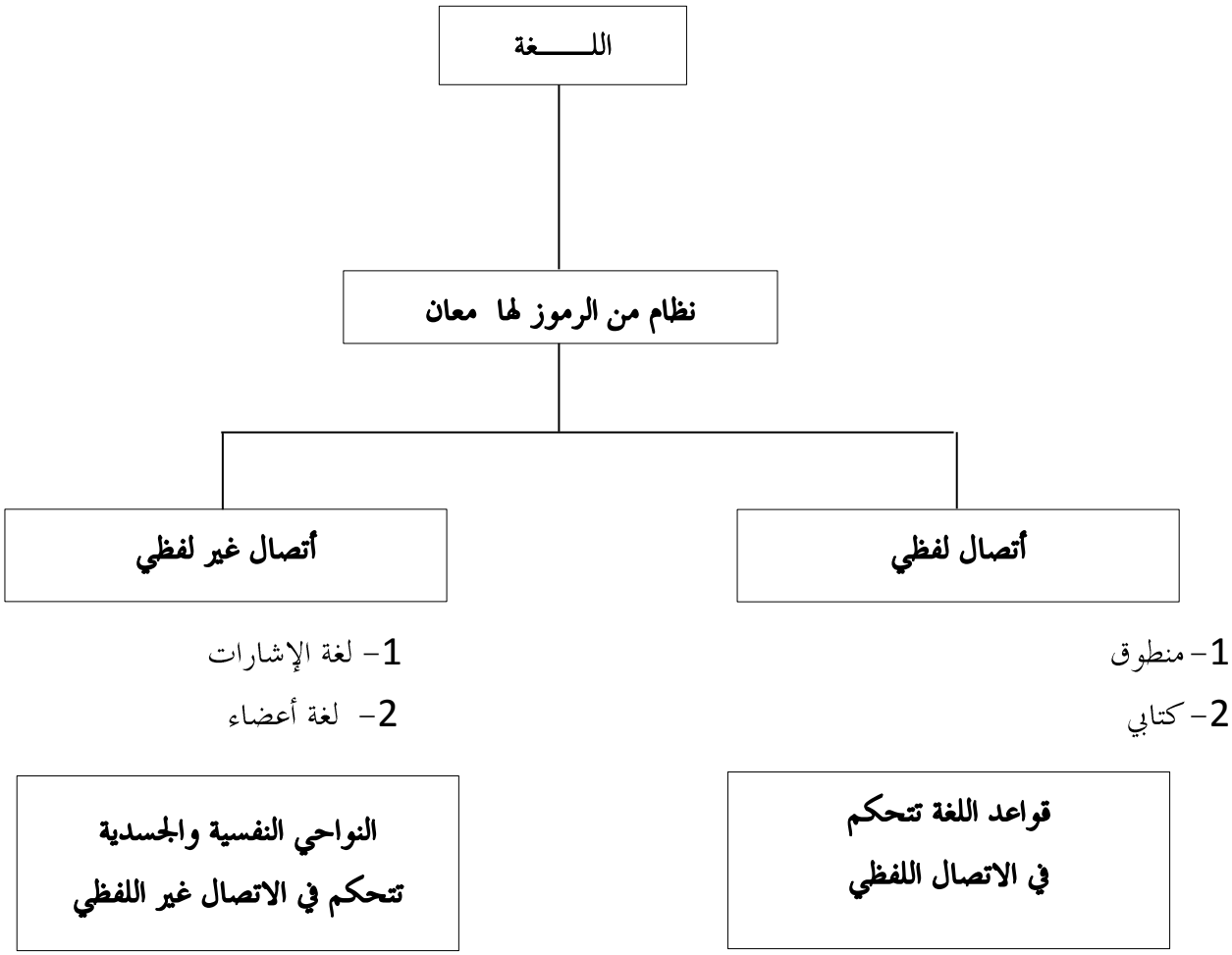
[2] – الموسى عصام : **المدخل في الاتصال الجماهيري** ، مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع ، الكويت ، 1997 ، ص 20 .

[3] – عبد الحميد مهدلي : **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية** ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 2004، ص 05.

المبحث الثاني : أشكال الاتصال [1]

تأخذ اللغة التي هي أداة الاتصال والتفاهم بين الناس الشكل التالي :

الاتصال اللغوي



شكل رقم (01) : أشكال الاتصال الإنساني

[1] – أبو عرقوب إبراهيم : مرجع سابق ، ص 22.

أ- أوجه التشابه بين الاتصال اللفظي وغير لفظي :

الاتصال اللفظي	الاتصال غير لفظي
1-من أنتاج الإنسان 2-يستخدم رموزاً على شكل كلمات منطوقة ومكتوبة 3- يستخدم رموزاً لها معان	1- من أنتاج الإنسان 2- يستخدم رموزاً على شكل إشارات وحركات 3- يستخدم رموزاً لها معان

شكل رقم (02) :يوضح أوجه التشابه بين الاتصال اللفظي وغير لفظي

ب-أوجه الاختلاف بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي : [1]

الاتصال اللفظي	الاتصال غير لفظي
1- تتحكم قواعد اللغة في الاتصال اللفظي 2-الاتصال اللفظي مقصور على ثقافة واحدة ويحمل معاني محددة للجماعة الداخلية يعتقد عدد كبير من العلماء بأن الاتصال اللفظي يمكن أن يناشد العواطف	1- تتحكم ضرورات أو عوامل بيولوجية في الإيصال غير لفظي 2- لغة الإيصال غير اللفظي عالمية فالابتسامة مثلاً تعني نفس الشيء لكل الناس في العالم ولكن هناك بعض الرموز يختلف معناها من ثقافة إلى أخرى 3- يعتقد عدد كبير من العلماء بأن الإيصال غير اللفظي مفعم بالعواطف أو يمكن أن يناشد العواطف بقوة، فهو أصدق تعبيراً عن المشاعر والأفكار من الاتصال اللفظي

شكل رقم (03) : يوضح أوجه الاختلاف بين الاتصال اللفظي وغير لفظي

الاتصال اللفظي هو الاتصال الذي يتم عبر الكلمات والألفاظ ، بحيث يتم نقل الرسالة الصوتية من فم المرسل إلى آذن المستقبل. الاتصال اللفظي له مدى واسع من المدلولات، حيث تلعب اللغة المستخدمة ودرجة الصوت ومخارج الألفاظ دوراً كبيراً في أضافة معان أخرى للرسالة .[1]

[1] – أبو عرقوب إبراهيم : مرجع سابق ، ص 23.

أما الاتصال غير لفظي هو الاتصال الذي لا تستخدم فيه الألفاظ أو الكلمات ، ويتم نقل الرسالة غير اللفظية من خلال لغة الجسد ((كتعبيرات الوجه ، الإيماءات ، حركات اليدين واللمس))

وكذلك يمكن اعتبار التعبيرات الصوتية من الرسائل غير اللفظية فصوت المشرف أو المعلم مثلاً قد يمدنا بكثير من المعلومات فمن خلاله يمكن معرفة مشاعره، مزاجه الشخصي من هدوء أو انفعال، مرح أو اكتئاب ، حياء أو انطواء [2].

وما يهمنا هنا أكثر الاتصال غير اللفظي لما له من تأثير كبير في العلوم الاتصالية ومن أشكال هذا الاتصال غير اللفظي :

- **تعبيرات الوجه :**

من أهم أشكال الاتصال غير لفظي ، حيث يعد الوجه ذا ميزة اتصالية فطرية، ويمكن تعلم مهارات الاتصال الخاصة به بالتعلم، لأن العضلات الجزئية الموجودة به ، مثل الفم والأنف والشفاه والخدين إلى حد ما ذات ميزة تعبيرية بينة [3] .

الوجه بإمكانه إعطاء رسالة مهمة في الاتصال غير اللفظي ، كطرح الأسئلة ، وإظهار الشك ، وإظهار المفاجأة ، والحزن ، والسعادة ، وثروة كبيرة لرسائل اتصالية غير لفظية .

- **العينان :**

أكثر مناطق الوجه تعبيراً هي منطقة العينين، فالعينان من الأدوات الاستراتيجية في نقل الرسائل والمعاني غير اللفظية. ولذا فإن العين قد تعطي كل الإشارات البشرية الأكثر كشفاً ودقة من دون كل الاتصالات، لأنها نقطة بؤرية على الجسم.[4]

---

[1] – صلاح مخيمر وعبدو ميخائيل: **علم النّفس الاجتماعي**، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط2، 1968، ص147.

[2] –ابن منظور: **لسان العرب ،مج2** ، دار الحديث للنشر والتوزيع ،القاهرة ،2003

[3] – أحمد يحي الزّق: **علم النّفس**، دار وائل للنّشر، القاهرة، ط1، 2006، ص 273.

[4] –عبد الحميد عمر : **مبادئ الاتصال التربوي والإنساني** ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، 2001 ، ص 8.

- **حركات الأيدي واللمس :**

تستخدم اليدان في التعبير عن كثير من الرسائل غير اللفظية، وتعد اليدان من أهم الأدوات التي أدت إلى تطوير البشرية ، حيث إن هناك الكثير من الروابط بين الدماغ وبين اليدين أكثر من أي جزء آخر من الجسم . وتعد المصافحة من أكثر حالات اللمس التي يمكن من خلالها نقل العديد من المعاني ، فالمصافحة الحارة تنم المودة بينما المصافحة الفاترة عن سوء العلاقات أو عدم الترحيب، والمصافحة العادية تتراوح بين ثلاث أو ربع هزات ، بينما إذا أستمرت لفترة طويلة فقد تحمل معنى التهديد للطرف الآخر . كما أن المصافحة مع وضع اليد اليسرى على يد كتف الطرف الآخر تدل على الإخلاص ، ولذلك يستخدم رجال السياسة هذا النوع من المصافحة كوسيلة لتنمية العلاقات مع بعضهم البعض .[1]

- **الصوت :**

إن صوت المقدم التلفزيوني يعد من أهم أدوات العملية الاتصالية، كما أن المقدمين المحترفين يملكون أصواتاً ممتازة وقوية .

إن مقدمي الراديو من المهم أن تصل رسالتهم الصوتية بشكل جيد ، بينما في التلفزيون قد تقل أهمية نظراً لعدم اعتماد الشاشة على الصوت فقط .

لا شك أن صوت المقدم التلفزيوني هو الأداة الرئيسية مع المستمعين والمشاهدين ، وكذلك هو الأداة التي سيظل يستخدمها طيلة حياته مادام قد أختار هذا العمل، ولذا يتحتم عليه الاهتمام بهذه الأداة وبذل كل ما في وسعه ليصقل صوته ، وأن يعني عناية خاصة بفن الإلقاء الذي هو فن نطق الكلام على صورة توضح ألفاظه ومعانيه [2].

---

[1] – شلبي كرم : **المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون** ، مكتبة التراث الإسلامي ، القاهرة ، 1992 ، ص 32.

[2] – مجد هاشم الهاشمي: **تكنولوجيا ت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته**، دار أسامة للنشر والتوزيع ،القاهرة ، ص 29.

- **إنتاج الكلام :**

بالرغم من أن الإنسان يمتلك جهازاً خاصاً بإنتاج الأصوات هو الجهاز الصوتي ، إلا أن الصوت القوي (الكامل) لا يتعلق بهذا الجهاز فقط، بقدر ما يتعلق بالحالة العامة للمؤدي أو المتحدث بشكل عام ، والتي تشمل على :

1- الموقف العقلي والعاطفي من الموضوع أو المادة التي يقرأها أو يتحدث عنها الشخص .

2- طبيعة الجهاز العصبي أثناء القراءة أو تقديم الموضوع .

3- الحالة الصحية للمؤدي .

ومـــن هنا من الضروري أن تعمل هذه الجوانب الثلاث معاً في وقت واحد ، وفي توافق وإحكام دقيق وسهولة، أي تعمل العضلات وهي التي تؤسس النغمة الصوتية ، مع الحالة الذهنية والعاطفية وهي التي تشكل طبيعة الصوت، مع الأعضاء التي تقوم بتلوين الصوت وتنويعه وتضخيمه. [1]

إن هذه الجوانب الثلاث تشتمل على الأسس والقواعد الرئيسية لعملية إنتاج الصوت والكلام والتي تتضمن خمسة عناصر وهي :

1- الموقف Attitude

2- التنفس Breathing

3- النطق Phonation

4- الرنين Resonance

5- التنويع Variety

وسوف يتم عرض كل عنصر من هذه العناصر فيما يلي :

1- الموقف (Attitude) :

يتأثر الصوت بطبيعة التفكير والمشاعر ، حيث إن الحالات العقلية المؤقتة التي تنطوي على إثارة مثل الخوف أو الغضب ، تؤثر على الجهاز العصبي أي تحرك العاطفة ، ومن ثمة تؤثر على الصوت لأن طبيعة الشخص ومزاجه ومواقفه تتحكم في نغمات الصوت[2] .

[1] – شلبي كرم : مرجع سابق ، ص34.

[2] – محمد جمال الفار: **المعجم الاعلامي** ،دار اسامة للنشر والتوزيع ،عمان،2010 ، ص 22.

2- التنفس :

التنفس هو التحكم أو السيطرة بالنسبة للصوت والكلام ، وتتركز قوته في المنطقة المركزية لتجويف البطن (أعلى البطن وأسفل الصدر) ، ويؤدي التحكم المركزي في التنفس إلى وضوح النغمة ، والقدرة على إنتاج تنويعات حساسة في درجة الصوت وشدته .

3- النـــطـــق :

يخرج الصوت على شكل موجات تتعدل وتتشكل في التجاويف الثلاثة ، حيث يقوم كل من اللسان والشفتين وسقف الحلق بوظيفة في عملية التشكيل والتعديل هذه ، فاللسان والشفتان يأخذ كل منهما أشكالاً مختلفة من حرف إلى أخر .

4- الرنين :

أن نغمات الصوت الأساسية ضعيفة بطبيعتها ومتشابهة ، ومن ثم ينبغي أن تضخم (تكبر) لكي تسمع ولكي يتميز بعضها عن بعض الآخر سواء من حيث الخاصية أو الإيقاع . وذلك أمر ضروري لإثراء هذه النغمات من جهة ولتوصيل الدلالات والمعاني من ناحية آخري .

بالنسبة للصوت البشري فأن خاصية النغمة وطبيعتها تتكون أولاً في الحلق ومن هنا جاء التأكيد على ضرورة أت يكون الحل مفتوحاً مسترخياً ومرناً أثناء الكلام ، لأن ذلك يساعد على إيجاد النغمات الفرعية بوفرة ، إما الحلق المضغوط أو الذي لا يتسم بالمرونة فأنه ينتج نغمات فرعية أقل. [1]

5- تنويع الصوت :

من الضروري أن يكون صوت المقدم في التلفزيون قادراً على التكيف بسهولة مع الحالة أو المعنى أو الموقف المطلوب ، وكذا ينبغي على المقدم أن يستجيب للمشاعر والأحاسيس التي تمليها كلمات أو مواقف معينة .

[1] – الفيروز أبادي مجي الدّين بن يعقوب: **القاموس المحيط**، مؤسّسة الرّسالة للطّباعة والنّشر والتّوزيع، بيروت، دط، 1987، ص 350

إن الصوت البشري أثناء الحديث ، يمكنه أن يعكس أو يعبر عن شيء يمكن تخيله سواء ما يتعلق بالمعنى أو الشعور. ويتم ذلك بواسطة التنويع في درجة الصوت (Pitch) والمدة الزمنية التي يستغرقها نطق الكلمة أو الكلمات (Time) وقوة الصوت أو الضغط الصوتي على كلمة من الكلمات أو جزء منها (Force) أي درجة الصوت وشدته .[1]

- **حركات الأرجل :**

تحمل حركات الأرجل المعاني التالية :

الحياء والوقار، التعظيم والاستكبار والقصد لحاجة مهمة والإثارة، والحذر، والسرعة والإقدام.[2]

- **المظهر العام :**

المظهر العام هو هيئة الإنسان من حيث الطول والقصر والنحافة والبدانة ، والضعف ، والقوة والصغر ،والكبر ، والصحة ،والمرض ، ولون البشرة ، والعينين ، والشعر والملابس التي يرتديها

فالملابس تعطينا معلومات عن مكانة الشخص الاجتماعية ودينه ومهنته وبلده وعائلته وجنسه ذكراً أم أنثى أو أبيض أو أسود ورتبته في مؤسسته، وثقافته ، وسنه وحالته النفسية.[3]

من المهم أن نعلم بأن لباس الأنسان هو في الحقيقة رسالة لا بد لها أن تزودنا بمعلومات عن شخصيته وفكره وانتماءاته . و كلما تناسقت هذه الرسالة مع المحتوى ، حققت أهدافها بشكل أوضح .

فالمظهر العام يعطينا هوية اجتماعية في المجتمع الذي نعيش فيه ، فاستجاباتنا الشخصية للناس واستجاباتهم لنا تعتمد على مظهرنا العام ، أي على جوانب شخصيتنا الموروثة والمكتسبة .

- **هيئة الوقوف :**

تعد هيئة الأنسان سواء كان واقفاً أو جالساً شيئاً معبراً عن شخصيته، فتارة يوحي ذلك بضعف الشخصية ،وأخرى بالتعب، وثالثة بالاتزان، ورابعة بالتكبر ،حيث أن هيئته تعكس مضمون رسالته. [4]

---

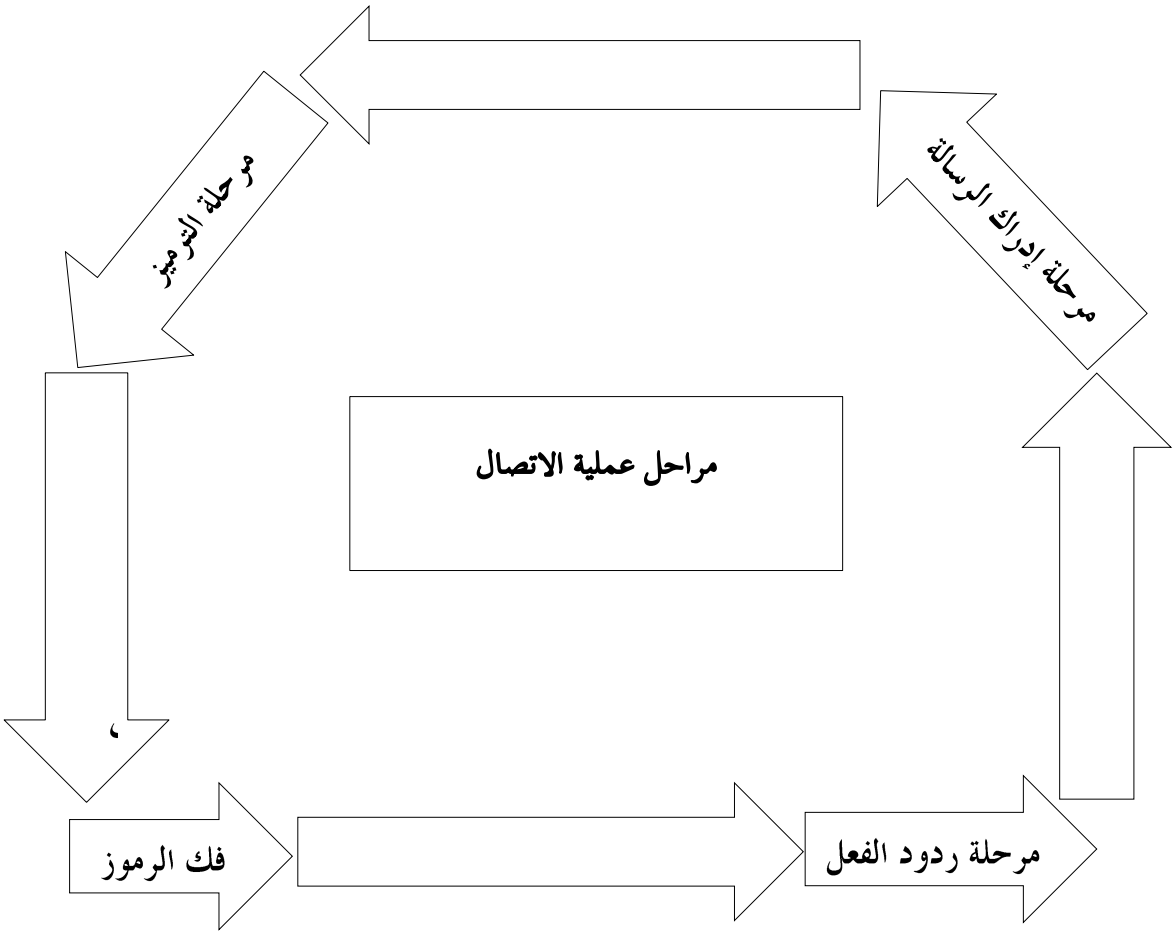
[1] – شلبي كرم : مرجع سابق ، ص35.

[2] – طه الدروبي : **كيف تحلل شخصية جليسك** ، دار عالم الثقافة ، عمان – الأردن ، 2004 ، ص 52.

[3] – مصطفى سويف: **مقدّمة لعلم النّفس الاجتماعي**، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط2، 1966، ص326.

[4] – شلبي كرم : مرجع سابق ، ص 139 .

المبحث الثالث : مراحل الاتصال



شكل رقم (04) : يوضح مراحل عملية الاتصال

1- **مرحلة إدراك الرسالة** : يقوم المستقبل باستلام الرسالة الاتصالية التي تم إرسالها من المرسل، وتتمحور هذه الرسالة حول وسائل الإعلام الجماهيرية كالإذاعة والتلفزيون والصحافة والمطبوعات .[1]

2- **مرحلة الترميز** : يشير إلى علاقة الرموز بالأشياء التي تمثلها ، بحيث تتحول إلى رسالة اتصالية تكون على شكل رمزو لفظية (منطوقة أو مكتوبة) أو غير لفظية (أشرات وحركات) ويعتمد نجاح الرسالة على مدى اختيار الرموز المناسبة للمستقبل والموقف الاتصالي الاجتماعي .[2]

[1] – محمد محمود : **الاتصال الاجتماعي** ، المكتبة الجامعية للنشر ، الأردن ، 2004، ص 69.

[2] – الموسى عصام : مرجع سابق ، ص 59 .

3-مرحلة اختيار وسيلة الاتصال أو قناته :

عملية اختيار الوسيلة الاتصالية أو الوسائل التي تتناسب مع طبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور المستهدف، فقد يختار المرسل وسيلة واحدة أو عدة وسائل ، مثل الوسائل التالية :

سمعية كالإذاعة ، بصرية كالمطبوعات أو سمعية بصرية كالتلفاز والسينما والفيديو والكمبيوتر أو عن الضوء والصوت كما هو الحال في الاتصال الذاتي والشخصي ويعد اختيار الوسيلة المناسبة واستخدام أكثر من قناة لنقل الرسالة من العوامل المهمة لنجاح الاتصال .[1]

4- مرحلة الاستجابة أو ردود الفعل على الرسالة :

الاستجابة تعني قبول الرسالة أو رفضها من قبل المستقبل ، وقد تكون الاستجابة مباشرة أو غير مباشرة أو ضعيفة أو قوية أو سلبية أو إيجابية أو عقلية أو مادية . وتكمن أهمية الاستجابة في أنها تخبرنا عن مدى نجاح الاتصال أو فشله، فهي تخبر المرسل فيما إذا سمعت رسالته أو شوهدت ، أو قرأت أو فهمت أو لا .[2]

فالاستجابة أحد أهداف الاتصال الرئيسية ، ففي هذه المرحلة يقوم المستقبل بعد الاستجابة للمرسل بصياغة استجابته – فهمه وأفكاره ومشاعره – في رسالة اتصالية ويبثها للمصدر فيصبح المستقبل مرسلاً والمرسل مستقبلاً ، وقد تكون الاستجابة ضربة باليد تصفيقاً مدوياً أو أغلاق مفتاح الراديو أو التلفزيون أو أتصالاً هاتفياً أو صرخة مزلزلة أو بكاء أو رسالة خطية ...

5- مرحلة فك الرموز :

وهي عملية تحويل رموز الرسالة الاتصالية الجديدة (الاستجابة) إلى معان . ففي هذه المرحلة يقوم المستقبل الجديد (المرسل الأصلي) باستقبال استجابة المرسل(المستقبل الأصلي) التي هي على شكل رسالة اتصالية فيفكك رموزها ويفهم معانيها ، فإن تبين له أن رسالته قد فهمت من قبل المستقبل أطمأن إلى نجاح اتصاله وإن تبين له عكس ذلك عاد وأرسل رسالة اتصالية معدلة وواضحة وجديدة بشكل يؤدي إلى استيعابها من قبل المستقبل ، ففي هذه الحالة يصبح المرسل مستقبلاً والمستقبل مرسلاً

[1] – أبو عرقوب إبراهيم :مرجع سابق ، ص 39.

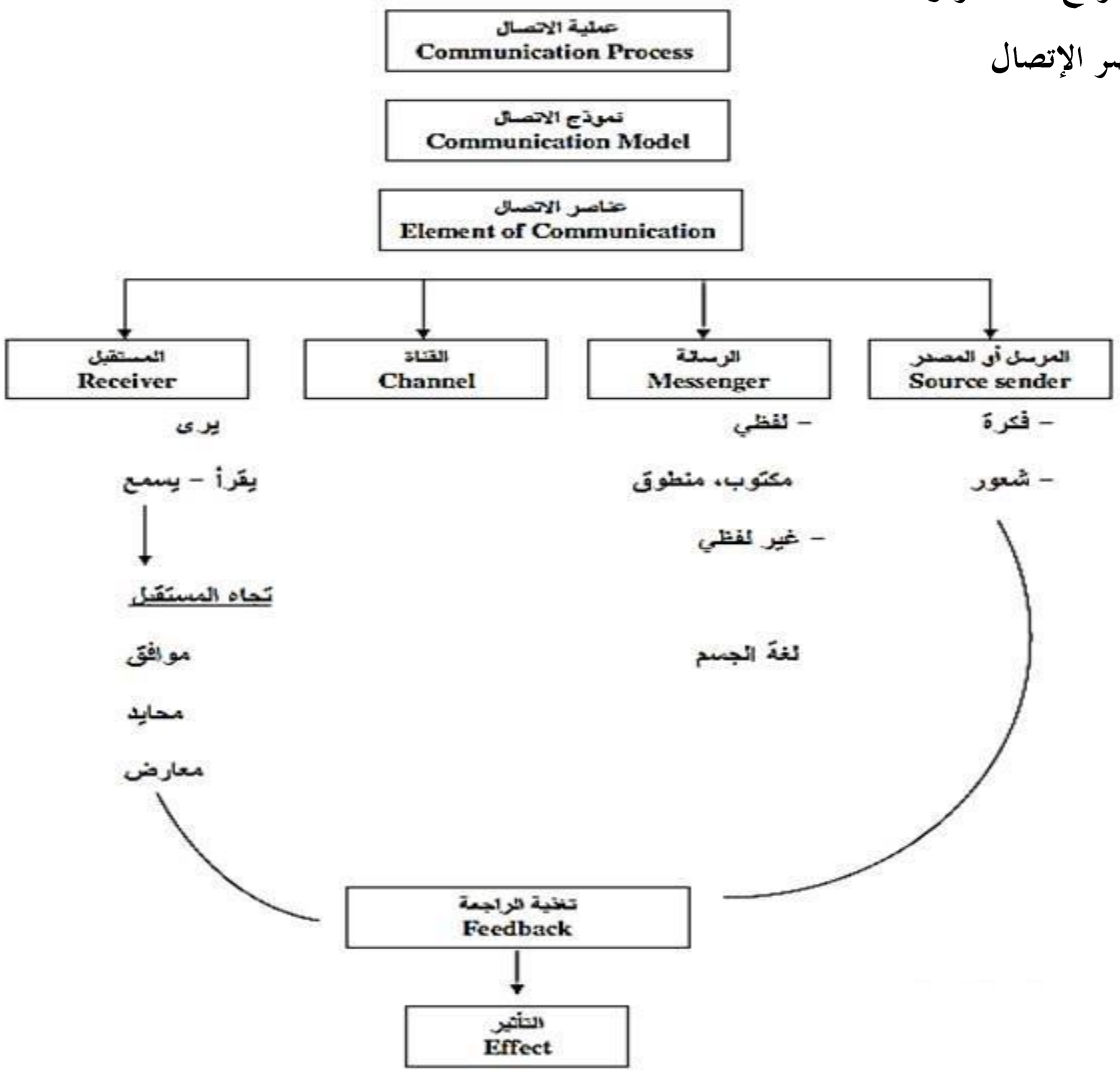
[2] – حنان سعيد الرّحو: **أساسيات في علم النّفس**، الدّار العربية للعلوم، ط1، 2005، ص78

وهكذا تستمر عملية الاتصال سؤالاً وجواباً أخذاً وعطاء بشكل تفاعلي مستمر حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال .[1]

أن هذه المراحل بكل تفاصيلها ، يمكن أن تحدث بشكل سريع أو بطريقة بديهية ، نظراً للخبرات المكتسبة من بعض الأفراد نتيجة الممارسة الاتصالية بصورة كبيرة وبشكل متكرر ، ولذلك يمكن القيام ببعض التمارين الاتصالية الخاصة لمساعدة الاداريين ومقدمي البرامج التلفزيونية في صقل مهاراتهم في مجال الاتصال ليتمكنوا من أنجاز هذه المراحل بطريقة ذكية وسريعة .

المبحث الرابع : عناصر و أهداف الاتصال

أ- عناصر الإتصال



شكل رقم (05) : يوضح عناصر العملية الاتصالية[1]

[1] – أبو عرقوب إبراهيم : مرجع سابق ، ص 40.

1- المصدر / المرسل :

هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ منها عملية الاتصال، التي يريد أن يؤثر في الآخرين بها ليشاركوه في أفكاره وأحاسيسه واتجاهاته ، قد يكون شخصاً يتكلم أو يكتب أو يحاضر أو شرطياً يؤشر بيده أو زعيماً سياسياً يلقي خطاباً ، أو محطة إذاعية أو مطبعة أو محطة تلفزيونية. [2]

2- الرسالة :

الرسالة أساس عملية الاتصال لا بل هي قلب عملية الاتصال ، قد تكون الرسالة على شكل كلمة مطبوعة أو مكتوبة أو موجات صوتية في الهواء أو موجات كهربائية في سلك أو إشارة باليد أو عبوس في الوجه أو ابتسامة عريضة أو صفراء في مقالة صحفية أو (صوت + صورة + حركة + لون) أو نشيد وطني أو قصيدة شعرية أو مثل أو عبارة.

3- الوسيلة / القناة :

هي القناة أو القنوات أو المنهج الذي تمر خلالها أو تنقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل أي أنها عبارة عن قنوات للاتصال ونقل المعرفة وهي مثل اللغة اللفظية ، أو الإشارات والحركات والصور والتمثيل والسينما وهذه جميعها وسائل لنقل الرسائل المختلفة. [3]

4- المستقبل / الجمهور المستهدف :

المستقبل هو هدف عملية الاتصال ،وهو الشخص أو الجهة التي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها وتفسير محتواها وفهم معناها. قد يكون المستقبل رجلاً أو امرأة أو طفلاً أو شاباً أو عجوزاً أو معلماً أو طالباً أو مريضاً أو طبيباً أو صديقاً أو عدواً .

5- الاستجابة/ التغذية الرجعية أو رد الفعل : الأثر الذي ينتج من وصول الرسالة إلى المستقبل في عملية الاتصال، وهذا يشير إلى مدى قبول الرسالة المرسلة أو رفضها.

6- **التأثير** : هو المحصلة النهائية للاتصال. ويتم بتغيير معلومات المستقبل، اتجاهاته بما يتفق وأهداف المرسل . [4]

---

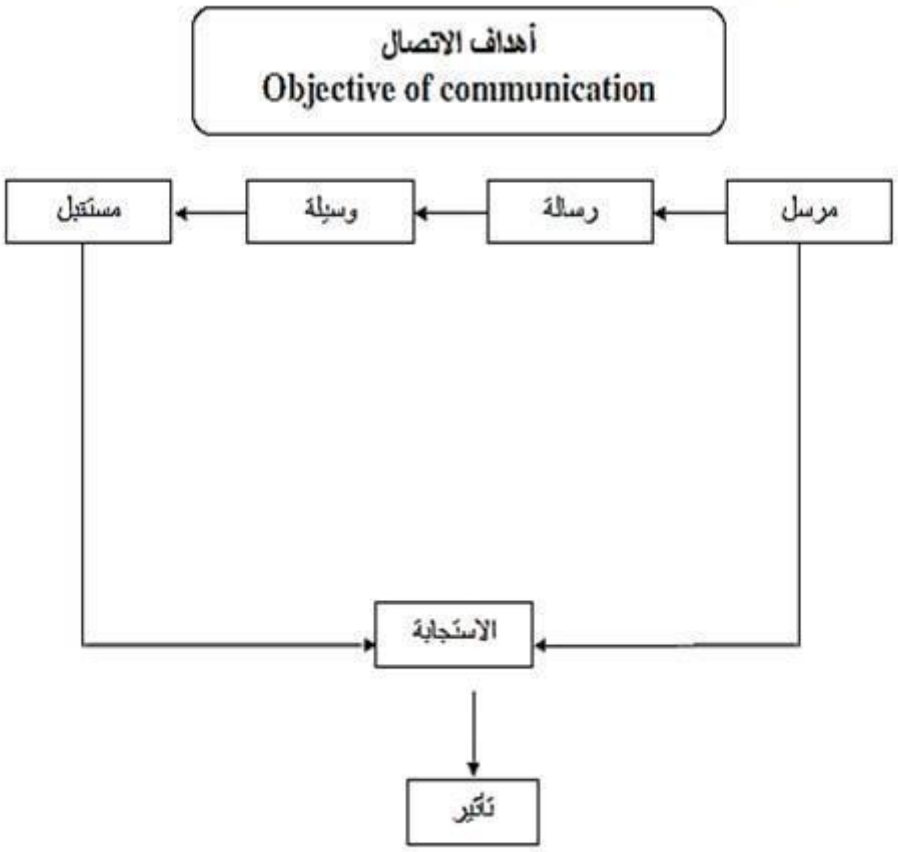
[1] - الدّسوقي إبراهيم: **وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية**، دار الوفاء لدنيا الطّباعة والنّشر، الإسكندرية، ط1، 2004، ص 152.

[2] – نجوى فوّال: **القائمون بالاتصال**، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص5

[3] – عبد الحميد عمر : مرجع سابق ص 56.

[4] – أبو عرقوب إبراهيم : مرجع سابق ، ص 41

ب- أهداف الاتصال :



شكل رقم (06) : يوضح أهداف عملية الاتصال[1]

يهدف الاتصال إلى التغيير في :

1- معلومات Information

2- اتجاهات Attitudes

3- سلوك المستقبل [2] Behavior

[1] – إبراهيم الدّسوقي : مرجع سابق ، ص 90.

[2] – حنان سعيد الرّحو: مرجع سابق ، ص 81.

ويحدث هذا الأمر على النحو التالي :

1- التغيير في المعلومات على النحو الآتي :

أ- تزويد المستقبل بمعلومات صحيحة وصادقة تمكنه من أتخاذ القرارات الصائبة والسلوك السوي فالمعرفة هي القوة .

ب- تزويد المستقبل بمعلومات جديدة إضافية لم يطلع عليها أو يعرفها من قبل عن الفكرة أو الشخص أو الموضوع مدار البحث .

ج- تصحيح معلومات أو مفاهيم أو أفكار خاطئة علقت في ذهن المستقبل .

د- إعطاء المستقبل معلومات ناقصة على شكل أنصاف حقائق أو خاطئة . [1]

2- الاتجاه :

الاتجاه عبارة عن أطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجعلنا نشعر مع الآخرين أو نتضامن معهم أو نحصل على دعمهم . ويتكون الاتجاه من :

- الجنب المعرفي (اعتقادات وحقائق ومعلومات)
- الجانب العاطفي (مشاعر الحب والكراهية)
- الجانب السلوكي (العمل) [2]

المبحث الخامس :وظائف وخصائص الاتصال

أ- **وظائف الاتصال** : للاتصال عدة وظائف منها :

1- **وظيفة تثقيفية** : يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير المستقبلين وتوعيتهم بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع افقهم وفهمهم لما يدور حولهم من احداث.

2- **وظيفة تعليمية** : يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال نحو اكتساب خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة

3- **أهداف ترفيهية** : يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو أدخال البهجة والسرور والاقناع إلى نفس المستقبل .

---

[1] - برهان شاوي :**مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته**، دار الكندي، الأردن،2003

[2] - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد :**الاتصال ونظرياته المعاصر**، ط 1 ،الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة، 2006 ،ص 23.

4- **وظيفة اجتماعية:** الاتصال علمية تفاعل اجتماعي تقوم بنقل معلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني .

5- **وظيفة سياسية:** يساهم الاتصال في التثقيف السياسي، ويسهل كذلك الاتصال بين الحاكم والمحكوم ويوطد العلاقة بين القائد وشعبه، كما أنه يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المغرضة. كذلك يساهم الاتصال في التفاهم والسلم العالمي عم طريق الدبلوماسية الواعية والذكية .

6- **أهداف إدارية** : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات و التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة. [1]

7- **وظيفة فكرية (دينية)** : للاتصال دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية، فالاتصال مثلاً يساهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان .

فالاتصال أسهم في بناء حضارة إسلامية فاقت كل الحضارات السابقة لكونها مبنية على الإيمان والعلم . [2]

من هنا نرى أن دراسة الاتصال هي دراسة العلاقات الإنسانية القائمة في المجتمع .

فالاتصال يساهم في نماء التفاعل الإنساني وزيادته مما يساعد الإنسان على العيش في جماعة وأمة وعالم متفاهم ومتماسك .

ب- خصائص الاتصال :

1- **الاتصال عملية ديناميكية** : الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار بين الناس، نحن نتأثر بالرسائل الاتصالية الواصلة إلينا من الناس فنغير معلوماتنا واتجاهاتنا وسلوكنا ، وكذلك في المقابل فأننا نؤثر في الناس بالاستجابة لهم وتبادل الرسائل معهم بهدف التأثير على معلوماتهم وسلوكهم . [3]

---

[1] – نجوى فوّال: مرجع سابق ، ص 09.

[2] –رحيمة عيساني **:مدخل إلى الإعلام والاتصال– المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، الجزائر،2007 . ص 121.

[3] – جمال عبد العظيم **:وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، ط 9 ، المكتبة الأنجلومصرية للنشر ، القاهرة،2001 ، ص 41.

2- الاتصال عملية نقل معلومات ومهارات و اتجاهات :

إن المعرفة الإنسانية تنمو وتزداد دائماً وإن خبرات الأفراد تزداد كلما مضى بهم العصر نتيجة لعمليات الاتصال .

3- الاتصال عملية مستمرة :

الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد ، فليس لها بداية أو نهاية، نحن في أتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا.

4- الاتصال ظاهرة اجتماعية لها صفة الانتشار:

يعد الاتصال من الظواهر العامة والمنتشرة على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمعات. كما يمارس في كافة المنظمات محلية وإقليمية ودولية . حيث لا يمكن أن نتصور وجود إنسان يعيش بمفرده أو بعيداً عن الأحداث التي تدور في مجتمعه.

5- الاتصال يتسم بالجاذبية :

" أساليب الاتصال تعني مختلف الطرق التي تنتقل بها الرموز أو المعاني أو الأفكار بين الناس، وهذا ما يجعل للاتصال جاذبية تجعل الأنسان لا يكف عن تدعيم شبكة اتصالاته الاجتماعية كأقاربه وزملائه في العمل وأصدقائه، بل إنه لا يكتفي بذلك دائماً بل يوسع من دائرة معارفه بتكوين علاقات من أفراد وجماعات ومؤسسات".[1]

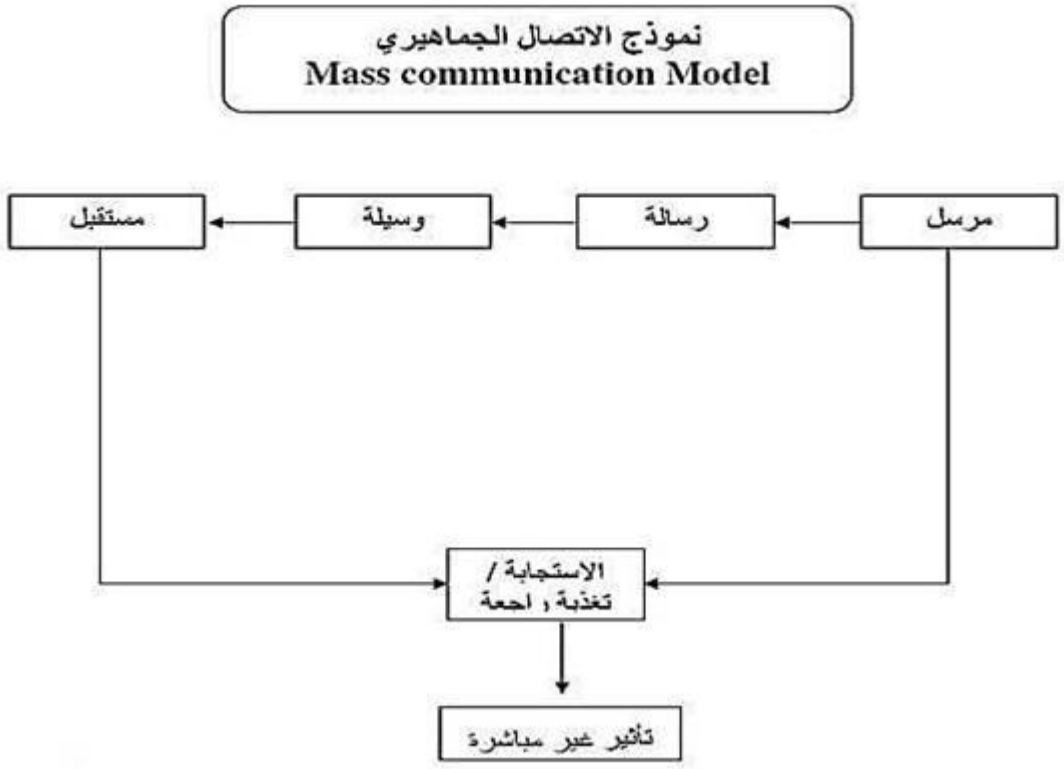
6- الاتصال عملية معقدة :

"الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة. فهو عملية معقدة لما يحتويه من أشكال وعناصر وأنواع وشروط يجب اختيارها بدقة عند الاتصال وإلا فأنه سيفشل".[2]

[1] – حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: مرجع سابق ، ص 42.

[2] – عبد الحميد عمر : مرجع سابق ، ص 13.

المبحث السادس : الاتصال الجماهيري



شكل رقم (07) : يوضح نموذج الاتصال الجماهيري.

الاتصال الجماهيري هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ، ويتميز الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسالة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات[1].

وتشمل "وسائل الإعلام الجماهيرية على تلك الوسائل التي لها قدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس ، وتتمثل مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية مثل الصحف والمجلات والكتب والسينما والراديو والتلفزيون ".[2]

ويمكن تعريف الاتصال الجماهيري على أنه : " ما يتم بين فرد (رئيس أو ملك أو زعيم معارضة، أو مفكر) وعدد غير محدود من البشر باتجاه واحد ، ودون تقيد بمكان أو زمان ودون معرفة التغذية الراجعة فورياً ".[3]

---

[1] – الدّسوقي إبراهيم : مرجع سابق ، ص46.

[2] – صالح خليل أبو الأصبع :**الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط4 ،دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن ، 2004 ،ص 11.

[3] – عبد الله محمد عبد الرحمن :**سوسيولوجيا الاتصال والإعلام**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004 ص 09.

المبحث السابع : خصائص الاتصال الجماهيري

يحتاج الاتصال الجماهيري إلى مؤسسة اعلامية معقدة لإعداد وإنتاج الرسالة الاتصالية المنظمة والمدروسة والمؤثرة .

1- يعد الاتصال الجماهيري عملية أساسية وجوهرية في الحياة والشؤون الاجتماعية عامة ، وهذا ما حدده بالفعل " كولن شيري " باعتبار هذه الوسائل كنسق اجتماعي .

2- ان الجمهور المتلقي لرسائل الاتصال الجماهيري جمهور يتصف بضخامة حجمه ، وعدم تجانس أفراده في القدرات والمعارف والأعمار ، واختلاف ميولهم وأذواقهم .

3- إن الضوضاء (التشويش) في الاتصال الجماهيري قد تعطله .

4- يسير الاتصال الجماهيري في اتجاه واحدـــ حيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة اتصالية علنية إلى جمهور عريض من المستقبلين قد يكونوا بالملايين .

5- قد يكون المشاركون في الاتصال بعيدين عن بعضهم البعض ، حيث يستقبلون الرسالة الاتصالية نفسها في أماكن متعددة .[1]

6- تتسم الرسالة الاتصالية الجماهيرية بالفورية، أي نقل الأخبار أو الأحداث فور وقوعها.

7- الاتصال الجماهيري يتأثر بالبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع .

8- يتم بث الرسائل الاتصالية الجماهيرية أو توزيعها بسرعة هائلة ، فمثلاً تصل الكلمة الاذاعية إلى جميع أطراف العامل في أقل من سبع الثانية .

9- غالباً ما يحدث الاتصال الجماهيري تغذية راجعة مؤجلة وليست فورية كما هو الحال في الاتصال الشخصي .

10- الرسالة الاتصالية عرضة للرقابة من قبل الرقيب أو حارس البوابة، وقد عرف عالم النفس الأسترالي " kurt Lewin" حارس البوابة بأنه " الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يتحكمون في انتقال الأخبار عبر وسيلة اتصال جماهيرية والرقيب يكون محرراً في صحيفة أو مجلة أو إذاعة أو تلفزيون" [2].

---

[1] – فضيل دليو :**مدخل إلى الاتصال الجماهيري**، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر ، 2003 ،ص 26.

[2] – صالح خليل أبو الأصبع: رجع سابق ، ص 46.

11- إن هذا النوع من الاتصال يعتبر من أهم أنواع الاتصال ،كونه يعمل على حشد الرأي العام نحو قضية معينة ، أو حدث اجتماعي أو سياسي يهم قطاعات كبيرة من الجمهور، وبسبب ذلك أدركت الحكومات مبكراً أهمية وسائل الإعلام التي تخدم الاتصال الجماهيري في تطوير الجماهير ، ففي الانقلابات العسكرية في العالم كان دبابة تذهب إلى مقر الحاكم لاعتقاله والأخرى تذهب إلى مقر الإذاعة والتلفزيون لتعلن البيان الأول أو البيان رقم (1) الصادر عن مجلس قيادة الثورة.[1]

[1] – فضيل دليو: مرجع سابق ص 27.

الفصـــل الثاني

القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول : تعريف القنوات الفضائية الخاصة

المبحث الثاني : تجربة البث الفضائي في الجزائر

المبحث الثالث: نشأة التلفزيون في الجزائر

المبحث الرابع: مراحل الإعلام المرئي في التشريع الجزائري

المبحث الخامس : الدوافع الإعلامية والسياسية في الجزائر

المبحث السادس : واقع السمعي البصري في الجزائر حسب المختصين .

تمهيد :

يشهد الإعلام الجزائري اليوم خاصة السمعي البصري تحولات كبيرة سواء ما تعلق بطبيعة النشاط السمعي البصري أو ما تعلق بتعدد قنواته وخصائصها، وقد جاء هذا التحول بعدما بدأت الحكومة الجزائرية تتلقى رسائل وإشارات من الجمهور تؤكد انه لا يستفيد من كل ما يصدر من التلفزيون العمومي خاصة بعد ما أصبح يشاهد أمور تعبر عن واقعه لا يجدها في إعلامه فبدا يتجه نحو الإعلام الأجنبي ، حيث يتلقى مضامين تلبي اهتماماته ، وإذا أخذنا بعين الاعتبار مبادئ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان خاصة المادة المتعلقة بحرية الرأي والتعبير إلى جانب حقه في الإعلام وقد كان لزاما على الحكومة من تسمح بخلق إعلام يختلف عن الإعلام السابق ويكون هذا الإعلام مقنعا ،متفتحا، وموضوعيا في طرح المواضيع والحقائق .

الفصل الثاني :القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

المبحث الأول : تعريف القنوات الفضائية الخاصة

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله عبر أجهزة خاصة باستقبال الإشارات الوافدة من القمر الصناعي وهذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.[1]

ويمكن تعريفها أيضا القنوات التي تمتلكها وتديرها رؤوس أموال والتي جاءت نتاجا لثورة اتصالات مما ساعد على كسر احتكار الدولة للإعلام المسموع والمرئي ودخول رأس المال الخاص في مجال الإنتاج التلفزيوني وأيضا في مجال إنتاج المواد الإخبارية التي تسعى إلى شرح وتفسير القضايا والأخبار وتقديم وجهات نظر متعددة ، وذلك من خلال طرح مجموعة م البرامج التي ، تهدف إلى تقديم خدمة إخبارية متنوعة للمشاهد. [2]

المبحث الثاني : :تجربة البث الفضائي في الجزائر

إن البث المباشر عبر الأقمار الصناعية يعرف بأنه ذلك الاتصال الذي يتم بصفة آنية من محطة الإرسال مباشرة إلى جهاز فردي، دون وسيط سوى ذلك الجهاز المسمى بالهوائية المقرة ويتماثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي لا يقيد بحدود المكان والزمان.

ويقصد بالبث المباشر الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال، عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات القمر. [3]

---

[1] – نعيمة موكس، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية العربية " القنوات الفضائية الخاصة"**،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص سينما وتلفزيون، جامعة الجزائر 2013-2014،ص 56.

[2] – علاء محمد عبد العاطي، **تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الإخبارية على وظيفتها السياسية** ، دراسة تحليلية مقارنة ،المؤتمر العلمي الأول لكلية التربية النوعية ،جامعة منصورة ، 12-13،2006 ، ص 17.

[3] – محمد هاشم الهاشمي : **تكنولوجيا ت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته**، دار أسامة للنشر والتوزيع ، .ص 199.

و قد دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي منذ منتصف الثمانينيات، وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول TDF 1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر 1985 فقد قدر الملاحظون آنذاك أن مساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية، ومن الدول "الإسكندنافية" شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوباً .

من هنا كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة –البداية- على وضعيات معينة وأماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات، وقد كان رياض الفتح في الجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط العديد من القنوات.

وقد بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا حوالي 15 ألف فرنك فرنسي، وهو ما يعادل 12 مليون سنتم جزائري هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقف على المؤسسات العامة، وكذلك الفئات الميسور اجتماعيا لينتشر فيما بعد بفضل الاتجاه إلى إنتاج الهوائيات المقعرة الصغيرة ذات الاستعمال الفردي والجماعي.

واليوم تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة، وتعتبر سوقا حقيقيا لترويج وسيلة الاتصال هذه، كما أن سهولة تداول الهوائيات يعود في الأساس إلى الفراغ القانوني في هذا المجال ،ومن الطبيعي أن تكون الأرضية الأساسية ونقطة الارتكاز المحورية هي التعرف على واقع الجمهور الجزائري، الذي بات يتمتع بحرية التنقل بين عشرات القنوات الفضائية العامة والمتخصصة .[1]

ومن هنا جاء السعي لإطلاق قناة تلفزيونية ثانية في الجزائر، وعلى الأقل إيصال القناة المحلية بشكل أو بآخر عبر الساتل خارج الحدود الوطنية، وهذه الأهداف شرعت التلفزة الوطنية في بث برامجها باتجاه دول شمال إفريقيا و جنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوروبي " أوتل سات"، الذي يشمل حقل تغطية شمال الصحراء ابتداءاً من 20 أوت 1994 ،و هذه القفزة الفريدة من نوعها منذ الاستقلال ستمكن الجالية المقيمة بأوروبا والمغرب العربي من التقاط هذه البرامج التلفزيونية عن طريق الهوائيات المقعرة، وقد تم اختيار تاريخ 20 أوت 1994 لانطلاق البث التجريبي لقناتنا نحو الخارج.

[1] – ناصر بوعلي : **تأثير البث التلفزيوني"البث الفضائي "على الشباب الجزائري** ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2003 ،ص ص66 -67.

وفي تصريح للصحافة الوطنية أشار المدير العام للمؤسسة الوطنية للتلفزيون " زبير زمزوم " آنذاك إلى أن هذا المشروع ذو طابع سياسي و ثقافي واقتصادي، وأن التلفزة الوطنية عازمة على إطلاق قناتها الثانية خلال السداسي الأول من سنة 1995، ومن أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسة العمومة للتلفزيون مع بداية التسعينيات إنشاء قنوات تعبر الحدود، وتكون أداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج و لهذا كان ميلاد قناة الجزائر في أكتوبر1994 canal Algérie ، وقد بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على السابعة مساءا عددها اليوم ثلاث نشرات، أما من الناحية التقنية فقد عرفت القناة تطورا ملحوظا وأصبح بثها يتم عبر النظام التماثلي في 28أوت2001 .

وما هي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998 ، تم تنفيذه في ديسمبر 1999، لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001. [1]

المبحث الثالث:نشأة التلفزيون في الجزائر

انطلق البث بالإذاعة والتلفزيون بالجزائر في العشرينيات إبان فترة الاستعمار بينما ظهر التلفزيون بالجزائر سنة 1956وتقع "برأس تمنفوست " على بعد كلم شرق مدينة الجزائر استرجاع الإذاعة والتلفزة الجزائرية (ENTV) ديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية وفي الفترة الاستعمارية كانت توجد محطة كهوية تابعة لديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية ،وقد تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزيون بموجب مرسوم رقم147 - 86 المؤرخ في 1 جويلية 1986 ومقرها بالجزائر العاصمة وهي مؤسسة ذات طابع صناعي ولها مهمة اجتماعية وثقافية وتتمتع بالشخصية المعنوية وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية ، وتابعة لوصاية وزارة الاتصال وتتمثل مهمتها في الإعلام والتبليغ وبث التحقيقات والحصص والبرامج المتعلقة بالحياة الوطنية و الجهوية والمحلية والعالمية.[2]

[1] – نور الدين تواتي: **الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر** ،دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر،2008 ، ص ص 143-144.

[2] – جمال العيفة: **مؤسسات الاعلام والاتصال ،الوظائف ،الهياكل ،الادوار** ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2005 ، ص 43.

وبعد خروج الاستعمار من الجزائر كانت السياسة الجزائرية في قطاع الاتصال لا تزال مركزة في الميدان السمعي البصري ، وخاصة الراديو والتلفزيون ويعود ذلك لسببين:

السبب الأول :

هو تقليدي أو تبعي ، فقد استقلت الجزائر في فترة عرفت ازدهارا كبيرا للتلفزيون في العالم الغربي وهذا الانتشار بدوره اثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان .

السبب الثاني:

يعود إلى الظروف المحلية والوطنية المتسمة آنذاك بتفشي الأمية وبوضعية الراديو والتلفزيون وهي وسائل تسيطر عليها السلطات ، وهذه الوضعية شجعت السلطات بالاهتمام بهذه الوسائل وقد اخذ هذا الاهتمام يتبلور في ثلاث اتجاهات: الإعانات، وتوسيع الشبكات وانتشار أجهزة الراديو.[1]

ورغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات وضعف القدرات المالية فقد كان التحدي كبيرا إمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية والى ضرورة تطويرها وتكييفها في الجزائر المستقلة ، هذه المرحلة هامة إذ تعتبر نقطة تحول جذرية من نظام استعماري غاشم ومستبد ، إلى نظام اشتراكي مستقل بعيد عن قيود التبعية والاستعمار في جميع الميادين لذلك عمدت التلفزة على جزارة التنظيمات الداخلية، ولقد كانت مهمة تجديدي هياكل التلفزيون الإدارية وإعادة تنظيمها لمنطلق جديد يحقق تحولا ذهنيا للجماهير حتى وذلك عن طريق:

- إعادة تنظيم الهياكل الإدارية .
- إتباع سياسة محكمة في مجال التكوين المهني .

وزيادة على هذا فلابد من الإشارة إلى ظرفين كان لهما اثر في توجيه السياسة الجزائرية في توحيد الإعلام السمعي البصري هما :

1- صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي من جهة فأصبح الاهتمام بهذه التقنيات من الضروريات التي لابد من الاعتناء بها وكان ذلك ما فعلته السلطات الجزائرية من جهة أخرى .

2- الظرف الثاني الواقع الجزائري الموروث والمتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية ،ولا يمكن حينئذ للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية يعني بالدرجة الأولى الإذاعة والتلفزيون وخاصة التلفزيون ريثما يتيسر القضاء على الأمية .[1]

[1] – زهير احددن : **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002 ، ص106

وبدا الاهتمام بالتلفزيون سنة 1968 عندما انشات دور الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة وأصبحت منطقة هذه الناحية تستطيع رؤية التلفزيون وبعد ذلك انشات عدة محطات للربط والتوزيع ، حيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة التلفزيون سنة 1970، وفي عام1972 انشات محاطتان" بسوق الاهراس" و"مغنية" ، وفي سنة 1974 محطة "بباتنة " وفي سنة 1975 محطتان بالمشرية والمدية ، حيث أصبح سنة1976 ، 95% من التراب الوطني يشاهد التلفزيون. [2]

المبحث الرابع : مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية

أولاً : مراحل الإعلام المرئي في الجزائر:

المرحلة الأولى : 1962–1965 :

بعد الاستقلال تم تبني النظام الاشتراكي من خلال المؤتمر الثالث لحزب جبهة التحرير الوطني في أفريل 1964 ، و قد شاهدت السلطة صراع و تحدي في مجال الإعلام (محاولة وضع سياسة إعلامية وطنية تستجيب لمتطلبات الفترة) التي ميزتها مشاكل عديدة أبرزها:

- قلة الإمكانيات والتجهيزات التقنية
- مشكل التوزيع و الانتشار عبر كامل التراب الوطني.
- مشكل التوزيع و الانتشار عبر كامل التراب الوطني.
- عدم وجود قانون يهيكل قطاع الإعلام، و هو أهم مشكل، حيث اكتفت السلطة للإشارة إلى الحق أو حرية الإعلام من خلال المواثيق و الدساتير أو من خلال التصريحات .[3]

إن هذه المرحلة رغم قصرها ، فإذا كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن والوطن ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية واهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف .[4]

---

[1] – زهير احدادن: المرجع نفسه، ص107 .

[2] – يوسفي عبد العالي : **دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف" الخبر" ، الشعب ،"ELMOUDJAHID" ، ELWATAN**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم السياسية والإجتماعية ، ،جامعة الجزائر ،-2007 2006.

[3] – زهير احدادن: مرجع سابق ، ص 113.

[4] – محمد شطاح : **السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري" قراءة في القوانين والمشاريع"** ، المكتبة الجامعية ، الجزائر ، ص 3–4.

المرحلة الثانية : 1965–1976

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام وألغى بالقوانين الفرنسية ، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية ، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية ، في 1967 قد عبر رئيس مجلس الثورة آنذاك" هواري بومدين" عن سبب هذا الإلغاء و وفي سنة 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع في قوله " من غير المعقول أن تواصل الثورة مفعولها بقوا نين غير ثورية ..."

وباستثناء هذه المراسيم التنظيمية الحزبية التي اتبعت في تلك الفترة اتسمت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو الميداني ، إذ انه إلى غاية 1976 لم يكن هناك .

وقانون لإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بم فيه القطاع المرئي الذي انعكس سلبا على نشاط وسائل الإعلام ما جعل احد المختصين يصف هذه المرحلة " مرحلة السبات الشتوي"

المرحلة الثالثة : 1976- 1990

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائل ومنها الوسائل السمعية البصرية خصوصا في ظل استكمال مختلف المؤسسات والهياكل السياسية والاقتصادية ، وبدأت معالم السياسة الإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية كما دعا إلى ضرورة استصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما لدور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام ، وتوفير الكوادر الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية ، وإشباع مختلف حاجات الجماهير في إعلام موضوعي وجيد .

وعرفت بدايات الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال ، وتم تحديد في ضوء ذلك بان مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث تقوم على أساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام ، وان الإعلام جزء لا يتجزا من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهمات والرقابة والتنشيط، وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي :

- التربية والتكوين .
- التوعية والتجنيد / التعبئة والرقابة شعبية و التصدي للغزو الثقافي. [1]

[1] – المرجع نفسه ، ص 4-5.

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون لإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق والدستور العام 1976.

المرحلة الرابعة : 1990-2013

بدأت هذه المرحلة منذ عام 1990 بصدور الدستور الجديد الذي نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي ، وتميزت هذه المرحلة بصدور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور القانون الإعلام لعام 1990 الذي أكد على إنشاء العناوين الصحفية المستقلة إلا أن القطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية الدولة وصدر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام لسنة 2002 1989 . وقد تناولا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسع والتركيز ولكن يبدو أن حساسية القطاع السمعي البصري خاصة التلفزيون يجعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه لاستثمارات الخاصة و المستقلة إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد يوضح وضعية القطاع في الخريطة الإعلامية. [1]

المرحلة الخامسة : 2011 إلى يومنا هذا

لطالما اعتبر الإعلام واجهة للسياسة وقد سماه البعض بالسلطة الرابعة أو كما سماه البعض بالنافذة التي تطل على العالم من كل ناحية، وفي عصرنا يشهد العالم بعصره ثورات إعلامية ، بعضها تحكمها تطورات تكنولوجية والأخرى مقاييس فكرية وقانونية وعليه فان هذه التحولات أدت بالدولة الجزائرية إلى تغيير تفكيرها وهذا ما جعل الإعلام الرسمي في الجزائر يشهد الانفتاح على في أواخر سنة 2011 ضمن سلسلة من الإصلاحات التي جاء بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وقد جاء هذا القرار بعد حصار دام قرابة نصف قرن .[2]

يبدو من خلال النظر في القوانين التي صاحبة هذا الانفتاح الإعلامي أن المشرع الجزائري في مجال قانون الإعلام لم يضع أطرا ضابطة لهذا العمل فقد خصص مادتين (44) (55) في عام 2011 للحديث عن الهيئة التي عوضت المجلس الأعلى للإعلام وهي تؤسس سلطة ضبط للسمعي البصري، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أما المادة الأخرى فتحدد تشكيلة سلطة الضبط السمعي البصري وسيرها وصلاحياتها في القانون المتعلق بالنشاط.[3]

---

[1] – المرجع نفسه ، ص 6.

[2] – نعينة موكس : مرجع سبق ذكره ، ص ص 67-68 .

[3] – صليحة العابد:**القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر حرية في التعبير ام فوضى في التعبير**، مجلة فكر ومجتمع ، ع 22، 2015 ، ص 412.

شهد قطاع الإعلام السمعي البصري في الجزائر خاصة بعد المصادقة على قانون السمعي البصري في مارس 2014 حيث حضي هذا القانون بظهور قنوات فضائية خاصة وحسب المختصين في هذا المجال فالقطاع لم يشهد بعد حراكا يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون لاسيما وان التباطؤ في استصحاب التشريع بتدابير تنفيذية سواء على المستوى القانوني أو الإداري البيروقراطي قدساهم في استمرار الوضع على ما هو عليه ، فقد كان أولى محاولات السمعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كاف لانتقال من المطبوع إلى المرئي .[1]

ثانياً – السمعي البصري في التشريع الجزائري

1- السمعي البصري في قانون 1982:

تناول هذا القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي وحدد الإطار العام لمفهوم الإعلام في الإعلام في الجزائر، حيث جاء في مادته الأولى " الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية ، يعبر الإعلام سيادة حزب جبهة التحرير الوطني ، وفي ا طار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق أهداف وطنية ، " حيث يكشف هذه القانون عن المصادر التي يستلهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني ومختلف التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير الوطني وقد اعتبر هذا القانون أن الإعلام جزء من السيادة الوطنية وهو إعلام "ثوري" يسعى إلى تحقيق أهداف الثورة الاشتراكية بقيادة حزب الواحد .[2]

وقد أشار القانون إلى حق المواطن في الإعلام حيث جاء في المادة الثانية "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين ، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي "وحدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور والميثاق ، وجاء في المادة الثالثة يمارس حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الأيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية العامة وتوجيهات القيادة السياسية المنبثقة عن الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55و 73.

---

[1] – منتديات ستار تايمز، **القنوات الفضائية الخاصة عندما تتحول الى علب فضاء** ، http://www.elhyat.net/article8462. 2016/01/12 12:03

[2] – محمد شطاح : المرجع السابق، ص 7.

نصت المادة رقم4 على " مع العمل دوما على استعمال اللغة العربية وتعميمها ، يتم الإعلام من خلال نشرها إخبارية عامة ، ونشرها متخصصة ووسائل سمعية بصرية ".

وباختصار فان قانون الإعلام1982 ، يبدو من خلال تحليل مضمونه انه قانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة والسمعية البصرية سوى ضمن اطار عام ،وكان المشروع يلحق بمصطلح الوسائل السمعية البصرية وكلما كان الحديث عن الممارسة الإعلامية والوسائل كان هناك حساسية حول المؤسسات السمعية البصرية خاصة التلفزيون.

2- قانون الإعلام 1990 :

صدر هذا القانون في3 أفريل1993 ، ونشر بالجريدة الرسمية يوم4 أفريل من نفس السنة ،وجاءت هذه الوثيقة تماشيا مع الدستور الجديد للبلاد الذي فتح مجال التعددية السياسية التي تتضمن منطقيا التعددية الإعلامية ،حيث جاء في المادة "2" الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع التي تهم المستمع على الصعيدين الوطني والدولي ،وحق مشاركته في الإعلام بممارسة للحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد 35 39 40 من الدستور وفي المادة "3" تحدثت الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام "يمارس الحق في الإعلام مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية المقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني كرامة الشخصية الإنسانية المقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني ،أما المادة "4" فوضحت الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق حيث جاء فيها " يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يلي:

- عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص المعنويين الخاصين للقانون الجزائري
- يمارس من خلال أي سند اتصال كتابي أو إذاعي أو صوتي أو تلفزيوني.[1]

[1] – الجريدة الرسمية لقانون الإعلام 1990، 1990/4/3، ص 11.

3- المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 1998:

ولأول مرة جري تقديم لمصطلح الاتصال السمعي بعد ما كانت القوانين السابقة تعتبر مجرد سند إذاعي أو صوتي أو التلفزي .يمارس الحق في الإعلام .

وقد نصت المادة "2"من مشروع قانون1998 ، فالاتصال السمعي البصري يقصد به (كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أسباب الاتصال السلكي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية ، صور أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والتي ليس لها طابع المراسلة الشخصية .[1]

وجاء في نص المادة "28" من مشروع القانون، استعراض لفكرة طلب حبيسة عقود من الزمن، وتتعلق بفتح المجال السمعي البصري أمام المواطن، فقد سمح المشرع بإشراك الخواص في القطاع السمعي البصري ويحدد الفصل الثاني من الباب الثاني في مشروع قانون الإعلام 1998خدمات البث الإذاعي السمعي والتلفزيوني المرخص بها .

حيث نصت المادة على أنه " يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي والمرئي أن تفتح رأس مالها في إطار الشراكة لمؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به ". [2]

4- المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002:

لقد جاء تفنين القطاع السمعي البصري في مشروع القانون (2002)من خلال الباب الثالث الذي يتحدث عن النشاط السمعي البصري وحددت المادة (34)المقصود بالاتصال السمعي البصري ما يلي (يقصد بالاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون ، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه علامات وصور و إشارات).

وحدد المادة(35) من المشروع أليا وأدوات ممارسة النشاط الاتصالي السمعي البصري بما يلي:

- نشاط السمعي البصري حر يمارس من طرف مؤسسات وهيئات القطاع العام.
- المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص وطبقا لأحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة إطار حدود العوائق التقنية بالموجات الكهرو إذاعية اللاحقة إطار حدود العوائق التقنية بالموجات الكهرو إذاعية، ما يلاحظ على المشروع التمهيدي لسنة 2002 ، بأنه تحدث بوفرة عن قطاع

[1] – وزارة الاتصال والثقافة ، **مشروع تمهيدي ، لقانون عضوي يتعلق بالإعلام** ،مارس 1998، ص2.

[2] – المرجع نفسه ، ص 7.

السمعي البصري في الجزائر، بعدان أجحف في حقه فالقوانين السابقة ليأتي ويعطي إرهاصات في مادته(34) و (35)بحرية قطاع السمعي البصري .

5- قانون السمعي البصري الجديد بالجزائر :

بعد انتظار دام أكثر من عامين، عرض مشروع قانون السمعي البصري ضمن مشاريع الإصلاح السياسي التي أعلن عنها الرئيس " عبد العزيز بوتفليقة في أفريل 2011 ، ورغم أهميته فان السلطة تأخرت في عرض التقرير التمهيدي على مستوى البرلمان .

ومنذ إقرار القانون العضوي للنشاط السمعي البصري في فيفري 2012في إطار الإصلاحات السابقة ، والجدل مستمر بشان نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي البصري بالجزائر، إلا أن هذا الجدل عاد إلى الواجهة مجددا بعد عرض المشروع على البرلمان لمناقشته .[1]

ففي الوقت الذي اعتبر البعض استمرار الاحتكار الدولة، وتكريسا لتسلط السلطة ، اعتبرها ، أطراف أخرى مكسبا جديدا يعزز العملية الديمقراطية وحرية الصحافة والإعلام.

- ويعد القانون المنظم للنشاط السمعي البصري يضمن مشاريع الإصلاح التي أعلن عنها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في أفريل2011 ، رغم أهمية فإن السلطة تأخرت وتما طلب حسب البعض في عرض التقرير التمهيدي للمشروع على مستوي البرلمان .
- ومنذ إقرار القانون العضوي المتعلق بالأعلام في 2012، في إطار الإصلاحات السابق ذكرها، والجدل مستمر بشأن نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي البصري الجزائر ، وقد ناقش البرلمان بغرفة نشاط السمعي البصري وأسفرت عن هذه المناقشة وثيقة ((مشروع القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري) من طرف وزارة الاتصال في سبتمبر 2013.[2]

ووسط تضارب في الآراء، من طرف ذوي الاختصاص ، وقد صودق على قانون السمعي البصري في الجريدة الرسمية في 23مارس2014 ، وبالتالي أصبح قانونا رسميا يعرف بقانون السمعي البصري بعد أن كان عبارة عن مشروع تمهيدي .

[1] – ياسين بودهان : قانون السمعي البصري ماله وما عليه، الجزيرة نت، www.aljazera.net/neus/reportens View:12/01/2016 22:12

[2] – وزارة الاتصال: **المشروع التمهيدي لقانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري** ، سبتمبر 2013، ص 21.

مضامين قانون السمعي البصري الجديد :

بمقتضي قانون العضوي رقم 12.05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير سنة 2012 والمتعلق بالإعلام فإن قانون السمعي البصري يتضمن ما يلي :

الباب الأول :أحكام عامة

الفصل الأول من هذا الباب : الموضوع ومجال التطبيق والذي يتضمن(05) مواد.

الفصل الثاني من الباب الأول : يتضمن تعاريف في مادة07 ويتضمن 27 مصطلح معرف .

الباب الثاني : خدمات الاتصال السمعي البصري

الفصل الأول : خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي ويتضمن 09 مادة.

الفصل الثاني : خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة ويتضمن 29مادة.

الفصل الثالث : أحكام مشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري، يتضمن 5مواد.

الباب الثالث :سلطة ضبط السمعي البصري ويتضمن مادتين (02)

الفصل الأول : مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري وتتضمن (03) مواد.

الفصل الثاني : تشكيل وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري ويحتوي على 32مادة.

الباب الرابع : إيداع القانون والأرشفة السمعية البصرية .

الفصل الأول : إيداع القانون (02) مواد.

الفصل الثاني: الأرشفة السمعية البصرية (07) مواد...

الباب الخامس: العقوبات الإدارية (12) مادة.

الباب السادس: الأحكام الجزائرية (05) مواد.

الباب السابع: الأحكام الانتقالية والنهائية (02) مواد (01) .[1]

- ما يمكن استنتاجه من قانون السمعي البصري ، بأنه قانون يحتوي على كثير من المواد القانونية بـــ 43 مادة ويليه الباب الثالث الخاص بتشكيل وتنظيم سير سلطة ضبط السمعي البصري بـــ 37 مادة وما يمكن استنتاجه من ذلك أن مشروع هذا القانون يركز على الجانبين الأساسيين .

[1] – الجريدة الرسمية: **الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون السمعي البصري**، المؤرخ 23 مارس 2014 ،العدد 16 ،الصادر يوم 23 مارس 2014 .

- الجانب الأول : يمكن في تنظيم حقل سمعي بصري الهدف منه الوصول إلى الاحترافية وتطوير وترقية الإنتاج والإبداع السمعي البصري والحفاظ على الثوابت الوطنية و مراعاة خصائص المجتمع الجزائري .
- الجانب الثاني : يمكن في مهام سلطة ضبط السمعي البصري التي أوكلت لها أربعة مهام وهي " الضبط "و المراقبة "و الاستثمار وتسوية النزاعات.

المبحث الخامس : الدوافع الإعلامية والسياسية لفتح قطاع السمعي البصري أمام الخواص .

1- الدوافع الإعلامية لفتح السمعي البصري أمام الخواص :

وفقا للتغيرات التي سمحت بها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وخاصة ما يتعلق بتطبيق النظام الرقمي التقاء صناعة الإعلام المرئي والمسموع بصناعة الإعلام الآلي وصناعة الاتصالات مما سمح لهذه الأخيرة في إطار تقاربي - يأخذ بعد استراتيجي جديد يتم فيه العمل على تكييف العرض مع الطلب من اجل استرجاع الجمهور والحفاظ على الفضاء الإعلامي الوطني والتصدي للمنافسة التي فرضت على الأسواق الوطنية في ظل تنوع العرض ووفرته من خلال البرامج والقنوات التي تبث على نطاق عالمي فاستنادا لهذا نجد أنفسنا متسائلين ما الذي دفع بالدولة إلى خوض غمار الإعلام المرئي والمسموع بعد طول غياب .

وفي حديثنا عن الدوافع الإعلامية يمكن أن نلمح الرغبة الملحة في إعطاء نفس جديد لإعلام السمعي البصري يبدأ من كونه ساحة مفتوحة أمام كل جبهة قادرة على أن تأتي بالجديد في القطاع .

الدافع إلى اكتساب قوة إعلامية في السمعي البصري قادرة على المنافسة على الصعيدين العالمي والقاري ، واثبات وجود عربي فبالرغم من أن الجزائر كانت سباقة إلى فتح مجال السمعي البصري في الوطن العربي إلا أنها عرفت تأخراً كبيرا احتار فيه الكثير من الإعلاميين و لم يجدوا له تفسيرا سوى أن الجزائر قد عانت ظروفا قاهرة أبعدتها عن ما هو إصلاح إعلامي وهذا ما صرح به الصحفي والأمين العام لاتحاد النقابي في التلفزيون الجزائري" جمال معا " في قوله" التلفزيون انشأ في فترة التي انشأ فيها الاستعمار الفرنسي تلفزيونه الفرنسي وعلى الرغم من هذا فان الظروف وتواريخ كانت واحدة إلا أن السيرورة في الجزائر تأخرت [1] ، فهذا يمكن اتخاذه من أقوى الدوافع التي تبدو كهدف إعلامي مسطر خصوصا وان اسم الجمهور المحلي أو حتى المشاهد المحلي لم يعد مستخدما وهذا ما أكده الصحفي والشاعر" إبراهيم صديقي "على أساس أن المشاهد الجزائري لم

[1] – جمال معافي : **ملتقى حول فتح السمعي البصري في الجزائر** ، جامعة الجزائر03 ، يوم الأربعاء 2015/05/01.

يعد أسيرا لبرامج " اليتيمة " بل هو مجال مفتوح أمام الأقمار الصناعية الغربية والعربية [1] ،كما يمكن أن نميز الدافع الثاني في تنويع البرامج وهو محاولة إعطاء طابع التخصص على القنوات المراد تأسيسها والتي شكلت ولازالت تشكل الفارق الأساسي في تقديم نوعية البرامج المقدمة وإعطاء مبدأ الأفضلية لقناة أو مجموع القنوات على أخرى مثلما هو الحال في القنوات العربية الأخرى حاليا ، كما يمكن أن نلاحظ الحالة الإعلامية الراهنة والطلب المتزايد على الصحف الخاصة وهذا على الرغم من تواضع برامجها الإعلامية والتي يمكن اعتباره كدافع إعلامي مهم للولوج بالميدان السمعي البصري في محاولة إلى تغيير الوجهة الجماهيرية من القنوات العالمية إلى القنوات الجزائرية الجديدة وأهمية القطاع الجديد تكمل في عدم إمكانية الصحافة المكتوبة في تلبية رغبات الجميع خصوصا مع محدودية القراءة والصورة مهمة جدا لأنها تصل إلى كافة شرائح المجتمع .

والدافع الثالث يتمثل في النقائص والثغرات التي يعاني منها التلفزيون العمومي والتي يعلق عليها بعض الإعلاميين والمختصين في دعوتهم إلى فتح المجال أمام الخواص وهذا من أبواب مختلفة الوسائط تعمد إلى الرقي بمستوى التلفزيون الجزائري على العموم [2]، فقد أكد الدكتور "احمد عظيمي " أن عدد الجزائريين الذين لا يزالون يشاهدون التلفزة الوطنية لا يتجاوز 15 % في ظل غزو الفضائيات مستشهدا بما قاله احد الكتاب " أن النضال من اجل تلفزيون وطني هو مثل النضال من اجل مدرسة وطنية تزداد بالنظر إلى تزايد عدد الفضائيات العربية الذي تتجاوز ألف قناة ناهيك عن باقي القنوات الأوربية والأسيوية والأمريكية .

2- الدوافع السياسية لفتح السمعي البصري أمام الخواص :

لقد بات الإعلام الثقيل من اكبر الدعائم التي تعتمد عليها الدولة وتركز عليها وأصبح وسيلة سياسية تتبناها الحكومة بامتياز وتتخذها كنافذة لنشر إديولوجياتها ورسائلها الضمنية بل حتى المباشرة وهذا السباب مبهمة تمثل محور عجز لدى المشاهد وتتطلب احترافية ومهنية لتفكيكها وهذا بهدف السيطرة على العقول المكبوتة في الجماهير وكما اتخذ الإعلام الثقيل كاستحقاق ووسيلة للدفاع الوطني وكذا لتحسين الصورة السياسية والدعائية وتسويقها لبلوغ الأهداف السياسية المرجوة.

[1] – نعيمة موكس: المرجع السابق، ص69 .

[2] – إبراهيم صديقي : **ملتقى حول فتح مجال السمعي البصري في الجزائر ، جامعة الجزائر**03 ، الأربعاء 2015/05/03.

واستنادًا لهذا يمكن أن نخلص إلى نتيجة أن هذا القرار يحمل دوافع سياسية تتلخصها من خلال:

تنشيط لندوة من تنظيم مركز الدراسات الاستراتيجية والأمنية تتمحور حول الخدمة العمومية في ظل التعدد السمعي البصري[1]،حيث شدد الأستاذ " احمد عظيمي " على أن فتح المجال أمام بروز قنوات تلفزيونية جديدة إلى جانب التلفزيون العمومي هو أمر ليس من باب الترف وإنما هو ضرورة حتمية لضمان الأمن الداخلي للبلاد ونقل صورة ايجابية عنها " .

وعليه فان امن وسيادة البلاد ضرورة حتمية جعلها المشرع الأول في الجزائر من أولويات ما يجب التفكير فيه وكذا الحفاظ عليه فمن مصلحة الشخص تسقط في مقابل مصلحة الجماعة فإذا كانت مصلحة الوطن والأمة كافة فإنها لمن كبائر الحتميات التي تعتبر الإعلام الثقيل سيدا عليها فعلى الرغم من أن القطاع العمومي لم يكد يكون واجهة للدولة إلا أن بدا الخدمة العمومية لم يكن أبدا حكرا على القطاع الحكومي فالانفتاح كما يقول الدكتور والمحلل السياسي " محمد لعقاب " لا يفي بالضرورة ودفعة واحدة تمكين القطاع الخاص من إنشاء القنوات الفضائية بالتدريج على الطريقة التالية :

1- فتح نوافذ تعبيرية حوارية في التلفزيون الوطني بمختلف قنواته .

2- إنشاء قنوات موضوعاتية للدراما والرياضية بحيث تكون كل قناة مستقلة عن الأخرى وتحت إشراف الدولة مثلما هناك صحف تابعة للدولة لكنها مستقلة عن بعضها البعض.

3- إشراك القطاع الخاص في القنوات الموضوعاتية بنسبة تقل عن 50%

4- وفي المرحلة الرابعة ، وبعد مرحلة النضج لا ينبغي أن تعمر طويلا يمكن فتح المجال للخواص لامتلاك نسب عالية أو إنشاء قنوات خاصة وفق دفتر الشروط[2].

والدوافع التي اتخذها السياسة الجزائرية بالحسبان يمكننا الحديث عن ما سماه البعض بأبواق التعبير وهو المتسع من المجال لإبداء كل رأي أو وجهة نظر تنحدر من سلك الديمقراطية فكما صرح الدكتور "مخلوف بوكروح" على موضوع فتح المجال أمام الخواص وغير الخواص هو ضرورة حتمية ينبغي أن تستكمل المسيرة التي انطلقت بها التعددية السياسية و الإعلامية، كما أكد الدكتور على تأخر القطاع تأخراً كبيراً مع موازاة القطاع المكتوب.

[1] – نعيمة موكس: المرجع السابق، ص70 .

[2] – المرجع نفسه ، ص 71.

لذلك ينبغي على الدولة أن تكون حاضرة في هذه الممارسة الإعلامية التي سيقبل عليها الخواص من باب الدعم المادي والتسهيلات التشريعية وكذا الحماية القانونية من الانحراف. [1]

إعطاء الإعلام لبعد الاجتماعي وهو التنويع في المضامين وليس في الوسائل والوسائط فحسب بشرط أن تتوجه نحو الفئات الاجتماعية المناسبة فصناعة المحتوى تتطلب اعتماد نظرة استراتيجية تتجاوز حسابات الحيل السياسية، فالمسالة الإعلامية اخطر من أن تترك في أيدي الإعلاميين و السياسيين وحدهم إنما تتعلق بالحقوق والحريات العامة وبمستقبل المجتمع كله، فالمقصود بالفئات هنا الجمهور المستهدف فالسياسة الظاهرة من وراء فتح القطاع الثقيل هي إعطاء تسميات لجماهير المشاهدين في توعية وقصديه البرامج المنتقاة بالإضافة إلى سيادة الدولة الجزائرية ففي السجل العربي عمدت الكثير من الدول العربية إلى إصلاحات في قطاع الإعلام المرئي هدا لكونه حلقة وصل بين الحاكم والطبقة المحكومة من جهة ولكونه مساحة لبلورة الرأي والأفكار وكذا مناقشتها من جهة أخرى ، فبعد أن عمدت جمهورية موريتانيا على فتح القطاع الثقيل لم يعد الأمر جديا وينبغي الشروع فيه بحكم المكانة التي تحتلها الجزائر اليوم وهدا بعد الربيع العربي وسلسلة الثورات الشعبية التي شهدها العالم العربي فقد تراجعت الكثير من الدول العربية فيما يخص النواحي السياسية والاقتصادية ودخلت الكثير منها في مرحلة الجمود وأخرى من مرحلة الصفر وهدا ما سمح للجزائر بان تسجل الكثير من المواقف السياسية الايجابية وكذا السياسية التكييفية المتبعة من قبل الحكومة والتي وضعت الحد لأي تشويش أو تمرد قد تشهده البلاد، وعليه فهل يمكن تصور دولة بكامل هذه الأفاق بالإعلام العمومي واحد لم يعد قادرا على استيعاب ما يريده المشاهد الجزائري والذي أصبح أسيرا للقنوات الأجنبية. [2]

وقد تحدث الدكتور" احمد عظيمي " بإسهاب " عن وضع التلفزيون العمومي الذي يعاني من نقائص كثيرة وحسبه يبقى التلفزيون يعبر عن رأي السلطة مع بقائه بعيدا عن اهتمامات وانشغالات المواطنين إلا انه قال موضحا بان " الخدمة العمومية تعد مفهوما جديدا في البلدان العربية عموما .

وهذا يعني أن الاستناد على القطاع الخاص من أولى أبجديات التي ستعتمدها الدولة بالإضافة إلى الملكية الخاصة أمر مهم في زمن السماوات المفتوحة والانترنيت، حيث من ناحية ربط المواطن بالإعلام ببلده سواء كان خاص أو حكومي فان المواطن سيحصل على معلومات ويشكل أفكاره من مصادر غير قومية سواء كانت عربية أو أجنبية ، وأياً كانت الممارسات التي تقوم بها الوسائل الخاصة فانه يمكن تقويمها أن فتح

[1] – ريمة قطوش: **اتجاهات الإعلاميين والمختصين نحو حرية الصحافة والإعلام في ظل قانون الإعلام لسنة 2012 وقانون السمعي البصري الجديد** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال ، جامعة المسيلة ،2013 ، ص 62.

[2] – النعيمة موكس المرجع السابق، ص71 .

القنوات الخاصة ستخلق تنافسا بين تلك القنوات والإعلام الحكومي وستفتح أفاقا جديدة لإعلاميين الأمر الذي جعل من الطرف الأخر ضرورة لتحسن في نوعية المادة الإعلامية المقدمة للجمهور. [1]

المبحث السادس : واقع قطاع السمعي البصري في الجزائر حسب المختصين

شهدت الجزائر اليوم دخول نفق إعلامي لطالما كان مستعصيا على الإعلاميين وأهل الاختصاص ليتمثل في رفع احتكار الدولة في مجال السمعي البصري وهو حلم إعلامي بدأت معالمه تظهر ، للشارع الجزائري بعد طول انتظار ، وقد تعددت الآراء حول القطاع السمعي البصري بالجزائر والهم واحد، حيث أن معظم الاجتهادات لم تكن لتبارح مكانها دون الاستناد إلى تشريعات لازمة وترسانة قوانين تضمن وتهيء الأرضية لتحرير الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع، بعد أن ظل محتكرا من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال.[2]

و بالرغم من الجدل الذي يدور بين المختصين ورجال المهنة حول ضرورة استصدار القانون المنظم للقطاع لينهي سنوات الاحتكار الدولة لهذا المجال ويفتح الآفاق نحو تعددية إعلامية فاعلة فان الكثير من المختصين ظلوا يؤكدون أن الترسانة القانونية ليست كافية لضمان تنافس الحقيقي على مستوى الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع ، وعلى الرغم من مصادقة المجلس الشعبي الوطني في جانفي الماضي على القانون المنظم للسمعي البصري وصدوره للجريدة الرسمية في 23مارس 2014 فان القطاع لم يشهد حراك يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون، وكثير من المتابعين يطرحون سؤال يتمحور حول ما إذا كانت هذه القنوات مستقلة أو عمومية برأس مال خاص ؟ وذلك من خلال قراءة للواقع الإعلامي القائم ، وذلك نتيجة تما هي بعض القنوات مع تبني الخط الإعلامي أو الترويج لهذه الاختيارات معينة بطريقة تنقصها الكثير من الاحترافية مما جعل لهذه القنوات أكثر كلاسيكية من حيث الطرح من مؤسسات الإعلام العمومي ، حيث أنها لم تعد تمارس نوعا من القطيعة مع ممارسة المؤسسات العامة ، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة تبرهن استقلاليتها في الغالب. [3]

---

[1] – نعيمي مليكة بوحزام نوال: **القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل الفضاء العمومي، دراسة ميدانية على تمثلات مدينة معسكر**،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ،جامعة الوادي ، ع6 ،افريل 2014.

[2] – النعيمة موكس : المرجع السابق، ص85 .

[3] – احمد عظيمي:**ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية بعنوان : الفضاء الإعلامي الحر في الجزائر بين الإحتكار وتخطي القانون،** **http:// www.akhbarelyoum:dz** شوهد بتاريخ :23:03-2016/02/16

وفي إطار الإصلاحات التي وعد بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة تم صدور الإعلام المنظم للقطاع السمعي البصري لم ينهي حالة الجدل بقدر ما عززها بشكل اكبر حيث أن القانون يحصر النشاط الإعلامي المرئي والمسموع في القنوات الموضوعاتية وفقا للمادة 17 التي تنص على استناد قنوات موضوعاتية ومتخصصة فقط ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستقلال وهو يعتبر البعض تقييدا لحرية التعبير مع روح الإصلاحات الموعودة .

وحول قرار تعيين مولود شرفي على رأس سلطة الضبط لقطاع السمعي البصري، وصفه بأنه" قرارا سياديا، لكن تمنينا لو أنه اسند لشخصية غير حزبية طبقا للقانون الجديد الذي يحظر إسناد المنصب لشخصية حزبية أو ذات علاقة بعهدة انتخابية أو وظيفة عمومية، فضلا عن حظره على أصحاب مصالح في مؤسسة سمعية بصرية أو مؤسسة للنشر و الصحافة بصفة مباشرة أو غير مباشرة. [1]

و وصف جري في حديثه عن سلطة الضبط وفقا للصلاحيات الواسعة التي تتمتع بها ، بأنها تحولت إلى " سلطة انضباط وليس سلطة ضبط ، مشيرا إلى أن ذلك لا يدفع ويشجع التجارب الجديدة لشق طريقها بيسر وحرية . مطالبا بمزيد من التمثيل للصحفيين في هذه الهيئة التي تتشكل من رئيس وخمسة أعضاء .

وينتقد جري القانون المصادق عليه مؤخرا لتنظيم قطاع السمعي البصري " لأنه يحتوي على الكثير من الثغرات " لجهة تصنيفه للقنوات على أساس أنها موضوعاتية و أخرى عامة. [2]

ويرى الدكتور "عاشور فني " أستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال، بجامعة الجزائر "3"والمختص في اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ، أن قطاع السمعي البصري يعد صناعة ثقيلة، تتطلب استثمارات ضخمة و بنى تحتية متينة تقوم عليها الصناعة حتى تقدم منتجا إعلاميا ذا جودة يلبي احتياجات الجمهور المستهدف، مضيفا أن " القنوات ليست مجرد شاشات لبث الصور والمعلومات ، وبالعودة للوضع القائم في الجزائر يرى عاشور، أن "الإدارة سمحت لتلك القنوات منذ أكثر من سنتين بالعمل خارج القانون، وحين اشتغلت هذه الشاشات لم تقدم نموذجا بديلا و لم تؤسس لصناعة ثقافية تتمتع بالجودة، أو خدمة مهنية تمثل قيمة مضافة، بل بدت أنها أكثر رداءة من التلفزيون العمومي – حسب قوله ، ويفسر ذلك بالقول " إن هذه القنوات التي ظلت تنشط خارج القانون تصبح عمليا أكثر قابلية للضغوط وخاصة للخضوع للسلطة التنفيذية "

---

[1]–Brahim Brahimi : **La liberté de l'information à travers les deux codes de la presse1982- 2012 en Algérie**, revue algérienne de communications ,n° 6- 7, 1992, P :15.

[2] – مقال مكتوب بعنوان التلفزيون الجزائري ،ماضي عريق ،واقع مبكي ومستقبل متوقف على ردة الفعل، منتديات ستار تايمز ، http://www.startimes.com/?t=3141281 شوهد بتاريخ : 2016/02/27 13:56

ويصف الواقع الذي خلفته هذه الحالة بالقول " أنها خلقت نموذجا مؤذيا للثقافة والذائقة العامة، من خلال الترويج للإثارة والترفيه المبتذل من خلال العودة للغرائز البدائية كالخوف من المجهول ، والشعوذة واستغلال حاجة الناس وبث برامج " صرف الجان " وغيرها، عوض حصص التوعية والثقافة، والأن أنها قريبا ستتحول إلى قنوات قانونية لتكتسب بذلك الصفة الرسمية أو ما يمكن تسميته بشر عنة الرداءة ومؤسسة الانحراف.[1]

وفيما يخص الجانب المالي" فيرى فني " أن الأمر يتعلق بآلية جمع أموال الإشهار العشوائي، الوارد أساسا من قطاعات جرى تحريرها منذ مدة وهي قطاع الاتصالات وقطاع المواد الغذائية والمشروبات والسيارات وهي ذات القطاعات التي تمول الصحافة المكتوبة من خلال صفحات الإشهار، ودخول الومضات الإعلانية المرئية سيحد من قدرة تلك المؤسسات التجارية من توفير صفحات الإشهار للصحافة المكتوبة ، فالتنافس قادم بين الصحافة المكتوبة والتلفزيون و المواقع الإلكترونية و أما فيما يتعلق بالقانون الجديد والخاص بالسمعي البصري، فيقول " فني " : أن الفيصل ليس في وجود القانون ومحتواه بل في مدى تطبيقه، لأن وجود هذه القنوات سابق لوجود القانون نفسه حيث ظلت الإدارة صامتة على الخروج عليه، وبالتالي الفيصل هو في وجود او عدم وجود سياسة إعلامية، ومدى استعدادنا لخوض غمار استثمار حقيقي وضخم في مجال السمعي البصري يعتمد على المنافسة والكفاءة والفاعلية وليس المخرج الحقيقي يكمن في وضع استراتيجية لصناعة المحتوى والخروج من على حماية الإدارة الترقيع الحاصل في مجال إنتاج البرامج لملء الفراغ قبل الانفتاح فما بالك بعد نشأة القنوات الجديدة في غياب هياكل حقيقية للإنتاج السمعي البصري هذا ما نحتاجه في حاليا وفي المستقبل المنظور –حسبه– .[2]

أما الإعلامي والمنتج التلفزيوني " سليمان بخليلي " وفي تقديمه قراءة(متأنية) في مشروع القانون المتعلق بالسمعي البصري ، فيحرص الإعلامي سليمان بخليلي بأنه يقدم دراسة متأنية لمشروع القانون فيشير في البداية بان الجزائر من البلدان الرائدة في مجال حرية التعبير والصحافة من خلال قانون الإعلام 1990 ، فيلاحظ أن التزام المؤسسات الشركات الخاصة بإنشاء قنوات موضوعاتية (لا متخصصة) فقط دون إمكانية إنشاء قنوات عامة ، بأنه أمر غير مفهوم وغير مبرر قانونيا ومهنيا .

[1] – احمد عظيمي : مرجع سابق ، ص 113.

[2] – نعيمي مليكة بوحزام نوال: مرجع سابق ، ص145.

وأشار إلى المادة 63 من مشروع لقانون التي تقصي بإنشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري إلى ترخيص يمنح بموجب المرسوم وفي الأخير يذهب الإعلامي سليمان بخليلي إلى أن مشروع قانون السمعي البصري هو خطوة إيجابية نحو تحرير هذا الفضاء في البلاد مشيرا إلى تقنين السمعي البصري في الجزائر بما يراعي خصوصيتنا. [1]

ويذهب ممثل مبادرة من اجل كرامة الصحفيين الجزائريين انه يتحفظ على المادة 17 التي تنص على إنشاء قنوات موضوعاتية ومتخصصة فقط، ولا يسمح بإدراج برامج إخبارية إلا وفق يحد في رخصة الاستقبال وهو ما اعتبر تفيداً لحرية التعبير يتنافى مع الانفتاح وفي نفس السياق بحرص "قارة علي " وهو أيضا لجنة الثقافة والإعلام سابقا بالبرلمان بأن المشروع لا يمنع القنوات التلفزيونية والإذاعية من أن تتخصص في برامج محددة أو متعددة مثلما لم يمنعها من أن تبث برامج وحصص إخبارية واصفا النقاش البرلماني والسياسي والإعلامي بشأن الموضوع بـــ (زوبعة الفنجان) كما يرى الباحث "رضوان بوجمعة " أن تجربة التنوع الإعلامي والتعددية الإعلامية في الحالة الجزائري قد برهنة على فعلية نفعها للمجتمع وأثرها الايجابي في وعيه ونمائه والنهوض بدور الصحافة الوطنية في الجزائر خصوصا بعد مرور مهنة الإعلام بمراحل حساسة تدرجت به مهنة الموظف والناطق الرسمي بسمة المدافع عن الثورة إلى مهنة الصحفي الحر في عهد التعددية الإعلامية. [2]

وأكدت الدكتورة"ليلى فيلالي" أن قرار فتح السمعي البصري في الجزائر جاء بعد الإصلاحات السياسية وموجة الثورات الشعبية ،كما قالت أن هناك فرق بين التعددية الإعلامية في الوسيلة وبين تعددية في المضامين مؤكدو أن ظروف ظهور هذه القنوات جاء في بيئة إعلامية غير متوازنة وهذا نتيجة لظهورها في إطار غير قانوني فهي تقدم برامجها فقط في الجزائر أما إطار قانونها في الخارج ، أما من ناحية المحتوى فهو دعائي والوظيفة المنقولة لها غير موجودة، وقات أن هذه القنوات تعيش في فوضى وهو ما يلزم الدولة على تبني خطة إعلامية جديدة متفتحة لصناعة الرأي العام .

وأنهت الدكتورة بضرورة البحث في هذا الفضاء من اجل بناء بنية إعلامية تتوازن بين الوسيلة والمضمون مؤكدة على أن التعددية هي إحدى ضمانات وجود إعلام متوازن. [3]

---

[1] – يوسفي عبد العالي : مرجع سابق ، ص 81.

[2] - مشيكي مياد : **إتجاهات الجمهور الجزائري نحوى القنوات الخاصة في الجزائر** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة مكتوبة ، جامعة محد بوضياف بالمسيلة ، 2014-2015 ، ص 75.

[3] – مرجع نفسه ، ص 77.

كما أكد"عبد الحميد بوشوشة" لا يمكن أن نقيم تجربة القنوات الخاصة لأنها في بدايتها قال بأنه يصعب علينا تقييم تجربة القنوات الخاصة لأنها في بدايتها لكن الملاحظ أنها تضع أخلاقيات المهنة في الأخير وتميل إلى الدعاية وتحقيق السبق الصحفي على حساب باقي النقاط المهمة في أخلاقيات المهنة المصادق عليها في المواثيق التي تحتم على الصحفي أن يكون في خدمة المجتمع وضرورة شعوره بالمسؤولية، كما تأسف على عدم استمرار المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة " 2001-2005 " .

ويرى أيضاً الإعلامي الإذاعي " بوشلاغم علاوة " أن الإعلام الجزائري إعلام محلي الجزائري بامتياز و تحدث الإذاعي " بوشلاغم " عن الإعلام الجزائري وعن ملامسته للقضايا المحلية أكثر من مواضيع أخرى،وقال أنه إلاعم محلي بإمتياز ويتجلى هذا في القنوات الخاصة إذ اهتمت بالشأن المحلي وطبقت هذه المقاربة بشكل ممتاز لأنها ركزت بنسبة أكثر من 70 بالمئة من إخبارها على الشأن المحلي وأعطت لميكرفون للمواطن كما وصلت إلى مناطق في الجزائر لا يعرفها اغلب المواطنون والذي لم يقم به الإعلام العمومي، غير أنه قال بأن النقص الذي لم ينتبه له أصحاب القنوات الخاصة أنهم لم يتجهوا للنخب الحقيقية وهناك تركيز على بعض صناع الرأي العام رغم وجود عدد كبير من النخب المميزة في الجزائر العميقة.[1]

الإعلامي بالتلفزيون " نور الدين ضروي " يرى الإعلام الخاص مكمل للعمومي رغم علاقتهما التنافسية قال بأن إنشاء شبكة برامجية في القناة العمومية من منطلق احتياجات المواطن والقيم الوطنية يصعب أن تعبر بنسبة عالية عن انشغالات المواطنين على أساس أن المجتمع غير متجانس من حيث طريقة تفكيره وطموحاته... وعلى أساس انه لابد أن تبرز مجهودات الدولة لأنها مربوطة بدفتر شروط لابد أن تحترمه.

نفس المتحدث " نور الدين ضروي" يأكد على ضرورة أن يصل هذا الإعلام لانتزاع ثقة المواطن حتى يضمن لنفسه المصداقية الكاملة وذلك بالتعامل بموضوعية مع كل المواضيع المطروحة وعدم الإجحاف بحق مواضيع، كما قال بأن الإعلام الخاص يأتي مكملا للعمومي رغم علاقتهما التنافسية، مشيرا إلى أن تفاعل المواطن مع القنوات الخاصة جاء لإثارتها لمواضيع لم تتمكن القنوات العمومية تسليط الضوء عليها. [2]

[1] – مرجع نفسه ، ص 78.

[2] – مرجع نفسه ، ص80.

الفصـــل الثـــالث

مقدم برامج التلفزيون

تمهيد

المبحث الأول :تعريف مقدم برامج التلفزيون

المبحث الثاني : خصائص ومؤهلات مقدم برامج التلفزيون

المبحث الثالث : مقدم برامج التلفزيون وفن توصيل المعلومة

المبحث الرابع : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة الصوت (الميكروفون)

المبحث الخامس : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة التصوير (الكاميرا)

المبحث السادس :مقدم برامج التلفزيون و طرق تحقيق اتصال ناجح مع الجمهور

تمهيـــد

يعتبر العمل التلفزيوني عملا ضخما و معقدا و حساسا مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى حيث يتطلب تكاملا و تفاعلا بين مختلف العاملين في الحقل التلفزي بدءا بالمعدين والمحررين ومرورا بالمقدمين للمادة المزمع عرضها، يقف على كل تلك الإجراءات والتحضيرات مخرجاً يشرف على الكادر الفني يتمثل بالمهندسين والفنيين لتصل المادة عبر الشاشة الصغيرة الى المتلقي .

ما يهمنا في هذا الفصل مقدمي برامج التلفزيون ، والذي سوف نقف على تعريفه ، وتسليط الضوء على خصائصه ومؤهلاته ، كما نتعرف على تعامل المقدم مع أجهزة الصوت وأجهزة التصوير خلال عمله بالأستوديو ، وأخيراً طرق تحقيق المقدم التلفزيوني لاتصال ناجح مع جمهور المشاهدين .

مقدم برامج التلفزيون

المبحث الأول :تعريف مقدم برامج التلفزيون

هو الشخص الذي ينقل معلومات ما إلى عدد غفير من الناس ، لأن المقدم التلفزيوني يعد ناشراً للرسائل الاتصالية العديدة .[1]

إذا ما انتقلنا إلى أساليب مقدمي برامج التلفاز في نقل أفكارهم، نجد أنهم يتميزون بامتلاكهم مخاطبة الجماهير ، والقدرة على إثارة العواطف ، بل وتحريك هذه الجماهير للإقدام على أعمال معينة ، أي تحريكها إلى أبعد من مجرد العاطفة إلى نطاق الفعل [2].

وعلى ذلك يمكننا أن نحدد تعريفاً للمقدم التلفزيوني: " هو الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية إلى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة"

وتعريفه على هذا النحو يشتمل على العناصر الأتية :

1- إنه يقوم على نقل المعلومات وتقديمها صوتياً

2- الاحتراف بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة ، والوظيفة والعمل الذي يؤديه الشخص ، وعلى ذلك فإن الطبيب الذي يقدم برنامجاً ناجحاً لا يمكن أن نسميه مذيعاً مادام لا يحترف المهنة.

3- أن يتم هذا العمل من خلال التلفزيون.

4- أن تخضع عملية نقل المعلومات لمواصفات معينة هي التي تفرق عمل المقدم ، وكل من الخطيب أو الممثل أو الوعظ. [3]

المبحث الثاني : خصائص ومؤهلات مقدم برامج التلفزيون

هناك عدد من الخصائص الأساسية التي لابد من توافرها في الشخص الذي يعمل مقدماً في التلفزيونوهذه الخصائص أو الأساسيات أو المؤهلات الذاتية والخاصة، تعدها محطات التلفزيون بمثابة قواعد وأسس ومعايير لمهنة الكلام إلى جمهور غير مرئي.

---

[1] – محمد فلاح : **التلفزيون والفيلم** ، دار الفكر العربي للنشر ، ط1 ، عمان ، 2000 ، ص 14.

[2] – عادل عبد الغفار: **تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية** ، دراسة مكملة لشهادة الدكتوراه ، جماعة القاهرة ، 2008 ، ص 181.

[3] – فاضل حنى : **التلفزيون ماله ما عليه** ، مؤسسة الرسالة للطبع والنشر ، القاهرة ، 2002، ص 45.

ويمكن إيجاز هذه الخصائص أو المؤهلات على النحو التالي :

1- المستوى التعليمي :

" المقصود هنا أن يكون الشخص قد حصل على قسط من التعليم، وبينما تشترط بعض المحطات حصول الشخص على مؤهل جامعي كحد أدنى للمستوى التعليمي ، نجد محطات أخرى لا تشترط ذلك وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي"[1] .

2- المستوى الثقافي :

الثقافة شيء يختلف عن التعليم، والمقصود بالمستوى الثقافي للمقدم هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله .

"لابد من الإشارة إلى أن يكون المقدم التلفزيوني متمكناً تماماً من اللغة التي ينطق بها" [2] .

3- الصوت وطريقة الحديث :

السلامة الصوتية واللغوية والنحوية مع الابتعاد عن التزمت في الرأي، كما يجب أن يكون متمكناً من الإلقاء الاحترافي .

المقصود بالصوت الجيد هو الصوت القوي الواضح الذي ترتاح إليه الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء الكلام ، وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهار الصوتي الكلامي للشخص [3].

4- المظهر الجسدي :

هذا الاعتبار أو الشرط يتحتم توفره بالنسبة لمقدمي التلفزيون فقط ، لأنه ليس مهماً في حالة الراديو أن يكون المقدم ذا أنف معقوف مثلاً مادام صوته يلبي الاحتياجات المطلوبة .

لا يمكن ان نحدد سمات بيعنها لوجه بشري ونقول إن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التلفزيون، ويمكن القول أن الوجه الذي يبدو مقبولاً ومحبباً وأكثر وسامة وقبولاً لدى المشاهدين هو المطلوب .

أما بالنسبة للمواصفات الجسمية الأخرى، فليس المطلوب أن يكون المقدم مصارعاً أو أحد ابطال رفع الأثقال أو المصارعة ، بل المطلوب هو المظهر الجسماني المقبول لا يثير دهشة المشاهدين أو تساؤلاتهم ولا يبعث على الإشفاق أو يثير الرغبة في البكاء أو الرغبة في الضحك .

---

[1] – أحلام فتحي وأخرون : **لغة الجسد والاتصال** ، مؤسسة البدر للكتاب ، ط2 ، بيروت ، 2001، ص 20.

[2] – مهدلي محمد : **الاتصال الاجتماعي** ، المكتب الجامعي الحديث ، الأردن ، 2008، ص178.

[3] – محمد فلاح : مرجع سابق ، ص 17.

5- الحماسة والتفاؤل :

إن مقدمي التلفاز الأكفاء يحرصون على التمتع بمستوى عال من الحماس والافائل والنشاط، أثناء قيامهم بإدارة برامجهم.

6- القدرة على العمل الجماعي :

العمل الإعلامي جهد جماعي وينبغي أن تسود روح الفريق بين العاملين في كل البرامج ، وفي كافة البرامج بما فيها الأخبار على وجه العموم ، وفي حالة ظهور اختلافات أو وجود اعتراضات مهنية حول أسلوب التناول أو المعالجة يصعب التوفيق بينها فحينها ينبغي الاحتكام الى سلطة تحريرية للبرنامج.

رغم أن أهمية المؤهلات والخصائص التي ذكرناها سابقاًن إلا أن" نجاح المقدم التلفزيوني في برنامجه يتحقق حينما يؤمن برسالته الاتصالية ووجوب إيصالها بطريقة سليمة واحترافية، ويتحقق ذلك من خلال شغفه العميق بعمله، وتطلعه نحو تقديم برامج تلفزيونية على مستوى عال من المهنية". [1]

المبحث الثالث : مقدم برامج التلفزيون وفن توصيل المعلومة

إن الهدف الرئيسي للمقدم في التلفزيون ، هو أن يوصل (ينقل) المعلومات والأفكار والأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية ، وإذا كان ذلك هو دور المقدم كقائم بالاتصال فإن نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولاً وأخيراً على إمكانياته الذاتية والشخصية. [2]

يحتاج المقدم التلفزيوني إلى مهارات عالية، بعضها يمكن اكتسابها بالتدريب بينما البعض لا يمكن اكتسابها إذ من الممكن التدريب على فنون الحوار، ومناقشة الموضوعات العلمية والاقتصادية والرياضية وحتى الإخبارية وكل ذلك يساهم في صنع المقدم المحاور وتكوينه في البرامج عامة وبرامج العروض الكلامية خاصة [3]

على المقدم أن يكون منظماً، خاصة في كلمة البرنامج الافتتاحية، متضمناً ذلك قدرته على طرح الأسئلة، الملاحظات المهمة، الجمل والعبارات المترابطة في النص، وفي النهاية القدرة على وصف الأفكار بما يخدم الفئة المستهدفة من الجمهور[4] .

يوصي الخبراء على التحضير والإعداد لبرنامج مع ضيف خاص ، بضرورة الاستفسار وجمع المعلومات حول الشخصية التي سيقابلها المقدم التلفزيوني، لأن ذلك يلعب دوراً أساسياً في انتقاء الأسئلة وفي أسلوب طرحها

---

[1] – محمد منير حجاب : **مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة** ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط2 ، 2000، ص 45.

[2] – دينا فاروق : " **télévision Presenter's Skills** " ، أطروحة ماجستير ، الجامعة الأمريكية ، القاهرة ، 2003، ص 86.

[3] – مهدلي محمد : مرجع سابق ، ص12.

[4] – محمد منير حجاب : مرجع سابقة ، ص 47.

إذ أن أسلوب التعامل يختلف باختلاف الأشخاص وباختلاف مواقعهم الوظيفية، فالحديث مع محلل سياسي سوف يتطلب أسئلة تختلف عن تلك التي يجب طرحها على رئيس وزراء في دولة ما. [1]

إن من الأمور المهمة بالنسبة للمقدم التلفزيوني ، محاولته الدخول بعمق في شخصيات الضيوف رويداً ، حتى يصل في النهاية إلى علاقة لطيفة من أجل تحقيق انسجام بين المقدم والحضور وهذا بالتالي يؤدي إلى إنجاح البرنامج التلفزيوني .

أن شخصية المقدم أو طبيعته لا بد أن تعكس الإحساس بالجاذبية والمودة والقرب، بحيث يشعر المشاهد أو المستمع بأنه يجلس إلى أحد أصدقائه المقربين، أما الجاذبية التي نقصدها في هذا الصدد فلا تعني المظهر العام للشخص بقدر ما تعني (الجوهر) أو (الروح) أو ذلك الشيء الذي يولد تلك الأحاسيس المريحة تجاه تلك الشخصية كالإحساس بأنها شخصية لطيفة وجذابة تشد الانتباه[2]. من هذه الخواص الذاتية أو الملكات الشخصية هي التي يمكن للمقدم اللماح أن يستثمرها ويوظفها لخدمة عمله ، لأنها هي التي تتيح له علاقة وطيدة ورابطة وثيقة بالجمهور ، وهذه العلاقة التي هي مزيج من الثقة والعواطف الحميمية، لا يمكن إدراجها ضمن الخواص التي يمكن أن يتعلمها المقدم كما سبق القول ، وذلك لأنها تشع من الداخل ، من ثم فأنه قد يمتلكها ولكنه لا يكتسبها. [3]

طرق توصيل الأفكار والمعلومات :

يظهر المقدم ما لديه من أفكار ومعلومات إلى الجمهور مستخدماً في ذلك طرائق عدة :

- ✓ استخدام النص Script: بمعنى العمل من خلال نسخة مكتوبة وإجراء التجارب عليها ، وفي هذه الحالة فأن المقدم التلفزيوني إما أن يقرأ من النص ، أو يحفظ النص عن ظهر قلب ويسرده من الذاكرة.
- ✓ الارتجال Ad-libing : ومعناه أن يقدم موضوعه دون استخدام نص ودون إعداد مسبق أو إجراء تجارب.

---

[1] – محمد فلاح :مرجع سابق ، ص 19.

[2] – عاصف حميدي : **العمل الإذاعي والتلفزيوني – مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع** ، دار مجدلاوي للطبع والنشر ، عمان ، الأردن ، ص45.

[3] – Saad Farouk : **Influence des caractéristiques de présentation et le contenu des nouvelles sur l'apprentissage de nouvelles TV**, sharikat al Matgb lil nachr ,beirut ,1995, p: 16.

✓ الارتجال مع استخدام مفكرة أو مذكرات Notes: أي استخدام المقدم لمفكرة يدون فيها بعض النقاط أو الملاحظات التي تذكره بالموضوع وتكون بمثابة رؤوس موضوعات يرتجل الحديث فيها.

نظراً لطبيعة التلفزيون وعناصره البصرية، فأن التعامل مع جمهور هذه الوسيلة يختلف عن التعامل مع جمهور الراديو الذي لا يعرف عن مقدم البرنامج التلفزيوني إلا الصوت وما يقرأه في ثناياه من أحاسيس وتعبيرات.

أما عندما يرى المشاهد تصبح أكثر تعقيداً ويتطلب الأمر من المقدم جهداً مضاعفاً [1].

فالشكل له مدلول ويعطي إنطباعاً للمشاهد عن الشخصية المتحدثة وكذلك الصوت إضافة إلى الأحاسيس والقرب من القلب أي تقبل المشاهد للمقدم .[2]

إن على المقدم التلفزيوني امتلاك شخصية مناسبة تقنع من يشاهدها على الشاشة، وذات حضور أخاذ تمتلك صفات محددة تجعل من إيصال الرسالة أمراً حتمياً، وهي:

- شخصية ذات حضور .
- شخصية تتقن التعامل مع الكاميرا .
- شخصية واعية لما تقول.
- شخصية سريعة البديهة .
- شخصية تعبيرات وجه هادئة .
- شخصية واعية لدور الإعلام .
- شخصية واعية لمضمون الرسالة الإعلامية. [3]

[1] – عبد المالك أحمد : **كيف تصبح مذيعاً ناجحاً ؟ تجارب وقواعد** ،دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2004. ص 30.

[2] - شلبي كرم : **المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون** ، مكتبة التراث الإسلامي ، القاهرة ، 1992 ، ص 101.

[3] – الجنيدي خيري زهير : **لغة الجسم في القرآن الكريم** ، أطروحة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، الأردن ، 2002، ص 112.

المبحث الرابع : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة الصوت (الميكروفون)

الميكروفون هو الألة الفنية التي تلتقط الأصوات على اختلاف أنواعها (بشرية طبيعية- يدوية – آلية) وتقوم بترجمتها إلى تغييرات في تيار كهربائي.

وقد اتخذ أو مكروفون شكل هاتف البث الذي طوره المخترع الأمريكي "ألكسندر جراهام بيل " عام 1876 م ، واليوم تستخدم الميكروفونات في أنظمة مخاطبة الجمهور ، وفي بث العروض التلفازية والإذاعية ، وفي تسجيل الصوت للأفلام ، وفي طبع الأسطوانات ، وفي تسجيلات الكاسيت، وتستخدم الميكروفونات أيضاً في الإذاعات الشعبية وإذاعات الهواة. [1]

تستخدم الميكروفونات المتنوعة التصاميم لغايات مختلفة ، ويستخدم العاملون في الفرق الموسيقية الشعبية، وبعض مقدمي البرامج المسلية الميكروفونات المحمولة باليد ، وهناك أنواع أخرى من الميكروفونات ذات قوائم ،وترتبط أنواع أخرى بذراع تسمى ذراع الميكروفون حيث تمسك بالميكرفون فوق جهاز التلفاز أو مع ممثل الفيلم ، ويمكن لذراع الميكروفون أن تلحق الممثل في أي اتجاه ، إلا أنها تبقى خارج مدى آلة التصوير، ويتم وضع ميكروفونات القلادة في خيط، يربط العنق، أما ميكروفونات الصدر فيتم تثبيتها على ملابس الشخص الذي يستخدمها. [2]

أولاً : أنواع الميكروفونات :

هناك العديد من أنواع الميكروفونات، لكل منها خصائصه واستخداماته ولكل منها مميزاته وعيوبه، ولكن أهم هذه الأنواع هي :

1- الميكروفون ذو الاتجاه الواحد(Unidirectionnel) : وهو ميكروفون مصمم بحيث يلتقط الاصوات التي تصدر من اتجاه واحد- على الأقل – الأصوات المباشرة من ذلك الاتجاه ولا يلتقط الاصوات غير المرغوب فيها ، ويستخدم هذا النوع من الميكروفونات عادة في البرامج التي تقوم على السرد مثل قراءة النشرات الإخبارية والتعليمات والإعلانات .

2- الميكروفون ثنائي الاتجاه(Bidirectionnel) : وهو نوع من الميكروفونات شائع الاستعمال في محطات الاذاعة ، ويستخدم في برامج المقابلات التي يجلس فيها شخصان متواجهان على مائدة واحدة، ويستخدم كذلك في العروض الدرامية حيث يقف الممثلون أمام كل جانب من جوانب الميكروفون .

---

[1] – الدسوقي إبراهيم : **وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري** ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 2006 ، ص 41.

[2] – محمد الهاشمي : **تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ص 89.

3-الميكروفون اللااتجاهي (كل الاتجاهات) (Omni directionnel) : وهو الميكروفون الذي يلتقط الأصوات التي تأتي من أي اتجاه بنفس الجودة ، ويستخدم هذا الميكرفون بشكل مثالي في برامج الندوات التي تسمى ندوات المائدة المستديرة، حيث يجلس المشاركون حول المائدة يتوسطها ميكروفون يلتقط الأصوات من كل الاتجاهات.

4-الميكروفون القلبي (Cardioid's) : حيث يكون شكله الخارجي في شكل قلب "Heart" ، ويلتقط الصوت من اتجاه يمثل نصف دائرة المساحة الموجهة لفم الميكروفون.

5-ميكروفون البندقية (Shotgun or rifle) : وهو يلتقط الصوت من مساحات صغيرة هي المساحة المصوبة نحوها فم الميكروفون فقط.

استخدام هذا النوع من الميكرفونات يكون فعالاً جداً عندما نريد التقاط صوت معين دون سواه، افترض مثلاً أن هناك اجتماعاً في غرفة يملؤها الضجيج ونريد التقاط صوت شخص واحد بعينه، هنا يصوب الميكروفون نحو هذا الشخص. [1]

وهناك تصنيف آخر للميكرفون على أسا كيفية استخدامها ومكان ذلك كالإذاعة مثلاُ، حيث إن تركيبها الداخلي يؤثر في استجابتها لأنواع خاصة من الأصوات، ومن الأنواع الشائعة الاستخدام وهي :

1-الميكروفون الديناميكي (Dynamic Microphone) : وهو أكثر أنواع الميكروفونات شيوعاً في محطات الإذاعة وأكثرها متانة، ذلك لأنه قد يكون ميكروفوناً ذا اتجاه واحد أو لا اتجاهي أو قلبي أو من طراز ميكروفون البندقية.

عموماً فإن الميكروفون الديناميكي يعد من أنسب الأنواع التي تستخدم لالتقاط الصوت من مصدر بعيد، ويستخدم الميكروفون الديناميكي بفاعلية أكثر داخل الاستديوهات الهادئة ذات الارتداد (الصدى) الجيد .

2-الميكروفون المكثف (Condenser Microphone) : وهو أحد أنواع الميكروفون الديناميكي لأن عمله يقوم على أساس الضغط، لكنه يحتوي على جهاز مختلف واكثر حساسية، وهو أيضاً

[1] – مجد الهاشمي : مرجع سابق ، 90.

[2] – نفس المرجع ، ص 90.

ميكروفون لا اتجاهي، ويعد من أفضل أنواع الميكروفونات التي تستخدم في الإذاعة وبرامج التلفزيون .

3- ميكروفون السرعة (Velocity) : ويسمى بالميكروفون الشريطي(Ribbon) وهذا الميكروفون يناسب التقاط الاصوات التي تصدر عن مصدر ثابت للأحاديث أو الموسيقى، ويعد هذا النوع أفضل أنواع الميكروفونات من حيث الأمانة العالية والدقة البالغة في التقاط الصوت ، ولكن يعيبه أنه هش إلى درجة كبيرة ويمكن أن يتحطم أثناء الاستعمال، ما ينبغي أن يراعيه المقدم تماماً أثناء العمل .

4-الميكروفون اللاسلكي(Wireless Microphone) صمم ليستخدم عندما يتعذر إخفاء الكابل أمام الكاميرات التلفزيونية، ومن المعروف أن هذا النوع يستخدم في الإذاعة المسموعة فقط (الراديو) .

5-ميكروفون العنق أو القلادة: هو الميكروفون الذي يعلق في الرقبة، ويطلق عليه ميكروفون القلادة Lavaliere Microphone ، نظراً لأنه يشبه القلادة في الرقبة، وقد صمم هذا النوع من الميكروفونات للاستخدام التلفزيوني أصلاً. [1]

ثانياً : القواعد الأساسية للتعامل مع الميكروفون

بعد ان يتم اختيار الميكروفون المناسب، وبعد أن يتم وضعه في المكان المناسب يبقى على المقدم التلفزيوني أن يعرف كيف يكون تعامله الذاتي مع الميكروفون أو الإحساس بالميكرفون ، وسيتناول الباحث الجانبين على النحو التالي :

- **التغلب على الخوف من الميكرفون :**

إن الخوف من الأداء أمام الميكروفون، إنما هو رد فعل طبيعي لأي مؤد غير محترف، ومع ذلك فإن الأمر لو اقتصر على مجرد توتر بسيط لكان شيئاً طبيعياً بل ومفيداً ، لأن الخوف يؤدي إلى إفراز مادة " الأدرينالين" في الدم وهي مادة تؤدي إلى الانتباه والحساسية الزائدة لدى الشخص .

وعلى وجه العموم فإن الخوف من الميكروفون، ينتج عن عدة أساب وهي:

[1] – مقال بعنوان :TV/Radio Announcer /Perenter حمل بتاريخ 2016/04/03 من الموقع التالي : www.eljoimhoour.com/article,php!idm:10000292,5,2016 شوهد على الساعة 10:19.

1-نقص الخبرة، وهذه مسألة يمكن التغلب عليها بمرور الوقت والأداء المنتظم الدائم.

2-الحاجة إلى الإعداد.

3-الخوف من الفشل، وهو إحساس ينتاب الكثيرين عندما يقدمون على عمل يحتم عليهم الاتصال بجمهور عام، وهذا من الضروري أن يركز المقدم على الرسالة التي ينقلها.

4-الحاجة إلى احترام الذات ، أن المقدم عندما يحترم نفسه، فإن ذلك ينعكس بالضرورة على عمله ، ويرتفع مستوى الأداء لديه بشكل ملموس.

5-الحاجة للإعداد الذهني ، ينبغي على المقدم خلال الدقائق التي تسبق البرنامج أن يتخلص تماماً من أي توتر ذهني أو جسدي.

وفي ذلك يضع عدد من الخبراء بعض الالتزامات أو الوصايا أمام المقدم وهي :

- ابحث عن وسيلة للاسترخاء
- حاول تجميع أفكارك
- ركز على الموضوع الذي ستقدمه
- فكر في الحالة النفسية التي ينبغي أن تحكم الأداء
- فكر في السرعة الملائمة للأداء
- فكر في أهمية الرسالة
- فكر في مشاكل الإلقاء والنطق.[1]

يمكن القوم ان المقدم يمكنه السيطرة على أعصابه بالإعداد الدقيق، والتدريب الدائم، والثقة بما يقول ، والتركيز على رسالته ، والامتناع عن تحليل مشاعره وعواطفه. [2]

[1] – نجوى فوّال: **القائمون بالاتصال**، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص16.

[2] – شلبي كرم : مرجع سابق ، ص 104.

- **الشعور بالميكرفون :**

الاستخدام الخاطئ للميكرفون ينتج إما عن نقص في الخبرة أو غياب الإحساس بالميكرفون أو عدم الشعور به ، حيث يؤدي إلى وقوع المقدم في العديد من الأخطاء، منها:

- ❖ عدم تثبيت ميكروفون الرقبة(القلادة) قبل بدء الأداء.
- ❖ احداث اصوات غير مطلوبة قرب الميكروفون مثل النقر على طاولة الميكروفون.
- ❖ عدم نقل الميكروفون بطريقة صحيحة بين المقدم والضيف أثناء المقابلة.
- ❖ جلوس المقدم والضيف في موضع غير مناسب وصحيح بالنسبة للميكروفون.
- ❖ عدم إدراك العلاقة الصحيحة بين كل نوع من أنواع الميكروفونات وخاصيته في التقاط الأصوات.

أما عن الأسس التي ينبغي على المقدم التلفزيوني الالتزام بها عندما يواجه الميكروفون، فهي :

1- يجب على المقدم أن يتحدث أمام الميكروفون بنفس الصوت الطبيعي الذي يتحدث به في حياته اليومية مع الآخرين.

2- على المقدم أن يتجنب أن ينفخ أو يلهث أمام الميكروفون مباشرة

3- يراعي ضرورة تناول صفحات النص الذي يقرأ منه المقدم وتقليبها بطريقة لا تحدث صوتاً أمام الميكروفون.

4- على المقدم أن يلم بالإشارات المتفق عليها والتي يجري التعامل بها داخل الاستيديو أثناء العمل، وهي إشارات تتعلق بالوقت والصوت وسرعة القراءة. [1]

[1] – صفاء عباس :**صفات ووظائف بالمذيع التلفزيوني** ،مقال منشور إلكترونياً على مدونة "نافذة الصورة "، أستخرج بتاريخ 2016/04//15 ، من الموقع التالي. http://safaabass.blogspot.com/2014/11/blog-post_1.html شوهد على الساعة 10:02.

المبحث الخامس : مقدم برامج التلفزيون وأجهزة التصوير (الكاميرا)

آلة التصوير" الكاميرا " هي الأداة الرئيسية الأولى لنقل صورة المقدم للمشاهدين والمتابعين. [1]

إن مقدم التلفزيون الذي لا يعرف كيف يتعامل مع "الكاميرا" ويطوع نفسه لمتطلباتها، لا يمكن أن يحقق الاتصال المطلوب من جمهوره مهما كانت إمكانياته أو قدراته الشخصية. [2]

على المقدم أن يكون لديه المعرفة والمعلومات عن عمل الكاميرا، أجزائها ، ومكوناتها.

تلك المعرفة تقود المقدم للراحة في بيئة العمل داخل الاستيديو، كما من المهم أن يتعرف المقدم على الأنواع المختلفة من لقطات آلة "الكاميرا" .

إن على المقدمين أن يتعلموا خداع الكاميرا، هذا يعني إعطاء انطباع بأن المقدم يتحدث مع الضيوف بينما يكون نظره ووجهه للكاميرا .[3]

- **عمل آلة "الكاميرا "**

يمكن تشبيه آلة " كاميرا" التلفزيون بعين الإنسان، فهناك عدسة" للكاميرا" لها مثيل في العين البشرية ، وهناك حدقة العين التي تتحكم في كمية الضوء التي تنفذ للعين، ويقابلها في "الكاميرا" فتحة الضوء التي يطلق عليها (الديافرايم-Diaphragm)، أما السطح الذي تتركز عليه المرئيات، والذي هو الشبكية" Retina" في العين البشرية، فيقابله ، السطح الحساس للتصوير في صمام الكاميرا "Tube" والعدسة تركز الصورة "Focus of Picture" والحدقة تضيق أو تتسع لتتحكم في كمية الضوء الداخل إلى الجهاز، أما السطح الحساس فيحول درجات الضوء إلى نبضات كهربائية. [4]

وتختلف "الكاميرا" عن العين البشرية في أن الكاميرا لا يمكنها أن تعمل تلقائياً"Automatically " فهناك عامل "الكاميرا" Camera Operator" ،وهو المسؤول عن تركيز الصورة.

وثمة اختلاف أخر بين "كاميرا" التلفزيون والعين البشرية، وهو أن العين ليست مزودة بعدسات متعددة البعد البؤري "Zoom Lens" مثل"كاميرا" التلفزيون، أما الاختلاف الأخير فهو أن الأنسان يمكنه أن يحرك راسه أفقياً بنسبة 180درجة تقريباً، وهذا ما لا يمكن "للكاميرا" أن تؤديه بأي حال من الأحوال. [5]

---

[1] – الدسوقي إبراهيم : مرجع سابق ، ص 42.

[2] – مصطفى حيدر كاظم الطائي : مرجع سابق ، ص 87.

[3] – كرم شلبي : مرجع سابق ، ص 20.

[4] – مصطفى حيدر كاظم الطائي : مرجع سابق ، ص 89.

[5] – الدسوقي إبراهيم : مرجع سابق ، ص 44.

المبحث السادس : المقدم برامج التلفزيون و طرق تحقيق اتصال ناجح مع المشاهد

1- المظهر الشخصي (الملابس والماكياج)

إن مظهر مقدم التلفاز يؤدي وظيفة في رفع درجة الإقناع والثقة به لدى المشاهد ويساعده على الاستمرار في متابعة البرنامج إلى حد ما، ولكي يتضح ذلك ينبغي أن يبين الباحث أهم العناصر التي تؤثر تأثيراً مباشراً في مظهر المقدم وهي (الملابس والماكياج) :

أ- **الملابس** : على المقدم أن يختار ملابسه بطريقة تناسب طبيعة "الكاميرا" أو طبيعة الإضاءة أو طبيعة الديكور المستخدم في الأستوديو .

المقدمون في المحطات الغربية يرتدون الملابس الداكنة عند تقديم العروض الإخبارية، باعتبار أن ذلك يتفق و الطبيعة الرصينة للعروض الإخبارية، أما البرامج الاخرى، فقد إعتاد المقدمون على ارتداء الملابس التي تناسب طبيعة البرنامج الذي يقدمه كل منهم. [1]

ب- **الماكياج** :

يستخدم المقدم الماكياج بطريقة تختلف عن استخدام الممثل له، حيث إن المقدم يريد أن يبدو أنه هو بعكس الممثل الذي يريد أن يبدو بطريقة تخدم المشهد الذي يؤديه، أي أن كل الذي يحدث هو مجرد تحسين بسيط للأصل الطبيعي الذي يتأثر بالإضاءة القوية أثناء التصوير. [2]

2- الأداء وتعبيرات الوجه :

يعد الصدق في الأداء خاصية رئيسية في عمل المقدم، لأن كل فنون الإقناع لا يمكن أن تكون بديلة عن الصدق في التعبير .

3- الوقوف أمام "الكاميرا" :

ينبغي أن يقف المقدم أمام "الكاميرا" ثابتاً وعليه أن يتحاشى الاهتزاز أو التمايل من جانب لأخر ، فالاهتزاز أو التمايل وتقل ارتكاز الجسم من قدم إلى أخر أثناء اللقطات الطويلة "Long Shots" قد يؤدي إلى تشتيت انتباه المشاهد، أما أثناء اللقطات القريبة "Close Up" فقد يتسبب في عدم ظهور جزء من وجه المقدم على الشاشة .

---

[1] – أحمد السيد كردي : **مهارات مقدم البرامج الحوارية الناجح** ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004، ص 51.

[2] – عيسى أحمد : **سحر الجاذبية الشخصية** ، مقال منشور الكترونياً على مدونة موقع مكتوب ـــ استخرج بتاريخ : 2016/04/15. على الموقع التالي : http://osamaelabady.maktoobbog.com . 12:53

4- الجلوس أمام "الكاميرا"

ينبغي ألا يكون المقدم على سجيته تماماً أمام "الكاميرا"، وعليه أن يحسب حساب كل حركة جسمانية يقوم بها .

5- الحركة المفاجئة :

على المقدم أن يختصر حركته، وذلك بأن يبدأ خطواته بطريقة بطيئة للغاية، وذلك لتناسب حركته مكان "الكاميرا"

6- مخاطبة "الكاميرا"

من الأفضل أن يحصل المقدم التلفزيوني اهتمامه الأساسي في النص وفي جمهور يتخيل وجوده لأنه موجود بالفعل ، ويمكن اعتبار "الكاميرا" هي البديل للجمهور، لكي يتحقق ذلك فإن على المقدم أن ينظر مباشرة إلى عدسة "الكاميرا" التي تكون في حالة عمل [1].

7- الاتصال بالعين :

الاتصال بالعين يعني قدرة المقدم على النظر مباشرة إلى عدسة آلة التصوير والحفاظ على هذه النظرة للاستمرار في إلقاء فقرات طويلة من النص، وهذه مسألة مهمة في واقع الأمر، لأنها تهيئ المقدم للتواصل بحيث يشعر معه المشاهد بأن المقدم يتوجه إليه بالحديث أو يتحدث معه شخصياً. [2]

8- الاحتياطات للمفاجأة :

على المقدم أن يتوقع بعضاً من المفاجآت ويعد نفسه لمواجهتها بحيث يظل محافظاً على هدوئه المطلوب أمام "الكاميرا" مثل تعطل أجهزة العرض الداخلية التي تساعد المقدم على القراءة .

9- الإيحاء بالإقناع :

يتوقف نجاح المقدم على مدى قرته على إقناع الجمهور الذي يتحدث إليه، ولن يتمكن من ذلك مالم يبدو هو مقتنعاً بما يقول .

يمكننا القول هنا أن الإخلاص في العمل وحرص المقدم على تنمية قدراته وتطوير مهاراته، هما السبيل الوحيد الذي يمكنه من الوصول إلى المستوى الذي يريد، والمحافظة على المستوى الذي يصل إليه. [3]

---

[1] – جوزيف ميسنجر : **المعاني الخفية لحركات الجسد** ، دار الفراشة للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ،2002، ص 21.

[2] – خوالدة جلال : **المقدم التلفزيوني – التدريب والتأهيل** ، دار بيروت للنشر والاتصال ، بيروت ، لبنان ، 2001، ص 15.

[3] – عائض الردادي : **كيف يصون المذيع لسانه من الخطأ؟** ، مرام للطباعة ، الرياض ، السعودية 2001 ،ص 38

الإطار التطبيقي

للدراسة

الاطـــار التطبيـــقي

الفصل الرابع : عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول : لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية "الشروق News"

المبحث الثاني : المعالجة الإحصائية

المبحث الثالث : التحليل الكمي و الكيفي للجداول الإحصائية

المبحث الرابع : مناقشة النتائج

أهم الاقتراحات والتوصيات

تمهيـــد :

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية التي تهدف إلى التعرف على" مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة"، حيث يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة ،فبعد انتهائنا من عملية الجمع سنجد انسفنا أمام استمارة مملوءة ، وفي بحثنا هذا ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة، والذي يعتبر الأرضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته الفصول، يأتي الجانب الميداني للتحقيق والكشف عن" أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى مساهمتها في استمالة جمهور الطلبة " وذلك قصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن أن تزيد من توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة أعمق واشمل وأدق ، وتجيب على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال تساؤلات الاستمارة ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج بحثية علمية ودقيقة .

المبحث الأول : لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية "الشروق News"

بعد أن حققت صحيفة الشروق اليومي نسبة مبيعات عالية، اعتبرت الأكبر في تاريخ الصحافة الجزائرية ،خاصة في الأزمة الجزائرية – المصرية ، على خلفية المباريات المؤهلة لمونديال جنوب إفريقيا 2010 ، وبعد الهجمة الإعلامية الكبيرة التي تبنتها بعض القنوات الفضائية المصرية أعلنت الشركة المالكة للصحيفة نيتها في إطلاق شبكة تلفزيون جزائرية خاصة " في بدايات عام 2011 ،وذلك من خلال استخدام وسائط الاتصال الحديث كموقع اليوتيوب . إلا أطلاق القناة تأخر إلى عام 2012 لتصبح بذلك ثاني القنوات الفضائية الخاصة بعد انطلاق قناة النهار .[1]

انطلاق القناة "مجمع الشروق ": انطلق بث قناة "الشروق "من العاصمة الأردنية أسوة بمنافسها "النهار " ثم توسعت الشبكة لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الاخبارية" News " الإخبارية ،التي انطلق بثها الرسمي 19 مارس 2014 وتملك الشبكة ، مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى ، ولها استوديو ضخم يحمل كل مواصفات الاستوديوهات العالمية المتطورة تقنيا وفنيا.

شعار القناة : اختارت قناة الشروق الإخبارية شعار "كن أول من يعلم" ، وتعد إدارة القناة بالمهنية والموضوعية والحيادية وتقديم الأفضل للجمهور الجزائري والعربي المشاهدة.

– كلمة المدير العام لمؤسسة الشروق للإعلام والنشر السيد علي فضيل خلال إفتاح قناة "الشروق نيوز" "لقد وعدنا مشاهدينا بتأسيس قناة الشروق الإخبارية، وها هو الوعد يتحقق، وأردناه في ليلة مباركة وهي 19 من مارس لتواكب بذلك حلم تأسيس قناة "الشروق تي في" قبل سنتين، حيث كانت حلما قبل أن تصبح واقعا تجسد في خدمة المشاهد الجزائري".

أبرز برامج القناة : الأخبار / أخبار الرياضة / أخبار الاقتصاد / هنا الجزائر / الساعة الدولية / الشروق تحقق/ خط أحمر/ يحدث في العالم / الحلقة المفقودة .

أهم مقدمي برامج القناة :

– الاعلامي والكاتب الصحفي قادة بن عمار في أبرز برنامج سياسي حواري جريء " هنا الجزائر".
– الإعلامية ليلى بوزيدي مقدمة برنامج الحدث و "خط أحمر" وتوفيق رماني في برنامج "نجوم وكواكب".
– الإعلامي سليمان بخليلي ضمن برنامج "زدني" – حمو بلحمر وخالد تهامي برامج رياضية.
– ريم غزالي وبرنامج "جات سات" – الصحفية سمية وبرنامج "حاجة كول .
– أسماء حليمي ،صاحبة برنامج "استيديو فوت".[2]

[1] – الموسوعة الحرة ويكيبيديا ، قناة الشروق الإخبارية ، https://ar.wikipedia.org/wiki/ شوهد بتاريخ 2016/05/09 على الساعة 16:39

[2] – منتديات الحياة ، **القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر** ،http://www.elhyat.net/article8462. 2016/05/09 .16:43

المبحث الثاني : المعالجة الإحصائية

تم استخدام برنامج "الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والاجتماعية (SPSS) " في معالجة البيانات حيث استخراجنا التكرارات و النسب المئوية لمجالات مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ، وتم أيضاً تطبيق اختبار (t-test) لمعرفة الفروق الإحصائية بين متغير الجنس في استمالة جمهور الطلبة حسب مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ، و اختبار (One- way- anova) للكشف عن الدلالة الاحصائية لمتغير العمر في استمالة جمهور الطلبة وفق لمهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ، واختبار (Scheffe) في حالة وجود فروق ذات دلالة إحصائية باستخدام تحليل التباين .

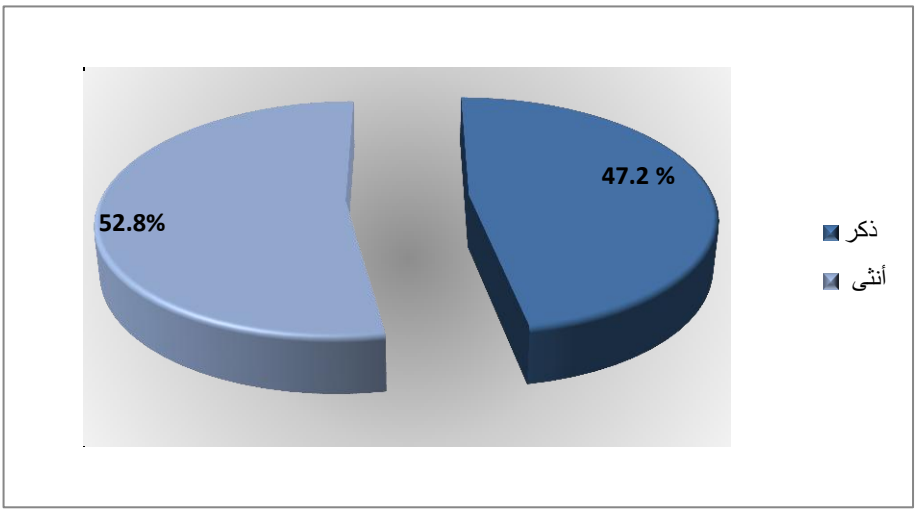
المبحث الثالث : التحليل الكمي و الكيفي للجداول الإحصائية

أولاً: النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية :

01- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (03) :يوضح توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	25	%47.2
أنثى	28	%52.8
المجموع	53	%100



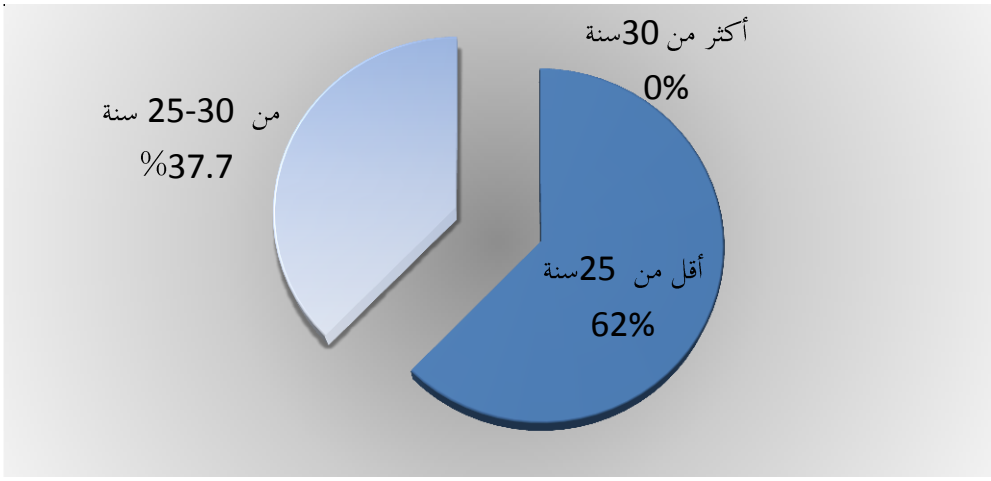
الشكل رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يـــوضح الجدول والشكل السابقين توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث احتل المرتبة الأولى الإناث بنسبة 52.8%،أما بالنسبة للذكور فكانت النسبة 47.2% ، ومن الملاحظ هنا أن عدد الإناث في العينة يفوق عدد الذكور ويمكن تفسير هذا ، عندما تو توزيع الاستمارة تصادفنا مع الاناث أكثر من الذكور بالإضافة إلى عدم مراعاة عامل الجنس باهتمام كبير فقد تم التركيز على العينة التي تشاهد القنوات الخاصة الجزائرية والشروق الاخبارية في الخصوص، وإلى جانب أيضاً أن نسبة الإناث أكثر من الذكور في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

02- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

جدول رقم (04): يبرز توزيع أفراد العينة حسب عامل السن.

السـن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	33	%62.3
من 25-30 سنة	20	%37.7
أكثر من 30 سنة	0	%0
المجموع	53	%100



الشكل رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

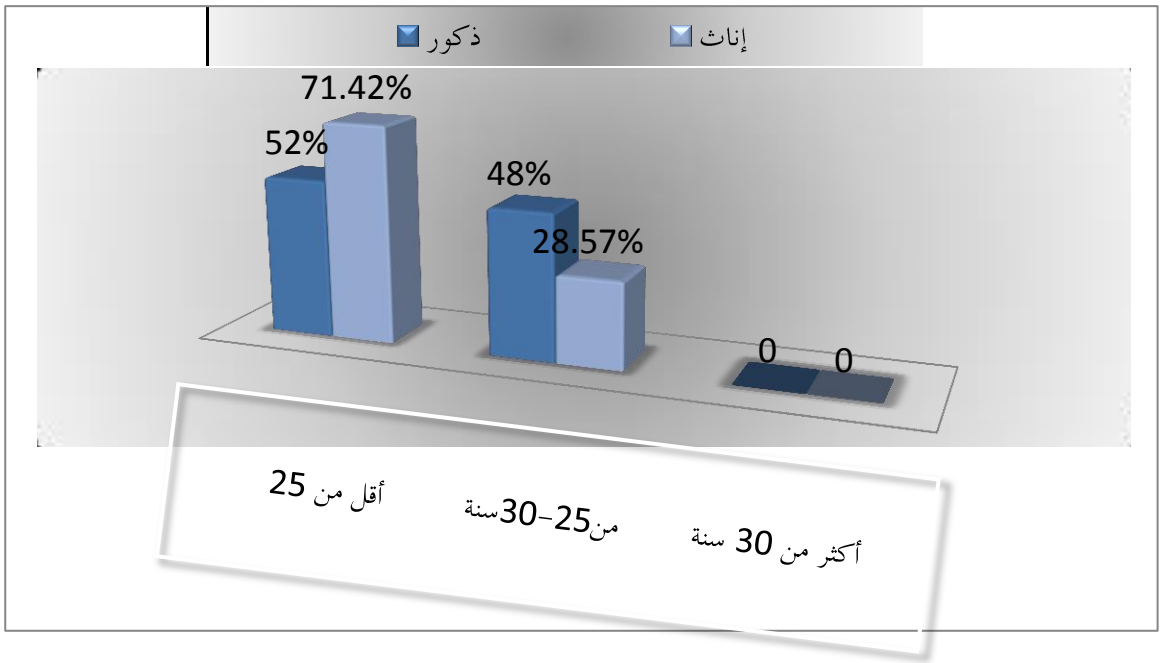
يوضح الجدول والشكل السابقين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم أكثر من 25 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 62%، ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 25-30 سنة بنسبة 37.7% أما فئة أكثر من 30 سنة فهي منعدمة وفق أفراد العينة .

ومـــا يفسر أن فئة أقل من 25 سنة هي الغالبة وذلك راجع أن هذه الفئة أكثر مشاهدة للقنوات الخاصة الجزائرية ، بينما الفئة الثانية كانت أقل مشاهدة لهذه القنوات ، أيضاً ان الفئة العمرية الغالبة وسط طلبة قسم علوم الأعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف هي فئة 25 سنة خاصة من الإناث .

- **توزيع أفراد العينة حسب متغيري الجنس والسن:**

جدول رقم (05): يظهر توزيع أفراد العينة حسب متغيري الجنس و السن.

الجنس / السن	ذكـــــر		أنثـــى		المجموع	النسبة المئوية
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
أقل من 25 سنة	13	%52	20	%71.42	33	%62.3
من 25-30 سنة	12	%48	8	%28.57	20	%37.7
أكثر من 30سنة	–	–	–	–	–	–
المجموع	25	%100	28	%100	53	%100



الشكل رقم (10) : أعمدة بيانية تبين توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس و السن.

من خلال الجدول والشكل المرفق له نجد أن أعلى نسبة للذكور كانت ضمن الفئة العمرية أقل من 25 سنة ، بنسبة 52% ، تليها الفئة العمرية من25-30 سنة ، بنسبة 48% ، وبالنسبة للإناث تبين لنا أيضاً أن الفئة العمرية أقل من 25 سنة في المرتبة الأولى بنسبة 71.42% ،تليها الفئة العمرية من25-30 سنة بنسبة 28.57% .

والملاحظ أن الإناث خلال الفئة العمرية أقل من 25 سنة عالية أكثر من الذكور حيث بلغت 71.42%،بينما الذكور بلغت 52%،ونسبة الذكور عالية في الفئة العمرية(من25 إلى 30 سنة) حيث بلغت 48% ، عكس الإناث التي بلغت نسبتها 28.57% .وما يفسر ذلك أن نسبة الإناث عموماً المسجلين في قسم علوم الإعلام والاتصال أكثر من نسبة الذكور من جهة .

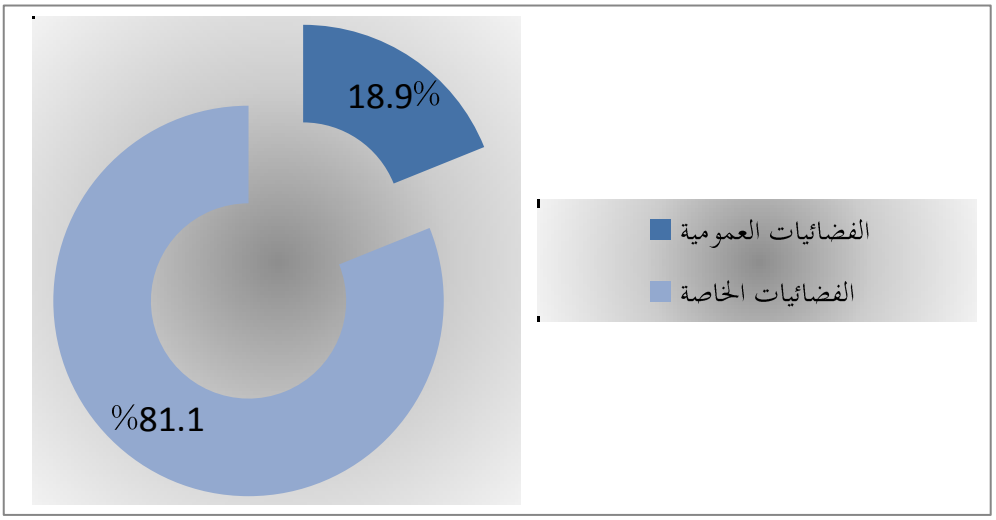
ثانياً: النتائج المتعلقة بعادات وأنماط المشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة :

بهدف التعرف على أنماط مشاهدة قناة من القنوات الخاصة الجزائرية وهي قناة الشروق الإخبارية (**الشروق News**) بالأساس لدى أفراد عينة الدراسة تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لجميع إجابات العينة على جميع أنماط وعادات المشاهدة، فيما يلي عرض النتائج :

1- هل تفضل مشاهدة القنوات الفضائية (العمومية – الخاصة) ؟

الجدول رقم (06): يبرز توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المشاهدة بين الفضائيات (العمومية- الخاصة).

القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
العمومية	10	%18.9
الخاصة	43	%81.1
المجموع	53	%100



الشكل رقم (11) : دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المشاهدة بين الفضائيات (العمومية- الخاصة)

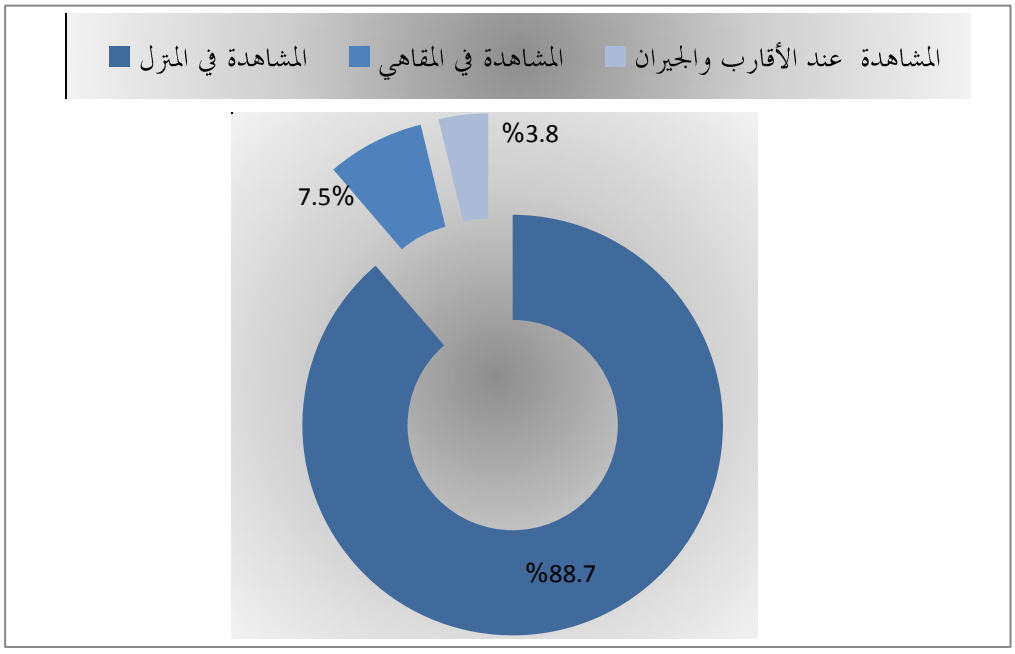
مـــن خلال قراءتنا للجدول والشكل السابق يتبين لنا أن الأفراد الذين يشاهدون الفضائيات الخاصة الجزائرية نسبتهم هي الغالبة بـــ 81.1% ،و تليها الفضائيات العمومية الجزائرية بنسبة 18.9%.

والسبب يكون في تلبية القنوات الخاصة لأذواق واحتياجات الجمهور على خلاف القنوات العمومية .

2-ما هو المكان المفضل لمشاهدة برامج قناة (الشروق News) حسب الأفضلية :

الجدول رقم (07):يبين ترتيب مكان مشاهدة برامج قناة (**الشروق News**)حسب الأفضلية.

مكان المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الأفضلية
المترل	47	%47	01
الاقامة الجامعية	4	%7.5	02
المقاهي	2	%3.8	03
الاقارب والجيران	0	%0	-
المجموع	53	%100	



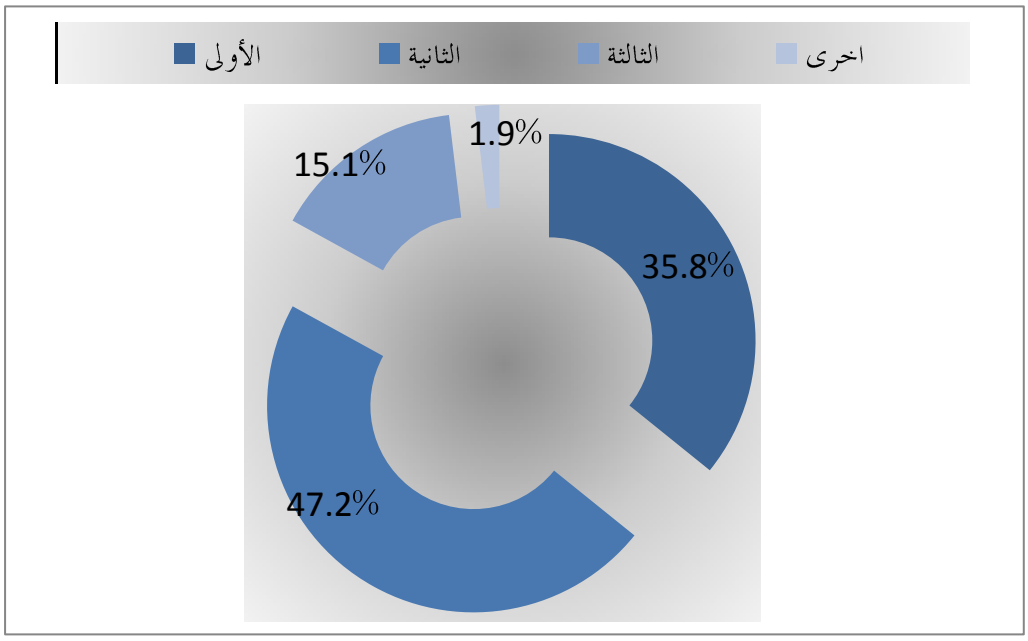
الشكل رقم (12) : دائرة نسبية توضح ترتيب مكان مشاهدة برامج قناة (**الشروق News**) حسب الأفضلية.

تـــبعاً للجدول والشكل أعلاه ، يتضح لنا أن أعلى نسبة في المكان المفضل للمشاهدة كانت من نصيب المشاهدة في المترل وبلغت **88.7%** تليها المشاهدة في المقهى بنسبة مئوية قدرت بـــ **7.5%** ، وبلغت أقل نسبة مئوية **3.8%** للمشاهدة عند الأقارب والأصدقاء . ومكن تفسير ذلك إلى عامل طبيعة المترل والراحة والهدوء كعوامل للتركيز والتتبع الجيد للبرامج التلفزيونية .

3- ما هو ترتيب قناة -الشروق الإخبارية "News" - حسب أولوية المشاهدة ؟

الجدول رقم (08): يبين ترتيب قناة (الشروق الإخبارية "News") حسب أولوية المشاهدة.

ترتيب قناة "الشروق News "	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الأولوية
الأولى	19	%35.8	02
الثـــانية	25	%47.2	01
الثـــالثة	08	%15.1	03
أخـــرى	01	%1.9	04
المجمـــوع	53	%100	



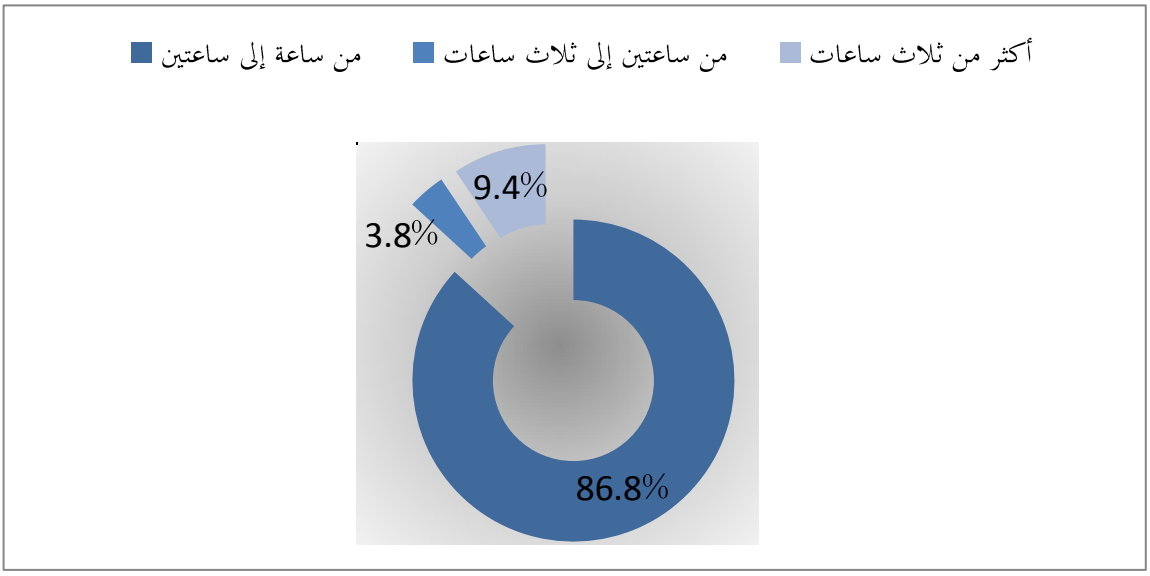
الشكل رقم (13): دائرة نسبية توضح ترتيب قناة (الشروق الإخبارية "News") حسب أولوية المشاهدة

يـــظهر الجدول والشكل السابق ترتيب قناة الشروق الإخبارية حسب أولوية المشاهدة وفق جمهور عينة الدراسة فكان الترتيب الثاني للقناة هو أعلى نسبة بـــ 47.2% ، ثم يليه الترتيب الأول للقناة بنسبة 35.8% ،بينما جاء الترتيب الثالث للقناة في المركز الثالث بنسبة 15.1%، فيما كانت إجابات تحمل تراتيب أخرى للقناة بنسبة 1.9% . ويمكن أن نفسر ذلك بأن أفراد العينة لهم قناة أخرى يميلون إليها في سياق القنوات الخاصة بالدرجة الأولى، لكن حسب المعطيات لا يوجد تفاوت كبير بين المركز الأول والثاني في ترتيب اهتمامهم بقناة (الشروق الإخبارية "News") .

4- عدد ساعات مشاهدة لبرامج قناة –الشروق الاخبارية " News"– يومياً :

الجدول رقم (09): يوضح عدد ساعات مشاهدة برامج قناة الشروق الاخبارية "News" يومياً.

عدد ساعات المشاهد يومياً	التكرار	النسبة المئوية
من ساعة إلى ساعتين	46	%86.8
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	02	%3.8
أكثر من ثلاث ساعات	05	%9.4
المجموع	53	%100



الشكل رقم (14): دائرة نسبية تبين عدد ساعات مشاهدة برامج قناة News يومياً.

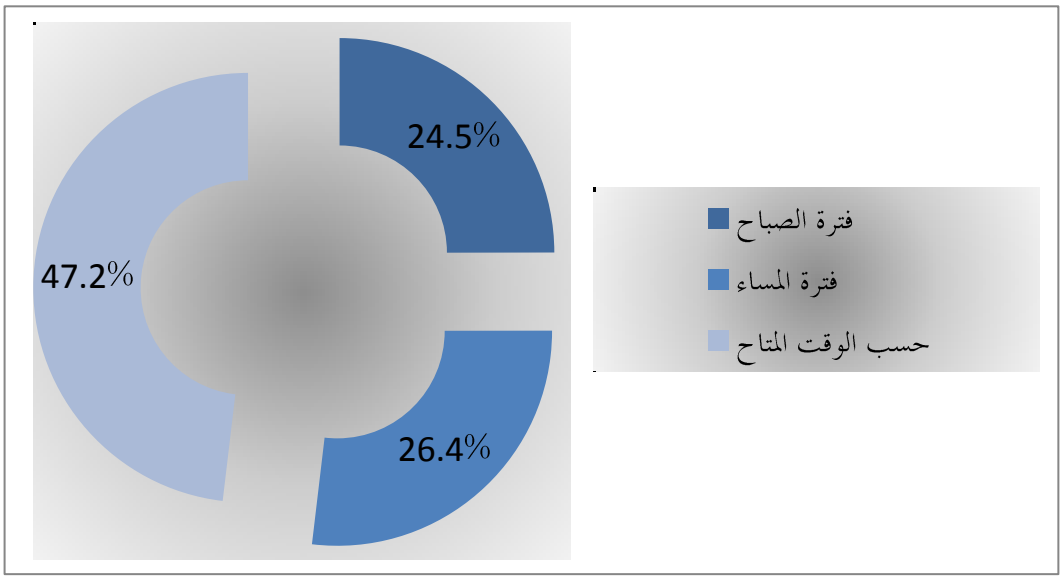
مـــن خلال هذا الجدول والشكل الذي يبرز الحجم الساعي الذي يستغرقه جمهور الطلبة في مشاهدة برامج قناة "الشروق News" ، حيث نجد الذين يشاهدون القناة من ساعة إلى ساعتين كانت في المرتبة الأولى بنسبة 86.8%، وتليها الفئة التي تشاهد القناة لمدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 9.4%، أما الفئة التي تشاهد القناة من ساعتين إلى ثلاث ساعات في المرتبة الثالثة بنسبة 3.8%.

ويـــرجع التفاوت بين هذه الفئات إلى مدى اهتمام كل فئة بما تقدمه هذه القناة ومدى تحقيق الإشاعات الإعلامية التي تعالج اهتماماتهم وتطلعاتهم.

5- الفترة المفضلة لديك لمشاهدة برامج قناة " الشروقNews" :

الجدول رقم (10): يوضح الفترة المفضلة في مشاهدة برامج قناة News .

الفترة المفضلة للمشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
فترة الصباح	13	%24.5
فترة المساء	14	%26.4
حسب الوقت المتاح	25	%47.2
المجـــمـــــوع	53	%100



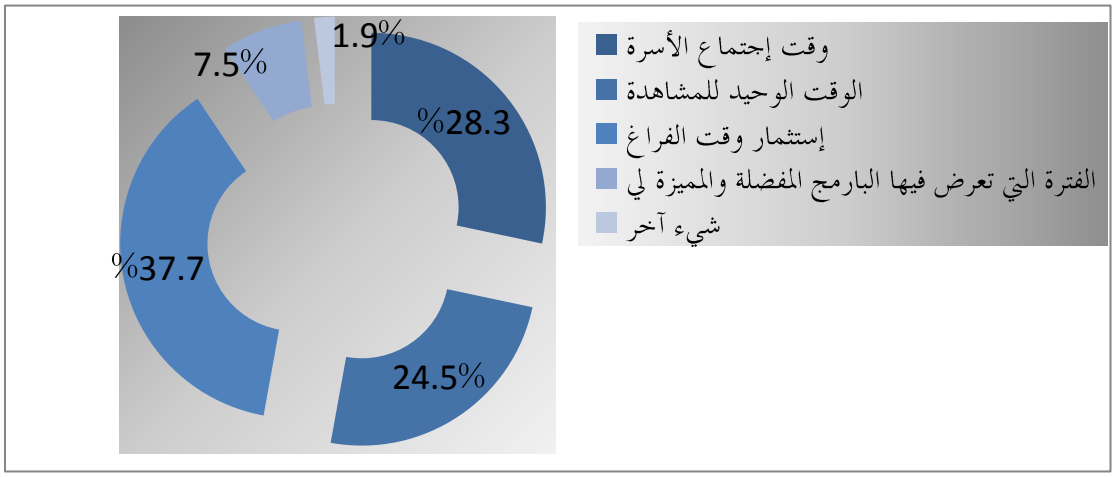
الشكل رقم (15): دائرة نسبية تبين الفترة المفضلة لمشاهدة برامج " قناة News ".

يـــمثل هذا الجدول والشكل الذي سبقه الأوقات المفضلة في مشاهدة قناة "الشروق News" لدى جمهور الطلبة ، حيث نجد الفئة التي تشاهد هذه القناة حسب الوقت المتاح بدون انتظام ، هي الفئة الغالبة بنسبة 47.2%، بينما نجد الفئة التي تشاهد القناة مساءاً في المرتبة الثانية بنسبة 26.4%، والفئة الأخيرة نجدها تشاهد قناة "الشروق News" صباحاً بنسبة 24.5%،والسبب في هذا التفاوت بين الصباح والمساء وعدم وجود وقت منتظم ، قد يكون راجع إلى انشغالات الطلبة اليومية أما الذين يشاهدون صباحاً فيرجع السبب كونهم لديهم الوقت الكافي لمشاهدة القناة ، وليس لديهم أي انشغالات أو ارتباطات .

6- لماذا تفضل وقت المشاهدة في الفترة التي اخترتها سابقاً ؟

الجدول رقم (11): يوضح سبب تفضيل فترة المشاهدة السابقة لبرامج" قناة الشروق News ".

الإجـــابة	التكرار	النسبة المئوية
وقت اجتماع الأسرة	15	%28.3
الوقت الوحيد للمشاهدة	13	%24.5
استثمار وقت الفراغ	20	%37.7
الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة لي	04	%7.5
شيء آخر	01	%1.9
المجموع	53	%100



الشكل رقم (16): دائرة نسبية تبين سبب تفضيل فترة المشاهدة السابقة لبرامج" قناة News ".

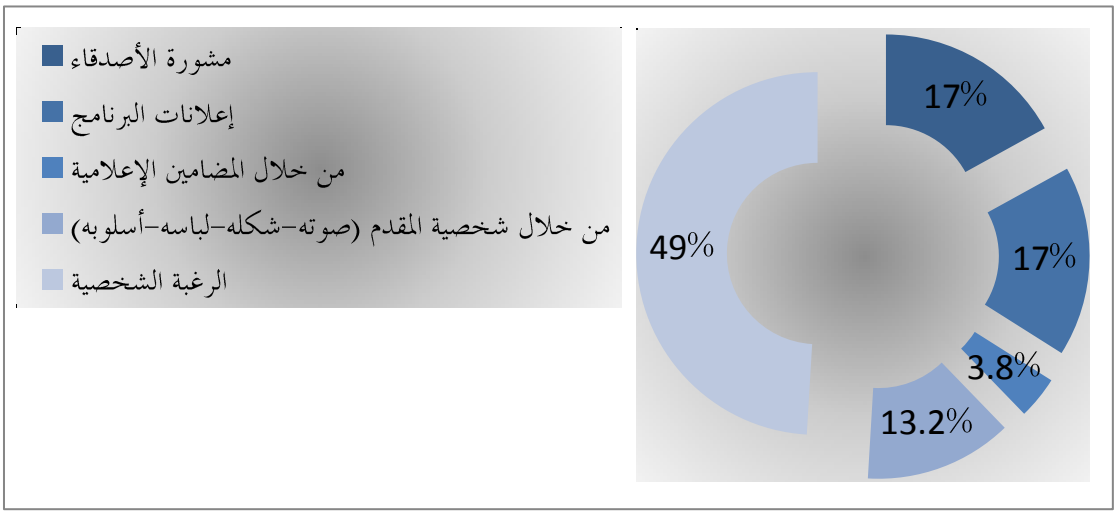
مـــن خلال ما سبق من الجدول والشكل يتضح لنا أن استثمار وقت الفراغ كان السبب الأول في اختيار فترة المشاهدة لبرامج قناة "الشروق News" بنسبة 37.7%، يليه وقت اجتماع الأسرة بنسبة 28.3%، بينما سبب القوت الوحيد للمشاهدة في المرتبة الثالثة بنسبة 24.5%، وكانت إجابة "الفترة التي تعرض فيها البرامج المفضلة والمميزة لي" في المرتبة الرابعة بنسبة 7.5%، بينما كانت إجابات أخرى لسبب اختيار الفترة المفضلة للمشاهدة بنسبة 1.9% في الأخير.

يمكن تفسير نتائج الجدول السابق على أن الطلبة يتقاسمون أوقاتهم مع الأهل وخاصة أثناء اجتماعهم لمناقشة الأوضاع والمستجدات فيما بينهم وتبادل الآراء ووجهات النظر حول ما يبث في البرامج .

7-اختيارك لبرامج " قناة الشروق News " يكون من خلال :

الجدول رقم (12): يمثل كيفية اختيار برامج " قناة الشروق News ".

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مشورة ونصائح الأصدقاء	09	%17
إعلانات البرنامج	09	%17
من خلال المضامين الاعلامية	02	%3.8
من خلال شخصية المقدم (صوته- شكله – لباسه-أسلوبه)	07	%13.2
الرغبة الشخصية	26	%49.1
المجمـــوع	53	%100



الشكل رقم (17): دائرة نسبية توضح كيفية اختيار برامج " قناة الشروق News ".

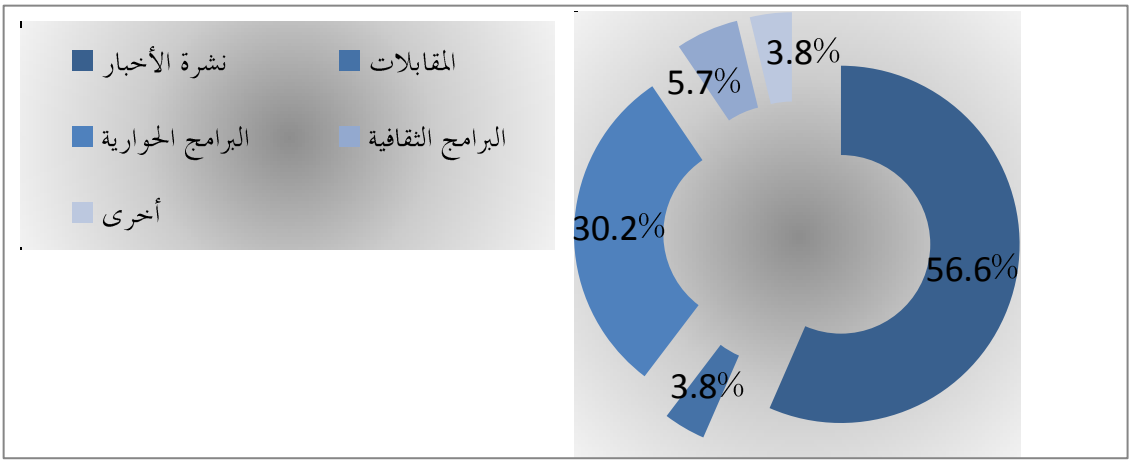
بظهر الجدول والشكل المرفق له ، أن أعلى نسبة كانت للفئة التي تشاهد برامج " قناة الشروق News " حسب الرغبة الشخصية وبلغت 49.1% ، ثم جاءت بعدها الفئة التي تشاهد وفق مشورة الأصدقاء مناصفتاً مع إعلانات البرنامج بنسبة **17%** لكل منهما ، تليها الفئة التي تشاهد البرامج حسب شخصية المقدم (صوته- شكله – لباسه-أسلوبه) بنسبة 13.2% ،وفي الأخير الفئة التي تراعي المضامين الاعلامية في اختيارها للبرامج بنسبة 3.8% .

ما يمكن قوله حسب نتائج هذا الجدول أن الحرية الشخصية غالبة عن قيود الجماعة ، وأن الفرد ينساق وفق ما يحتاجه ويرى ما يناسبه ويلبي حاجياته بعيداً عن مشورة الأخرين .

8- ما طبيعة البرامج المفضلة لديك في قناة " الشروق News " ؟

الجدول رقم (13): يوضح طبيعة البرامج المفضلة في " قناة الشروق News ".

طبيعة البرنامج	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
البرامج الإخبارية (نشرة الأخبار)	30	%56.6	01
المقابلات	02	%3.8	04
البرامج الحوارية	16	%30.2	02
البرامج الثقافية	03	%5.7	03
أخرى	02	%3.8	04
المجمـــوع	53	%100	



الشكل رقم (18): دائرة نسبية تبرز طبيعة البرامج المفضلة في " قناة الشروق News ".

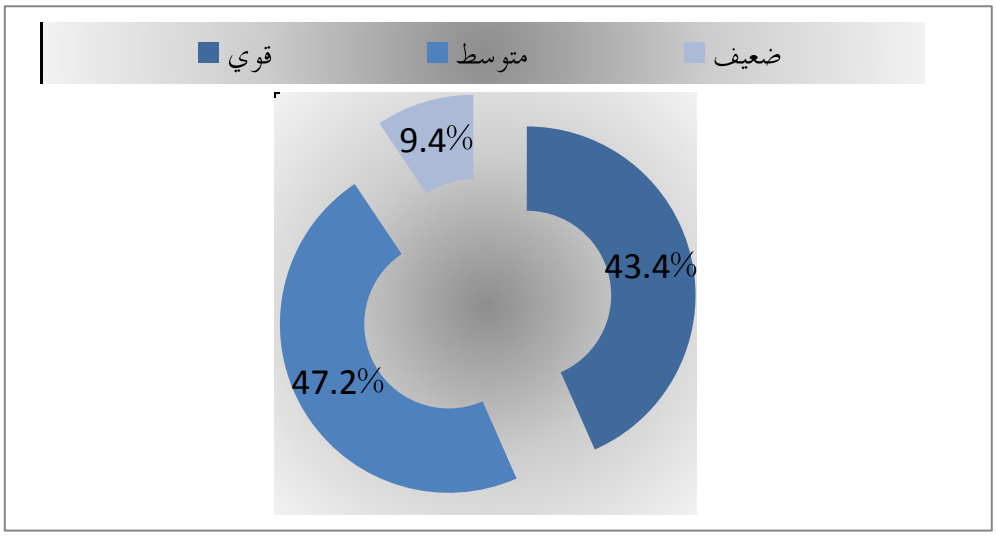
يبين الجدول والشكل السابقين طبيعة البرامج المفضلة في" قناة الشروق News " حسب اهتمام وتفضيل جمهور الطلبة ، كانت أعلى نسبة مئوية لمشاهدة نشرة الأخبار بنسبة بلغت 56.6%، تليها البرامج الحوارية بنسبة 30.2% ، بعدها البرامج الثقافية بنسبة بلغت 5.7% ، تليها البرامج التي تعتمد على المقابلات الصحفية بنسبة 3.8%، فيما كانت للإجابات الأخرى نسبة 3.8% .

ونستنتج من خلال هذا أن المبحوثين يشاهدون نشرات الأخبار من أجل معرفة الأخبار المختلفة وهذا دليل على أن الطلبة وجدوا أن القنوات الخاصة منها " قناة الشروق News " تلبي احتياجاتهم الإخبارية وهذا سبب لاختيارهم للبرامج الإخبارية، أما بقية البرامج فإن الطلبة لا يرونها تستلهم اهتمامهم أكثر من البرامج الإخبارية .

9- ما هو مستوى تركيزك أثناء مشاهدتك لبرامج " قناة الشروق News " ؟

الجدول رقم (14): يوضح مستوى تركيز أفراد العينة أثناء المشاهدة.

مستوى التركيز	التكرار	النسبة المئوية
قوي	23	%43.4
متوسط	25	%47.2
ضعيف	5	%9.4
المجموع	53	%100



شكل رقم(19): دائرة نسبية توضح مستوى تركيز أفراد العينة أثناء مشاهدة برامج "قناة الشروق News ".

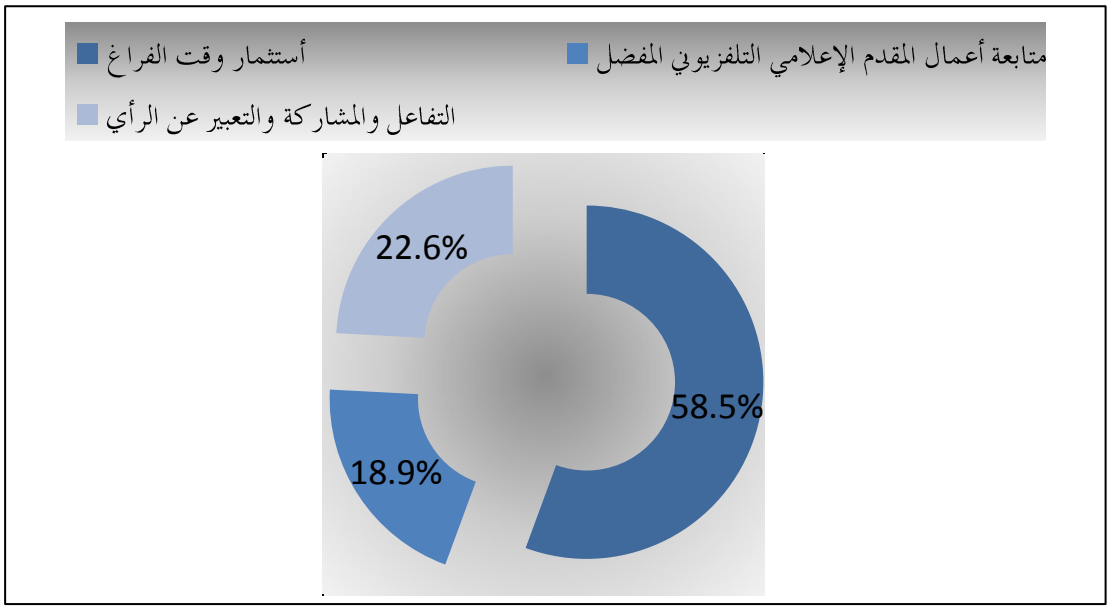
من خلال ما سبق وحسب معطيات الجدول والشكل المرفق له ، يظهر أن أعلى نسبة مئوية كانت للفئة التي لها تركيز متوسط أثناء مشاهدة برامج " قناة الشروق News " بنسبة 47.2% ، ثم في المرتبة الثانية تأتي فئة التركيز القوي بنسبة 43.4% ، وفي المرتبة الأخيرة فئة التركيز الضعيف بنسبة 9.4% .

من خلال نتائج الجدول يمكن تفسير أن الذين يشاهدون البرامج ولهم تركيز متوسط يكون لديهم انشغالات هامشية تلهيهم ، أو أن فترة عرض البرامج لا تلائمهم ، أو يمكن أن يكون عامل الإرهاق والتعب وعدم الاستعداد وقابلية التعاطي مع المضامين الإعلامية هو المؤثر في ذلك إلى جانب عوامل أخرى .

10- ما هو هدفك من مشاهدة برامج " قناة الشروق News " ؟

الجدول رقم (15): يوضح أهداف أفراد العينة من المشاهدة .

أهداف المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
استثمار وقت الفراغ	31	%58.5
متابعة أعمال المقدم التلفزيوني المفضل	10	%18.9
التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	12	%22.6
غير ذلك	00	00
المجمـــوع	53	%100



الشكل رقم (20):دائرة نسبية تبرز أهداف أفراد العينة من مشاهدة برامج " قناة الشروق News ".

يمثل الشكل والجدول السابقين توزيع أفراد العينة حسب الأهداف والأسباب الدافعة للجمهور المشاهد لقناة "الشروق News "، حيث نجد الهدف الأول هو استثمار وقت الفراغ وجاء بنسبة 52.3%، أما الهدف الثاني هو التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي بنسبة 22.6%، أما الهدف الثالث نجده في متابعة أعمال المقدم التلفزيوني المفضل بنسبة 18.9%.

ويمكن تفسير دافع استثمار وقت الفراغ كأعلى قيمة لمشاهدة " قناة الشروق News " كون القناة استطاعت أن تعرف بواقع الجمهور وجذبه في استغلال وقت فراغه واستثماره في الاطلاع على الأخبار والمواضيع المطروحة والمستجدة.

ثالثاً : النتائج المتعقلة بالإجابة عن تساؤلات الدراسة

1- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول :

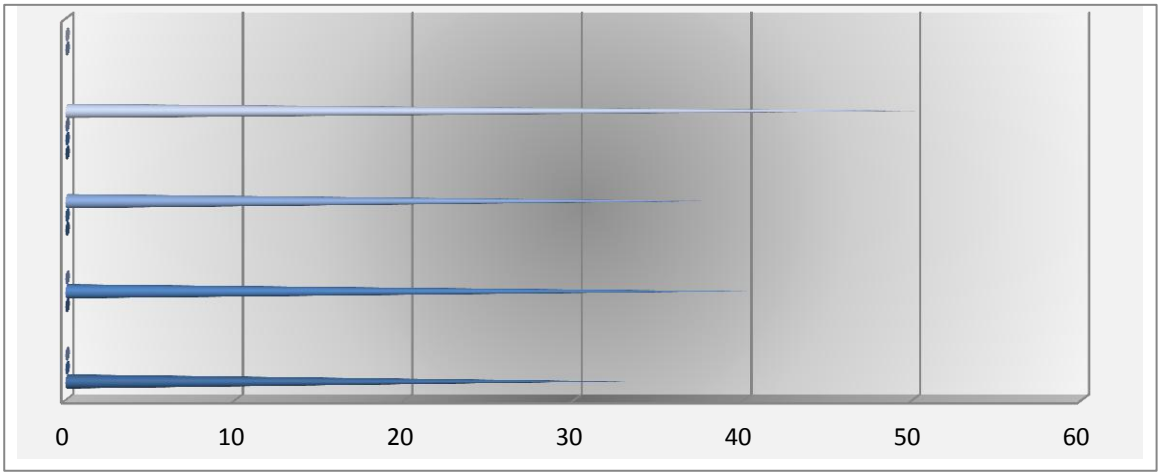
"ماهي أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية حسب جمهور الطلبة ؟"

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ، للمهارات المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية (قناة الشروق News) ، وفق جمهور الطلبة من جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وحسب مجالات الدراسة (لغة الجسد- مهارات الاستماع- مهارات التحدث- مهارات فنية مهمة) وعبارات كل مجال ، وفيما يلي عرض النتائج .

الجدول رقم (16): يبين المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لأهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في (قناة الشروق News).

المجالات (المهارات)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	الدرجة
مهارة لغة الجسد.	32.90	5.17	%20.13	04	متوسط
مهارات الاستماع.	40.07	5.03	%24.52	02	متوسطة
مهارات التحدث.	38.69	6.50	%23.67	03	متوسط
مهارات فنية وإخراجية مهمة .	51.75	8.27	%31.66	01	عالية
المجموع	40.85	6.24	%100		

* المجموع =(مجموع القيم/عدد المجالات)



الشكل رقم(21) :رسم بياني يوضح المتوسطات الحسابية لأهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في (قناة الشروق News).

يظهر من خلال الجدول والشكل المرافق له أن المتوسطات الحسابية للأهم المهارات المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في قناة "الشروق News" وفق جمهور الطلبة تراوحت بين (32.90-51.75) و الانحرافات المعيارية ما بين (5.03-8.27) وكانت اعلى قيمة لمهارات فنية مهمة في العمل التلفزيوني ، تليها مهارات الاستماع ، ثم مهارات التحدث ، وأخيراً مهارات لغة الجسد التي كان لها أدنى متوسط حسابي.

ومن هنا تظهر أهم مهارات مقدمي برامج قناة "الشروق News" التي استمالة جمهور الطلبة ،تم ترتيب أهم المهارات على النحو الاتي :

- ✓ **أولاً** مهارات فنية وإخراجية مهمة في العمل التلفزيوني **بدرجة عالية**
- ✓ **ثانياً** مهارات الاستماع **أقل أهمية**
- ✓ **ثالثاً** مهارات التحدث **بدرجة متوسطة**
- ✓ **رابعاً** مهارات لغة الجسد **بدرجة ضعيفة**

2- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني :

ما مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية في استمالة جمهور الطلبة؟

للإجابة على هذا السؤال ينبغي علينا تحويل البيانات من مستوى رتبي إلى مستوى مسافات متساوية، وذلك عن طريق حساب المدى العام الذي يتم الحصول عليه بالمعادلة التالية :

" أعلى قيمة – أدنى قيمة "

ثم بعد ذلك الناتج يقسم على عدد الفئات، وقد ارتأينا أن يكون عدد الفئات ثلاثة (03) (مدى قوي – متوسط و ضعيف) ، ومن ثم يتم إضافة القيمة المحصل عليها إلى أدنى قيمة، لنحصل على مجال الفئة الأولى والذي يعبر عن المدى الضعيف نحو نجاح مهارات مقدمي البرامج في استمالة جمهور الطلبة ، وبإضافة قيمة طول الفئة للحد الأعلى للفئة الأولى نحصل على مجال الفئة الثانية والذي يعبر عن المدى قوي نحو نجاح مهارات مقدمي البرامج في استمالة جمهور الطلبة .

الجدول رقم (17) :يبين شدة المدى لمجالات مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" حسب جمهور الطلبة .

الإحصاءات / المقيـــــاس	أدنى قيمة	أعلى قيمة	المدى العام	طول الفئة	مجال الفئة الأولى مدى ضعيف	مجال الفئة الثانية مدى متوسط	مجال الفئة الثالثة مدى قوي
الدرجة لكل عبارة	01	05	04	1.33	2.33-01	3.66-2.34	5-3.67
الدرجة الكلية للاختبار	44	220	176	58.66	102-44	161-103	220-162

*طول الفئة : (قيمة المدى العام / عدد الفئات).

يبين هذا الجدول مقاييس شدة المدى لمجالات مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" أنموذجاً ، حسب جمهور الطلبة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، للحكم لاحقاً على نسب المتوسطات الحسابية لكل عبارة في كل مجال من مهارات مقدمي البرامج .

لكي نفصل في معرفة مدى نجاح مهارات مقدمي برامج "قناة الشروق News" الجزائرية في استمالة وجذب جمهور الطلبة ، ينبغي أخذ كل مجال للمهارات على حدى للحكم على المتوسطات الحسابية لكل عبارة ومن ثم نقيس شدة المدى (قوى- متوسط- ضعيف) ، كما تظهره الجداول الأتية:

المجال الأول : مهارات لغة الجسد لمقدمي البرامج التلفزيونية

الجدول رقم (18):توزيع مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال **"لغة الجسد "** .

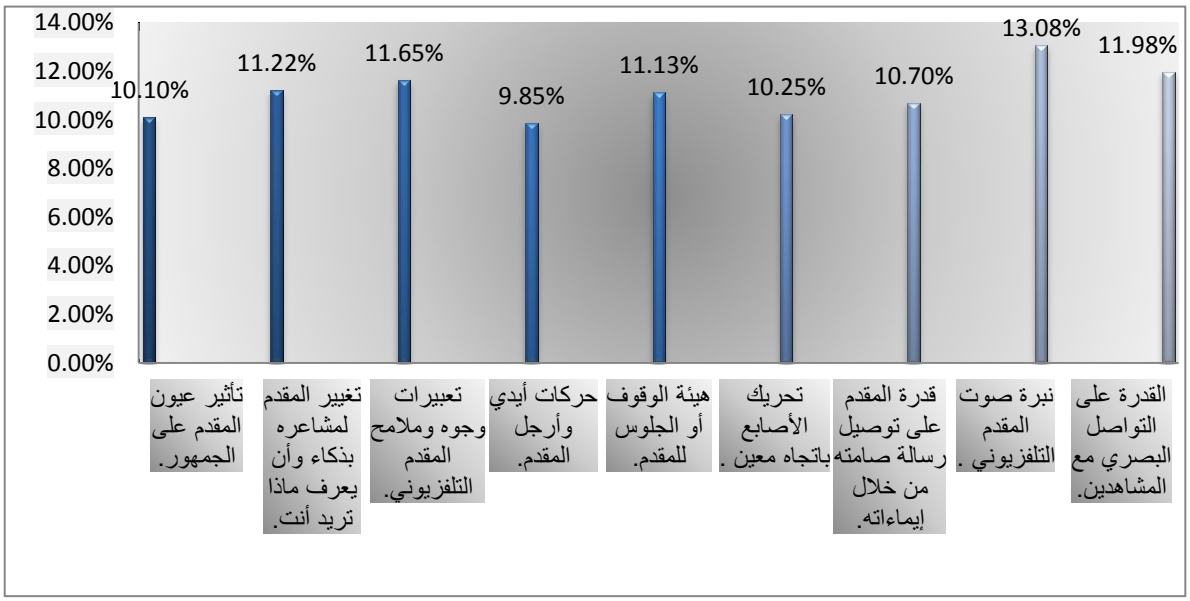
رقم العبارة	نص العبـــارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	مستوى المدى
01	تأثير عيون المقدم على الجمهور.	3.32	1.18	%10.10	08	ضعيف
02	تغيير المقدم لمشاعره بذكاء وأن يعرف ماذا تريد أنت.	3.69	1.03	%11.22	04	قوي
03	تعبيرات وجوه وملامح المقدم التلفزيوني.	3.83	0.95	%11.65	03	قوي
04	حركات أيدي وأرجل المقدم.	3.24	1.20	%9.85	09	ضعيف
05	هيئة الوقوف أو الجلوس للمقدم.	3.66	0.97	%11.13	05	متوسط
06	تحريك الأصابع باتجاه معين .	3.37	1.02	%10.25	07	متوسط
07	قدرة المقدم على توصيل رسالة صامته من خلال إيماءاته.	3.52	1.02	%10.70	06	متوسط
08	نبرة صوت المقدم التلفزيوني .	4.30	0.72	%13.08	01	قوي
09	القدرة على التواصل البصري مع المشاهدين.	3.94	0.90	%11.98	02	قوي
	المجمـــوع	3.65	0.99	%100		متوسط

* المجموع =(مجموع القيم/عدد العبارات لكل مجال)

* تم اعتماد القيم المرجعية التالية للحكم على المتوسطات الحسابية:

(**01–2.33**) درجة ضعيفة /(**2.34–3.66**)درجة متوسطة /(**3.67–5**)درجة قوية

*الحكم على شدة المدى من خلال قيم المتوسطات الحسابية



الشكل رقم (22):أعمدة بيانية توضح توزيع مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات "**لغة الجسد** ".

يظهر من خلال الجدول أعلاه والشكل المرافق له ، أن المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارة لغة الجسد تراوحت بين (3.24-4.30) ،في **المرتبة الأولى** العبارة الثامنة (08) تنص على (نبرة صوت المقدم التلفزيوني) بمتوسط حسابي بلغ 4.30 ، ثم العبارة التاسعة (09) التي تنص على (قدرة المقدم التلفزيوني على التواصل البصري مع المشاهدين) في **المرتبة الثانية** بمتوسط حسابي 3.94 ،أما في **المرتبة الثالثة** كانت للعبارة الثالثة (03) تتحدث عن (تعبيرات وجوه وملامح المقدم التلفزيوني) بمتوسط حسابي 3.83 ، وكان أدنى متوسط حسابي للعبارة الرابعة (04) والتي تنص على (حركات أيدي وأرجل المقدم التلفزيوني) قدره 3.24 .

من هنا نجد المدى العام لمجموع المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارة لغة الجسد قدر بدرجة متوسط وقيمته 3.65، وهي قيمة منحصرة بين مقياس المدى المتوسط (2.34- 3.66) .

المجال الثاني : مهارات الاستماع لمقدمي البرامج التلفزيونية

الجدول رقم (19):يبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال "**مهارات الاستماع**" .

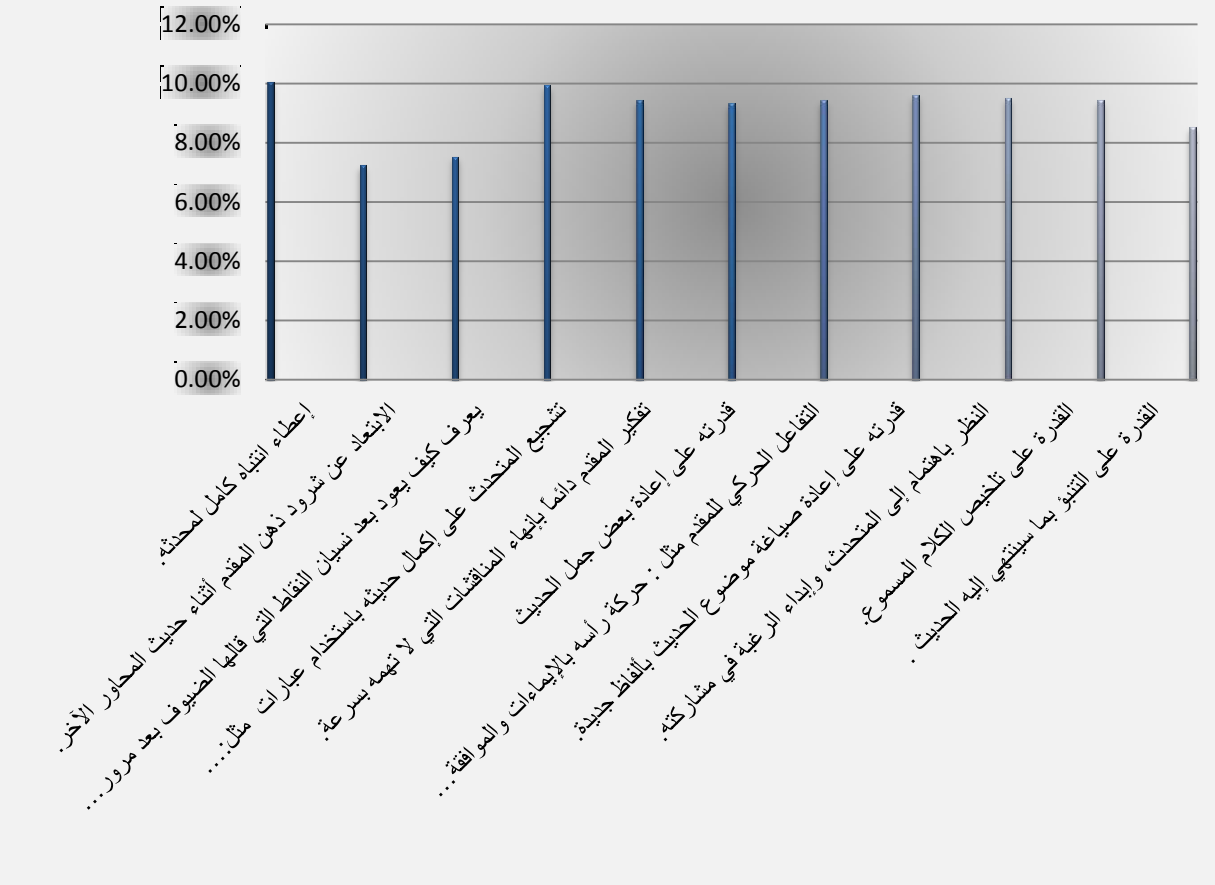
رقم العبارة	نص العبـــارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	مستوى المدى
10	إعطاء انتباه كامل لمحدثه.	4.03	0.99	%10.06	01	قوي
11	الابتعاد عن شرود ذهن المقدم أثناء حديث المحاور الآخر.	2.90	1.18	%7.24	09	متوسط
12	يعرف كيف يعود بعد نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة.	3.01	1.15	%7.52	08	متوسط
13	تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام عبارات مثل: أفهمك، نعم...	3.98	0.95	%9.94	02	قوي
14	تفكير المقدم دائماً بإنهاء المناقشات التي لا تهمه بسرعة.	3.77	1.03	%9.42	05	قوي
15	قدرته على إعادة بعض جمل الحديث	3.73	0.78	%9.32	06	قوي
16	التفاعل الحركي للمقدم مثل : حركة رأسه بالإيماءات والموافقة أو تثبيت العينين باتجاه المتحدث أو التأثر بالبسمة .	3.77	0.99	%9.42	05	قوي
17	قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث بألفاظ جديدة.	3.84	0.88	%9.59	03	قوي
18	النظر باهتمام إلى المتحدث، وإبداء الرغبة في مشاركته.	3.81	0.85	%9.52	04	قوي
19	القدرة على تلخيص الكلام المسموع.	3.77	0.99	%9.42	05	قوي
20	القدرة على التنبؤ بما سينتهي إليه الحديث .	3.41	1.18	%8.52	07	متوسط
	المجمـــوع	3.63	0.99	%100		متوسط

* المجموع =(مجموع القيم/عدد العبارات لكل مجال).

* تم اعتماد القيم المرجعية التالية للحكم على المتوسطات الحسابية:

(**2.33-01**) درجة ضعيفة /(**3.66-2.34**)درجة متوسطة /(**5-3.67**)درجة قوية.

*الحكم على شدة المدى من خلال قيم المتوسطات الحسابية.



الشكل رقم (23) :أعمدة بيانية توضح مستويات المدى للمتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات "**مهارات الاستماع**".

من خلال معطيات الجدول والشكل ، نجد أن المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارات الاستماع تراوحت بين (2.90-4.03) ، أعلاهم وفي **المرتبة الأولى** العبارة العاشرة (10) التي تنص على (إعطاء المقدم انتباه كامل لمحدثه) بمتوسط حسابي بلغ 4.03 ، ثم العبارة الثالثة عشر (13) وفيها (تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام عبارات مثل: أفهمك، نعم ...) في **المرتبة الثانية** بمتوسط حسابي 3.98، أما العبارة الثانية عشر (12) جاءت في **المرتبة الثالثة** تتحدث عن (قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث بألفاظ جديدة) بمتوسط حسابي 3.84، و**المرتبة الرابعة** للعبارة الثامنة عشر (18) تتحدث عن (النظر باهتمام إلى المتحدث، وإبداء الرغبة في مشاركته) بمتوسط حسابي قيمته 3.81 ، أما أدنى متوسط حسابي قدره 2.90 ،كان للعبارة الحدية عشر (11) التي تنص على (الابتعاد عن شرود ذهن المقدم أثناء حديث المحاور الآخر) .

والمدى العام لمجموع المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارات الاستماع حدد بدرجة متوسط بقيمة 3.63، وهي قيمة منحصرة بين مقياس المدى المتوسط (2.34- 3.66) .

المجال الثالث : مهارات التحدث لمقدمي البرامج التلفزيونية

الجدول رقم (20):يبين مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات مجال "**مهارات التحدث**" .

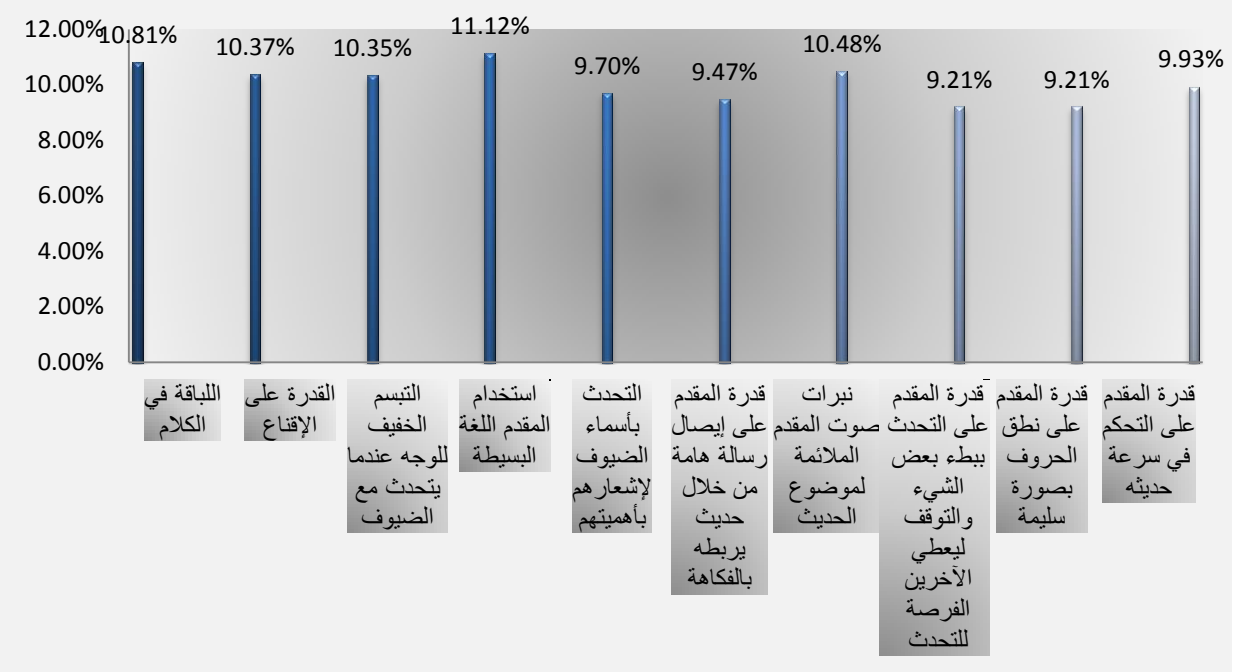
رقم العبارة	نص العبـــارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	مستوى المدى
21	اللباقة في الكلام	4.18	0.89	%10.81	01	قوي
22	القدرة على الإقناع	4.01	0.88	%10.37	04	قوي
23	التبسم الخفيف للوجه عندما يتحدث مع الضيوف	4.00	0.94	%10.35	05	قوي
24	استخدام المقدم اللغة البسيطة	4.03	0.85	%11.12	03	قوي
25	التحدث بأسماء الضيوف لإشعارهم بأهميتهم	3.75	1.05	%9.70	07	قوي
26	قدرة المقدم على إيصال رسالة هامة من خلال حديث يربطه بالفكاهة	3.66	1.19	%9.47	08	متوسط
27	نبرات صوت المقدم الملائمة لموضوع الحديث	4.05	1.02	%10.48	02	قوي
28	قدرة المقدم على التحدث ببطء بعض الشيء والتوقف ليعطي الآخرين الفرصة للتحدث	3.56	1.13	%9.21	09	متوسط
29	قدرة المقدم على نطق الحروف بصورة سليمة	3.56	1.21	%9.21	09	متوسط
30	قدرة المقدم على التحكم في سرعة حديثه	3.84	0.94	%9.93	06	قوي
	المجمـــوع	3.86	1.01	%100		قوي

* المجموع =(مجموع القيم/عدد العبارات لكل مجال)

* تم اعتماد القيم المرجعية التالية للحكم على المتوسطات الحسابية:

(**01–2.33**) درجة ضعيفة /(**2.34–3.66**)درجة متوسطة /(**3.67–5**)درجة قوية

*الحكم على شدة المدى من خلال قيم المتوسطات الحسابية.



الشكل رقم (24):أعمدة بيانية تبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة نحوى عبارات **"مهارات التحدث"** .

حسب بيانات الجدول والشكل ، تبين أن المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارة التحدث لمقدم برامج التلفزيون تراوحت بين (3.56-4.18)، في **المرتبة الأولى** العبارة رقم (21) تنص على (اللباقة في الكلام) بمتوسط حسابي بلغ 4.18 ودرجته (قوي)، تليها العبارة رقم (27) تتحدث عن (نبرات صوت المقدم الملائمة لموضوع الحديث) في **المرتبة الثانية** بمتوسط حسابي (4.05) ودرجته (قوي)،أما في **المرتبة الثالثة** كانت للعبارة رقم (24) تتحدث عن (استخدام المقدم اللغة البسيطة) بمتوسط حسابي (4.03) ودرجته قوي، وكان أدنى متوسط حسابي للعبارات رقم (28-29) اللتان تتحدثان عن (قدرة المقدم على التحدث ببطء بعض الشيء والتوقف ليعطي الآخرين الفرصة للتحدث) و(قدرة المقدم على نطق الحروف بصورة سليمة) بمتوسط حسابي قدره (3.56) بدرجة (متوسطة).

من خلال ما سبق نجد المدى العام لمجموع المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارة التحدث قدر بدرجة قوي وقيمته 3.86، وهي قيمة منحصرة بين مقياس المدى القوي (3.67- 5) .

المجال الرابع : مهارات فنية وإخراجية مهمة في العمل التلفزيوني

الجدول رقم (21):يبين مستوى المدى للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات جمهور الطلبة على عبارات مجال "**مهارات فنية وإخراجية** " .

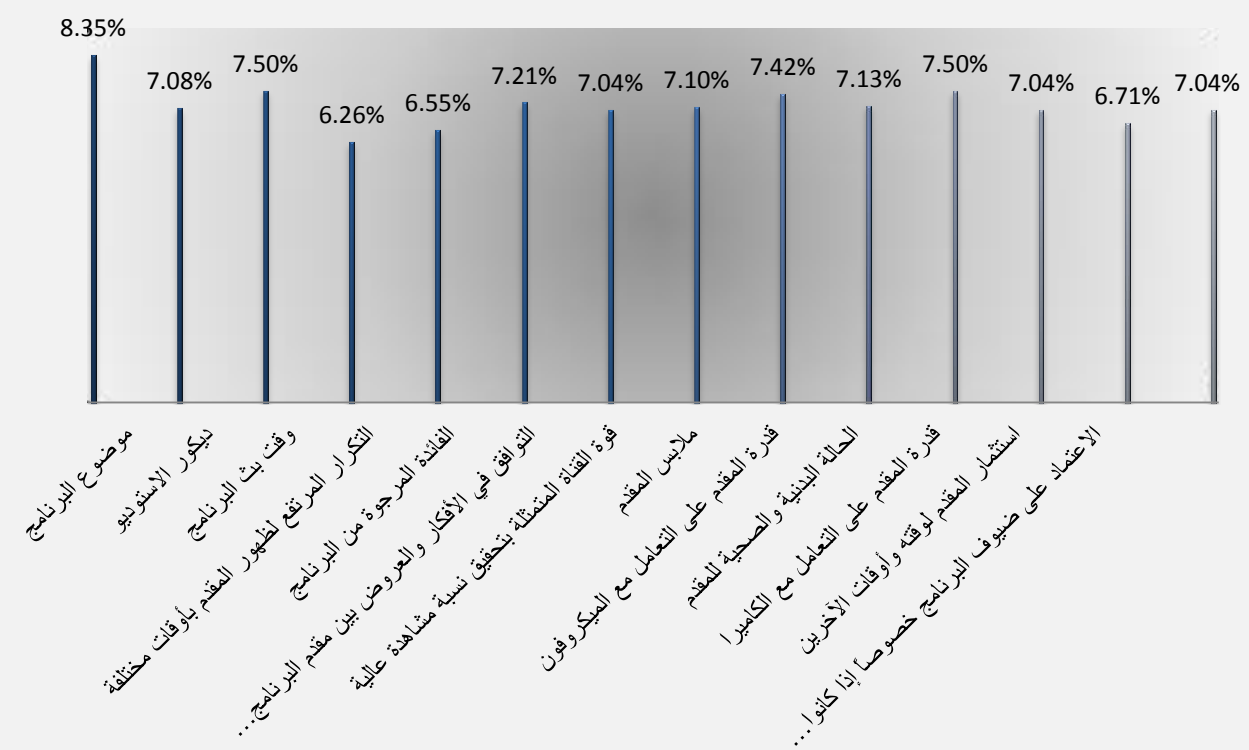
رقم العبارة	نص العبـــارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	مستوى المدى
31	موضوع البرنامج	4.32	0.67	8.35%	01	قوي
32	ديكور الاستوديو	3.66	1.05	%7.08	07	متوسط
33	وقت بث البرنامج	3.88	1.13	%7.50	02	قوي
34	التكرار المرتفع لظهور المقدم بأوقات مختلفة	3.24	1.10	%6.26	11	متوسط
35	الفائدة المرجوة من البرنامج	3.39	1.26	%6.55	10	متوسط
36	التوافق في الأفكار والعروض بين مقدم البرنامج وبين الضيوف	3.73	1.05	%7.21	04	قوي
37	قوة القناة المتمثلة بتحقيق نسبة مشاهدة عالية	3.64	0.98	7.04%	08	متوسط
38	ملابس المقدم	3.67	1.03	%7.10	05	قوي
39	قدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون	3.84	1.04	%7.42	03	قوي
40	الحالة البدنية والصحية للمقدم	3.69	1.08	%7.13	06	قوي
41	قدرة المقدم على التعامل مع الكاميرا	3.88	0.91	7.50%	02	قوي
42	استثمار المقدم لوقته وأوقات الآخرين	3.64	0.98	%7.04	08	متوسط
43	الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصاً إذا كانوا مشاهير	3.47	1.04	%6.71	09	متوسط
44	التكيف مع الضيوف ومعرفة ماذا يريدون بالضبط	3.64	1.07	%7.04	08	متوسط
	المجمـــوع	3.43	1.02	%100		متوسط

* المجموع =(مجموع القيم/عدد العبارات لكل مجال).

* تم اعتماد القيم المرجعية التالية للحكم على المتوسطات الحسابية:

(**2.33-01**) درجة ضعيفة /(**3.66-2.34**)درجة متوسطة /(**5-3.67**)درجة قوية.

*الحكم على شدة المدى من خلال قيم المتوسطات الحسابية.



الشكل رقم (25):أعمدة بيانية تبين مستويات المدى للمتوسطات الحسابية حسب إجابات جمهور الطلبة على عبارات "**مهارات فنية وإخراجية** " .

تبين من خلال معطيات الجدول ، أن المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارات فنية وإخراجية لمقدمي برامج التلفزيون تراوحت بين (3.24-4.32)، في **المرتبة الأولى** العبارة رقم (31) جاء فيها (موضوع البرنامج) بمتوسط حسابي بلغ 4.32 ومستواه (قوي)، تليها العبارة رقم (33) التي تنص على (وقت بث البرنامج) في **المرتبة الثانية** بمتوسط حسابي (3.88) بمستوى (قوي)،أما في **المرتبة الثالثة** نجد العبارة رقم (39) تتحدث عن (قدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون) بمتوسط حسابي (3.84) بمستوى (قوي)، وكان أدنى متوسط حسابي للعبارة رقم (34) التي تنص على (التكرار المرتفع لظهور المقدم بأوقات مختلفة) بمتوسط حسابي قدره (3.24) درجته (متوسطة).

مما سبق نجد المدى العام لمجموع المتوسطات الحسابية لعبارات مجال مهارات فنية وإخراجية قدر **بدرجة متوسطة** وقيمته 3.43، وهي قيمة منحصرة بين مقياس المدى المتوسط (2.34- 3.66) .

لكـــي نقيس مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في استمالة جمهور الطلبة يجب حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع المجالات الأربعة (لغة الجسد –مهارات الاستماع- مهارات التحدث – مهارات فنية وإخراجية) حسب إجابات أفراد عينة الدراسة . والجدول التالي يوضح العملية .

الجدول رقم (22) :يبين مستوى المدى للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات جمهور الطلبة على المقياس (المجالات الأربعة).

-المقياس - لغة الجسد-مهارات الاستماع-مهارات التحدث-مهارات فنية إخراجية			
مجموع العينة	المتوسط الحسابي للمقياس	الانحراف المعياري للمقياس	مستوى دلالة المدى
53	3.64	1.01	**متوسط**

*المتوسط الحسابي للمقياس= مجموع المتوسطات الحسابية لكل مجال /عدد المجالات (**04**).

*الانحراف المعياري للمقياس=مجموع الانحرافات المعيارية لكل مجال / عدد المجالات (**04**).

من خلال الجدول (..) الذي يمثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مقياس الاتجاهات للتعبير عن شدة المدى نحوى استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة والذي كان فيه المتوسط الحسابي للمجالات قدر ب: 3.64وبانحراف معياري 1.01وبدراسة دلالة هذه الفروق مع القيم المرجعية المعتمد للحكم على المتوسطات الحسابية (01-2.33) درجة ضعيفة (2.34-3.66)درجة متوسطة (3.67-5)درجة قوية .

"حسب معطيات المقياس نجد مستوى مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في الجزائرية "قناة الشروق News"الجزائرية متوسط في استمالة جمهور الطلبة ، وهذا يبينه المتوسط الحسابي للمقياس ،قيمته 3.64 منحصرة داخل القيمة المرجعية للمدى المتوسط (2.34-3.66). "

3- النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث :

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير (الجنس والسن) ؟

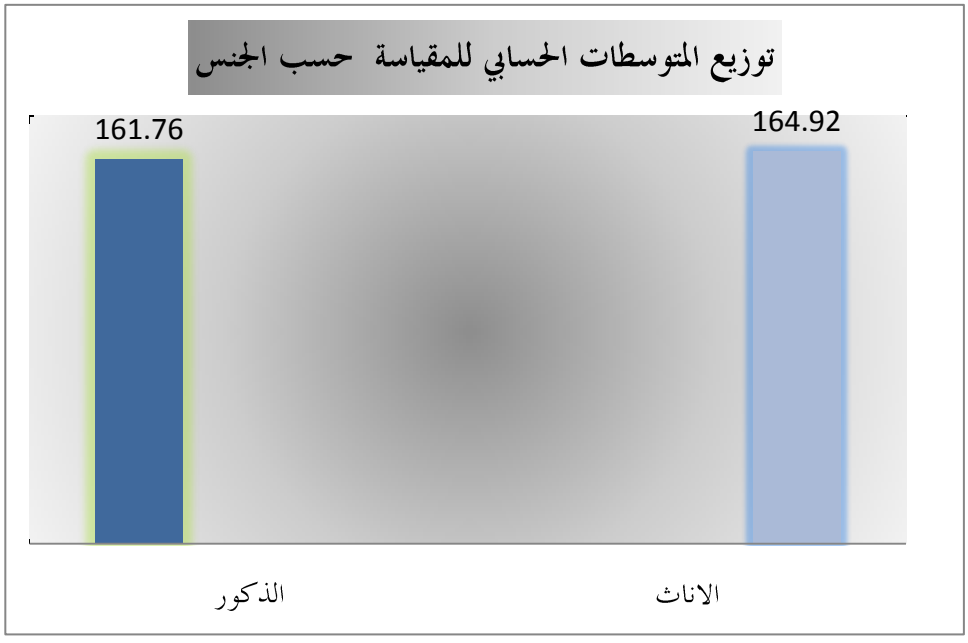
أ- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير (الجنس) ؟

للإجابة على هذا السؤال استخدمنا اختبار (ت) *T-test* على عينتين مستقلتين ، وذلك للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة تعزى متغير الجنس (ذكور، اناث) . والجدول رقم (23) يبين النتائج التي توصلنا إليها .

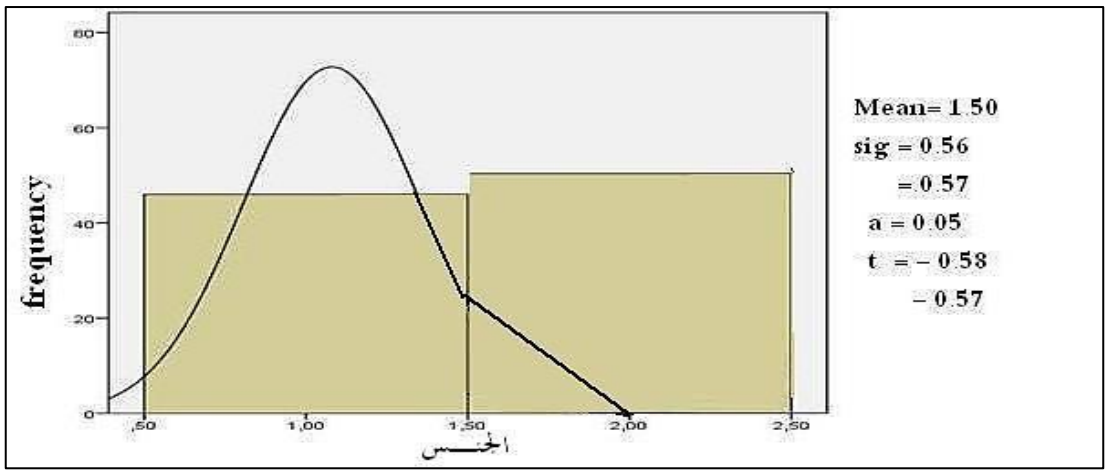
الجدول رقم (23) : اختبار (ت) *T-test* لدلالة الفروق بين الدرجة الكلية نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير الجنس (ذكور، إناث) .

الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	sig	a	Tالمحسوبة	الدلالة
ذكر	25	161.76	22.27	0.56	0.05	-0.58	غير دال
إناث	28	164.92	17.38	0.57		-0.57	غير دال

و بلغ المتوسط الحسابي لعينة الدراسة 1.52 ، وانحراف معياري قدره 0.50 .



الشكل رقم (26): أعمدة بيانية توضح توزيع المتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة للمقياس حسب الجنس.



الشكل رقم(27): يوضح التوزيع الطبيعي لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس وفق اختبار*T-test* .

يتضح من خلال الجدول رقم (23) أن قيمة – sig – (درجة الاحتمال المعنوي) غير دالة إحصائيا على الدرجة الكلية للمقياس نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير الجنس (ذكور، إناث) عند مستوى الدلالة 0.05.

حيث من المقارنة نجد أن قيمة– sig – درجة الاحتمال المعنوية للذكور بلغت (0.56) والإناث (0.57) ومستوى الدلالة الذي اعتمدنا عليه هو 0.05 وهو اقل من الدرجة الاحتمالية المعنوية .

ومنه نجد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس (ذكور، إناث).

من خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس (ذكور، إناث).

ب- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير السن ؟

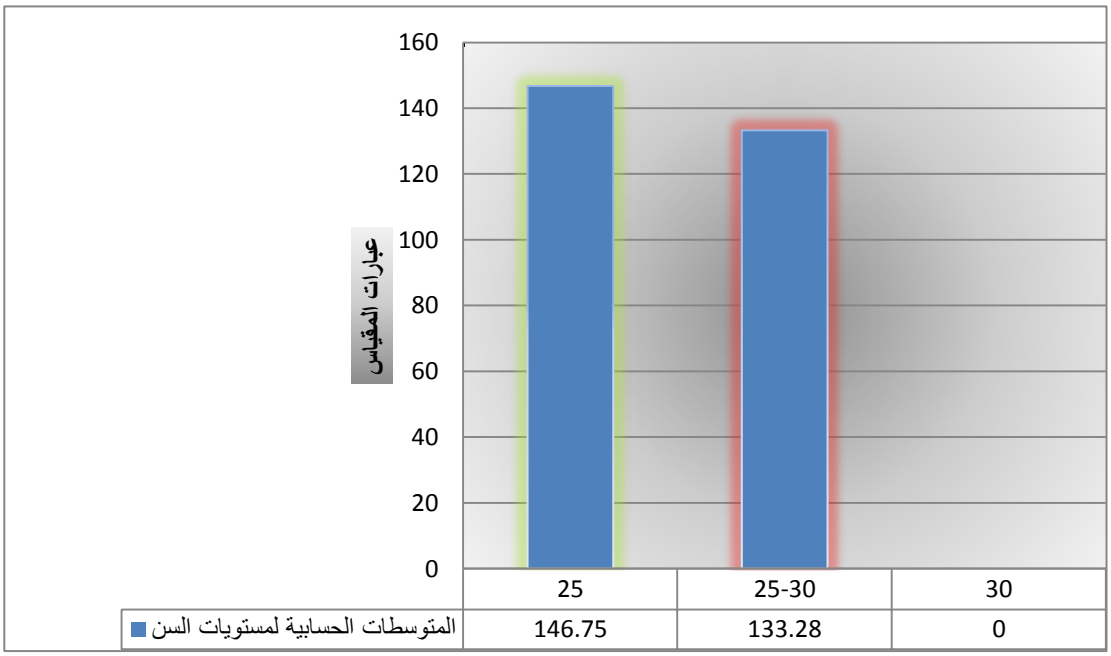
للإجابة على هذا السؤال استخدمنا اختبار (ت) (*T-test*) على عينة الدراسة ، وذلك للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة تعزى متغير السن (أقل من 25 سنة – من 25-30 سنة – أكثر من 30 سنة) .

والجدول رقم (24) يبين النتائج التي توصلنا إليها .

الجدول رقم (24) : اختبار (ت) *T-test* لدلالة الفروق بين الدرجة الكلية نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير السن.

السن	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	sig	a	T المحسوبة	الدلالة
أقل من25سنة	33	146.75	7.37	0.16	0.5	1.96	غير دال
من25-30سنة	20	133.28	6.71	0.16		1.96	غير دال
أكثر من30سنة	–	–	–	–	–	–	–

و بلغ المتوسط الحسابي لعينة الدراسة ككل 1.37، والانحراف المعياري قدره 0.48 .



الشكل رقم (28): أعمدة بيانية توضح توزيع المتوسطات الحسابية لإجابات جمهور الطلبة للمقياس حسب فئات السن .

يتضح من خلال الجدول رقم (24) أن قيمة – sig – غير دالة إحصائيا على الدرجة الكلية للمقياس نحو استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة تعزى متغير السن (اقل من 25 سنة – من 25 إلى 30 سنة – أكثر من 30 سنة) عند مستوى الدلالة 0.05

حيث من المقارنة نجد أن قيمة– sig – درجة الاحتمال المعنوية للسن بلغت (0.16) ومستوى الدلالة الذي اعتمدنا عليه هو 0.05 وهو اقل من الدرجة الاحتمالية المعنوية .

ومنه نجد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير السن

من خلال ال معطيات السابقة ، نجد انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير السن .

من خلال الجداول (23) (24) والأشكال (23) (24) (25) ، تحصلنا على نتائج تجيب على السؤال الذي طرحناه حول الفروق بين الجنس والسن في عملية استمالة مهارات مقدمي البرامج لجمهور الطلبة ونصه كالتالي :

"هل توجد فروق ذات دلال إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس والسن ؟ ، مما سبق نجد لا وجود فروق ذات دلال إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" أنموذجاً ، لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس والسن .

يعني ذلك انه لا يأثر عامل الجنس سواء الذكور أو الإناث وكذا السن سواء لأقل من 25 سنة أو أكثر ،في عملية جذب واستمالة جمهور الطلبة وفق لمهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية .

المبحث الرابع : مناقشة النتائج

من خلال الدراسة الميدانية وتفريغ استمارة الاستبيان في الجداول الاحصائية وذلك لمعرفة أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة ، توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتي سنعرضها في نقاط على النحو التالي :

أولاً : مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول :

"ماهي أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية حسب جمهور الطلبة ؟"

أظهرت نتائج التحليل أن أعلى نسبة لأهم مهارة مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً لجمهور الطلبة كانت لمهارات " فنية وإخراجية مهمة في العمل التلفزيوني " كانت بدرجة عالية ، تليها مهارات الاستماع بدرجة متوسطة ، ثم جابت مهارات التحدث بدرجة أيضاً متوسطة ، و أدنى نسبة لمهارات لغة الجسد وهذا ما يبينه الجدول رقم (16) .

بناءاً على نتائج التحليل ظهور مهارات فنية مهمة في العمل التلفزيوني في المرتبة الأولى، أن الطلبة يهمهم بشكل دقيق هذه المهارات ذلك لأنها بنظر الكثير منهم تؤثر في تلبية رغباتهم بالمشاهدة ، وبالنظر إلى تحليل "مهارات فنية و إخراجية " نلاحظ بأن عوامل مثل موضوع البرنامج ووقت بث البرنامج ، وقدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون أخذت نسب تحليل عالية ، فموضوع البرنامج عنصر مؤثر في تحقيق رغبات الطلبة بالنسبة للمشاهدة يأخذ حيزاً كبيراً من الاهتمام ذلك أنه قد تكون سخونة موضوع البرنامج كفيلة بتحقيق تطلعات جمهور الطلبة .

اتفقت نتيجة هذه الدراسة بالنسبة للسؤال الأول لدرجة كبيرة جداً مع نتيجة دراسة قام بها "محمود فايز عبد عابد" من جامعة "الشرق الاوسط للدراسات العليا " بالأردن ، حيث أشار إلى مهارات مقدمي البرامج في قناتي "الجزيرة والعربية " ، وكان من بين أبرز وأهم المهارات المتوصل إليها هي المهارات الفنية والإخراجية بالإضافة إلى مهارات التحدث ، حيث أن صوت المقدم التلفزيوني يعد من أهم عوامل نجاح المقدمين .

ثانياً : مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني :

"ما مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية في استمالة جمهور الطلبة؟"

للإجابة على هذا السؤال تم تحويل البيانات من مستوى رتبي إلى مستوى مسافات متساوية، وذلك عن طريق حساب المدى العام.

ولمعرفة مدى نجاح مهارات مقدمي برامج "قناة الشروق News" الجزائرية في استمالة وجذب جمهور الطلبة ، أخذنا كل مجال للمهارات على حدى للحكم على المتوسطات الحسابية لكل عبارة ومن ثم نقيس شدة المدى (قوى- متوسط- ضعيف).

بعد حساب المدى ودرجته لكل مهارة لمقدمي البرامج التلفزيونية على حدى وجدنا ، مهارات لغة الجسد لمقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق الإخبارية " كان مستوى مدى تأثيرها و استمالتها لجمهور الطلبة **متوسط** وهذا ما يبينه الجدول رقم (18) ، نفس الأمر مع استمالة مهارات الاستماع لجمهور الطلبة كان بمدى **متوسط** أيضاً الجدول رقم (19) يبين ذلك ، في حين استمالة مهارات التحدث لجمهور الطلبة كانت بمدى **قوي** ، وهذا راجع إلى عناصر مهمة مثل جاذبية صوت المقدم و اللباقة في الكلام ، و قدرته على التحكم في سرعة حديثه، بالإضافة إلى نبرات صوته الملائمة لموضوع الحديث ، كانت لها نسب عالية في الإجابة وفق جمهور الطلبة وهذا مبين في الجدول رقم (20). وأخيراً مهارات فنية وإخراجية كان مستوى استمالتها للجمهور **متوسط** يوضح ذلك الجدول رقم (21).

بعد حساب المتوسط الحسابي لجاميع المدى لكل مهارة ، توصلنا إلى نتيجة ، أن مدى نجاح مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية "قناة الشروق News" في استمالة جمهور الطلبة **متوسط**.

ثالثاً : مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث :

"هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير (الجنس والسن) ؟"

للإجابة على هذا السؤال استخدمنا اختبار (ت) *T-test* على عينتين مستقلتين ، وذلك للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة تعزى متغير الجنس (ذكور، اناث) و متغير السن (أقل من 25 سنة – من 25-30 سنة – أكثر من 30 سنة) . وفق ما أظهره التحليل ، نجد لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة حسب متغير الجنس والسن .

كنتيجة ، لا يأثر عامل الجنس سواء الذكور أو الإناث وكذا السن سواء لأقل من 25 سنة أو أكثر ،في عملية جذب واستمالة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية لجمهور الطلبة .

توصيات الدراسة :

بعد إتمام هذه الدراسة، فإننا قدمنا مجموعة من التوصيات في ظلها يمكن الوقوف على بعض النقائص لمقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية.

- يجب الاهتمام بصورة كبيرة بصقل وتدريب مقدمي البرامج التلفزيونية في الجزائر بالمزيد من الخبرات.
- ضرورة العمل على تنمية مهارات لغة الجسد، لما لها من وقع وتأثير على المشاهدين في عملها على لفت انتباه المشاهدين.
- يجب على مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية مراعاة استخدام اللغة العربية بصورة سليمة .
- ضرورة التركيز على المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية ، والاهتمام بتطوير الأداء من خلال انخراطهم في دورات متخصصة في هذا المجال.
- العمل على عقد دورات متخصصة في تطوير مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية .
- يجب على القنوات الخاصة الجزائرية القيام بما يلزم من التجهيزات الضرورية في الاستيديو هات الداخلية والخارجية ، من أجل خلق بيئة مناسبة تجعل من نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية أمراً حتمياً .
- الاهتمام بالمستوى التعليمي بدرجة كبيرة للمقدمين ، وتقديم مقدمي برامج على مستوى عالي من التعليم والثقافة.
- الاهتمام بما جاء في فحوى هذه الدارسة من نتائج واستنتاجات، والاستفادة من نتائجها في التخطيط الجيد للبرامج، وأسلوب اختيار مقدمي برامج التلفزيون في الجزائر أكفاء.

خـــــاتمة

خـــــــاتمة :

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة ، وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة ، حيث نستنتج أن القنوات الخاصة تشهد تنافس شديد بينها من أجل استقطاب أكبر للجمهور والبحث عن ما يستحسنه ويثير انتباهه وإعجابه من جميع الجوانب خاصة الفنية والإخراجية والجمالية منها و استطاعت فعلاً ان تأثر في عدد كبير من الجمهور من خلال مهارات مقدمي برامجها ، وقدرة هاته القنوات على تلبية رغبات الجمهور وملامسة واقعهم ، وكذا ظهورها في الصورة الجمالية التي استحسنها الجمهور من خلال مقدمي برامجها وامتلاكهم لمهارات فنية ذات مستوى معين ، كمهارة التحدث والكلام وفنون الاستماع وكذا التحكم الجيد في استخدام لغة الجسد ، الى جانب اهتمام القنوات الخاصة الجزائرية بالديكور وتصاميم استيديو هات البرامج بمقاييس عالية وعالمية ، إلى جانب المضمون والاداء الاعلامي المتميز للقنوات الخاصة الجزائرية وقناة الشروق الاخبارية كانت نموذج مميز ، هذا لقي استحسان الجمهور وساهم بكل تأكيد في جذب المتابعين خاصة من جمهور الطلبة ولأنها تواكب العصر والتكنولوجيا الحديثة ، هذه الأمور لم يكشف ولم يهتم بها التلفزيون العمومي ، إلا ان هذه القنوات طبعاً رغم تمتع مقدمي برامجها بالصفات والمهارات أنفة الذكر ، التي تميزت بها على خلاف التلفزيون الرسمي ، إلا أنها تعاني من نقائص من بينها :

- أن السباق نحوى التنافس بين القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية جعل الكثير منها لا يلتزم بأخلاقيات المهنة خاصة فيما يتعلق اهتمامها بالشكل على حساب المضمون .
- نقص في الاحترافية في الاداء الاعلامي بالإضافة انها تعاني من ضعف التكوين ونقص البرامج الهادفة وكذا أنها تستعمل اللغة العامية بدل اللغة الاعلامية .

لذا يستوجب على الاعلاميين في القنوات الخاصة الجزائرية ومقدمي برامجها النظر ومراعات هذه النقائص وإيجاد حلول لها وكذا تطوير الأداء الإعلامي .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : الكتب باللغة العربية :

1. أبو العرقوب أبراهيم : **الاتصال الأنسان ودوره في التفاعل الاجتماعي** ، دار مجدلاوي ، عمان ،الأردن، 1993.
2. ابن منظور: **لسان العرب** ،مج 2، دار الحديث للنشر والتوزيع ،القاهرة ، 2003.
3. إبراهيم بن عبد اللّه المسند: **المكتبة والبحث**، مكتبة الملك فهد الوطنية للنّشر، السّعودية، 2007.
4. أحلام فتحي وأخرون : **لغة الجسد والاتصال** ، مؤسسة البدر للكتاب ، ط2 ، بيروت ، 2001.
5. أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2014.
6. أحمد يحي الزّق: **علم النّفس**، دار وائل للنّشر، القاهرة، ط1، 2006.
7. الدّسوقي إبراهيم: **وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية**، دار الوفاء لدنيا الطّباعة والنّشر، الإسكندرية، ط1، 2004.
8. الموسى عصام : **المدخل في الاتصال الجماهيري** ، مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع ، الكويت ، 1997 .
9. المنصف العياري ومحمد عبد الكافي : **القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة** ، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية ، اتحاد إذاعات الدول العربية ،دار القيروان للنشر ، تونس ، 2005.
10. الفيروز أبادي مجي الدّين بن يعقوب: **القاموس المحيط**، مؤسّسة الرّسالة للطّباعة والنّشر والتّوزيع، بيروت، دط، 1987.
11. برهان شاوي: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته**، دار الكندي، الأردن، 2003.
12. جمال أبو شنب: **الاتصال والأعلام والمجتمع(المفاهيم والقضايا والنظرية)** ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، 2005.
13. جمال عبد العظيم: **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، ط 9 ، المكتبة الأنجلومصرية للنشر ، القاهرة، 2001.
14. جوزيف ميسنجر : **المعاني الخفية لحركات الجسد** ، دار الفراشة للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ،2002.
15. زهير احددن : **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002 .
16. حنان سعيد الرّحو: **أساسيات في علم النّفس**، الدّار العربية للعلوم، ط1، 2005.
17. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصر**، ط 1 ،الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة، 2006 .
18. طه الدروبي : **كيف تحلل شخصية جليسك** ، دار عالم الثقافة ، عمان – الأردن ، 2004 .
19. مجد هاشم الهاشمي: **تكنولوجيا ت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري** مدخل إلى الاتصال وتقنياته، دار أسامة للنشر والتوزيع ،القاهرة .
20. مهدلي محمد : **الاتصال الاجتماعي** ، المكتب الجامعي الحديث ، الأردن ، 2008.
21. محمد جمال الفار: **المعجم الاعلامي** ،دار اسامة للنشر والتوزيع ،عمان، 2010.
22. محمد محمود : **الاتصال الاجتماعي** ، المكتبة الجامعية للنشر ، الأردن ، 2004.

23. محمد منير حجاب : **مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة** ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط2 ، 2000.
24. محمد منير حجاب : **وسائل الاتصال وتطورها** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ،مصر.
25. محمد عبد الحميد : **البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ،ط2، القاهرة ،2004 .
26. محمد فلاح : **التلفزيون والفيلم** ، دار الفكر العربي للنشر ، ط1 ، عمان ، 2000 .
27. محمد شطاح : **السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري" قراءة في القوانين والمشاريع"** ، المكتبة الجامعية ، الجزائر .
28. مي العبد اللّه: **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**، دار النّهضة العربية، لبنان، ط1، 2014.
29. مصطفى حيدر كاظم الطائي : **الفنون الإذاعية و التلفزيونية وفلسفة الإقناع** ، دار الوفاء للنشر والتوزيع،ط1، الإسكندرية.
30. مصطفى سويف: **مقدّمة لعلم النّفس الاجتماعي**، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط2، 1966.
31. مصطفى عمر التّير: **مقدّمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي**، الدّار الجماهيرية للنّشر والتّوزيع والإعلان، ليبيا.
32. نجوى فوّال: **القائمون بالاتصال**، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992.
33. نور الدين تواتي : **الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر** ،دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
34. سيد محمد : **سيكولوجية الشخصية** ، دار الثقافة العلمية ، الإسكندرية ، 2001.
35. عائض الردادي : **كيف يصون المذيع لسانه من الخطأ؟** ، مرام للطباعة ، الرياض ، السعودية 2001.
36. عاطف عدلي العبد: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام ، الأسس النظرية والإسهامات العربية** ،دار الفكر العربي ، القاهرة، مصر، 1997.
37. عاصف حميدي :**العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع** ،دار مجدلاوي ،عمان، 2004.
38. عبد الهادي : لغة الجسد ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، مصر ، 2008.
39. عبد الحميد مهدلي : **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية** ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 2004.
40. عبد الحميد عمر : **مبادئ الاتصال التربوي والإنساني** ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، 2001 .
41. عبد الله محمد عبد الرحمن: **سوسيولوجيا الاتصال والإعلام**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.
42. عبد المالك أحمد : **كيف تصبح مذيعاً ناجحاً ؟ تجارب وقواعد** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2004 .
43. عبد الرحمان محمد : **سيسيولوجيا الاتصال و الأعلام** ، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ، 2002.

44. عبد الرّحمان عزّي: **منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدّار المتوسّطية للنّشر، تونس، ط1، 2013.
45. عمر محمّد زيّان: **البحث العلمي مناهجه، وتقنيّاته**، دار الشّروق للنّشر والتّوزيع، السّعودية، دط، 1988.
46. فاضل حنى : **التلفزيون ماله ما عليه** ، مؤسسة الرسالة للطبع والنشر ، القاهرة ، 2002.
47. فضيل دليو وآخرين: **الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني**، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة– الجزائر ، 2003.
48. فضيل دليو: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري**، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر ، 2003.
49. صالح خليل أبو الأصبع: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط 4،دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن ، 2004 .
50. صلاح مخيمر وعبدو ميخائيل: **علم النّفس الاجتماعي**، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط2، 1968.
51. رحيمة عيساني: **مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الحديدة في عصر العولمة الإعلامية**،ط1،مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة، الجزائر.
52. رشيد زرواتي :**مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى للطبع والنشر ، 2007.
53. شلبي كرم :**المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون** ،مكتبة التراث الإسلامي ،القاهرة ،1992.
54. خوالدة جلال : **المقدم التلفزيوني – التدريب والتأهيل** ، دار بيروت للنشر والاتصال ، بيروت ، لبنان ، 2001.

ثانياً :الكتب باللغة الأجنبية :

1-Brahim Brahimi **: La liberté de l'information à travers les deux codes de la presse1982- 2012 en Algérie**, revue algérienne de communications ,n° 6- 7, 1992, P :15.
2-Saad Farouk **: Influence des caractéristiques de présentation et le contenu des nouvelles sur l'apprentissage de nouvelles TV**, sharikat al Matgb lil nachr ,beirut ,1995, p: 16.

ثالثاً :المذكرات :

- ✓ محمد فايز عبد عابد : **مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية " قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً** ،رسالة لنيل شهادة الماجستير ،كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009.
- ✓ مصطفى عبد الفتاح: **المقدم التلفزيوني ومهاراته الاتصالية** ،رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ، 1987.
- ✓ مشيكي مياد : **اتجاهات الجمهور الجزائري نحوى القنوات الخاصة في الجزائر** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة مكتوبة ، جامعة محد بوضياف بالمسيلة ، 2014-2015.
- ✓ الجنيدي خيري زهير : **لغة الجسم في القرآن الكريم** ، أطروحة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، الأردن ، 2002.
- ✓ دينا فاروق : " **télévision Presenter's Skills** "،أطروحة ماجستير ، الجامعة الأمريكية ، القاهرة ،2003.
- ✓ يوسفي عبد العالي : **دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف" الخبر" ، الشعب ، " ELMOUDJAHID، ELWATAN**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاجتماعية ، جامعة الجزائر ،2006-2007.
- ✓ ناصر بوعلي : **تأثير البث التلفزيوني "البث الفضائي" على الشباب الجزائري** ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2003 .
- ✓ نعيمة موكس: **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية العربية " القنوات الفضائية الخاصة"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص سينما وتلفزيون، جامعة الجزائر 2013-2014 .
- ✓ عادل عبد الغفار: **تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية** ، دراسة مكملة لشهادة الدكتوراه ، جماعة القاهرة ، 2008 .
- ✓ ريمة قطوش : **اتجاهات الإعلاميين والمختصين نحو حرية الصحافة والإعلام في ظل قانون الإعلام لسنة 2012 وقانون السمعي البصري الجديد** ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال ، جامعة المسيلة ، 2013.

رابعاً :المجلات :

– صليحة العابد:**القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر حرية في التعبير ام فوضى في التعبير**، مجلة فكر ومجتمع ، ع 22، 2015 ، ص 412.

– نعيمي مليكة بوحزام نوال: **القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل الفضاء العمومي**، دراسة ميدانية على تمثلات مدينة معسكر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ،جامعة الوادي ، أفريل ،2014.

خامساً :المواقع الالكترونية :

1- منتديات الحياة ، **القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر** ،http://www.elhyat.net/article8462. 2016/01/12 12:03.

2- ياسين بودهان : قانون السمعي البصري ماله وما عليه، الجزيرة نت، www.aljazera.net/neus/reportens View:12/01/2016 22:12

3- احمد عظيمي:**ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية بعنوان : الفضاء الإعلامي الحر في الجزائر بين الاحتكار وتخطي القانون،** **www.akhbarelyoum:dz**شوهد بتاريخ :2016/02/16-23:03

4- الموسوعة الحرة ويكيبيديا ، قناة الشروق الإخبارية ، https://ar.wikipedia.org/wiki/ شوهد بتاريخ 2016/05/09 على ساعة 16:39

5- مقال بعنوان :TV/Radio Announcer /Perenter حمل بتاريخ 2016/04/03 من الموقع التالي : www.eljoimhoour.com/article,php!idm:10000292,5,2016 شوهد على الساعة 10:19.

6- صفاء عباس :**صفات ووظائف بالمذيع التلفزيوني** ،مقال منشور إلكترونياً على مدونة "نافذة الصورة "، أستخرج بتاريخ 2016/04//15 ، من الموقع التالي. http://safaabass.blogspot.com/2014/11/blog-post_1.html شوهد على الساعة 10:02.

7- عيسى أحمد : **سحر الجاذبية الشخصية** ، مقال منشور الكترونياً على مدونة موقع مكتوب ــ استخرج بتاريخ : 2016/04/15. على الموقع التالي : http://osamaelabady.maktoobbog.com . 12:53

سادساً :الملتقيات و الوثائق رسمية :

- ✓ إبراهيم صديقي : ملتقى حول فتح مجال السمعي البصري في الجزائر ، جامعة الجزائر 03، الأربعاء 2015/05/03.
- ✓ جمال معافي : ملتقى حول فتح السمعي البصري في الجزائر ، جامعة الجزائر03 ، يوم الأربعاء 2015/01/05.
- ✓ الجريدة الرسمية: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون السمعي البصري، المؤرخ 23 مارس 2014 ،العدد 16 ،الصادر يوم 23 مارس 2014 .
- ✓ وزارة الاتصال والثقافة ، مشروع تمهيدي ، لقانون عضوي يتعلق بالإعلام ،مارس 1998، ص2.
- ✓ وزارة الاتصال: المشروع التمهيدي لقانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري ،سبتمبر 2013،ص21.
- ✓ علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الإخبارية على وظيفتها السياسية ، دراسة تحليلية مقارنة ،المؤتمر العلمي الأول لكلية التربية النوعية ،جامعة منصورة ، 2006 .

الملاحق

الملحق رقم (01) : أداة الدراسة – استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث لنيل شهادة الماستر بعنوان:

"مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية ومدى نجاحها في استمالة جمهور الطلبة "

–قناة الشروق NEWS أنموذجاً–

– دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب:

عبد الكريم ياسين

تحت إشراف:

أ/عبد المالك صاولي

ملاحظة: "إن المعلومات التي ستدلي بها في هذا الاستبيان لن تستخدم الا لغرض البحث العلمي، لذلك نرجو منك التعاون معنا، والتحلي بالصدق والموضوعية في الإجابات."

السنة الجامعية :**2016/2015**

ملاحظة :اذا كنت لا تتابع قناة "الشروق news " فلا تكمل الاجابة .

I- البيانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (☒) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك :

1- الجنس :

ذكر ☐

أنثى ☐

2- السن :

أقل من 25 سنة ☐

من25 إلى 30 سنة ☐

أكثر من 30 سنة ☐

II-المحور الأول :عادات و أنماط المشاهدة :

3-هل تفضل مشاهدة الفضائيات :

العمومية ☐

الخاصة ☐

4- رتب مكان مشاهدة لبرامج قناة " الشروق news "حسب الأفضلية :

في المترل ☐ في الإقامة الجامعية ☐ لدى الأصدقاء ☐

في المقاهي ☐ لدى القارب والجيران ☐ أخرى أذكرها ☐

5- ما هو ترتيب قناة الشروق"news" حسب اولوياتك في المشاهدة :

الأولى ☐ الثانية ☐ الثالثة ☐ غيرها ☐

6-عدد ساعات مشاهدتك لبرامج قناة " الشروق news " يومياً ؟

من ساعة إلى ساعتين ☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐

أكثر من ثلاث ساعات ☐

7-الفترة المفضلة لديك لمشاهدة برامج قناة " الشروق news ":

فترة الصباح ☐ فترة المساء ☐ حسب الوقت المتاح بلا انتظام ☐

8- لماذا تفضل وقت المشاهدة في الفترة التي اخترتها سابقاً ؟

وقت اجتماع الأسرة ☐ استثمار وقت الفراغ ☐

الوقت الوحيد للمشاهدة ☐ الفترة التي تعرض فيها البرامج الفضلة والمميزة لي ☐

شيء أخر : ☐ .....

9- اختيارك لبرنامج الشروق الذي تشاهده يكون من خلال :

مشورة ونصائح الأصدقاء ☐ من خلال المضامين الاعلامية ☐

إعلانان عن البرامج ☐ مقدمي البرامج شخصية المقدم (صوته- شكله- لباسه- أسلوبه) ☐

أخرى ☐

10- البرامج المفضلة لديك في قناة الشروق news عند المشاهدة هي :

الأخبار ☐ البرامج الحوارية ☐ البرامج الثقافية ☐

المقابلات ☐ أخرى أذكرها ☐

11- أثناء مشاهدك لبرامج القناة ، فإنك تركز بشكل :

قوي ☐ متوسط ☐

ضعيف ☐

12- هل هدفك من المشاهدة هو :

استثمار وقت الفراغ ☐ التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي ☐

متابعة مهارات مقدمي البرامج ☐ غير ذلك : ..... ☐

III- المحور الثالث: أستمالات مهارات مقدمي البرامج في قناة (الشروقNEWS) لجمهور الطلبة :

يرجى وضع إشارة (☒) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك :

يتم تقييم مهارات مقدمي القنوات الخاصة الجزائرية من خلال:		نوع التقييم				
أولاً : مهارات لغة الجسد		موافق بشدة	موافق	محايد	غبر موافق	غير موافق بشدة
01	تأثير عيون المقدم على الجمهور					
02	تغيير المقدم لمشاعره بذكاء وأن يعرف ماذا تريد أنت					
03	تعبيرات وجوههم					
04	حركات أيدي وأرجل المقدم					
05	هيئة الوقوف أو الجلوس للمقدم					
06	تحريك الأصابع باتجاه معين					
07	قدرة المقدم على توصيل رسالة صامته من خلال إيماءاته					
08	أصواتهم					
09	التواصل البصري مع المشاهدين					
ثانياً : من خلال مهارات الاستماع		موافق بشدة	موافق	محايد	غبر موافق	غير موافق بشدة
10	إعطاء انتباه كامل لمحدثه					
11	شرود ذهن المقدم أثناء حديث المحاور الآخر					
12	نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة					
13	تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام مثل: أفهمك، نعم					
14	تفكير المقدم دائماً بإنهاء المناقشات التي لا تهمه بسرعة					
15	قدرته على إعادة بعض جمل الحديث					
16	التفاعل الحركي للمقدم مثل : حركة رأسه بالإيماءات والموافقة أو تثبيت العينين باتجاه المتحدث أو التأثر بالبسمة					
17	قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث بألفاظ جديدة					
18	النظر باهتمام إلى المتحدث، وإبداء الرغبة في مشاركته					
19	القدرة على تلخيص الكلام المسموع					
20	القدرة على التنبؤ بما سينتهي إليه الحديث					

ثالثاً : من خلال مهارات التحدث		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
21	اللباقة في الكلام					
22	القدرة على الإقناع					
23	التبسم الخفيف للوجه عندما يتحدث مع الضيوف					
24	استخدام المقدم اللغة البسيطة					
25	التحدث بأسماء الضيوف لإشعارهم بأهميتهم					
26	قدرة المقدم على إيصال رسالة هامة من خلال حديث يربطه بالفكاهة					
27	نبرات صوت المقدم الملائمة لموضوع الحديث					
28	قدرة المقدم على التحدث ببطء بعض الشيء والتوقف ليعطي الآخرين الفرصة للتحدث					
29	قدرة المقدم على نطق الحروف بصورة سليمة					
30	قدرة المقدم على التحكم في سرعة حديثه					
رابعاً: من خلال عوامل فنية مهمة في العمل التلفزيوني		**موفق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**غبر موافق**	**غير موافق بشدة**
31	موضوع البرنامج					
32	ديكور الاستوديو					
33	وقت بث البرنامج					
34	التكرار المرتفع لظهور المقدم بأوقات مختلفة					
35	الفائدة المرجوة من البرنامج					
36	التوافق في الأفكار والعروض بين مقدم البرنامج وبين الضيوف					
37	قوة القناة المتمثلة بتحقيق نسبة مشاهدة عالية					
38	ملابس المقدم					
39	قدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون					
40	الحالة البدنية والصحية للمقدم					
41	قدرة المقدم على التعامل مع الكاميرا					
42	استثمار المقدم لوقته وأوقات الآخرين					
43	الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصاً إذا كانوا مشاهير					
44	التكيف مع الضيوف ومعرفة ماذا يريدون بالضبط					

الملحق رقم (02) : وثيقة تحكيم أداة الدراسة-استمارة الاستبيان-

قائمة اسماء المحكمين

إجراء إختبار الصدق لأداة جمع البيانات (الإستبانة) عن طريق تحكيم الإستبانة من قبل المختصين ، وسيتم الأخذ بملاحظاتهم وإقتراحاتهم وهم :

1- الأستاذ : العيد ابن يسعد ..... الإمضاء : .....

2- الأستاذ : بلخيري صالح ..... الإمضاء : .....

الملحق رقم (03) : مسودة عمل برنامج "الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والاجتماعية (SPSS) " فى معالجة البيانات"

```
T-TEST GROUPS=1 2)الجنس(
  /MISSING=ANALYSIS
  /VARIABLES=استبيان
  /CRITERIA=CI(.95).
```

Test-t

```
[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav
```

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
استبيان	ذكر	25	161.7600	22.27532	4.45506
	انثى	28	164.9286	17.38865	3.28615

Test d'échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
									Intervalle de confiance 95% de la différence	
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Inférieure	Supérieure
استبيان	Hypothèse de variances égales	1.624	.208	-.580-	51	.564	-3.16857-	5.45888	-14.12773-	7.79059
	Hypothèse de variances inégales			-.572-	45.301	.570	-3.16857-	5.53591	-14.31644-	7.97929

```
ONEWAY استبيان BY السن
  /MISSING ANALYSIS.
```

A 1 facteur

```
[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav
```

ANOVA à 1 facteur

استبيان

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	750.583	1	750.583	1.968	.167
Intra-groupes	19454.436	51	381.460		
Total	20205.019	52			

```
ONEWAY استبيان BY السن
  /POLYNOMIAL=1
  /MISSING ANALYSIS.
```

A 1 facteur

```
[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav
```

ANOVA à 1 facteur

استبيان

			Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	(Combiné)		750.583	1	750.583	1.968	.167
	Terme linéaire	Non pondérées	750.583	1	750.583	1.968	.167
		Pondérées	750.583	1	750.583	1.968	.167
Intra-groupes			19454.436	51	381.460		
Total			20205.019	52			

```
MEANS TABLES=لغة_الجسد مهرت_استماع مهرت_التحدث مهرت_الفنية
  /CELLS MEAN COUNT STDDEV.
```

Moyennes

```
[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav
```

Observation Calculer Récapituler

	Observations					
	Inclus		Exclu(s)		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
لغة_الجسد	53	100.0%	0	0.0%	53	100.0%
مهرت_استماع	53	100.0%	0	0.0%	53	100.0%
مهرت_التحدث	53	100.0%	0	0.0%	53	100.0%
مهرت_الفنية	53	100.0%	0	0.0%	53	100.0%

Tableau de bord

	لغة_الجسد	مهرت_استماع	مهرت_التحدث	مهرت_الفنية
Moyenne	32.9057	40.0755	38.6981	51.7547
N	53	53	53	53
Ecart-type	5.17488	5.03010	6.50912	8.27858

```
FREQUENCIES VARIABLES=لغة_الجسد مهرت_استماع مهرت_التحدث مهرت_الفنية
  /STATISTICS=STDDEV MEAN MODE
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Effectifs

```
[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav
```

Statistiques

		لغة_الجسد	مهرت_استماع	مهرت_التحدث	مهرت_الفنية
N	Valide	53	53	53	53
	Manquante	0	0	0	0
Moyenne		32.9057	40.0755	38.6981	51.7547
Mode		33.00[a]	39.00	37.00[a]	51.00
Ecart-type		5.17488	5.03010	6.50912	8.27858

a. Il existe de multiples modes

Tableau de fréquences

لغة_الجسد

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	17.00	1	1.9	1.9	1.9
	20.00	1	1.9	1.9	3.8
	22.00	1	1.9	1.9	5.7
	24.00	1	1.9	1.9	7.5
	25.00	1	1.9	1.9	9.4
	26.00	1	1.9	1.9	11.3
	27.00	2	3.8	3.8	15.1
	28.00	1	1.9	1.9	17.0
	29.00	2	3.8	3.8	20.8
	30.00	1	1.9	1.9	22.6
	31.00	2	3.8	3.8	26.4
	32.00	4	7.5	7.5	34.0
	33.00	8	15.1	15.1	49.1
	34.00	8	15.1	15.1	64.2
	35.00	5	9.4	9.4	73.6
	36.00	4	7.5	7.5	81.1
	38.00	3	5.7	5.7	86.8
	39.00	2	3.8	3.8	90.6
	40.00	3	5.7	5.7	96.2
	41.00	1	1.9	1.9	98.1
	42.00	1	1.9	1.9	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

مهرت_استماع

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	26.00	1	1.9	1.9	1.9
	30.00	2	3.8	3.8	5.7
	32.00	1	1.9	1.9	7.5
	33.00	1	1.9	1.9	9.4
	34.00	2	3.8	3.8	13.2
	36.00	2	3.8	3.8	17.0
	37.00	1	1.9	1.9	18.9
	38.00	6	11.3	11.3	30.2
	39.00	11	20.8	20.8	50.9
	40.00	5	9.4	9.4	60.4
	41.00	1	1.9	1.9	62.3
	42.00	7	13.2	13.2	75.5
	43.00	3	5.7	5.7	81.1
	44.00	1	1.9	1.9	83.0
	45.00	1	1.9	1.9	84.9
	46.00	1	1.9	1.9	86.8
	47.00	2	3.8	3.8	90.6
	48.00	1	1.9	1.9	92.5
	49.00	3	5.7	5.7	98.1
	51.00	1	1.9	1.9	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

مهرت_التحدث

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	22.00	1	1.9	1.9	1.9
	25.00	1	1.9	1.9	3.8
	27.00	2	3.8	3.8	7.5
	29.00	2	3.8	3.8	11.3
	31.00	1	1.9	1.9	13.2
	33.00	3	5.7	5.7	18.9
	34.00	1	1.9	1.9	20.8
	35.00	4	7.5	7.5	28.3
	36.00	3	5.7	5.7	34.0
	37.00	6	11.3	11.3	45.3
	38.00	3	5.7	5.7	50.9
	39.00	3	5.7	5.7	56.6
	40.00	3	5.7	5.7	62.3
	42.00	3	5.7	5.7	67.9
	43.00	1	1.9	1.9	69.8
	44.00	3	5.7	5.7	75.5
	45.00	6	11.3	11.3	86.8
	46.00	2	3.8	3.8	90.6
	48.00	3	5.7	5.7	96.2
	50.00	2	3.8	3.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

مهرت_الفنية

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	26.00	1	1.9	1.9	1.9
	37.00	1	1.9	1.9	3.8
	38.00	1	1.9	1.9	5.7
	41.00	1	1.9	1.9	7.5
	42.00	2	3.8	3.8	11.3
	43.00	2	3.8	3.8	15.1
	44.00	1	1.9	1.9	17.0
	45.00	1	1.9	1.9	18.9
	46.00	1	1.9	1.9	20.8
	47.00	4	7.5	7.5	28.3
	48.00	2	3.8	3.8	32.1
	49.00	2	3.8	3.8	35.8
	50.00	3	5.7	5.7	41.5
	51.00	5	9.4	9.4	50.9
	52.00	4	7.5	7.5	58.5
	53.00	1	1.9	1.9	60.4
	54.00	4	7.5	7.5	67.9
	55.00	3	5.7	5.7	73.6
	56.00	1	1.9	1.9	75.5
	57.00	1	1.9	1.9	77.4
	58.00	3	5.7	5.7	83.0
	59.00	1	1.9	1.9	84.9
	62.00	1	1.9	1.9	86.8
	63.00	2	3.8	3.8	90.6
	64.00	1	1.9	1.9	92.5
	65.00	1	1.9	1.9	94.3
	67.00	2	3.8	3.8	98.1
	70.00	1	1.9	1.9	100.0

استجيان

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	115.00	1	1.9	1.9	1.9
	121.00	1	1.9	1.9	3.8
	126.00	1	1.9	1.9	5.7
	132.00	1	1.9	1.9	7.5
	141.00	1	1.9	1.9	9.4
	145.00	2	3.8	3.8	13.2
	146.00	1	1.9	1.9	15.1
	147.00	1	1.9	1.9	17.0
	150.00	2	3.8	3.8	20.8
	151.00	2	3.8	3.8	24.5
	152.00	2	3.8	3.8	28.3
	153.00	2	3.8	3.8	32.1
	154.00	4	7.5	7.5	39.6
	155.00	1	1.9	1.9	41.5
	156.00	1	1.9	1.9	43.4
	160.00	1	1.9	1.9	45.3
	161.00	2	3.8	3.8	49.1
	162.00	1	1.9	1.9	50.9
	163.00	2	3.8	3.8	54.7
	164.00	1	1.9	1.9	56.6
	165.00	2	3.8	3.8	60.4
	166.00	1	1.9	1.9	62.3
	170.00	1	1.9	1.9	64.2
	171.00	1	1.9	1.9	66.0
	173.00	1	1.9	1.9	67.9
	174.00	1	1.9	1.9	69.8
	176.00	1	1.9	1.9	71.7
	178.00	1	1.9	1.9	73.6
	179.00	4	7.5	7.5	81.1
	180.00	1	1.9	1.9	83.0
	182.00	1	1.9	1.9	84.9
	185.00	1	1.9	1.9	86.8
	189.00	1	1.9	1.9	88.7
	190.00	2	3.8	3.8	92.5
	196.00	1	1.9	1.9	94.3
	200.00	1	1.9	1.9	96.2
	202.00	1	1.9	1.9	98.1
	203.00	1	1.9	1.9	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

```
GET
  FILE='E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav'.
DATASET NAME Ensemble_de_données1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=السن
  /STATISTICS=STDDEV MEAN
  /ORDER=ANALYSIS.

FREQUENCIES VARIABLES=الجنس
  /NTILES=4
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.

FREQUENCIES VARIABLES=السن
  /NTILES=4
  /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Effectifs

[Ensemble_de_données1] E:\My acer\Bureau\Sans يسن.sav

Statistiques

السن

N	Valide	53
	Manquante	0
Moyenne		1.3774
Médiane		1.0000
Mode		1.00
Ecart-type		.48936
Somme		73.00
Centiles	25	1.0000
	50	1.0000
	75	2.0000

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من 25	33	62.3	62.3	62.3
	25-30	20	37.7	37.7	100.0
	Total	53	100.0	100.0	