



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



1985
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة - قناة البلاد TV أنموذجا -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:
عبد المالك صاولي.

إعداد الطالبتين:
قريشي ياسمينة.
بدار منال.

السنة الجامعية: 2021 / 2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ



شكر وتقدير

نشكر الله ذو الفضل العظيم و العرش المجيد فعال لما يريد، والله الحمد وأشكره على توفيقه لنا
برحمته وقدرته إلى سبيل العلم والمعرفة

ثم نتوجه بخالص الشكر والعرفان والامتنان للأستاذ المشرف الفاضل الأستاذ **صاوي عبد المالك**،
الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ولم يبخل علينا بتوجيهاته وإرشاداته وأرائه القيمة.
ولا ننسى جزيل الشكر إلى من علمنا الصبر في الحياة ووقف إلى جانبنا والدينا الكريمين أطال في
عمريهما

كما لا يفوتنا تقديم الشكر إلى كل من كانت له يد العون في إخراج هذه المذكرة سائلينا المولى
عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم
ونشكر كل من ساعدنا من بعيد أو من قريب ولو بكلمة.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم وعلى آله وصحبه الميامين،

ومن تبعهم باحسان الى يوم الدين وبعد

الى من كلله الله بالهيبه والوقار الى من علمني الغطاء بدون انتظار الى من احمل اسمه

بكل افتخار، ارجو من الله ان يديمه الصحة والعافية "والدي العزيز" اطال الله في عمره

الى ملاكي في الحياة الى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني الى بسمة الحياة وسر

الوجود

الى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي الى اغلى الحبايب "أمي الحبيبة"

الى النجوم والكواكب الى الورود البهية الذين قاسموني حنان الوالدين "اخوتي واخواتي"

وإلى اولاد اختي الغوالي "بلقيس وأمجد زياد" الذين اتنى لهم السير على درب طلب

العلم والعلماء

الى صديقتي ورفيقت دربي: "منال، مريم، خديجة، رميصاء، هدى، وأمينة، موني، لارا"

والى من ساعدني من قريب أو بعيد .

ياسمينة



الإهداء

قال عز وجل : « وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا أما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما ، واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا »

إلى أبي وامي الذين ربياني ووجهاني إلى طلب العلم ، وأتاحوا لي فرصة البحث كان لسان حالهما الدعاء لي بالتوفيق والالتزام إسأل الله سبحانه و تعالى أن يطيل في عمرهما على الطاعة وان يتمتعهما بالصحة و العافية وان يجعل عاقبتهما جنة عرضها السموات والارض وان يكتب آجر هذا العمل المتواضع في ميزان حسناتهما يوم العرض على رب العالمين

إلى النجوم والكواكب إلى الورود البهية الذين قاسموني حنان الوالدين "أخي ، وأختي" وإلى روح زوج أختي الطاهرة "عربي عبد الوهاب" رحمه الله واسكنه فسيح جنانه

إلى ابنة أختي العالية "فرح" التي أتمنى لها ان تسير على درب طلب العلم والعلماء

إلى الذين جعلوا من الضعف قوة أساتذتي الكرام خاصة الاستاذ "عبد المالك صاوي"

إلى ظلاي التي لا تفارقي أصدقائي الاعزاء ياسمينة ، هدى ، امينة ، احلام ، مريم

وإلى كل من ساعدني من بعيد او قريب في النجاح هذا الجهد المتواضع وفقهم الله في مشوارهم

وسدد خطاهم.

منال



قائمة المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

قائمة المحتويات

قائمة الجداول والأشكال

أ	مقدمة:
2	الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة
3	الاشكالية:
3	تساؤلات الدراسة:
4	اهمية الدراسة:
4	اهداف الدراسة:
4	أسباب اختيار الموضوع:
5	تحديد المفاهيم:
6	حدود الدراسة:
7	الدراسات السابقة:
9	منهج البحث:
10	اداة البحث:
11	مجتمع البحث وعينته:
11	نظرية الدراسة:
16	الفصل الثاني: ماهية جمهور وسائل الإعلام
17	تمهيد:
17	المبحث الاول: تعريف جمهور وسائل الاعلام:
17	المبحث الثاني: نشأة وتطور جمهور وسائل الاعلام:
20	المبحث الثالث: أهمية دراسات الجمهور
21	المبحث الرابع: خصائص جمهور وسائل الإعلام
22	المبحث الخامس: سمات جمهور وسائل الإعلام
22	المبحث السادس: أنواع جمهور وسائل الإعلام
24	خلاصة:
25	الفصل الثالث: مقدم البرامج التلفزيونية
26	تمهيد:

26	المبحث الاول: ماهية التقديم التلفزيوني:
26	المبحث الثاني: تعريف مقدم البرامج التلفزيونية:
27	المبحث الثالث: متطلبات مقدم البرامج التلفزيونية ومؤهلاته:
29	المبحث الرابع: السمات التي ينبغي توفرها في مقدم البرامج:
30	المبحث الخامس: مهارات مقدم البرامج التلفزيونية:
33	المبحث السادس: مقدم برامج التلفزيون واجهزة الصوت (الميكروفون):
38	المبحث السابع: مقدم البرامج التلفزيونية واجهزة التصوير (الكاميرا):
40	المبحث الثامن: مقدم برامج التلفزيون وطرق وتحقيق إتصال ناجح مع المشاهد:
41	خلاصة.....
42	الفصل الرابع: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
43	تمهيد:
43	المبحث الاول: تعريف القنوات الفضائية:
44	المبحث الثاني: تصنيف القنوات الفضائية.....
45	المبحث الثالث : القنوات الفضائية الخاصة
45	المبحث الرابع : القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
45	المبحث الخامس : نشأة القنوات الخاصة في الجزائر.....
46	المبحث السادس : اسباب انشاء القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية :
46	المبحث السابع : واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة
47	المبحث الثامن : نماذج لبعض القنوات الجزائرية الخاصة
48	خلاصة :
49	الفصل الخامس: الإطار التطبيقي
50	تمهيد :
51	المبحث الاول : لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية "البلاد tv"
53	المبحث الثاني : التحليل الكمي والكيفي للجداول الإحصائية
53	أولا: النتائج المتعلقة ببيانات الشخصية.....
71	المحور الثاني: تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية.....
74	المحور الثالث: المقدم وفن توصيل المعلومات
78	المبحث الثالث: مناقشة النتائج.....
78	ثانيا : نتائج متعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني :
80	ثالثا : نتائج متعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث.....

82	خاتمة:
84	قائمة المراجع:
88	الملاحق.

قائمة الجداول

- الجدول رقم(01) . توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس : 53
- الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:..... 54
- الجدول رقم(03):توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية..... 55
- الجدول رقم(04): يوضح مشاهدة قناة البلاد Tv 56
- الجدول رقم (05): يوضح متابعة البرامج التي تبثها قناة البلاد tv مع متغيري الجنس والحالة الاجتماعية .. 57
- الجدول رقم (06): يوضح الأماكن المفضلة لمشاهدة قناة البلاد tv حسب متغير السن 58
- الجدول رقم (07): يوضح الأماكن المفضلة لمشاهدة قناة البلاد مع متغير الحالة الإجتماعية..... 59
- الجدول رقم (08): يوضح الفترة التي تفضل فيها مشاهدة قناة البلاد tv مع متغير السن 60
- الجدول رقم (09): يوضح المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في مشاهدة برامج قناة البلاد حسب متغير الجنس والسن..... 61
- الجدول رقم (10) : يوضح البرامج المفضل مشاهدتها في قناة البلاد Tv 62
- الجدول رقم (11): يوضح غاية الطلبة من مشاهدة قناة البلاد tv حسب متغير الحالة الاجتماعية..... 63
- الجدول رقم (12) : يوضح سبب متابعة برامج البلاد المشاهدة..... 64
- الجدول رقم (13): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال المظهر مع متغير الجنس 65
- الجدول رقم (14): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال الهيئة مع متغير السن 65
- الجدول رقم (15): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال اتقانه للغة العربية مع متغير الجنس 66
- الجدول رقم (16): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال اتقانه للغة العربية مع متغير السن 67
- الجدول رقم (17): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال نبرات الصوت مع متغير الجنس 68
- الجدول رقم (18): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال الهندام وتسريحات الشعر مع متغير الجنس 68
- الجدول رقم (19): يوضح القدرة على إعادة صياغة السؤال مع متغير السن 69
- الجدول رقم (20): يوضح نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة مع متغير السن 70
- الجدول (21) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور "تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية"..... 71
- الجدول رقم (22) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور "المقدم وفن توصيل المعلومات" معيار الحكم..... 74

قائمة الأشكال

- 53 الشكل رقم (01). التوزيع التكراري للأفراد حسب الجنس.
- 54 الشكل رقم (02): التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السن.
- 55 الشكل رقم (03): توزيع تكراري لأفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.
- 56 الشكل رقم (04): يوضح مشاهدة قناة البلاد Tv.
- 62 الشكل رقم (05): يوضح البرامج المفضلة في قناة البلاد Tv.
- 64 الشكل رقم (06): يوضح سبب متابعة برامج البلاد.

مقدمة

مقدمة:

مرت وسائل الإعلام والاتصال بمجموعة من الثورات والاكتشافات أتاحت بث الصوت والصورة لأحدث الاخبار والمعلومات بمستوى عالي من الدقة والسرعة إلى كل المستخدمين والمستفيدين في المعمورة مما نتج عنه إتهيار وذوبان حاجز المسافات بين الدول والقارات حيث أصبح مصدر تنافس وصراع بين الدول والمجتمعات. حيث يعد الجمهور أحد المستخدمين من وسائل الإعلام واصبح يحتل أهمية كبيرة في مجال الاعلام والاتصال من خلال معرفة تطلعاته وميولاته، واعتباره زبون يطلب خدمة إعلامية راقية، ولا يخفى على أحد منا بان كل فرد من أفراد الجمهور يحمل معتقدات خاصة وإتجاهات تشكلت لديه نحو قضايا معينة، وهذا عبر مختلف مراحل حياته وإحتكاكه بالآخرين وكذا من خلال تلقيه للرسائل الإعلامية، بحيث أكدت الأبحاث القائمة في هذا المجال على أن وسائل الإعلام على إختلافها وتنوعها تلعب دورا أساسيا ومساعد في تدعيم وتغيير إتجاهات جمهور المتلقين خصوصا في ظل مرحلة الإنفتاح الإعلامي الواسع، ومن أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بال جماهير عن طريق بث برامج معينة للتلفزيون، ومع تعدد وسائل الإتصال الجماهيري إستلزم ذلك وجود مقدمي برامج تلفزيونية أكفاء ذوي خبرة في المجال من أجل تحقيق العملية الإتصالية بينهم وبين الجمهور.

حيث يعتبر مقدم البرامج أو المناقشات أو المذيع هو العنصر الرئيسي في المتلقي، من خلال برامج تبث عبر فضائيات تتنوع بين قنوات حكومية وقنوات خاصة.

وهذا قد شكل ظهور القنوات الجزائرية الخاصة إنعطافا حاسما في مسيرة الاعلام الجزائري بالأخص القطاع السمعي البصري، خاصة فيما يتعلق بمدى إحترافية هذه القنوات وخدمتها للجمهور وتقديم خدمة إعلامية حقيقية ترقى بمستوى تطلعات جمهورها.

ومن هذا المنطلق سنحاول دراسة جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة. ولمعالجة هذا الموضوع قسمنا الدراسة إلى ثلاثة أقسام: القسم الأول يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة حيث عرضنا فيه مشكلة البحث الإشكالية التساؤلات الفرعية الدراسة، التعريف بالمنهج المتبع والعينة المختارة، وجمع أدوات الدراسة ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة وأخيرا الدراسات السابقة.

أما القسم الثاني فيشمل الجانب النظري للدراسة والذي يحتوي على ثلاث محاور يتعلق الأول بجمهور وسائل الإعلام من خلال التطرق إلى تعريف جمهور وسائل الإعلام ونشأته تطوره، أهميته، خصائصه، سماته، وأنواعه، كما يتعلق المحور الثاني بمقدمي البرامج التلفزيونية بدءا بماهية التقديم التلفزيوني، التعريف بمقدم البرامج

التلفزيونية، متطلبات وسمات ومهارات مقدم البرامج التلفزيونية، وصولاً إلى علاقة المقدم بأجهزة الصوت والتصوير إلى غاية مقدم برامج التلفزيون وطرق تحقيق إتصال ناجح مع المشاهد.

أما المحور الثالث فيخص القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من خلال تعريفها، أنواعها وصولاً إلى برامج القنوات الفضائية الخاصة.

أما القسم الثالث والآخر خصصناه إلى الجانب التطبيقي للدراسة، حيث حللنا النتائج وفقاً لثلاث محاور الأول خاص بعادات وأنماط مشاهدة قناة البلاد والثاني خاص بتقييم مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية والثالث المقدم وفن توصيل المعلومات.

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول

الجانب المنهجي للدراسة

- الإشكالية
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- اسباب اختيار الموضوع
- تحديد المفاهيم
- منهج البحث
- أداة جمع البيانات
- مجتمع البحث وعينته
- المدخل النظري للدراسة

الاشكالية:

التلفزيون من اقوى الاجهزة الاعلامية و اهمها شأنًا، لانه يعتمد في مخاطبته للجماهير على الصوت والصورة. التي تؤدي الى عرض الاحداث بطريقة مشوقة، وتقديم الثقافة والمعرفة في صورة مبسطة. وهو من اهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة. ومع التقدم التكنولوجي الهائل وتعدد وسائل الاتصال الجماهيري استلزم ذلك وجود مقدمي برامج تلفزيون اكفاء وذوي خبرة فالمجال من اجل تحقيق عملية اتصالية بينهم وبين الجمهور، ويحملون على عاتقهم نقل الحقائق ويعتبر المقدم العنصر الرئيسي في البرامج التلفزيونية وهو حلقة الوصل بينه وبين المتلقي وهو المرسل. ويسعى الى ان تكون حركاته وإيمائاته والكثير من لغة جسده منظمة، وان يكون قارئًا مثقفًا على وعي بتخصص البرنامج الذي يقدمه للجمهور وان يكون صاحب لغة وقوية وسليمة، بحيث يستطيع ايصال الافكار من خلال شخصيته الظاهرة للجمهور وتلبية طلباته بروح من الصدق والمسؤولية كما ان البرامج التلفزيونية متعددة ومتنوعة منها: (البرامج الصباحية، والحوارية، وبرامج الاطفال، والبرامج الترفيهية والاجتماعية والثقافية...) ساهمت كثيرا في تغيير آراء الجماهير وعملت على توعيته من خلال بثها عبر فضائيات تتنوع بين قنوات حكومية وقنوات خاصة. فاصبحت الجزائر تمتلك قنوات فضائية في القطاع الخاص على غرار القطاع العام، الذي كان متواجد منذ مدة، حيث تشمل هذه الفضائيات على اوقات لاذاعة الاخبار المحلية والدولية والبرامج المتنوعة، فاصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري، وعكست من خلال برامجها حياته اليومية وجميع حقائق واطوار المجتمع الجزائري بعمق كبير، فهي تبث برامج لبعض الاشكاليات والقضايا الراهنة وخذش الطابوهات والمواضيع المسكوت عنها. فاصبحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الاخبار والمعلومات في اسرع وقت ممكن، وهذا من اجل توعيته بما يدور حوله من احداث ومواقف.

ومن خلال هذه الدراسة نحاول الوصول الى اهمية مقدمي البرامج التلفزيونية في الفضائيات الخاصة التي يجب توفرها في المقدم التي تجعل من شخصية مشهورة وجذابة، فالبعض يمتلك هذه الخصائص بالفطرة والبعض الاخر لا يمتلكها من خلال التدريب والممارسة.

وفي ضوء ذلك طرحنا الاشكالية التالية: ماهو دور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة في استمالة الجمهور؟.

تساؤلات الدراسة:

- كيف يرى جمهور البرامج التلفزيونية المقدمين في القنوات الخاصة؟

- ماهية أهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية حسب الجمهور ؟
- ما هي طرق وفن المقدم في توصيل المعلومات وتحقيق اتصال ناجح ؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إستمالة جمهور الطلبة ؟

اهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة "جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة " من أهم الدراسات في مجال السمع البصري، كما تعتبر هذه الدراسة من اوائل الدراسات وقضية جديدة للبحث، حيث تبرز دور مقدمي البرامج في التلفزيون نظرا لاهميته البالغة في جذب انتباه الجمهور.

كما انهم يستطيعون ان يحققوا نجاح البرنامج او فشله. لذلك تسعى القنوات الجزائرية للبحث عن مقدمي ذو كفاءة عالية و متمكنين وذوي خبرة في المجال لنيل رضا وخدمة الجمهور.

اهداف الدراسة:

- مدى اهمية مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة.
- التطرق إلى آراء جمهور البرامج التلفزيونية المقدمين في القنوات الجزائرية الخاصة.
- معرفة اهم مهارات مقدمي البرامج في القنوات الخاصة الجزائرية حسب الجمهور.
- معرفة واقع القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر والتحديات التي تواجهها.
- دور مقدم برامج التلفزيون وطرق تحقيق اتصال ناجح على المشاهد.

أسباب اختيار الموضوع:

اسباب موضوعية

- الدور الكبير الذي يلعبه مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الخاصة وجذب انتباه الجمهور.
- قلة الدراسات حول موضوع خصائص واهمية المقدم التلفزيوني.
- المكانة او الدور الذي يلعبه مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة.
- الرغبة في التعرف بالقنوات الجزائرية الخاصة.

اسباب ذاتية

- الرغبة في اكتشاف مهارات ومميزات المقدم الصحفي.
- الرغبة في معرفة واقع القنوات الجزائرية الخاصة.

تحديد المفاهيم:

الجمهور:

لغة: من الفعل جهر، بمعنى جهر له الخبر: اخبره بطرف له على غير وجهه. وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم: اشرفهم وجمهرت القوم اذا جمعهم، وجمهرت الشيء اذا جمعت (ابن منظور، 1988، ص 215)

اصطلاحاً: هو اصطلاح فني، يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط افرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشأ المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الاعلامية، تؤثر فيه وتتأثر به، اي ان هناك تفاعل متبادلاً بين الطرفين (حجاب، 2004، ص 204)

والجمهور هو ذلك المتلقي او المتفاعل مع رسالة اعلامية مكتوبة او مسموعة او مرئية او الكترونية تحتوي على اهداف سياسية او اقتصادية او اديولوجية (عبد العابد، 2009، ص 08).

اجرائياً: الجمهور هو مجموعة من الناس، او الفئات المختلفة، يتم توصيل المعلومات اليهم من اجل ان يكون اتجاه وسلوك هذا الجمهور حسب الهدف المرغوب.

مقدم البرنامج:

اصطلاحاً: هو الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية الى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة (شليبي، 2008).

اجرائياً: يعتبر مقدم البرامج الحوارية هو العنصر الرئيسي في البرامج التلفزيونية، فهو الذي يستخدم الاجهزة، ويبحث في موضوعه الذي يجب ان يكون مهما للمشاهدين والمستمعين، ويناقش ضيوفه، ويوجه اليهم الاسئلة. وهو الذي يقوم بقراءة الاخبار واحراء احاديث مع الضيوف المدعويين وادارة المناقشات في التلفزيون.

البرامج التلفزيونية:

اصطلاحاً: البرنامج التلفزيوني هو العنصر الاساسي الذي تعتمد عليه اي محطة تلفزيون، فمجموع البرامج المبثثة يعطي محصلة هوية المحطة. وتتنوع هذه البرامج من اخبارية الى سياسية الى افلام تسجيلية الى برامج منوعات وبرامج ثقافية وادبية ودينية.

وتتجه كل منها للوصول الى قطاع من المجتمع كلاسرة عموماً ثم تضيق زاوية التوجه الى الفئة العمرية او الجنس، او المهنة، فهي تخدم في مجالات اساسية ثلاث: تعليم، اعلام، وترفيه (الشميمري، 2001، ص 221).

اجرائياً: يعتبر البرنامج التلفزيوني فكرة او مجموعة من الافكار التي يتم صياغتها باستخدام قالب معين، مع ارفاق الصوت والصورة والمؤثرات الفنية، وذلك لتحقيق هدف او مجموعة من الاهداف.

القنوات الفضائية:

اصطلاحاً: القنوات الفضائية هي القنوات تبث عبر شبكة من الاقمار الصناعية التي تدور حول الارض في مسارات محدد، معروفة تحدد عموماً الاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه نقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على القمر من القنوات (عبد النبي، 2010، ص 25).

اجرائياً: القنوات الفضائية هي المحطة التلفزيونية وهي منصة اعلامية، خاصة بدولة ما، او بمؤسسة متخصصة في مجال الاعلام، تهدف الى تقديم محتوى معين، او مجموعة من المجالات الاعلامية، والتلفزيونية المتنوعة، وسمية بالفضائية، لان بثها مرتبط باتصالها باقمار فضائية، حتى تصل الى جميع انحاء العالم او الى المناطق التي يغطيها البث الخاص بها.

القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

هي تلك القنوات التي ظهرت في الساحة الاعلامية الجزائرية عقب اصدار قانون الاعلام لسنة 2012 والذي يقتضي بفتح قطاع السمعى البصرى امام الخواص حيث تبث هذه القنوات جملة من المضامين الاخبارية والاجتماعية وكذلك برامج متنوعة، وتعتبر هذه القنوات تابعة للقطاع الخاص من حيث الملكية مع العلم انها لحد الساعة مسجلة لدى وزارة الاتصال كقنوات اجنبية معتمدة للعمل في الجزائر وذلك لعدم تحرير السلطات الجزائرية لمجال البث في التلفزيون.

حدود الدراسة:

تنقسم مجالات البحث الى ثلاث اقسام وهي المجال المكاني والبشري والزمني وهي موضحة كالتالي:
الحدود المكانية: تم اجراء هذه الدراسة في ولاية المسيلة جامعة محمد بوضياف كلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال مستهدفة بذلك طلبة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة
الحدود البشرية: تتمثل في جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية بالتحديد قناة البلاد TV.

الحدود الزمنية: تتمثل المراحل الزمنية التي مرة بها الدراسة بدا باختيار العنوان في شهر 12 اكتوبر 2021 وتم قبول الموضوع في 13 نوفمبر 2021 بعدها قمنا بالبحث وجمع المصادر والمراجع شهر 12 ديسمبر 2021 وقمنا بتوزيع الاستمارة على عينة دراستنا المتمثلة في طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة يوم 19 ماي 2022.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: للباحث محمود فايز عبد العابد "مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الاردنية" قناتي الجزيرة والعربية نموذجاً". رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا. 2009

تناولت اشكالية اساسية منسبة حول عوامل جاذبية بعض مقدمي البرامج في القناة ومهامهم الذاتية، وكانت صياغتها: هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الاخباري او سعيها للوصول الى الحقيقة، او ان هناك عوامل أخرى تتعلق بجاذبية مقدمي البرامج؟

تساؤلات الدراسة:

- ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الاردنية؟
 - هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين في الجامعات الاردنية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)؟
 - هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لانماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في الجامعات الاردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك اثناء المشاهدة الهدف من المشاهدة)؟
- وهدفت الدراسة الى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجمهور الطلبة من الجامعات الاردنية، كما انها تسعى لمعرفة العناصر التي تتعلق بالنجاح الذي يحققه مقدمو برامج التلفزيون في كسب جمهور المشاهدين، وهيا خصائص شخصية لمقدمي البرامج، محتوى الرسالة، وقت البرنامج، الهدف من المشاهدة، واخيراً الجمهور، وبالنهاية فان الدراسة سوف تجيب عن التساؤلات التي تطرحها كما ستقوم بطرح توصيات من اجل تحسين مهارات مقدمي برامج التلفزيون.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة مسحية من الطلبة في الجامعات الاردنية، جامعة اليرموك، جامعة البتراء، و جامعة الشرق الاوسط في الفصل 2009/2010.

وحجم العينة 526 طالب وطالبة. حيث كانو نوع العينة عشوائية.

خلصت إلى الدراسة جملة النتائج:

ان ابرز العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية وفقا للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الاردنية كانت تعامل مهارات التحدث ومهارات عوامل فنية مهمة بدرجة عالية، اما لغة الجسد ومهارات الاستماع بدرجة متوسطة.

وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة في المتوسطات الحسابية لمجالات (لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) وعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية تبعا لمتغير الجنس.

الدراسة الثانية:

للباحث بن بريك حراق "فن الالقاء في ضوء عملية التواصل مقارنة لسانية للخطب المنبرية في الجزائر". رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير كلية الاداب واللغات والفنون، جامعة وهران 2011 - 2012.

اعتمدت هذه الدراسة على اشكالية التالية: "مامدى امكانية تحسين وتطوير مهارات الالقاء بشقيه

السمعي (الكلام او الصوت او المنطق) والمرئي (الرموز والحركات وتقسيمات الوجه...)?

تساؤلات الدراسة:

- ما هي الاسس والقواعد والاصول التي يجب ان تتبعها وتتنهجها لتحقيق ذلك؟

- ما هو السبيل لتطبيق ذلك على اقدس القاء عند المسلمين وهو القاء خطبة الجمعة؟

- كيف تبني تلك الخطب من الناحية اللسانية؟

هدفت هذه الدراسة الى معرفة فن الالقاء في ضوء عملية التواصل والتعريف بمبادئه مثل: المسرح والاذاعة والتلفزيون والخطب والشعر، وتحديد خصائص الالقاء في كل منها، كما انها تسعى لمعرفة العناصر التي تتعلق بالالقاء وكل مايتعلق بها من مواضيع كجهاز الالقاء عند الملقى وهيئاته العضوية والنفسية والثقافية، والاسس التي ينص عليها الملقى (النص) وطريقة القاء بمهارات عالية وجهاز التلقي عند المتلقي ومستوياته المختلفة كما تهدف الى معرفة مدى امكانية وتحسين وتطوير مهارات الالقاء بشقيه السمعي والمرئي ومعرفة كيفية بناء الخطب من الناحية اللسانية.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج التاريخي التحليلي، حيث قام بدراسة تطبيقية لمجموعة من خطب الجمع المنبرية المسجلة على قنوات التلفزيون الجزائري على المستويات التالية " المعجمي الدلالي " و " النحوي التركيبي " و " البلاغي الاسلوبي " و " الالقاء صوتا وصورة " .

خلصت الدراسة إلى جملة نتائج

- 1- يجب ان يتوفر في الملقى جميع شروط الصحة في النطق وتمتعه بمستوى ثقافي معين وحالة نفسية ملائمة.
- 2- ان يضبط النص النلقى من كل الجوانب: المعجمية، والنحوية، والبلاغية.
- 3- الاتقان في عملية الالقاء، حتى يتحقق التوافق بين الرسالة والصوت والحركة المصاحبة له.
- 4- ان يعرف مستوى المتلقي وكل ما يتعلق به، حتى تكون الرسالة ملائمة لعقليته وهدف حضوره للاستماع.
- 5- كما ان هذا الالقاء يقع عبر مجموعة قنوات مختلفة كالمسرح والاذاعة والتلفزيون والشعر والخطب، فلكل مقام مقاله وطريقته
- 6- وكل ماسبق ذكره لا يجدي الملقى اذا خلا من المهوبة وانصرف عن التدريب وفقد الرغبة ولم يتزود بالثقافة ويجب ان تجتمع هذه المقومات فيه حيث اذا غابت احداها تضاعل تاثير الالقاء في المستمعين.

منهج البحث:

يعرف موريس انجرس المنهج بأنه "مجموع الاجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول الى نتائج معينة". (انجرس، 2006، ص 36)

فالمنهج هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة وذلك عن طريق جملة من القواعد العامة التي يسيطر على سير العقل وتحديد عمليات حتى يصل الى نتيجة مقبولة ومعلومات (القنديلجي، 1999، ص 34)

ولا شك ان الطرق والمناهج المستخدمة، تختلف باختلاف مشكلات البحث وباختلاف الاهداف العامة وغيرها التي تستهدف تحقيقها.

وبما ان مشكلة الدراسة تهدف الى معرفة مدى اهمية مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة، فان المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج المسحي، " يعرف بانه جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات واوصاف عن الظاهرة او مجموع ظواهر الدراسة (مرسلي، 2014، ص 36).

اداة البحث:

يحرص كل باحث على اختيار كل الادوات والوسائل المناسبة والتي تمكنه من الحصول على البيانات المطلوبة، وتعرف اداة جمع البيانات بأنها جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد من المعلومات التي تخدم بحثه، حيث تسمح ادوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع، وتوجد في اطار العلوم الانسانية والاجتماعية عامة وعلوم الاعلام والاتصال خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع الحقائق والمعلومات وذلك عند استخدامه لمنهج معين، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على اداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات نظرا لتلاؤمها مع موضوع دراستنا.

الاستبيان:

يعد الاستبيان احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها والاستبيان لا يمكن ان يمثل الموضوع ولا يمكن ان يمثل المبحوثين ولاكنه يمثل توقعات الباحث. وعليه فان الاستبيان هو مجموعة من الاسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والاجابة تكون حسب توقعات الباحث التي ساغها في استفسارات محدد. وهذا ليس بالضرورة ان يكون صوابا لان الصواب ينبع من المصادر التي تلم بالموضوع وتعايشه، لا من توقعات الباحث الذي لم يعرف حقيقة الموضوع. (ابراهيم، 2000، ص 165).

الاستمارة تعد من اهم ادوات جمع البيانات اذا ماتم اعدادها وتصميمها بطريقة محكمة وفقا لمؤشرات واضحة منبثقة عن متغيرات الدراسة، بحيث تجيب فالنهاية عن الفرضيات وبالتالي التسائل الرئيسي للاشكالية المطروحة (در، 2017، ص 320)

فالاستمارة او الاستبيان عبارة عن مجموع من الاسئلة المكتوبة التي يقصد الحصول على المعلومات او آراء المبحوثين حول ظاهرة او موقف معين. وتعد الاستبانة من أكثر الادوات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على المعلومات او المعتقدات او التصورات او آراء الافراد. (عبيدات، 1999، ص 63).

تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين وبعد ذلك تم تعديل الاستمارة في صورتها النهائية ليتم بعدها التوزيع.

الثبات:

بعد توزيع الاستمارة تم حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات، حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ 0.939 وهذا يدل على أن عبارات الاستمارة تتمتع بمعامل ثبات عالي.

مجتمع البحث وعينته:

ينبغي على الباحث تحديد المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة ويجب تحديده بدقة ووضوح، وبعد تحديد مجتمع الدراسة، يتعين على الباحث تحديد العينة التي يبنى عليها الباحث دراسته، ويجب ان تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يتمكن الباحث من تعميم النتائج او حتى التنبؤ بواسطتها للمستقبل(المحمودي، 2019، ص 105).

انطلاقا من هذا فان دراستنا "جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة" يتمثل مجتمع بحثنا في "جامعة محمد بوضياف في المسيلة".

عينة البحث:

نظرا لنوعية دراستنا مع مراعاة امكانيات التي قد تساعد في حصر مجتمع الدراسة فاخترنا العينة " العرضية او الصدفة " وهي:

العينة العرضية ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلا، اذ يعتمد الباحث الى اختيار عدد من الافراد الذين يستطيع العثور عليهم، في مكان ما وفي فترة زمنية محددة، وبشكل عرضي اي عن طريق الصدفة، كان يذهب الباحث الى مكتبة من المكتبات او مدرسة من المدارس او كلية من الكليات، التي يتعلق البحث بها، ثم يوزع الاستبيان على من يراهم موجودين امامه وقد يضطر العديد من الباحثين اختيار هذا النوع من العينة لسهولة استخدامها، اولان الوقت الذي لديه محدد، او لاية اسباب ومبررات اخرى. (القنديلجي، 1999. ص 147-148).

وبناء على دراستنا هذه تم تحديد عينة البحث بمجموعة من طلبة ماستر 2 اتصال وعلاقات عامة.

نظرية الدراسة:

النظرية البنائية الوظيفية :

مفهومها : عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية ، نظريات التحليل الوظيفي، النظريات المحافظة ، وغيرها من التسميات

وتستمد هذه النظرية اصولها الفكرية العام من آراء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهرو على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، حيث اهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن، وتفسير التماسك الاجتماعي والاستقرار، وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من انثال "اوجست كونت"، "إيميل دوركايم"، "هربرت سبنسر"، وايضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون".

وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين، الذين امتدت آراءهم حتى نهاية السبعينات من القرن العشرين.

وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي نركبة من جزئين:

البناء: وهو مصطلح يشير الى الطريقة التي تنظم بها الانشطة المتكررة في المجتمع. (شلواش، 2012، ص. 36).

الوظيفية: ويشير هذا المصطلح الى مساهمة شكل معين من الانشطة المتكررة فيوالحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع. (عبد الحميد، 2004، ص. 31).

فالبنائية ترى ان المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الانشطة بينها، التي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام، وان هذه الانشطة تعد ضرورة لاستقرار المجتمع، وهذا الاستقرار مرهون بالوظائف التس يحددها المجتمع للانشطة المتكررة لتلبية حاجاته، فتنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان الاستقرار. (شلواش، 2012، ص. 37)

اشكال البنوية الوظيفية: يمكن الوقوف على ثلاثة اشكال

أ- **الوظيفة الفردية:** يقع التركيز في هذا الشكل على حاحات الفاعلية الاجتماعية والبنى الاجتماعية، التي تظهر لتلبية هذه الاحتياجات.

ب- **الوظيفة العلاقاتية:** يقعد التركيز في هذا الشكل على اليات العلاقات الاجتماعية، التي تساعد في التغلب على التوترات التي قد تمر بها العلاقات الاجتماعية.

ت- **الوظيفة الاجتماعية:** هنا يقع التركيز على البنى و المؤسسات الاجتماعية الكبرى وعلى علاقتها ببعضها البعض، وتأثيراتها الموجهة لسلوكيات الافراد والمجتمعات كالوظيفة التي تقوم بها مؤسسات (الجامعة او المستشفى او الاذاعة او التلفزيون او الصحافة....). حيث ان المسالة تتعلق بالمجتمع لا بالافراد. (قراخ، غراف، 2016، ص. 27).

فروض النظرية :

- 1- النظر الى المجتمع على انه نظام يتكون من عناصر مترابطة ، وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل .
- 2- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك ، بحيث انه عندما يحدث اي خلل في هذا التوازن فان القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن
- 3- كل عناصر النظام والانشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام .
- 4- الانشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده ، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للانشطة المتكررة لتلبية لحاجاته . (شلواش .2012. ص. 39)

البنائية الوظيفية في وسائل الإعلام:

انطلاقا من مسلمات النظرية البنائية الوظيفية من منطلق خلفيتها النظرية يمكن القول أنه : في أي مجتمع هناك عوامل القوى الاجتماعية تتفاعل بطرق محددة و متميزة لخلق نظام اعلامي قوي ، يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في اعادة تشكيل هذا المجتمع ، وفي هذا الصدد يقول "هربرت" ان النظم الاعلامية تقدم وظائف هي : (الاعلام، التحليل، التفسير، التعليم ، التنشئة الاجتماعية والسياسية ، الاقناع ، العلاقات العامة ، الترويج ، الاعلام، الترفيه والفنون وغيرها).

وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الاعلامية تقوم بدورها بتغيير المجتمع الذي قام بوضعها ، وتأثير وسائل الاعلام ان كان قابلا للنقاش إلا أنه من المتفق عليه ان وسائل الاعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع .

استنادا الى فكرة كلية النسق واضطلاع الجزء بوظيفته داخل الكل فإن وسائل الاعلام هي نظم إجتماعية ونسق فرعي يؤدي اوظائف اجتماعية ، تساهم في تحقيق التوازن والاستقرار الاجتماعيين ، على اعتبار أن المؤسسات الاجتماعية في التحليل الوظيفي تثبت النظام والتوازن داخل المجتمع ، بمعنى ان وسائل الاعلام كجزء من البناء الاجتماعي هي متغير مستقل وعضو يساند وظيفيا النظام العضوي للمجتمع ، وينسحب عليه ما ينسحب على الأعضاء والأنساق الفرعية الاخرى .

بل إن وسائل الاعلام في ضوء افكار "سبنسر" تغدو مكونا ورئيسيا وقاعديا للنظام العضوي الكلي وتحليلا لما يسميه "الجهازين العضويين" وهما الموزع والمنظم . (قراخ، غراف، 2016، ص29).

بعض الانتقادات التي وجهت للنظرية:

1- يأخذ على الإتجاه البناء الوظيفي انه أحادي النظرة ، بمعنى انه لا يرى ولا يبحث في النسق الاجتماعي إلا ابعاد التوازن والوظائف لتحقيق الاهداف ، فلا يهتم بتحليل ابعاد اخرى مثل : ابعاد التغيير والاضطراب والامراض والمشكلات الاجتماعية.

2- ان صبب التركيز على جوانب الثابتة من النسقة الاجتماعية، والابعاد الثقافية للنسق كانت اكثر استخداما في التفسير من غيرها من مكونات النسق .

3- النقد الموجه الى البناء المنطقي للنظرية : وصف التحليل الوظيفي بانه غائي ، وهذا التحليل لا يقدم تفسيرات لنشأة السمات الوظيفية ، ولا يوضح كيف تحدث الوقائع

4- النقد المتعلق بجوهر النظرية وكيانها : والذي يتبين بوضوح في مبالغتها في التشديد على اهمية بعض القضايا واغفال البعض الآخر .

5- المبالغة في تقدير اهمية الاشتراك في القيم : ان الزعيم باسبقية الاشتراك في القيم على وجود النسق الاجتماعي لا يسندة الواقع ، لان اعضاء النسق ينتجون قيمهم بعظ وجودهم .

6- اهمالها لبعض ابعاد الواقع الاجتماعي

7- المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية (شلواش، 2012، ص، 44).

وتعتمد دراستنا على النظرية البنائية الوظيفية في علاقتها بالقنوات الجزائرية الخاصة ودراسة التوازن او الاختلال في تحقيق الوظائف التي تطلع بها القنوات الجزائرية الخاصة كما اننا سنحاول دراسة علاقة هذه الوظائف التي تظطلع عليها القنوات الجزائرية الخاصة ودراسة دور مهارات مقدمي البرامج في استمالة الجمهور من خلال متابعة هذه القنوات ومتابعة مقدمي البرامج .

الإطار النظري

الفصل الثاني

ماهية جمهور وسائل الإعلام

تمهيد:

المبحث الاول: تعريف جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثاني: نشأة وتطور جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثالث: أهمية دراسات الجمهور

المبحث الرابع: خصائص جمهور وسائل الإعلام

المبحث الخامس: سمات جمهور وسائل الإعلام

المبحث السادس: أنواع جمهور وسائل الإعلام

خلاصة

تمهيد:

يعد الجمهور من بين أهم المتغيرات الأساسية في دراسات علوم الاعلام والاتصال، كون هذه الاخيرة شهدت على تطورات سريعة وعميقة، حيث ظهرت وبرزت وتعددت تعاريف كثيرة لجمهور وسائل الإعلام وخصائصه وتميزت ايضا العديد من السمات الأساسية.

المبحث الاول: تعريف جمهور وسائل الاعلام:

مفهوم جمهور وسائل الاعلام الذي تعنى به دراستنا لا يزال يستمد مفهومه من الأصل التاريخي لمصطلح حيث كانت فكرة الجمهور في الأصل تعني مجموعة من المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي إستعراض عام يستقطب عددا من الناس كجمهور من الصلوات في المساجد، وجمهور المسرح وغيرها من الفعاليات التي تستقطب عددا كبيرا من الناس. (بن حرف الله، 2002، ص، ص، 49,51).

ويمكن أن نعرف جمهور وسائل الاعلام على أنه: "هو في الأصل جماعة نشأ إستجابة لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الاعلام. (بوثلجي، 2011، ص، 63).

ويرتكز مفهوم جمهور وسائل الاعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي نشهده للمجتمعات الحديثة في مجالات الاعلام والإتصال الجماهيري خاصة إنعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الإتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من إستيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور، غير أن إعادة صياغة المفاهيم غالبا ما تضيف عناصر جديدة مستجدة، ولاتعني دائما بالضرورة إلغاء أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم. (العزیز، 2014، ص، 109، 110).

المبحث الثاني: نشأة وتطور جمهور وسائل الاعلام

مراحل تكوين ونشأة الجمهور: لم يتكون المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام طفرة واحدة وإنما مر بعدة مراحل، كان لكل واحدة منها الأثر الكافي لإضافة عناصر أساسية وادخال تعديلات شكلية على مفهوم الجمهور وهذا تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص.

ونحاول التطرق إلى أهم تلك المراحل التي ساهمت في تكوين مفهوم الجمهور حيث حددها علي قسايسية في خمسة مراحل مترابطة لبعضها البعض وهي كالتالي:

المرحلة الأولى:

تعتبر أهم مرحلة وأولها في تاريخ وسائل الإعلام الحديثة حيث تم اختراع حروف الطباعة على يد العالم الألماني "جوتنبرغ" ما ساهم في ظهور "جمهور القراء" بفضل إصدار النشريات والصحف، وساد في تلك الفترة مصطلح "الجمهور العام" وهو عبارة عن عدد غير محمود من الناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون تبعاً لترتيبهم ومستوى تعليمهم وتطلعاتهم الفكرية و الدينية.

المرحلة الثانية:

وفي هذه المرحلة كان للتطور الصناعي أثر كبير في تطوير الطباعة والتي ساهمت في تطوير الصحافة وتسويقها، خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد "للمجتمعات الجماهيرية" التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى، وفي هذه المرحلة بدأت الصحافة ناخذ شكلها الجماهيري الذي لايزال يلزم وسائل الإعلام والاتصال.

المرحلة الثالثة:

إن العامل الثالث الذي ساهم في الصياغة الحالية للجمهور و رسم معالمه الحديثة هو ظهور وسائل الإعلام الالكترونية، من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي وتلفزيون في خمسينيات القرن نفسه، إذا أصبح الجمهور غير محدد في المكان بعدما باعد البث الاذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة، وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة ثانية، وظهر شكلان جديدان من الجمهور ويتعلق الامر بجمهور "المستمعين" و "المشاهدين".

المرحلة الرابعة:

وتتجلى في تبني مبادئ الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الاعلام وحرية الصحافة والحق في الاعلام من مبادئها، حيث إنعكس ذلك على درجة وعي المجتمع بأهمية الإعلام ودوره في السياسة و الإقتصاد و الثقافة، فلم يعد يقتصر مفهوم الجمهور على مجرد قراء أو مستمعين ومشاهدين، وإنما يتضمن ناخبين يمتلكون سلطة تقرير المصير واختيار قادة بلادهم، وحتى مستهلكين يتحكمون في سلوكهم الإستهلاكي.

المرحلة الخامسة:

هذه المرحلة تميزت بـ "ثورة تكنولوجيات الاتصال الحديثة" لم تكتمل بعد ولازالت آثارها قائمة إلى يومنا هذا، ونجم عنها مصطلحات جديدة تم إطلاقها على جمهور وسائل الإعلام مثل مستعملي أو مستخدمي الانترنت، وجمهور الواب، وجمهور على الخط، وحتى مصطلح الجمهور الإلكتروني، وهذه المصطلحات أعطت

الجمهور أبعادا جديدة تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم. (قسايسية، 2007، ص 66، 68).

وهذا لا يخفى على أحد منا أن هناك عدة عوامل ساهمت بشكل أو بآخر في تشكيل مفهوم الجمهور وتطويره، حيث كان الاهتمام بدراسات الجمهور منذ القدم محل إهتمام الكثيرين سواء من قبل ما لكي وسائل الإعلام أو حتى رجال الأعمال وصناع الإشهار وحتى رجال السياسة، فالكل كان يبحث ما وراء الجمهور المستهدف، وعن كيفية إستقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور، فيما يريد رجال الاقتصاد بيع سلعهم لهذا الجمهور باي ثمن أو وسيلة.

في هذا السياق يمكن حصر العوامل التي كانت السبب وراء تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام في أربعة عناصر:

الدعاية:

إرتبط ظهور دراسات الجمهور وتطورها باستعمال وسائل الإعلام لغرض الدعاية وبالخصوص الصحافة المكتوبة والسينما المتنقلة وهذا في الفترة ما بين الحربين العالميتين الأولى (1914-1918) والثانية (1939-1945) لتمس أكبر عدد ممكن من المجتمعات الجماهيرية، حيث ساد الاعتقاد بأنها مجرد تجمعات بشرية لاحول لها ولا قوة ويمكن قيادتها والتأثير فيها بالكيفية التي يرغب بها القادة الاقوياء. وهذا ما خلق العديد من الدراسات التي تناولت التأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور وإستندت على نتائج الأبحاث والتجارب السيكلوجية والسوسيولوجية وحتى الفيزيولوجية والعرقية لمحاولة معرفة وتوظيف آليات قيادة الشعوب.

الإشهار:

لقد كان للإشهار أو الاعلانات التجارية دور فعال في تنشيط دراسات الجمهور، سواء تعلق الأمر بالمعلنين عن السلع والخدمات المادية والغير مادية أو بالناشر أي موزعي الرسائل الإشهارية على الجمهور، فحتى الدراسات التي تنجزها مراكز علمية أو أكاديمية غالبا ماتكون ورائها مصالح تجارية، وحتى ظهور التكنولوجيات الحديثة عزز من الدراسات التي تهتم بالجمهور لغرض إشهاري خاصة مع تعرض الجمهور للرسائل الإشهارية عبر القنوات الفضائية ومواقع شبكة الواب.

الرأي العام:

يعتبر أهم عامل من عوامل تنشيط دراسات الجمهور، والإستجابة للديمقراطية حيث تميل الحكومات على كسب تأييد رعاياها في القرارات والمحافظة على قبول الرعايا ومصالحهم تحسبا لأي إنتخابات، حيث تخصص

الأحزاب السياسية ميزانيات معتبرة للحملات العلمية من خلال تمويل الصحف ومختلف وسائل الإعلام لغرض كسب الرأي العام، حيث كان ظهور دراسات الرأي العام كالأزمة للأنظمة الديمقراطية ثم تلتها دراسات الجمهور مع إنتشار وسائل الإعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية.

وقد تكثفت بحوث الجمهور خلال النصف الثاني من القرن 20 ضمن تطور الدراسات الاعلامية بصفة عامة أصبحت صناعة قائمة بذاتها ومتخصصة في قياس الرأي العام وتعمل لحساب الحكومات والأحزاب. الإحتياجات العلمية:

برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية ومضامينها ووسائل الإعلام والآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور، فالكه الهائل من الدراسات التسويقية وتوجهات الرأي العام وفرت جوا للمقاربات الإمبريقية مما دفع بالباحثين الاعلاميين إلى إختيار واعادة صياغتها من أجل إثراء مشروع النظرية العلمية للإعلام والإتصال. (بوثلجة، 2011، ص 72، 73).

المبحث الثالث: أهمية دراسات الجمهور

وترجع عموما إلى:

-حاجة وسائل الإعلام إلى التعرف بدقة على حجم جمهور ودرجة ولاءه لها، فحجم الجمهور أو العدد يعتبر أحد الحقائق الأساسية التي تستهدف وسائل الإعلام الوصول إليها لأسباب مرتبطة بالتمويل أو التخطيط وتقييم الأعمال.

-الأهداف الإعلانية والتجارية لكل من المعلنين ووسائل الإعلام، فالمعلنون يستهدفون للوصول إلى أكبر عدد من جمهور المستهلكين عبر الوسيلة الإعلامية، ولذلك يقوم المعلن باختيار الوسيلة الإعلامية للإعلان بناء على حجم الجمهور المستهدف الذي تصل إليه الوسيلة ويتعرض لها.

- المنافسة بين مختلف الوسائل الإعلامية تجعل من الضروري معرفة حجم الجمهور وميوله ورغباته.

-على الرغم من تطور أدوات القياس والمناهج المستخدمة في دراسات الجمهور، إلا أن تزايد الطلب على المادة الإعلامية، والحجم الهائل للبرامج التلفزيونية، وإرتفاع عدد القنوات وتقنيات الإستقبال يجعل مهمة قياس الجمهور أكثر تعقيدا.

- ظل سلوك الجمهور محل إهتمام مستمر من مدراء المؤسسات الاعلامية وخبراء الإشهار إلى معرفة جمهورهم وإحتياجاتهم من أجل تحسين مستوى الرسالة.

- إن رسم الخطة الجيدة وإختيار اعداد المضمون الجيد المنسجم مع الخطة، يتطلب الرجوع دائما لنتائج البحوث الميدانية، فهذه النتائج هي التي تكشف الحقائق وتقدم لنا المعطيات الصحيحة عن الإفتراضات والإستنتاجات المهمة، وهي تفيدنا في إختصار الوقت والجهد والتكاليف وتبعدنا عن الوقوع في الاخطاء.

تعتمد الهيئات الإذاعية والتلفزيونية على البحوث ومعطياتها العلمية من أجل وضع الخطط وتقييم البرامج، وتحقيق التواصل الجيد مع جمهور المستمعين أو المشاهدين، فبفضل هذه البحوث تستطيع التعرف على سمات وخصائص الجماهير والوقوف على خلفياتها وثقافتها والكشف عن رغباتها وإحتياجاتها. (محاضرة دراسات جمهور وسائل الاعلام، 2021، ص 7، 8).

المبحث الرابع: خصائص جمهور وسائل الإعلام

يبدو مما سبق، إذن، أن مفهوم "الجماهير" (mass) يتضمن العديد من خصائص جمهور (audience) السينما والإذاعة والمسرح التي تستوعبها المفاهيم التي تناولناها، فهو أوسع من الجماعة والحشد والجمهور العام. فمصطلح الجماهير، في هذا السياق، عنصراً أساسياً في الشكل الجماعي لجمهور وسائل الإعلام حيث أنه يتضمن، في بنيته الظاهرية، العديد من الخصائص التي تميزه عن تلك الأشكال الأخرى، وكان (Maquil 1984) قد حددها على النحو التالي:

- الحجم الواسع large size، حيث يتخذ شكل "الجماهير" حجماً أوسع بكثير من الأشكال الأخرى.
- التشتت Dispersion، إذ يتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة، ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الإتصال الحديثة، وخاصة الانترنت، إكتسب الجمهور بعد كونيا (Global) جعله غير محدد في المكان، واضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان في نفس الزمن (Ubiquitous).
- عدم التجانس Heterogeneity، فأفراد الجمهور غير متجانسين، الأمر الذي يجعلهم متميزين في إحتياجاتهم وادراكهم ومصالحهم واهتماماتهم، وبالتالي في سلوكهم الإتصالي.
- عدم التعارف أو Anonymity، فعناصره غير معروفين بذواهم ومجهولون لدى بعضهم البعض من جهة، ومن قائم بالإتصال من جهة أخرى.
- غياب التنظيم الاجتماعي Lack of social organisation، حيث أن تباعد العناصر وعدم معرفة بعضهم البعض يفقدهم القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات إجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.

-وجود إجتماعي غير مستقر في الزمان والمكان Unstable social Existence، عكس مايرغب فيها أصحاب المؤسسات الاعلامية الذين يريدون جذب الاهتمام لأهمية الوسيلة الإعلامية التي تتوقف على حجم جمهورها. (قسايسية، 2007، ص، 76).

المبحث الخامس: سمات جمهور وسائل الإعلام

وعلى الرغم من تعدد هذه السمات التي يستخدمها الخبراء والباحثون في وصف التركيب السكاني، وبالتالي دراسات الجمهور والأفراد، فإن هناك نمطين رئيسين لتصنيف هذه السمات. (عبد الحميد، 1993، ص، 36).

-السمات الأولية أو العامة، وهي التي تتوافر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة، والتي لا دخل للفرد في إكتسابها وغير قابلة للتغيير، مثل السن، الجنس، السلالة، مكان الازدياد. (بوثلجي، 2011، ص 64).

-السمات المكتسبة والقابلة للتغيير، مثل: اللغة، الدين، الإقامة، الوظيفة، التعليم، الدخل، الحالة المزاجية. (عبد الحميد، 1993، ص 36).

وقد أصبح لهذه السمات دلالات إجتماعية منذ أن لاحظ روبرت ميرتون (Merton 1957)، أن عناصر بعض الفئات مثل فئات السن، والنوع والتعليم والدخل، يمكن أن تتماثل في سلوكيات اتجاه الرسائل الإعلامية في إطار العلاقة كلها أو بعضها هذه السمات.

فهي تشكل إتجاهها في بحوث الإعلام يهدف إلى تحليل تركيبة جمهور المتلقين لمعرفة أنواعه، التي تميل إلى وسيلة إعلامية معينة في أوقات مختلفة ونوع المحتوى وذلك لأسباب سياسية أو إقتصادية. (قسايسية، 2007، ص78).

المبحث السادس: أنواع جمهور وسائل الإعلام

لم يتفق العلماء على حصر دقيق لأنواع الجماهير، واجتهد كل واحد على حسب إختصاصه في إيجاد أنماط وانواع جمهور وسائل الإعلام، وحسب ما قدمه علي قسايسية في أطروحته، فقد إجتهد الباحث "كلوس Clauses" في الستينات من القرن الماضي لتحديد أنماط الجمهور التي حصرها فيما يلي:

الجمهور العام لوسائل الاتصال:

وهو نوع الجمهور المتلقي الذي ينتمي إليه معظم أفراد الجمهور، فالفرد في هذا الجمهور العام لوسائل الإتصال غير متجانس وغير منظم وليس له إحساس بالعلاقة مع الآخرين، وليس لديه معرفة بشيء مشترك بينه وبين الآخرين، فهو في الحقيقة قد عرض نفسه على وسائل الإتصال الجماهيرية بصورة فردية وشخصية ومجزأة، وهو بذلك لا يحس بأي نوع من الرفقة مع الآخرين الذين يملكون نفس الاهتمامات وهو لا يفكر في نفسه كواحد

من أي مجموعة مهما كانت، وهكذا فإن العضو من الجمهور العام لوسائل الإتصال يتفاعل بشكل مستقل مع الرسائل الإعلامية.

الجمهور المتخصص لوسائل الإعلام:

على الرغم من أن هذا النوع من جمهور وسائل الإتصال منتشر ومجهول أساسا وغير متجانس في أغلب الحالات إلا أنه يتكون من الأفراد ذوي الإهتمامات المشتركة، أو التوجه الذي يدافع الأفراد لأن يكونوا أعضاء في الجمهور نفسه، فإذا إشتراك مثلا مجموعة من أفراد ذوي الإهتمامات ومصالح معينة في صحيفة "وول ستريت جيرنال" فإنهم عادة يكونوا متجانسين وخاصة إذا وضعنا بعين الإعتبار والاهتمام الإقتصادي على الأقل، ومن ثم فهذا الجمهور بعد متخصصا من حيث الاهتمام بالإقتصاديات. (بوثلجة، 2011، ص 68، 69).

الجمهور المفترض **Supposed Audience**:

هو مجموع الأفراد المستعدين لإستقبال الرسائل الإتصالية أي اللذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من إستقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة، ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة إستقبال تلفزيوني أو إذاعي يشكلون الجمهور المفترض لهما. (محاضرة جمهور وسائل الإعلام، 2021، ص 9).

الجمهور الفعلي **Effective Audience**:

وهو مجموع الأشخاص الذين إستقبلو فعلا العرض الإعلامي مثل المشاهدين المواطنين على برنامج تلفزيوني معين والمستمعين المدلومين على حصة إذاعية أو قراءة صحيفة، خاصة المشتركين، أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابط [Click](#) على الرابط [Link](#).

الجمهور المستهدف **Exposed Audience**:

وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي سيأخذه منها، فهناك من أفراد الجمهور الذين يستجيبون للرسالة، وهناك من يتجاهلونها تبعا لتطبيقاتهم مع إحتياجاتهم ومصالحهم المادية، واهتماماتهم الفكرية والإعلامية، وقيمهم الثقافية والروحية ومعتقداتهم الدينية.

الجمهور النشط **Active Audience**:

وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية سواء بالإيجاب، وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والحملات الإنتخابية، أو بالسلب، وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياده. (قسايسية، 2007، ص 71).

خلاصة:

إن دراسات الجمهور هي الأكثر في عملية الاتصال الجماهيري، وخاصة جمهور وسائل الإعلام الذي يعتبر من أهم الجماهير المتنوعة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك لما له من تأثير في الرسائل الإعلامية.

الفصل الثالث

مقدم البرامج التلفزيونية

تمهيد:

المبحث الاول: ماهية التقديم التلفزيوني

المبحث الثاني: تعريف مقدم البرامج التلفزيونية

المبحث الثالث: متطلبات مقدم البرامج التلفزيونية ومؤهلاته

المبحث الرابع: السمات التي ينبغي توفرها في مقدم البرامج

المبحث الخامس: مهارات مقدم البرامج التلفزيونية

المبحث السادس: مقدم البرامج التلفزيونية واجهزة الصوت (الميكروفون)

المبحث السابع: مقدم البرامج التلفزيونية وأجهزة التصوير (الكاميرا)

المبحث الثامن: مقدم برامج التلفزيون وطرق تحقيق إتصال ناجح مع المشاهد

تمهيد:

يعتبر مقدم البرامج الحوارية أو المناقشات أو مانسميه بالمحاور أو المذيع هو العنصر الرئيسي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، فهو الذي يستخدم الأجهزة، ويبحث في موضوعه الذي يجب أن يكون مهما للمشاهدين والمستمعين، ويناقش ضيوفه، ويوجه إليهم الأسئلة ويقتضي الأمر أن يتسلح المحاور بمهارات الإتصال بالآخرين، ومنها مهارات التحدث والافكير ووزن الامور، والانسان والتركيز فينا يتحدث فيه ضيفه، والذي يمكنه من إلتقاط الافكار المثيرة التي تجذب المشاهدين، وتثري موضوع الحوار.

المبحث الاول: ماهية التقديم التلفزيوني:

تعريف التقديم التلفزيوني: تعرف البرامج التلفزيونية أنها فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيونية معين، باستخدام الصورة والصوت يكتمل تفاصيلها الغنية، لتحقيق هدف معين. (جاد وعلي، 1999، ص34). ومن ثم فالقديم التلفزيوني بنظر الباحثة هو عرض المحتوى الذي ينشر عبر القامة التلفزيونية وفقا للأصول المهنية والفنية والموضوعية للتقديم التلفزيوني. (محمود، 2007، ص35)

المبحث الثاني: تعريف مقدم البرامج التلفزيونية:**الفرع الاول:**

تعريف مقدم البرامج التلفزيونية: عرف مقدم البرامج التلفزيونية أنه الشخص الذي يقوم بتقديم البرامج التلفزيونية وهو يعمل على توصيل الافكار والمشاعر بطريقة مؤثرة إلى الآخرين ولديه القدرة على الإتصال الفاعل. ومقدم البرنامج هو الشخص الذي يقوم بتوصيل أفكار ونقل معلومات إلى عدد من الأشخاص من خلال رسالة لها أهداف معينة وتؤثر فيهم وفي شخصياتهم، ومقدمو البرامج: هم الأشخاص الذين يقومون بتقديم البرامج التلفزيونية وهو يعمل على توصيل الافكار والمشاعر بطريقة مؤثرة للآخرين ولديه قدرة على الاتصال الفاعل. وعليه فترى الباحثة ان مقدم البرامج التلفزيونية هو الشخص المؤهل لنقل محتوى المواد التي براد إيصالها للمشاهدين بالبت الحي المباشر أو المسجل عبر القامة التلفزيونية. (العزاوي، 2021، ص12).

الفرع الثاني:

المقدم أو المذيع: يعد مقدم البرنامج أو المذيع المول النهائي للرسالة الاعلامية، وهو الذي يمتلك زمام ونسج خيوط الاتصال بالقدر الذي يمتلكه من إمكانيات ثقافية وإستيعابية الموضوع المطروح، وموهبة الاداء متنوع وفقا للحالات إبتداء من تكوين وعرض الفكرة وتطورها، ولذلك يجب الاهتمام بانتقاء المذيعين التلفزيونيين بناء على أسس ومعايير موضوعية. (عيسى، 2020، ص136)

المبحث الثالث: متطلبات مقدم البرامج التلفزيونية ومؤهلاته:

الفرع الأول:

صفات مقدم البرامج التلفزيونية: على مقدم البرامج أن يشعر مستمعيه باستمرار بانه حاضر معهم ويرافقهم في حياتهم اليومية. اذا عليه أن يكون نشيطا ومبتسما وخلاقا وسريع التفاعل و متمكنا من مواضيعه ومطلعا على كل قواعد المهنة ومن الصفات اللازم أن يملك المستوى التعليمي المقبول للعمل التلفزيوني و المستوى الثقافي المثري للعمل والصوت الجيد والأداء الجيد للحديث والمظهر الجسماني المقبول وان يمتلك الذكاء وسرعة البديهة، وأن يكون لديه القدرة على النخيل. وتتوافر لديه الصحة الجيدة ويظهر بكاريزما فيها نوع من التواضع والثقة، ولديه القدرة على العمل الجماعي ونظرا لضغط العمل التلفزيوني يجب ان يتحلى بالصبر.

الفرع الثاني:

مقومات مقدم البرامج التلفزيونية خلال عمل للتقديم: أن يمتلك حضور الشخصية و اللغة الصحيحة وسرعة البديهة تحسن التصرف والاهتمام بالمظهر واسعة المصدر والوعي والنموذج والحياة والموضوعية. (العزاوي، 2021، ص 16)

وهناك عدد من المتطلبات والمؤهلات الاساسية التي لا بد من توافرها في الشخص الذي يعمل مقدما في التلفزيون، وهذه المؤهلات الذاتية و الخاصة عندها محطات التلفزيون بمثابة قواعد وأسس ومعايير المهمة الكلام إلى الجمهور غير مرئي.

ويمكن ايجاز هذه المؤهلات على النحو التالي:

1-المستوى التعليمي:

المقصود هنا أن يكون الشخص قد حصل على قسط معقول من التعليم، وبينما تشترط بعض المحطات حصول الشخص على مؤهل جامعي كحد أدنى المستوى التعليمي. تجدد محطات اخرى لاتشترط ذلك وترى أن الثقافة والواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي.

2-المستوى الثقافي:

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

لا بد من الاشارة إلى أهمية أن يكون المقدم التلفزيوني متمكنا تماما من اللغة التي يتعلق بها في إذاعته.

3-الصوت وطريقة الحديث:

السلامة الصوتية واللغوية والنحوية مع الإبتعاد عن النزمت في الراي، كما يجب أن يكون متمكنا من الالتقاء الإحترافي، 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، ترتبط بسلامة الجهاز الصوتي الكلامي الشخص.

4-المظهر الجسدي:

هذا الاعتبار أو الشرط يتحتم توفره بالنسبة لمقدمي التلفزيون فقط، لأنه ليس مهما في حالة الراديو أن يكون المقدم ذا أنف معفوف مثلا مدام صوته يلي الإحتياجات المطلوبة.

لايمكن ان محدد قسما بعينها لوجه يشري ونقول إن ذلك الوجه المناسب للظهور على شاشة التلفزيون،ويمكن القول إن الوجه الذي يبدو مقبولا ومحبا وأكثر وسامة وقبولا لدى المشاهدين هو المطلوب. أما بالنسبة المواصلات الجسمية الأخرى فليس المطلوب أن يكون المقدم التلفزيوني مصارعا أو أحد أبطال رفع الاثقال أو المصارعة، بل المطلوب هو المظهر الجسماني المقبول الذي لا يصير دهشة المشاهدين أو تساؤلاتهم، ولا يبعث الاشفاق أو يصير الرغبة في البكاء أو الضحك.

5-الحماسة والتفاؤل:

إن مقدمي التلفاز الكفاء يحرصون على التمتع بالمستوى عال من الحماس والتفاؤل والنشاط أثناء قيامهم بإدارة برامجهم.

6-القدرة على العمل الجماعي:

العمل الاعلامي جهد جماعي وينبغي أن اسود روح الفريق بين العاملين في كل برنامج على حده، وفي كافة البرامج (بما فيها الاخبار) على وجه العموم. وفي حالة ظهور إختلافات أو وجود إعتراضات مهنية حول أسلوب التناول أو المعالجة يصعب التوافق بينها فعندئذ ينبغي الاحترام إلى أعلى سلطة تحريرية خاصة البرنامج. رغم أهمية المهارات التي ذكرت سابقا، إلا أن نجاح المقدم التلفزيوني في برنامجه يتحقق حينما يؤمن برسالته الإتصالية و وجوب إيصالها بطريقة سليمة واحترافية، ويتحقق ذلك من خلال شغفه العميق بعمله، وتطلعه نحو تقديم برامج تلفزيونية على مستوى عالي من المهنية. (عبد عابد، 2009، ص41، 42).

المبحث الرابع: السمات التي ينبغي توفرها في مقدم البرامج:

- تشترط معظم القنوات والتلفزيونات العربية توفر مؤهل، وتمكن من اللغة العربية و الإنجليزية.
- القدرة على التعبير عن الافكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرة على الكتابة.
- القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.
- مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها أو يقدمها البرنامج.
- المعيشة الواقعية والاحساس، بمشكلات مجتمعه وموضوع برنامجه.
- القدرة على الاخبار والابتكار.
- الإلتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.
- الإلمام بالتشريعات الاعلامية وهذه مسابقة مهمة اليوم لتجنب الوقوع في المشاكل التي قد تخاف بسبب عدم الدراسة.
- فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها.
- الإلمام بالثقافة العامة، حيث ان هذه الثقافة تعد جزءا لا يتجزأ من مدركات المعد أو المقدم ورصيدا مهما من المعلومات التي كثيرا ماتعيشه على أداء عمله بسلامة.
- التزود بالثقافة التي توصل بالعمل التلفزيوني، ومايرتبط ببرنامجه، كالموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة لمن يعمل في إعداد أو تقديم البرامج الثقافية، أو عن العلوم والفنون التي توصل بتخصص دقيق يكون المعد أو المقدم قد إختار العمل فيها.
- كما يجب ان يتمتع بالمرونة و القدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر يتعلق بطبيعة الإنتاج التلفزيوني، حيث تحدث العديد من المفاجآت والظروف المستجدة في كثير من الحالات.(مسلماني، 2016، ص 66، 67).

السمات الشخصية المذيع الناجح:

- الصدق:** فالمذيع الصادق هو الاكثر تأثيرا في مستمعيه.
- الموضوعية:** وهي العدالة في الحكم على الاشياء، والوقوف إلى جانب الحق، والحكمة في التعامل مع المشكلات المعروضة التي تريد أن تستعرضها في برنامجك وتقتضي عدم بيان الغرض من الحديث في البداية.
- الوضوح:** بان تكون اللغة بسيطة و المادة منظمة ومتسلسلة منطقيا.
- الدقة:** وهو للتأكد أن الكلمات التي تستخدمها تؤدي إلى المعنى الذي تقصده بعناية، فكلما تحريت الكلمات والدقة في نقل المعلومة التي تعرضها على الجمهور ودقة الكلمات التي تعبر بها كان ذلك أفضل.

الحماسة: وهو أن تكون تواقا للحديث عن موضوعك، فتبدو حيويًا نشيطًا متفاعلاً.

القدرة على التذكير: وتعني حضور الذهن أثناء الحديث، فيجب أن يكون المذيع ذاكرة قوية وحضور ذهني قوي

حتى يستطيع أن يتخاطب مع الضيف ومع الجمهور، وأن يرد على إستفسارات المتصلين بصورة قوية وواضحة.

الإتزان الإنفعالي: أن يكون المتحدث متحكماً في إنفعالاته، فمهما كان السبب المثير للإنفعال ومهما كان حجم

الإستفزاز الذي قد يسببه لك الضيف.

المظهر: يعكس المظهر مدى رؤية المتحدث لنفسه والطريقة التي يظهر بها الآخرون إليه.

القدرة على التعبير الحركي: وهي التي تسمى لغة الجسد، ولها تأثيراً كبيراً جداً في نجاح الحديث. فأفضل دعم

لنفسك هو إستخدام كل قدراتك. (الجفيري، ص 43، 44).

المبحث الخامس: مهارات مقدم البرامج التلفزيونية:

هي السلوكيات الشخصية و الاجتماعية الزامه لمقدمي البرامج، للتعامل بثقة مع أنفسهم ومع الآخرين

وإتخاذ القرارات المناسبة والصحيحة وتحمل المسؤولية تجاه ما يقدم من قبلهم، وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين

والقدرة على التفكير والابداع، ومن أهم المهارات التي ينبغي على مقدمي البرامج الإتصاف بها مهارة التأثير في

الآخرين ومهارة تقديم الأدلة والبراهين، ومهارة الخبرة والكفاءة وامتلاك المهارات العلمية وأن يمتلك مهارة

الاصغاء. (العزاوي، 2021، ص16)

ومن بين أهم مهارات المذيع أو المقدم:

1- مهارة التحدث:

هناك عدة أمور تتمحور حول مهارة التحدث وسنعرضها عليك حتى تتقن تلك المهارة:

أ- **الاهتمام باللغة:** من الأمور الضرورية التي تعمل على مقدمي البرامج الاهتمام بها هي اللغة سواء كانت اللغة

العربية المبسطة أو اللغة الاجنبية، وإن كنا نتحدث عن المنطقة العربية، فتعتبر اللغة هي الرباط الوثائق والشامل

للعرب في كل مكان:

- العناية بالأساليب المستخدمة، واحترام القواعد اللغوية والنحوية خاصة.

- الإهتمام بالقواعد النحوية وتبسيط اللغة وتنظيم حلقاتها الذهبية.

- البعد عن العلمية التي لا تقوى على أن تكون لغة للإتصال بين العرب في الشرق والمغرب، ولا تقوم على قواعد

أو أصول مكتوبة، وليس لها نحو خاص، فالأمر متروك فيها للذوق الناس وأهوائهم.

ب- إيجاد الصوت والنبرة: المباراة هي من العناصر المهمة المذيع، ولكن عندما تتكرر بشكل دائم وميكانيكي تصبح بدون شك مملة، لهذا يجب دائما الاحتياط من الوقوع في فخ النبرة الواحدة التي نعاودها بشكل دائم معتقدون لاننا وجدنا النغمة المثلى لصوتنا، ومؤمنون بأنها ستميزنا عن زملائنا، وتعطينا شخصية خاصة بنا.

- ليس هناك أفضل من الاعتماد على صوتك الطبيعي.

- يجب أن تتكلم بصوتك حتى يشعر المستمع لانك طبيعي، فشخصيتك لايمكنها أن تظهر من خلال نبرة محددة ثابتة بشكل دائم.

- على المذيع أن يترك لشخصيته الحرية اللازمة التي تسمح لها بالظهور، ولكن هذا لايعني أن يترك لنفسه العنان يوميا ليتكلم عن مشاكله الشخصية أو ذوقه الخاص من خلال برنامجه، فهو ليس ضيف البرنامج وإنما هو المذيع.

- لاتعطي إنطباعتك أو رأيك الشخصي عن كل خبر تنقله أو تعرضه على ضيفك.

- عليك أن تقوي صوتك في مواطن القوة وأن تترفق في مواطن الرفق بالدرجة التي توقظ المشاعر، والتي لا تسبب إرهاقا للمستمعين.

ج- الاقناع في التحدث: يعتبر الاقناع هو كسب تأييد الأفراد لراي أو موضوع أو وجهة نظر معينة، وذلك عن طريقة تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر، بها يحقق الإستجابة لدى الأفراد والمقدرة الإقناعية لدى المتحدث الناجح تتضمن مجموعة من السمات وهي:

1. القدرة على العرض والتعبير.

2. القدرة على التحليل والابتكار.

3. القدرة على الضابط الإنفعالي.

4. القدرة على تقبل النقد.

د- عناصر الحديث المؤثر: يمكن تحديد مستلزمات الحديث المؤثر في إطار ثلاثي الالعاب يتضمن مايلي:

أولا:عناصر متعلقة بالمذيع:

1. الاستهلال الجيد والختام الجيد.

2. إستخدام أكبر قدر ممكن من الحواس.

3. الحرص على التلقائية.

4. تعلم حسن الإستماع.

5. نحب تقليد الآخرين.

6. السيطرة على دفة الحديث.

7. الإتجاه الطيب نحو الجمهور.

ثانيا: عناصر متعلقة بالجمهور يضعها المذيع في إعتباره:

1. معرفة إتجاهات للمستمعين وميولهم تجاه الفكرة أو الموضوع.

2. البدء بنقاط الإتفاق.

3. إحترام آراء الآخرين.

4. دع الاخر يشعر أن الفكرة فكرته.

5. إجعل الاخر يشعر باهميته.

6. لا تجادل.

7. إسأل الاخر بدلا من إلقاء الاوامر.

8. توسل بالرفق واللين.

ثالثا: عناصر متعلقة بلغة البناء المنطقي للحديث:

1. دعم الجوانب الايجابية لدى الاخر.

2. تجنب الاخطاء أو السقطات المنطقية، مثل الخلط بين الراي والحقيقة، أو التعميم، أو التسرع في إصدار

الأحكام، أو عرض الأدلة في غير سياقها... إلخ.

3. حشد وسائل التأثير المختلفة.

4. تنوع طرق المعالجة.

2- مهارة الكتابة:

تأتي مهارة الكتابة بعد أن نكون قد تعلمنا مهارات الحديث، نستطيع عرض أفكارنا والتعبير عنها بوسيلة لا تنسى على مر الأيام والسنين، وهي أكثر أمانة على النص من الحديث الشخصي، وتعمل على نقل المعلومة إلى أكبر عدد ممكن من الناس، وتسمح بالرجوع للمعلومات وقت الحاجة، وتسمح بتقديم جميع المعلومات بصورة تفصيلية واضحة، وإيصالها بفاعلية إلى الجمهور المقصود.

وتعتبر مهارة الكتابة هي أساس العمل الاعلامي، وتدخل في كل عناصره وادواته وكذلك الكتابة الاذاعية بشتى أنواعها وقوالب البرامج الإذاعية، والكتابة التلفزيونية بشتى أنواع وقوالب البرامج التلفزيونية، والفن الدرامي بشتى قوالبه وتجلياته، المسرحية والسينمائية والاذاعية والتلفزيونية.

القواعد العامة للكتابة الفعالة:

- 1- الشمول: فالرسالة المكتملة هي الرسالة التي تجيب عن الأسئلة الستة المعروفة: (من؟)، (ماذا؟)، (متى؟)، (لماذا؟)، (أين؟)، (كيف؟).
- 2- الإيجاز: وهي المرحلة الوسط بين الاختصار المخل والتطويل الممل.
- 3- الدقة: وهي تعني الصواب في نقل المعلومات والاختبار وتحديدها.
- 4- الموضوعية: مثل فصل الرأي الشخصي سواء المذيع المقدم أو الضيف عن الحقيقة، وتحقيق النزاهة والتوازن.
- 5- البساطة: بالكتابة البسيطة هي التي يسهل على الجماهير إستيعابها وفهمها، فكلما أصبح النص سهل في القراءة والتحدث به، كلما تقبله الجمهور أكثر.
- 6- الوضوح: ويكون في الشكل والمضمون علما بانه في حالة التعبير عن المعاني العميقة والأفكار المركبة فإن البساطة والوضوح ليس مترادفين، ولا يكون حينذاك معناها واحدا.
- 7- المناسبة: وهي موافقة إهتمامات الجمهور المتابع البرنامج، فليس من الممكن أن تكتب شيئا عن الاطفال وأنت تقدم برنامج عن الشباب وهكذا.
- 8- الإيجابية: وهي الروح الايجابية التي يلمسها الجمهور من برنامجك، وشنح المشاعر بالطاقة.
- 9- التأكيد: وهو إبراز المعاني القوية ذات الدلالة، ولكن بجذر ودون تكلف.
- 10- تقنية الوسيلة: وهو اوافق الكتابة مع المعايير التقنية الوسيلة الاعلامية، فالكتابة الصحافة تختلف عن الكتابة للتلفزيون وتختلف عن الكتابة للإذاعة وهكذا. (الجفيري، ص 34، 42).

المبحث السادس: مقدم برامج التلفزيون واجهزة الصوت (الميكروفون):

الميكروفون:

هو الآلة الفنية والأداة الرئيسية لالتقاط الاصوات، ويتم ذلك بتحويل اهتزازات الصوت في الهواء إلى تيار كهربائي، ومن الخطأ أن يعتقد البعض أن وظيفة الميكروفون ودوره، يقتصر على مجرد نقل الصوت بطريقة تجعله مسموعا فقط، فالحقيقة إن نقل الصوت ليس إلا شيئا واحدا أو مجرد جزء من عملية كاملة، تهدف إلى تحقيق الامانة في نقل الأصوات أو هي الدقة التي تجعل الصوت حقيقيا وليس مخالفا الأصل أو تشويها له، والتي تهيب له نقاء خلاص فلا يتداخل مع أية أصوات داخلية وغير مرغوبة.

ويرتبط تحقيق ذلك بثلاث إعتبرات رئيسية تتعلق بالميكروفون الذي هو أداة إلتقاط الاصوات وهذه الإعتبرار أو هي:

- 1- إختيار الميكروفون المناسب.
- 2- وضع الميكروفون في المكان المناسب.
- 3- استخدام الميكروفون أو التعامل مع الميكروفون بطريقة صحيحة.

خصائص الميكروفون:

هناك أنواع عديدة من الميكروفونات يتميز كل منها بخصائص تؤهله للإستخدام على نحو معين وفي غرض محدد، ومن ثم فإنه لا يوجد حتى الآن الميكروفون الذي يصلح لكافة الأغراض أو يمكن إستخدامه في أي نوع من أنواع الإنتاج وفي أي موقع من مواقعه:

- فهناك الميكروفونات التي تصلح بإجراء مقابلات.
- وميكروفونات تستخدم لندوات المائدة المستديرة.
- وميكروفونات تستخدم للتعليق وقراءة الأخبار.

وهكذا يحتاج كل نوع من أنواع البرامج إلى ميكروفون أو مجموعة من الميكروفونات التي تتميز بخصائص معينة.

ولما كانت جودة الصوت الميكروفون تعد هي الأساس الاول للإختيار فإن مقياس الجودة هنا يعني "الامانة الصوتية"، وللإستجابة للأصوات ذات الطبقات الصوتية المختلفة، ومدى الترددات التي يمكن أن يلتقطها.

والمعروف أن الميكروفونات القياسية المستخدمة في الإذاعة تستجيب لترددات تصل إلى (15000 سيكل في الثانية) وهو القدر الذي تسمع به الأذن.

أنواع الميكروفونات:

على أساس الإتجاه:

تصميم الميكروفونات وفق نماذج إتجاهية مختلفة (أي على أساس الإتجاه الذي تلتقط منه، وهل هو إتجاه واحد أو أكثر)، ووفقا لتصميم الميكروفونات على هذا النحو نوجد ثلاثة أنواع يتميز كل منها بخصائص معينة، ومن ثم يصلح للإستخدام في أمراض إنتاجية محددة:

1- الميكروفون اللاتجاهي، أو متعدد الإتجاهات Omni directional:

وهو الذي يلتقط الاصوات التي تأتي من أي إتجاه في جودة متساوية، ويستخدم هذا الميكروفون بشكل مثالي في برامج ندوات "المائدة المستديرة"، حيث يلتقط أصوات الجالسين من كافة الإتجاهات حول المادة، وكذلك يستخدم في البرامج الموسيقية التي يشارك فيها عدد كبير من العازمين، فضلا عن المقابلات التي تجري في مواقع الأحداث والتي يراعي فيها نقل صوت الحدث كما يجري في الطبيعة.

2- الميكروفون ثنائي الإتجاه Bidirectional:

وهو نوع من الميكروفونات شارع الإستخدام في محطات الراديو بالذات أكثر من محطات التلفزيون، وذلك لأنه يستخدم في الإذاعة المسموعة إستخداما فعالا في برامج المقابلات، والتمثيلات والعروض الدرامية، وفي إلتقاط الموسيقى من مصدرين متواجهين... إلخ، أما في التلفزيون فإن إستخدامه يقتصر على الحالات التي يمكن فيها رؤيته في الصورة.

3- الميكروفون وحيد الإتجاه، أو ذو الإتجاه الواحد Unidirectionnel -al:

وهو الميكروفون مصمم على أساس إلتقاط الاصوات التي تصدر من إتجاه واحد، أو يلتقط على الأقل - الأصوات المباشرة من ذلك الإتجاه، ولا يلتقط الأصوات الأخرى الغير مرغوب فيها، ومن هذه الميكروفونات وحيدة الإتجاه، "الميكروفون القلبي"، وهو مصمم على شكل قلب، ويتميز هذا الميكروفون بأنه قوي الإلتقاط من كل جانب، ومن ثم فإنه يكون أكثر فائدة من الميكروفون ذو الإتجاه الواحد، إذا ما وضع فوق رافعة، وذلك لأنه لا يحتاج إلى دقة كبيرة لتوجيهه نحو مصدر الصوت.

على أساس التصميم:

هناك أنواع اخرى الميكروفونات على أساس تصميمها أو أسلوب عملها هندسيا ومن هذه الأنواع:

- الميكروفون الديناميكي الذي صمم على أساس حركة سلك في مجال مغناطيسي.

- الميكروفون المكثف، ويقوم على أساس "أن الصوت يحرك ديافراجم".

- ميكروفون السرعة أو الميكروفون الشريطي، ويقوم تصميمه على أساس اهتزاز شريط بدلا من سلك في المجال المغناطيسي.

على أساس الحجم:

وايا كان اتجاه الميكروفون أو تصميمه الهندسي، فهناك العديد من هذه الميكروفونات تم تصميمها في أشكال واحجام صغيرة للغاية، لكي يسهل إستخدامها وحملها ونقلها ووضعها وتعليقها في ملابس الأشخاص، ولكي لا تحتل مساحة ذات قيمة المنظر أو تحجب جزءا من وجه المتحدث في حالة ظهوره على شاشة التلفزيون، ومن هذه الميكروفونات صغيرة الحجم:

- ميكروفون في حجم الزرار من طراز "التيك لانسنج" وهو ميكروفون لا إتجاهي قطره حوالي نصف بوصة وارتفاعه حوالي ربع بوصة.

- ميكروفون "العنق" أو "القلادة" الذي يبلغ طوله 2 ونصف تقريبا.

- الميكروفون اللاسلكي. (عيسى، 2020، ص 173، 176).

علاقة المذيع أو الملقى بالميكروفون:

بعد أن يقوم المذيع بتحضير مادته التي سيقروها، عليه أن يتوجه إلى الاستوديو قبل عدة دقائق على الأقل من بدء تقديم المادة أو بدء إذاعة البرامج لكي يتهيأ نفسيا ويركز كل مشاعره نحو المادة الاعلامية الإذاعية، حتى يتخلص من كل بقايا الأحاديث التي سمعها وهو في الخارج، ويقصد من هذا للتخلص من تأثير كافة المؤثرات الخارجية.

كما ينبغي على الملقى أن يعرف مكانه عند الميكروفون، فهذا الاخير هو همزة الوصول بين المذيع وجمهوره وهو: "جهاز يلتقط صوت المذيع أو الملقى ويثته بواسطة الأسلاك والأجهزة الكهربائية وعلى جهاز السيطرة إلى جهاز التسجيل ليسجل على الشريط أو ليثته على الهواء مباشرة".

والشاهد هنا هو أن الصوت إذا مر عبر هذه المراحل لن يبقى على حالته الطبيعية فإن "تلك الأجهزة والأسلاك وما إليها، تؤثر في نوعية الصوت بشكل أو بآخر، فهي ترشحه فتقوى بعض الخصائص أو الضعف خصائص أخرى...، والميكروفون جهاز حساس يتاثر بالأصوات بسهولة وبقوة، فإذا لم يكن هناك إعتناء في إطلاق الصوت أثناء الكلام فقد يؤدي إلى التشويش وعدم الوضوح وازعاج الأذن".

ومن خلال ماتقدم فإن الإلقاء أمام الميكروفون يستلزم عدة أسس وشروط لتتم عملية التواصل بين المذيع والمستمع بنجاح وهي:

الإيقاع: لا بد أن يكون إيقاع الكلام سريعاً أكثر من الحالات الاعتيادية، لأن المستمع لا يرى المتكلم ويريد أن يتلقى المعلومات بأسرع وقت فكل تباطؤ قد يبعد المتلقي عن الإستماع، وان يكون ذلك الإيقاع متنوعاً وفقاً لطبيعة البرامج المقدمة.

التنفس: يجب أن يتحكم المذيع بتنفسه وفقاً للحساسية الجهاز فإن عدم التحكم بالشهيق والزفير قد يؤدي إلى ظهور صوت الشهقات المتكررة وعدم اتساق في الكلام وعلى هذا يجب أن يكون الملقى في حالة إسترخاء تام، وان تكون أعضاء الجسم في مواضعها الصحيحة.

الصوت: لجذب المستمع إلى جهاز المذياع لا بد أن يكون صوت الملقى جميلاً وأن يتوفر فيه بعض الخصائص المميزة والمحبة للسمع، منها رخامة الصوت وطراوته وشخصية صاحبه وان يخرج هذا الصوت في راحة تامة دون حدة ولا غلظة.

الشدّة: يجب الخير من زيادة دفع الصوت أمام الميكروفون لأن تلك الزيادة تؤدي إلى خروج الوفير بكثرة من الفم وقد يلتقط صوته إضافة إلى صوت الحروف والكلمات، وإذا إستدعى الموقف أن ترفع صوتك فيجب الحفاظ على مسافة معينة بينك وبين الميكروفون.

اللفظ: يعتمد المذيع على الألفاظ في التواصل مع الجمهور فإذا كان نطقها غير سليم لن تصل الفكرة ولن يكون التواصل ناجحاً ولن يتم ذلك إلا إذا أخرجت الحروف من مخارجها الصحيحة.

التقطيع: ومن أوليات المذيع أن يهتم بتقطيع الجمل، وتعيين أماكن الوقف بشكل لا يدع مجالاً لابتعاد المستمع عن الإنصات، أو تؤدي إلى تشتيت المعاني نتيجة الوقوف في غير محل الوقف الصحيح.

التنوع: ومن الضروري تنوع سرعة الحديث وشدّة الصوت ومدى تلوينه، أما إذا لم تزد هذه الأمور شيئاً بحيث تكون مجرد حركات آلية فلن يتحقق هذا التنوع، فالإثارة والحيوية تنبع من المتحدث نفسه.

التركيز: إن التركيز على الكلمات المهمة أمر ضروري في الإذاعة، وذلك لجر إنتباه المستمع إلى الأفكار المهمة، ولكن لا يجب الإكثار من ذلك حتى لا يصبح اللقاء عبثياً بعيداً عن الجاذبية. (حراق، 2012، ص 46).

المبحث السابع: مقدم البرامج التلفزيونية واجهزة التصوير (الكاميرا):

المقدم والكاميرا:

إن الكاميرا هي الأداة الرئيسية الأولى لنقل صورته إلى المشاهدين. إن المقدم التلفزيون الذي لا يعرف كيف يتعامل مع الكاميرا ويطوع نفسه لمتطلباتها، لا يمكنه أن يحقق الإتصال المطلوب مع جمهوره مهما كانت إمكانياته أو قدراته الشخصية.

على المقدم أن يكون لديه المعرفة والمعلومات عن عمل الكاميرا، أجزائها، ومكوناتها. تلك المعرفة تقود المقدم للراحة في بيئة العمل داخل الاستوديو، كما أنه من المهم أن يتعرف المقدم على الأنواع المختلفة من لقطات الكاميرا.

إن على المقدمين أن يتعلموا خداع الكاميرا. هذا لا يعني إعطاء إنطباع بأن المقدم يتحدث مع الضيوف بينما يكون نظره ووجهه للكاميرا. (عبد عابد، 2009، ص 53).

الكلام أمام الكاميرا:

التلفزيون وسيط صورة، وبالتالي فالكاميرا أدواته الرئيسية في:

- نقل الأحداث والوقائع.

- تحديد كم وحجم ما يظهر منها على الشاشة.

- إبراز طبيعة العلاقة التي تربط بين الموضوع والمكان والنص والمتكلم.

وبناء على ذلك فالتقديم أمام الكاميرا يستلزم من المذيع فهم جميع الجوانب المتعلقة بصناعة الصورة من حيث المجال والزاوية والحجم والحركة، لأن إختيار المخرج لحجم معين من المنظر ومجال محدد للرؤية وحركة أسلوب ما، هو إختيار عمدي يتناسب وطبيعة وخصائص النص والصور والرسوم المرافقة له، ويؤدي الوظيفة المطلوبة في التعبير والتفسير والتأثير.

وبطبيعة الحال لا يمكن الفصل بين هذه العناصر وإستخدامها متفرقة لايربط بينها رابط، فهناك علاقة تكامل بين المذيع والكاميرا في حدود مساحة الشاشة، وهي علاقة تفرض على المذيع الإلتزام الكامل بتعليمات المخرج والإنصات لتوجيهاته، والجلوس أو الوقوف أو الحركة، حيث يرى المخرج ذلك ملائما لأن:

- حركته أو جلوسه أو وقوفه بشكل معين مثلها مثل حركة الكاميرا، لا بد أن تصدر عن سبب لتعبر عن دلالات ومعان معينة.

- ومن ناحية أخرى فإن حركة الكاميرا ونوع العدسة المستخدمة، ترتبط ارتباطا مباشرا بنوع حركة أو جلوس المذيع وطبيعة التأثير المرئي المطلوب، وإقتراب الكاميرا من المذيع يعني أن تعبيرات وجهه ويديه أصبحت أصل اللقطة وجوهر المعنى، وإبتعادها عنه يعني أن البيئة المحيطة باتت هي أصل وأساس اللقطة. لهذا فإن معرفة المذيع لكيفية تكوين الصورة أمر ضروري بعينه على تقديم نفسه شكلا وأداء بصورة جذابة ذات مغزى تضيف للنص، وتستأثر باهتمام المشاهد، وتتحكم في مشاعره، وتركز إنتباهه على المنظور البصري باعتباره الحامل للسمعي والمفسر له، وهنا يجب على المذيع:

- أن يفهم تكوين المنظر وتركيب اللقطات ليعني حشد وتكديس الصور، بل هو وسيلة لربط الأفكار وتسلسلها بأسلوب جذاب ممتع ومقنع ومتزامن مع الصوت بما يحقق وحدة الإيقاع السيكولوجي والتوازن المناسب بين العناصر المرئية والسمعية، وبما يحجر الصورة من دورها التفسيري ويسمح لها بأن تقوم بدورها التعبيري.

- أن يعي أن الخطأ الأكبر الذي يرتكبه معظم مقدمي التلفزيون هو الإغلاء من أهمية الكلمة على حساب الضرورة (أي التفسير على حساب التعبير)، بينما في وسع الصورة بإمكاناتها المتاحة (التورية والرمز وحركات الكاميرا وزوايا التصوير واللقطات) أن تظهر الأحداث، وتجعل في إمكان الصور أن تدل على ما يراد الدلالة عليه وعنه، دون الحاجة لشرح وتفصيل مما ينقل اللقطة من اللغة المنطوقة إلى لغة التعبير التشكيلية. (عيسى، 2020، ص193).

العلاقة بين الملقى والكاميرا:

لما نتكلم عن التلفزيون تنزل لنا عدة أمور هي المقدم فيه وعدسة الكاميرا التي تصوره، إلى جانب الميكروفون الذي ينقل صوته "ولعل المفيد أن تكون على الكاميرا جهاز يستطيع أن يكبر ويقرب الأشياء إلى عين الناظر ويستطيع أن يضخم أبسط التفاصيل في التعبير، ولا بد للملقي إذن في مثل هذه الحالة أن يعرف لغة الكاميرا والأجهزة المستعملة وكيفية عملها، ويدرك بأن أية مبالغة في التعبير سوف تتضح، بل وتكبر بالنسبة للناظر، ويقف الميكروفون إلى جانب الكاميرا في التقاط المواقف عند ما يقف أمام الكاميرا، ويلقي مقطوعة معينة فإن الكاميرا تلتقط صورة فمه وحركة الشفاه واللسان، وينقل الميكروفون صوته إلى أذن المشاهد السامع".

وعليه فالملقي في التلفزيون يجب أن يضع في حسابه أن كل حركة يقوم بها أو كلمة ينطق بها أو صوت ما يصدر عنه، هناك من يلتقطها وهي الكاميرا والميكروفون في نفس الوقت، ولذلك فعليه أن يكون حذرا مستعدا لكل شيء.

وما ذكر سابقا في علاقة المذيع بالميكروفون في الإذاعة يطبق على الملقى في التلفزيون، غير أن الإختلاف في المسافة بينه وبين ميكروفون التلفزيون. (حراق، 2012، ص 57، 58).

المبحث الثامن: مقدم برامج التلفزيون وطرق وتحقيق إتصال ناجح مع المشاهد:

1-المظهر الشخصي (الملابس والماكياج):

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

أ-الملابس:

على المقدم أن يختار ملابسه بطريقة تناسب طبيعة "الكاميرا" أو طبيعة الاضاءة أو طبيعة الديكور المستخدم في الاستوديو.

والمقدمون في المحطات الغربية يرتدون الملابس الداكنة عند تقديم العروض الاخبارية، باعتبار أن ذلك يتفق والطبيعة الرصينة للعروض الاخبارية، أما البرامج الأخرى فقد إعتاد المقدمون على إرتداء الملابس التي تناسب طبيعة البرنامج الذي يقدمه كل منهم.

ب-الماكياج:

يستخدم المقدم الماكياج بطريقة تختلف عن إستخدام الممثل له، حيث أن المقدم يبدو أنه هو بعكس الممثل الذي يريد أن يبدو بطريقة تخدم المشهد الذي يؤديه، أي أن كل الذي يحدث هو مجرد تحسين بسيط الأصل الطبيعي الذي يتاثر بالإضاءة القوية أثناء التصوير.

2-الأداء وتعبير الوجه:

يعد الصدق في الاداء خاصة رئيسية في عمل المقدم، لان كل فنون الإقناع لايمكن أن تكون بديلة عن الصدق في التعبير.

3-الوقوف أمام "الكاميرا":

ينبغي أن يقف المقدم أمام "الكاميرا" ثابتا وعليه أن يتحاشى الاهتزاز أو التمايل من جانب لآخر، فلاهتزاز أو التمايل ونقل إرتكاز الجسم من قدم إلى أخرى أثناء اللقطات الطويلة "long shots" قد يؤدي إلى تشتيت إنتباه المشاهد، أما اللقطات القراية "close up" قد يتسبب في عدم ظهور جزء من وجه المقدم على الشاشة.

4-الجلوس أمام "الكاميرا":

ينبغي أولاً 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 بان يبدأ خطواته بطريقة بطيئة للغاية، وذلك لتناسب حركته مكان "الكاميرا".

6-مخاطبة "الكاميرا":

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

7-الاتصال بالعين:

الاتصال بالعين يعني قدرة المقدم على النظر مباشرة إلى عدسة آلة التصوير والحفاظ على هذه النظرة للإستمرار في إلقاء فقرات طويلة من النص، وهذه مسألة مهمة في واقع الامر، لانها تهيئ المقدم التواصل بحيث يشعر معه المشاهد بأن المقدم يتوجه إليه بالحديث أو يتحدث معه شخصياً.

8-الإحتياطات المفاجئة:

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

9-الإيجاء بالايقاع:

يتوقف نجاح المقدم على مدى قدرته على إقناع الجمهور الذي يتحدث إليه، وان يتمكن من ذلك ما لم يبدو هو مقتنعاً بما يقول. (ياسين، 2016، ص،83،82).

خلاصة

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.

الفصل الرابع

القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

تمهيد

تعريف القنوات الفضائية

تصنيف القنوات الفضائية

القنوات الفضائية الخاصة

القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

نشأة القنوات الخاصة في الجزائر

أسباب إنشاء القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية

واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة

نماذج لبعض القنوات الجزائرية الخاصة

خلاصة

تمهيد:

يعد التلفزيون احد اهم الوسائل الاعلامية الجماهيرية، التي استطاعت ان تصنع نفسها مكانة بين باقي الوسائل، بفصل امتلاكه لمجموعة من الخصائص التوتميزه عن باقي الوسائل الاعلامية، فهو يعتمد عل الصوت والصورة والحركة معا وهيا خصائص تشد المشاهد اليها . ومع ظهور التكنولوجيات احدثت والتطور الرقمي الزي نشهده اليوم، زادت اهمية التلفزيون خاصة بعد استفادته من احدث التقنيات التي وفرها التكنولوجي، لعل ابرزها هو البث الفضائي والرقمي من خلال الاقنار الصناعية، حيث ساهمت هذه الاخيرة في ظهور العديد من القنوات الفضائية التي تتنوع بين عمومية وخاصة وعامة ومتخصصة، وهو مازاد من حدة التنافس بي هذه بين هذه القنوات خاصة الخاصة منها والتي تسعى الى تقديم خدمات متعددة ومتنوعة سعيا منها لارضاء جمهورها .

المبحث الاول: تعريف القنوات الفضائية:

يرتبط هذا المصطلح بالقمر الصناعي **satellite** وهو عبارة عن جهاز يطلق من الارض الى الفضاء، وتلحق به محطة ارضية تبث البرامج التي يتم استقبالها بواسطة الهوائيات الفضائية . (الظاهر . 2014 . ص 29)

نقلة نوعية وموضوعية في وسائل الاعلام، تميز بالنقل المباشر والحي للاحداث، وبسهولة وصول المتلقي اليها، واستطاعت مع قصر عمرها في عالمنا ان تؤتي ثمارا يانعة وطيبة، تجلت في تحرير المتلقي العربي المسلم من التبعية للاعلام الغربي الموجه لمسح الشخصيتين العربية والاسلامية . (الزبيدي، 2013 . ص 19).

ويشمل التعريف العلمي للقنوات الفضائية على انه استقبال البرامج التلفزيونية التي تصل الى المشاهد عن طريق تركيب اجهزة استقبال القنوات الفضائية ومتابعة برامجها في بيته او عن طريق الاشتراك في محطات اعادة البث، او عن طريق بث هذه القنوات بصورة غير مباشرة من الاخرين. (عبد الله فتحي الظاهر . 2014 . ص 30)

كما عرفت بانها قيام الاقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة الى اماكن اخرى تبعد عن مكان البث الاصلي مسافات بعيدة: تحول دون التقاط البث دون وسيط. (مراح، 2017، ص 347)

المبحث الثاني: تصنيف القنوات الفضائية

1. من حيث الملكية : قنوات حكومية، قنوات خاصة .

● **قنوات حكومية :** وهي القناة التي تعود ملكيتها الى الحكومة او تلك ويأتي اغلب تمويل هذه القنوات من ميزانية الدولة المالكة للقناة بغض النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الاجهزة في القناة العمومية هي القناة الحكومية .

● **قنوات خاصة :** يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل القناة الخاصة وهي القناة التي يأتي راس مالها كلياً او في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب . وقط يستعمل البعض كلمة حرة او مستقلة في هذا المعنى .

2. من حيث البرامج :

● **قنوات عامة :** ويطلق عليها ايضا بالقنوات جامعة او شمولية عندما ظهرت القنوات التلفزيونية في القطاعين العمومي والخاص كانت كلها قنوات شمولية والقناة الجامعة او الشمولية هي القناة التي تبث برامج تجمع بين أكثر من مجال اهتمام وتشتمل برمجتها على مواد مختلفة الاغراض والاهداف من اعلام وتثقيف وترفيه .

● **قنوات متخصصة :** وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والقصد لتختص في مجال برامجي منفرد او لتتوجه الى جمهور محدد، ان القناة المتخصصة هي التي تركز اهتمامها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع الجمهور، ويمكن تصنيف القنوات المتخصصة انا حسب البرنامج او الجمهور المستهدف .(مراح .2017 ص.351).

3. حسب البرنامج :

● **القنوات الترفيهية :** وهي القنوات التي تبث المادة الموسيقية والمسلسلات الدرامية والاشرة السينمائية اضافة الى القنوات تخاطب عبر الارساليات القصيرة

● **القنوات الثقافية :** وهي القنوات التي تبث برامج ثقافية او وثائقية .

● **القنوات الاخبارية :** وهي مستقلة ولا تمثل خطاباً رسمياً لاية دولة عربية وان كانت لها دور مباشر او غير مباشر في تمويلها او بثها، وهي تبث برامجها الاخبارية والتحليلية والحوارية على مدار 24 ساعة يومياً، مثل قناة الجزيرة والعربية . (الزبيدي واخرون . 2013 . ص 25) .

المبحث الثالث : القنوات الفضائية الخاصة .

هي القنوات التي راس مالها كلياً او في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب (مراح . 2017 . ص 371).

المبحث الرابع : القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة .

هي ابرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر، وهي قنوات جزائرية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال امام القطاع الاعلامي الخاص سمعي البصري والتعددية الاعلامية بداية من سنة 2011 .

ولقد كانت اولى التجارب لجريدة النهار الجديدة التي اطلقت قناتها " النهار تيفي " في بدايات 2012 لتتبعها صحف اخرى كالشروق، البلاد، ووقت الجزائر (دزاير تي في) والخبر KBC، وغيرها من الصحف التي تسعى للتحويل الى قنوات فضائية حيث تضمن المدن العربية البث الفضائي على كل من الاقمار الصناعية ARABSAT BADR، والقمر NILESAT، بمعدل نقل بيانات عاب . (شريف. 2017. ص 15)

المبحث الخامس : نشأة القنوات الخاصة في الجزائر

ظهور القنوات الفضائية في الجزائر :

ظهرت القنوات الفضائية في الجزائر ابتداءاً من سنة 1985 حيث قامت باستيراد 33000 هوائي مقعر، وقد انتشر فقط في اوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار واصحاب المناصب العالية، ومايلاحظه في الفترة الاخيرة اقبالا واسعا على الهوائيات المقعرة خصوصا مع الانفتاح الذي شهده العالم في الفترة الاخيرة وهي الان ترى في جميع الاحياء الراقية والقصديرية، واصبح امتلاكها لا يتوقف على المستوى الاقتصادي للأسرة .

وإذا اخذنا بعين الاعتبار نظرة القانون الى الهوائيات المقعرة فان الدولة هي المحتكر الاول للاعلام، وذلك بامتلاكها لمؤسسة التلفزة الوطنية (ENTV) والقناة الفضائية الجزائرية .

لكن امتدت هذه العملية ليتبناها الخواص وليس هناك رقابة قانونية لمثل هذه العمليات، حيث توصلت لجنة حول ظاهرة استيراد الهوائيات المقعرة، فخرجت بقرار تنظيم عملية الاستيراد ثم حلت .

وفي سنة 1987 صدر قرار يمنع استيرادها ليصدر قرار سنة 1988 انفى القرار الاول وبالتالي لا يوجد اي قانون يمنع دخولها الى الجزائر، ومنذ ذلك الوقت اتسعت شبكة الاستيراد حيث تم ادخال حوالي 600 هوائي

بين سنتي 1989-1990 الى البلاد وازداد هذا العدد الى ام بلغ حجم امتلاك الهوائيات الى نصف سكان الجزائر اي ما يعادل 13 مليون . (شريف عبد اللطيف . 2017 . ص 15).

المبحث السادس : اسباب انشاء القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية :

تعددت اسباب ظهور القنوات الخاصة منها :

- تجسيد قانون السمعى البصرى بعد انتظار لموافقة عليه ليضمن حرية التعبير وليفتح لأول مرة المجال السمعى البصرى للقطاع الخاص فى الجزائر .
 - كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الاعلامية باكملة .
 - تجسيد مبدأ الحرية الصحفية للبحث وجمع المعلومات لتجسيد ديمقراطية العمل
 - حماية القكاع الاعلامى من الغزو الاعلامى الاجنبى الذى لا يخدم الشعب ولا الدولة
 - ظهور سمات التخصص كاحد سمات المجتمع الاعلامى المحصرى .
 - زيادة راس المال المستثمر بشكل عام وزيادة عدد المولدين فى مجال الاعلام بشكل خاص .
 - مواكبة التطورات الحاصلة فى المجال الاعلامى لاتساع دائرة التعبير وعدم تقييدها فى الاعلام .
- اظهار الكفاءات والقدرات الاعلامية لصحفيين متمكنين فى المجال الاعلامى بالاضافة الى فتح مناصب الشغل لهم المواطن (او شن حسينة . 2018 . ص 30-31).

المبحث السابع : واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة .

وعن واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة، قالت الاعلامية، نايلية من الاذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية، ل " العربى الجديد " انه بعد مرور بضع سنوات على الانطلاق الفضائيات الجزائرية الخاصة، ظهر تباين فى عملية نقل الخير وتغطيته وكيفية عرضه للمشاهد، والتباين بين هاته القنوات يكمن فى نوعية الصورة المقدمة، من الناحية الجمالية، وهناك فضائيات هدفها نشر افكار معينة موجهة الى فئة محددة من المجتمع، تستخدم لغة عامية، ومواضيع مبسطة، واخرى على العكس تبحث عن النخبة وتميز بتنوع القضايا واللغة السليمة والحرفية، والقنوات التى مدراءها من الاعلام يظهر فى محتواها العمل الاعلامى الجيد، اما القنوات التى يملكها اصحاب المال فتبدو تجارية أكثر .

ويرى الاعلامى محمد يزيد : " ان تجربة الاعلام الخاص لاتزال فنية وبحاجة الى التطوير، سواء تعلق الامر بالجانب التقنى وجماليات الصورة، او من الناحية الكفاءات والطاقات المعتمدة فى المجال الصحافى والتقديم .

فقد انطلقت هذه القنوات وتوسعت في ساعات البث من دون ميزانيات مناسبة لشراء الاجهزة او انتاج البرامج وقد ادى هذا الوضع الى ضعف مستوى ماتقدمه هذه القنوات من حيث الشكل والمضمون وعمل هذه القنوات ان تعمل بالحد الادنى من المطلوب بحيث توازن ما تنفقه من صرف رخيص على برامج الاغاني والترفيهوما تنفقه على برتمج الفكر والثقافة والابداع لما تتصف ببرامج الفضائيات بالردءة تعكس الاعداد الضعيف لهذه البرامج. (مراح. 2017. ص. 356).

المبحث الثامن : نماذج لبعض القنوات الجزائرية الخاصة .

1- النهار تي في : قناة تابعة لصحيفة " النهار الجديد" يديرها انيس رحماني، انطلقت القناة بثها التجريبي في السادس من مارس 2012، واتخذت مقرها الرئيسي في العاصمة الاردنية عمان، وتهتم بالشأن الاخباري والسياسي في الجزائر، وهي صورة مصغرة لمضامين ومحتوى الجريدة التي تبني خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها .

2- الشروق تي في : وهي ايضا امتداد للجريدة الورقية " الشروق " وتبث من الاردن، في حينان مقرها الرئيسي موجود في الجزائر . كانت انطلاقتها في الذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأ بثها الرسمي في 15 مارس 2012 .

3- دزاير تي في : هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل الاعمال علي حداد .

4- الجزائرية : تم اطلاقها على القمر الصناعي " ثلاثينك بيرد 7 " انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 5 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوعة، مقرها الجزائر .

5- قناة الهقار : تم افتتاحها في شهر ماي 2012 ، يوجد مقر بثها في لندن

6- قناة سميرة : موجهة للمرأة، اطلق بثها في شهر اوت 2013. (مراح. 2017. ص. 349).

خلاصة :

من خلال كل ما سبق تتضح اهمية البث الفضائي وتأثيره المكبير في انتشار التلفزيون كوسيلة اعلامية، فقد حاولنا من خلال هذا الفصل الامام بكل مايتعلق بالبث الفضائي، انطلاقا من تعريف بالقنوات الفضائية وانواعها والقنوات الجزائرية الخاصة وانواعها، وما نتج عنه من انتشار كبير لمختلف القنوات الفضائية . التي تزداد المافسة بينها من ملال مانبته من مضامين وبرامج، خاصة القنوات الخاصة التي تحاول انا تنافس القنوات العمومية، في تقديم خدمات متنوع تحقق من خلالها اشباعا جمهورها وتلبي احتياجاتهم .

الفصل الخامس

الإطار التطبيقي

تمهيد :

المبحث الأول: لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية البلاد TV

المبحث الثاني : التحليل الكمي والكمي للجداول الإحصائية

المبحث الثالث: مناقشة النتائج

المبحث الثاني : التحليل الكمي والكمي للجداول الإحصائية .

تمهيد :

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية التي تهدف إلى " دور جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة"، حيث يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة . فبعد إنتهائنا من عملية الجمع سنجد أنفسنا أمام إستمارة مملوءة، وفي بحثنا هذا ومن خلال ماتم تناوله في الجانب النظري ولنا قدر الإمكان الامام بمختلف المعلومات النظرية التي يخدم موضوع الدراسة ، والذي يعتبر الارضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته الفصول ، يأتي الجانب الميداني للتحقيق والكشف عن "رأي الجمهور في مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة في إستمالة الجمهور"، وذلك قصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن أن تزيد من توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة أعمق وأشمل وادق ، ونجيب على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال تساؤلات ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج بحثية عميقة ودقيقة.

المبحث الاول : لمحة عن القناة الخاصة الجزائرية "البلاد tv"

هي قناة اخبارية جزائرية شرعت في البث رسميا يوم 19 مارس 2014، وهي تابعة لجريدة البلاد الجزائرية، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وثقافية واجتماعية وترفيهية وعديد، كم انها تقدم نسرآت اخبارية على رأس كل ساهمة ، مديرها العام هو يوسف جمعة جمعة ومقرها 52 شارع ديدوش مراد بالعاصمة .

نبذة عن قناة البلاد

تتميز بتقديم محتوى راقى يتميز بالشفافية والمصداقية في نقل الحدث ، وذلك بالضافة الى اهتمامها الكبير بالجانب الاجتماعي ونشر الوعي الثقافي بين جميع افراد المجتمع وذلك من خلال تقديمها لافضل البرامج المتنوعة كما انها تقوم ببث العديد من النشرات الاخبارية والتقارير الميدانية واللقاءات الحصرية مع ابرز الشخصيات في مختلف المجالات .

ولقد اصبحت هذه القناة بمثابة نافذة للمواطن العربي يتطلع منها على اخر واجدد الاخبار المحلية والعالمية ، حيث تمتاز القناة ببهاجتها المتنوعة مابين تحقيقات وروبورتاجات تلقي الضوء على المشامل المجتمعية ، ولقد اتخذت القناة شعارا خاصا بها وهو شعار :
" نافذتك على الحقيقة " .

برامج قناة البلاد

1- البلاد اليوم

2- صحتك

3- فرصة جديدة

4- احسان

5- ركلة حرة

6- الكوتش

7- ردوا بالكم

8- بلاد الخير

9- بلا قيود

10- خلف الستار

بعض مقدمي قناة البلاد .

1-علي العقون

2-الزهراء ريف

3-يوسف زغبة

4-فاكمة الزهراء مراح

5-ايمان بوجملين

6-فهيمة زعلاني

المبحث الثاني : التحليل الكمي والكيفي للجداول الإحصائية

أولاً: النتائج المتعلقة ببيانات الشخصية

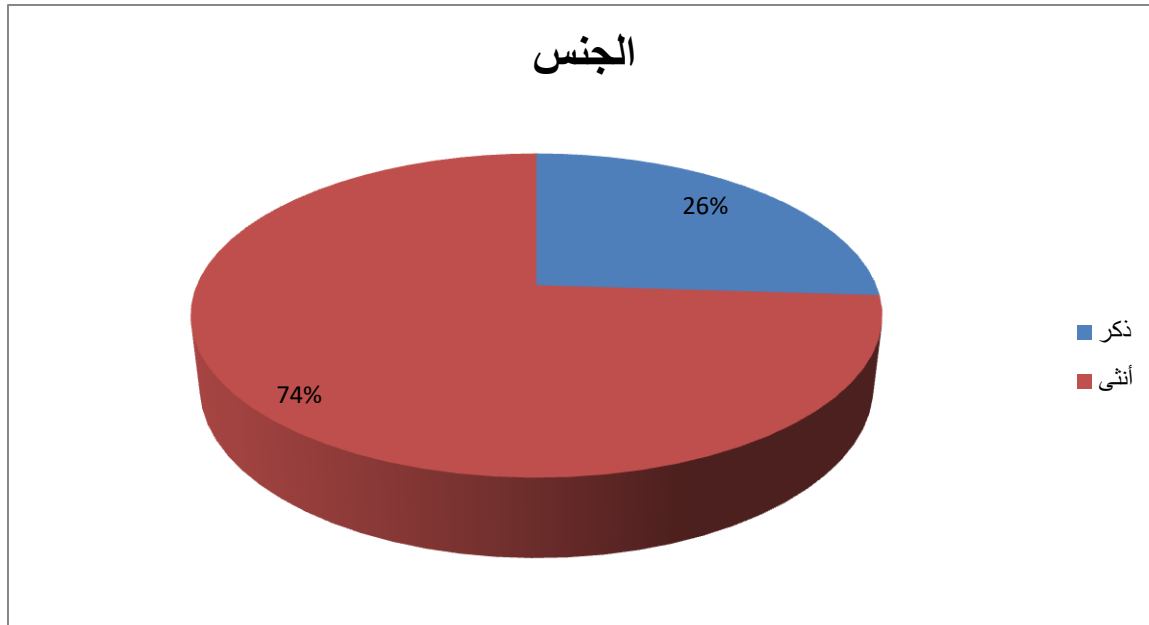
- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(01) . توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

النسبة	التكرار	Q 1
26%	37	ذكر
74%	13	أنثى
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج

spss



الشكل رقم (01). التوزيع التكراري للأفراد حسب الجنس.

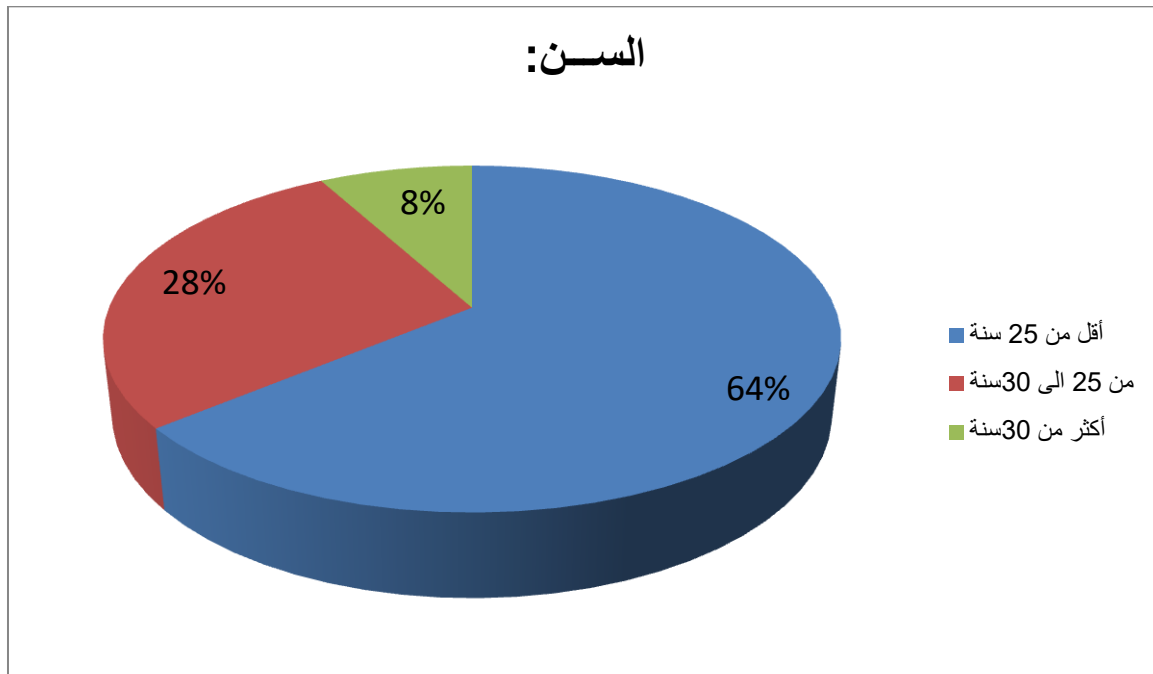
يوضح الشكل والجدول السابقين بأن هناك تفاوت كبير بين نسبة الذكور والإناث ، حيث أن جنس الإناث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 74% أما بالنسبة الذكور فكانت نسبتهم 26% وهذا راجع إلى حين تم توزيع الاستمارة لم يتم مراعاة الجنس باهتمام كبير ، بالإضافة أن نسبة الإناث أكثر من الذكور في السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة.

- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة	التكرار	Q 2
64%	32	أقل من 25 سنة
28%	14	من 25 إلى 30 سنة
8%	4	أكثر من 30 سنة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على معطيات معالجة الاستبيان .



الشكل رقم (02): التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب السن .

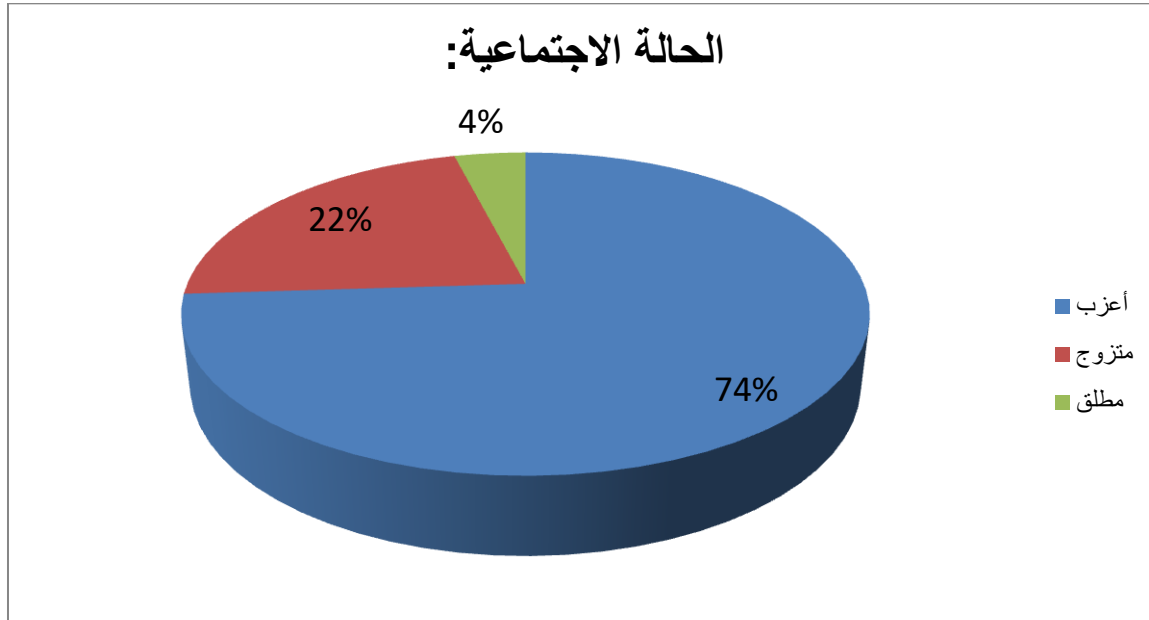
يوضح الشكل والجدول السابقين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث تبين من خلال النتائج ان الفئة العملية أقل من 25 سنة هي الأكثر مشاهدة لقناة البلاد tv وذلك بنسبة 64% تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم من (25-30) بنسبة 28% ثم فئة الأكثر من 30 سنة تمثل 8% من مجمل العينة تكون أقل نسبة . وتبين لنا في هذه النتائج أن الطلبة فئة أقل من 25 هي الغالبة، وذلك راجع أن هذه الفئة تعتبر الأكثر وسط طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة.

- توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	Q 3
74%	37	أعزب
22%	11	متزوج
4%	2	مطلق
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج spss



الشكل رقم (03) : توزيع تكراري لأفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

يوضح الشكل والجدول السابقين أن معظم المبحوثين عازبين بنسبة 74% من المجموع الكلي من عينة الدراسة ، أما المرتبة الثانية فكانت للمتزوجين ب 22% وأخيرا المطلقين بنسبة 4% ومنها نلاحظ أن فئة العازبين لديهم الوقت و إلتزاماتهم محدودة ، وايضا أن معظم طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة عازبين.

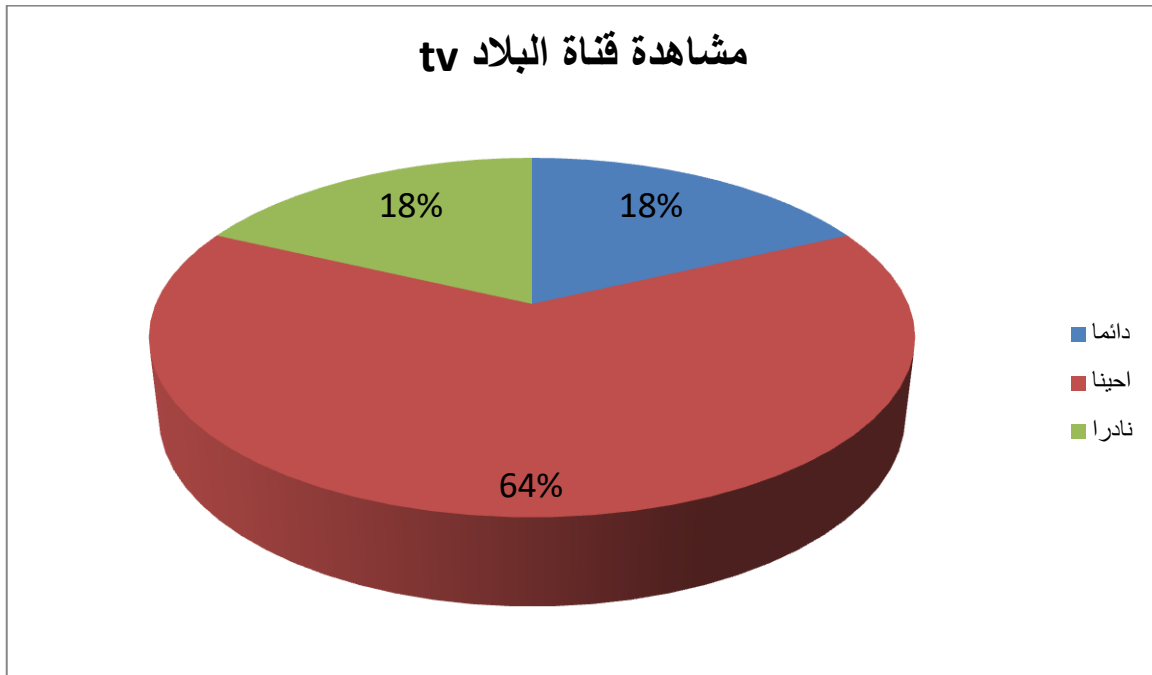
ثانيا: النتائج المتعلقة بعبادة وأنماط المشاهدة لدى أفراد عينات الدراسة

- هل تشاهد قناة البلاد Tv :

الجدول رقم(04): يوضح مشاهدة قناة البلاد Tv

النسبة	التكرار	Q 5
18%	32	دائما
64%	9	أحيانا
18%	9	نادرا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج spss



الشكل رقم(04): يوضح مشاهدة قناة البلاد Tv

يوضح الشكل والجدول السابقين أن نسبة 64% من عينة الدراسة يشاهدون قناة البلاد tv أحيانا ، في حين أن نسبة 18% من العينة يشاهدون بشكل دائم القناة ، كما تساوت نسبة الذين نادرا ما يشاهدون قناة البلاد tv بنسبة 18% أيضا ومن هنا نلاحظ أن معظم العينة أحيانا ما يشاهدون قناة البلاد tv وهذا راجع إلى ظروف الطلبة وعدم وجود الوقت الكافي .

الجدول رقم (05): يوضح متابعة البرامج التي تبثها قناة البلاد tv مع متغيري الجنس والحالة الاجتماعية

المجموع	الحالة الاجتماعية			المجموع	الجنس		التكرار	نادرا	س5
	مطلق	متزوج	أعزب		أنثى	ذكر			
12	0	0	12	12	0	12	التكرار	نادرا	س5
%100	%0	%0	%100	%100	%0	%100	النسبة		
32	2	11	19	32	13	19	التكرار	أحيانا	س5
%100	%6.3	%34.4	%59.4	%100	%40.6	%59.4	النسبة		
6	0	0	6	6	0	6	التكرار	دائما	س5
%100	%0	%0	%100	%100	%0	%100	النسبة		
50	2	11	37	50	13	37	التكرار	المجموع	س5
%100	%4	%22	%74	%100	%26	%74	النسبة		

يوضح متابعة البرامج التلفزيونية التي تبثها قناة البلاد tv وعلاقتها بمتغير الجنس والحالة الاجتماعية نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذين يتابعون برامج قناة البلاد "نادرا"، و"دائما"، هما أكبر نسبة حيث بلغت 100% لصالح الذكور العازبين، أما بالنسبة للإناث فكانت نسبة متابعتهم للبرامج "نادرا" منعدمة بنسبة 0%. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الإناث والذكور تعزى إلى الذكور.

أما بالنسبة للذين يتابعون برامج قناة البلاد "أحيانا" كانت لصالح الذكور أيضا بالنسبة 59,4% للعازبين، أما بالنسبة للإناث فكانت نسبة متابعتهم 40,6%. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الإناث والذكور تعزى إلى الذكور.

ونستنتج من هنا أن نسبة ذكور العينة يتابعون برامج قناة البلاد نادرا ومنهم من يتابعها بصفة دائمة، عكس إناث العينة اللواتي أحيانا ما يتابعنها .

ومن هنا نلاحظ أن نسبة المتابعة الأكبر كانت لصالح الذكور نظرا لتوزيع الاستمارة عن طريق الصدفة.

الجدول رقم (06): يوضح الأماكن المفضلة لمشاهدة قناة البلاد tv حسب متغير السن

المجموع	س7			التكرار	أقل من 25 سنة	السن
	في مواقع التواصل الاجتماعي	المقهى	المنزل			
32	0	0	32	التكرار	أقل من 25 سنة	
%100	%0	%0	%100	النسبة		
14	1	1	12	التكرار	من 25 إلى 30 سنة	
%100	%7.1	%7.1	%85.7	النسبة		
4	0	0	4	التكرار	أكثر من 30 سنة	
%100	%0	%0	%100	النسبة		
50	1	1	48	التكرار	المجموع	
%100	%2	%2	%96	النسبة		

يوضح الجدول أن اغلبية من مفردات مجتمع البحث يفضلون مشاهدة برامج قناة البلاد بحسب اعمارهم بنسبة 96% من إجمالي العينة في المرتبة الأولى حسب الاماكن المفضلة لعينة الدراسة مقسمة على النحو التالي: أقل من 25 سنة وأكثر من 30 سنة بنسبة 100% في المنزل وفي المرتبة الثانية من 25 سنة الى 30 سنة بنسبة 85,7% في المنزل و7,1% في المقهى و7,1% في مواقع التواصل الاجتماعي.

توجد فروق ذات دلالة احصائية لمتابعة برامج قناة البلاد tv بين أقل من 25 سنة و من 25 سنة الى 30 سنة ومن 30 سنة فأكثر تعزى إلى أقل من 25 سنة .

تشير نتيجة هاته الدراسة أن معظم الطلبة يجذبون مشاهدة قناة البلاد على اختلاف اعمارهم بالمنزل كونهم يجيدون راحتهم فيه وان القناة تلفزيونية اجتماعية .

الجدول رقم (07): يوضح الأماكن المفضلة لمشاهدة قناة البلاد مع متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	س7					
	في مواقع التواصل الاجتماعي	المقهى	المنزل			
37	0	0	37	التكرار	أعزب	الحالة الاجتماعية
%100	%0	%0	%100	النسبة		
11	1	1	9	التكرار	متزوج	
%100	%9.1	%9.1	%81.8	النسبة		
2	0	0	2	التكرار	مطلق	
%100	%0	%0	%100	النسبة		
50	1	1	48	التكرار	المجموع	
%100	%2	%2	%96	النسبة		

يوضح الاماكن المفضلة لمشاهدة قناة البلاد tv مع متغير الحالة الاجتماعية نلاحظ من نتائج الجدول أن نسبة مشاهدة قناة البلاد بحسب الحالة الاجتماعية بلغت 96% من إجمالي العينة في المرتبة الأولى حسب الحالة الاجتماعية مقسمة على النحو التالي: الاعزب والمطلق بنسبة 100% في المنزل ، وفي المرتبة الثانية المتزوج بنسبة 81,8% بالمنزل و 9,1% في المقهى ومواقع التواصل الاجتماعي .

و نلاحظ ان فئة العزاب والمطلقين اكبر نسبة بلغت 100% مشاهدة البرامج التلفزيونية لقناة البلاد في امنزل اما المتزوجين بلغت نسبتهم 81,8% .

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين العزاب والمتزوجين تعزى الى العزاب .

ونشير هذه النتائج أن الأعزب والمطلق لهم متسع من الوقت لمشاهدة التلفاز على غرار المتزوج فان مسؤولياته تقلل من وقت مشاهدته للتلفاز .

الجدول رقم (08): يوضح الفترة التي تفضل فيها مشاهدة قناة البلاد tv مع متغير السن

المجموع	8س						
	ليلا	مساء	الظهيرة	صباحا			
32	1	16	10	5	التكرار	أقل من 25 سنة	السن
%100	%3.1	%50	%31.3	%15.6	النسبة		
14	14	0	0	0	التكرار	من 25 إلى 30 سنة	
%100	%100	%0	%0	%0	النسبة		
4	4	0	0	0	التكرار	أكثر من 30 سنة	
%100	%100	%0	%0	%0	النسبة		
50	19	16	10	5	التكرار	المجموع	
%100	%38	%32	%20	%10	النسبة		

نلاحظ من الجدول أن الفترة المفضلة لمشاهدة قناة البلاد بالنسبة لأكثر من 30 سنة هي الفترة الليلية بنسبة 100% تليها فئة من 25 الى 30 سنة بنسبة 100% أما بالنسبة لفئة أقل من 25 سنة اطلبهم يفضلون مشاهدة القناة مساء بنسبة 50% والبعض الآخر يشاهدونها في الفترة الصباحية بنسبة 15% والظهيرة 31,3% بالنسبة لي فئة أقل من 25 سنة.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين أقل من 25 سنة و من واكثر من 30 سنة تعزى الى الفترة الليلية والمسائية . نستنتج من هذه النتائج أن فئة الطلبة الاكثر من 30 سنة يشاهدون قناة البلاد ليلا نظرا انشغالهم في الفترات الأخرى عكس فئة الطلبة الأقل من 25 سنة يفضلون الفترة المسائية وذلك انهم منشغولون بالدراسة في الفترة الصباحية .

الجدول رقم (09): يوضح المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في مشاهدة برامج قناة البلاد حسب متغير

الجنس والسن

المجموع	السن			المجموع	الجنس		التكرار	أقل من ساعة	9س
	أكثر من 30 سنة	من 25 إلى 30 سنة	أقل من 25 سنة		أنثى	ذكر			
38	4	2	32	38	1	37	التكرار	أقل من ساعة	9س
%100	%10.5	%5.3	%84.2	%100	%2.6	%97.4	النسبة	أقل من ساعة	
9	0	9	0	9	9	0	التكرار	من ساعة إلى ساعتين	
%100	%0	%100	%0	%100	%100	%0	النسبة	من ساعتين فأكثر	
3	0	3	0	3	3	0	التكرار	أقل من ساعة	
%100	%0	%100	%0	%100	%100	%0	النسبة	من ساعتين فأكثر	
50	4	14	32	50	13	37	التكرار	المجموع	
%100	%8	%28	%64	%100	%26	%74	النسبة	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن المدة الزمنية لمشاهدة قناة البلاد أقل من ساعة هي المدة الأكبر حيث بلغت نسبتها 97,4% وذلك كان لصالح الذكور للفئة العمرية أقل من 25 سنة، عكس الإناث حيث بلغت المدة الزمنية لأقل من ساعة 2,6%.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث تعزى إلى الذكور أقل من 25 سنة.

أما بالنسبة للمدة الزمنية من ساعة إلى ساعتين ومن ساعتين فأكثر كانت لصالح الإناث وذلك بنسبة بلغت 100% بالنسبة للفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة .

وهنا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الإناث والذكور للفئة العمرية من 25 سنة إلى 30 سنة تعزى إلى الإناث .

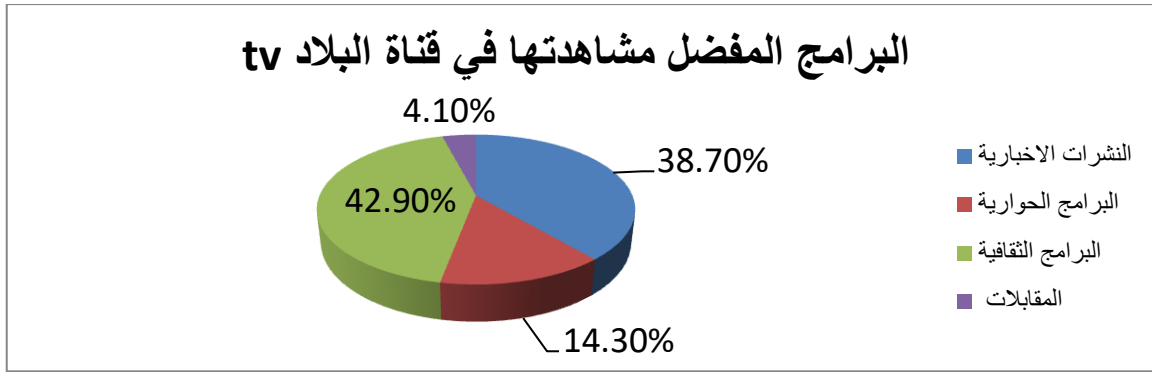
نستنتج من الجدول أن الإناث يشاهدون قناة البلاد TV من ساعة إلى ساعتين فأكثر عكس الذكور الذين يشاهدون القناة الأقل من ساعة ، وذلك راجع إلى أن الإناث يقضون معظم أوقاتهم في البيت ، ولهم المتسع من الوقت للمشاهدة، في حين أن الذكور معظم أوقاتهم خارج المنزل بسبب مسؤولياتهم وأعمالهم.

- مانوع البرامج التي تفضل متابعتها في قناة البلاد

الجدول رقم (10): يوضح البرامج المفضل مشاهدتها في قناة البلاد Tv

النسبة	التكرار	Q 10
38.7%	19	النشرات الإخبارية
14.3%	8	البرامج الحوارية
42.9%	21	البرامج الثقافية
4.1%	2	المقابلات
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج spss



الشكل رقم (05): يوضح البرامج المفضلة في قناة البلاد Tv

يوضح الجدول والشكل السابقين طبيعة البرامج المفضلة في قناة البلاد TV حسب إهتمام وتفضيل جمهور الطلبة ، وأعلى نسبة مئوية كانت لمشاهدة البرامج الثقافية بنسبة بلغت 42,9% تليها البرامج الاخبارية بنسبة 38,7% بعدها البرامج الحوارية بنسبة بلغت 14,3% تليها البرامج التي تعتمد على المقابلات بنسبة 4,1% .

الجدول رقم (11): يوضح غاية الطلبة من مشاهدة قناة البلاد tv حسب متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	س11			التكرار	أعزب	الحالة الاجتماعية
	التفاعل والتعبير عن الرأي	الإطلاع على آخر المستجدات	ملء وقت فراغك			
37	3	18	16	التكرار	أعزب	الحالة الاجتماعية
%100	%8.1	%48.6	%43.2	النسبة		
11	0	11	0	التكرار	متزوج	الحالة الاجتماعية
%100	%0	%100	%0	النسبة		
2	0	2	0	التكرار	مطلق	الحالة الاجتماعية
%100	%0	%100	%0	النسبة		
50	3	31	16	التكرار	المجموع	الحالة الاجتماعية
%100	%6	%62	%32	النسبة		

يوضح الجدول غاية الطلبة من مشاهدة قناة البلاد حسب الحالة الاجتماعية ان فئة العزاب كانت غايتهم من المشاهدة هي الإطلاع على آخر المستجدات بنسبة 48,6% وكانت هي النسبة الأكبر للعزاب تليها ملء وقت الفراغ بنسبة 43,2% وأخيرا نسبة 8,1 كانت غايتهم التفاعل والتعبير عن الرأي .

أما بالنسبة للمتزوج والمطلق كانت غايتهم من مشاهدة القناة هي الإطلاع على آخر المستجدات وذلك بنسبة بلغت 100% من إجمالي عينة المتزوجون والمطلقون .

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الاعزب والمتزوج + المطلق تعزى إلى للمتزوج والمطلق.

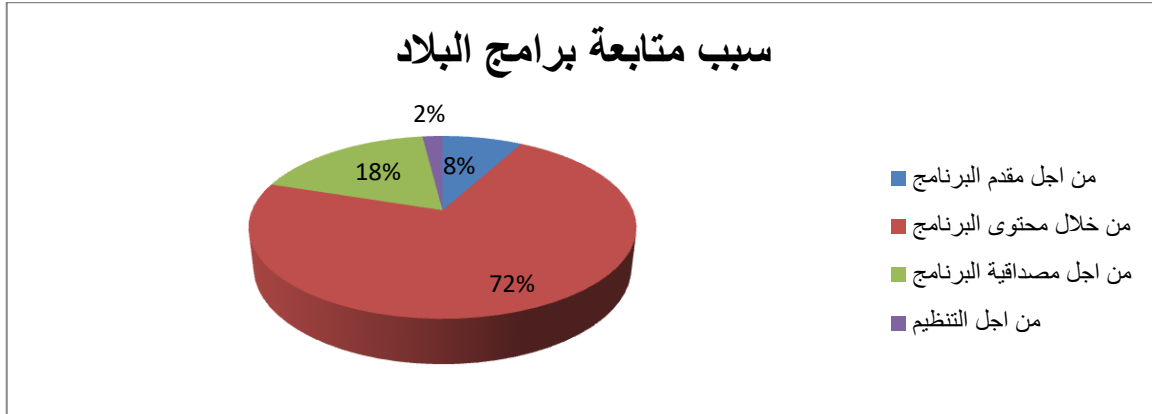
نستنتج من خلال الجدول أن جل عينة الدراسة من المتزوجون والمطلقون كانت غايتهم الإطلاع على آخر المستجدات عكس العزاب منهم من غايتهم الإطلاع على آخر المستجدات والبعض الآخر ملء وقت الفراغ أو التفاعل والتعبير عن الرأي وذلك أن العزاب لهم أوقات فراغ عكس المتزوجون والمطلقون ليس لديهم أوقات فراغ من أجل أعمالهم وبالتالي يطلعون على آخر المستجدات فقط.

سبب متابعتك لبرامج قناة البلاد التي تشاهدها

الجدول رقم (12): يوضح سبب متابعة برامج البلاد المشاهدة

النسبة	التكرار	Q 12
8%	4	من أجل مقدم البرنامج
72%	36	من خلال محتوى البرنامج
18%	9	من أجل مصداقية البرنامج
2%	1	من أجل التنظيم
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج spss



الشكل رقم (06): يوضح سبب متابعة برامج البلاد.

يوضح الجدول والشكل السابقين ان نسبة 72% من جمهور الطلبة يتابعون برامج قناة البلاد من اجل محتوى البرنامج ، تليها نسبة 18% من اجل مصداقية البرنامج بعدها نسبة 38% من اجل مقدم البرنامج وأخيرا من اجل التنظيم 2%.

ثالثا: النتائج المتعلقة بتقييم مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية

الجدول رقم (13): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال المظهر مع متغير الجنس

المجموع	س14						
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	التكرار	النسبة	الجنس
37	36	1	0	0	التكرار	%0	
%100	%97.3	%2.7	%0	%0	النسبة		
13	6	0	6	1	التكرار	%7.7	أنثى
%100	%46.2	%0	%46.2	%7.7	النسبة		
50	42	1	6	1	التكرار	%2	المجموع
%100	%84	%2	%12	%2	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن أكبر نسبة هي موافق بشدة عند الذكور بنسبة 97,3% وتكبر نسبة عند الإناث تساوت بين محايد وموافق بشدة بنسبة 46,2% ثم يليها اناث بنسبة 7.7% معارضين و 2.7% للذكور موافق اذا توجد فروق احصائية ذات دلالة بين الذكور والإناث في إتجاه هذه العبارة. لأن مظهر وجمال المقدم يعكس شخصيته لدى المشاهد.

هيئة الجلوس أو الوقوف للمقدم

الجدول رقم (14): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال الهيئة مع متغير السن

المجموع	س15						
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	التكرار	النسبة	السن
32	29	3	0	0	التكرار	%0	
%100	%90.6	%9.4	%0	%0	النسبة		
14	4	0	6	4	التكرار	%28.6	من 25 إلى 30 سنة
%100	%28.6	%0	%42.9	%28.6	النسبة		
4	4	0	0	0	التكرار	%0	أكثر من 30 سنة
%100	%100	%0	%0	%0	النسبة		
50	37	3	6	4	التكرار	%8	المجموع
%100	%74	%6	%12	%8	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن أكبر نسبة هي موافق بشدة عند الفئة العمرية أقل من 25 سنة بنسبة 90,6% وأكبر نسبة عند الفئة العمرية من 25 إلى 30 سنة هي محايد بنسبة 42,9% وأكبر نسبة عند الفئة العمرية أكثر من 30 سنة موافق بنسبة 100% .

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الفئة العمرية أقل من 25 سنة ومن 25 إلى 30 سنة في إتجاه هذه العبارة .

ومن خلال هذا نستنتج أن فئة أقل من 25 سنة يرون أن المقدم يقيم على هيئة جلوسه ووقوفه أما بالنسبة لفئة من 25 سنة إلى 30 سنة كان هناك إختلاف في الرأي بين محايد بنسبة 42,9% ومعارض بنسبة 28,6% وموافق بشدة أيضا بنسبة 28,6%

لأن طريقة جلوس المقدم ووقوفه من أهم مهارات المقدم التي يجب أن يتحلى .

اتقان اللغة العربية وعدم استخدام كلمات أجنبية

الجدول رقم (15): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال اتقانه للغة العربية مع متغير الجنس

المجموع	س20					التكرار	النسبة	الجنس
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
37	17	7	6	6	1	التكرار	ذكر	الجنس
%100	%45.9	%18.9	%16.2	%16.2	%2.7	النسبة		
13	0	13	0	0	0	التكرار	أنثى	
%100	%0	%100	%0	%0	%0	النسبة		
50	17	20	6	6	1	التكرار	المجموع	
%100	%34	%40	%12	%12	%2	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن أكبر نسبة هي موافق بشدة عند الذكور بنسبة 45% وأكبر نسبة عند الإناث هي موافق بنسبة 100% .

بدا هناك توافق بين الذكور والإناث في ان المقدم يقيم على لغته العربية السليمة الصحيحة واتقانه لها وعدم إدخال كلمات أجنبية .

نستنتج من هنا أنه يتم تقييم المقدم على لغته وذلك من خلال آراء الطلبة لأن معظمهم وافقوا على تقييم المقدم من خلال إتقانه للغة العربية لانه ملزم على أن يكون متقنا للغة العربية إتقاننا تاما سليما بحيث يستطيع

إيصال معلومات صحيحة من خلال فصاحة لسانه وعدم إستعمال كلمات أجنبية والتحدث باللغة الام لكي يفهمها المشاهدين .

اتقان اللغة العربية وعدم استخدام كلمات أجنبية

الجدول رقم (16): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال إتقانه للغة العربية مع متغير السن

المجموع	س20					التكرار	أقل من 25 سنة	السن
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
32	17	2	6	6	1	التكرار	أقل من 25 سنة	
%100	%53.1	%6.3	%18.8	%18.8	%3.1	النسبة		
14	0	14	0	0	0	التكرار	من 25 إلى 30 سنة	
%100	%0	%100	%0	%0	%0	النسبة	سنة	
4	0	4	0	0	0	التكرار	أكثر من 30 سنة	
%100	%0	%100	%0	%0	%0	النسبة	سنة	
50	17	20	6	6	1	التكرار	المجموع	
%100	%34	%40	%12	%12	%2	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي موافق بشدة عند فئة أقل من 25 سنة بنسبة 53% وأكبر نسبة من 25 الى 30 سنة هي موافق بنسبة 100% وأكبر نسبة عند أكثر من 30 سنة هي موافق بنسبة 100%.

بدا هناك توافق بين الفئات العمرية في إتجاه هذه العبارة بالإتفاق على أنه يتم تقييم المقدم على إتقانه للغة العربية العربية وعدم إستخدام كلمات أجنبية والتحدث باللغة التي يفهمها الجمهور المخاطب حيث أنه يوجد من لا يفهم اللغات الاجنبية.

نبرت الصوت

الجدول رقم (17): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال نبرت الصوت مع متغير الجنس

المجموع	س23					التكرار	الجنس
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة		
37	16	20	1	0	0	التكرار	ذكر
%100	%43.2	%54.1	%2.7	%0	%0	النسبة	
13	0	0	7	5	1	التكرار	أنثى
%100	%0	%0	%53.8	%38.5	%7.7	النسبة	
50	16	20	8	5	1	التكرار	المجموع
%100	%32	%40	%16	%10	%2	النسبة	

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي موافق عند الذكور بنسبة 54,1% و أكبر نسبة عند الإناث هي محايد بنسبة 53,8%.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في إتجاه هذه العبارة حيث أن اغلبية ذكور العينة وافقوا على تقييم المقدم من نبرة صوته أما نصف إناث العينة فكان لهم رأي محايد .

نستنتج أن فئة الذكور يركزون على صوت المقدم و يقيمونه عليه عكس الإناث فإنهم لا يهتمون بنبرة صوت المقدمين، ومن هذا يجب على المقدم أن يمتاز بنبرة صوت جميلة لكي تؤثر على الجمهور.

هندام المقدم وتسريحة شعره

الجدول رقم (18): يوضح تقييم الطلبة للمقدم من خلال الهندام وتسريحات الشعر مع متغير الجنس

المجموع	س25					التكرار	الجنس
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة		
37	21	16	0	0	0	التكرار	ذكر
%100	%56.8	%43.2	%0	%0	%0	النسبة	
13	0	2	7	2	2	التكرار	أنثى
%100	%0	%15.4	%53.8	%15.4	%15.4	النسبة	
50	21	18	7	2	2	التكرار	المجموع
%100	%42	%36	%14	%4	%4	النسبة	

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي موافق بشدة للذكور بنسبة 56,8% والنسبة الأكبر للإناث هي محايد بنسبة 53,8%.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في اتجاه هذه العبارة ، ونستنتج من هنا أن كل ذكور العينة يوافقون على تقييم المقدم من خلال هندامه وتسريحة شعره ، أما بالنسبة للإناث كان معظمهم لهم رأي محايد ، أما البقية من الإناث كانت آرائهم تختلف بين معارض وموافق ومعارض بشدة .
ومن هنا نرى أنه من واجب المقدم أن يكون صاحب هندام جيد وتسريحة شعر بسيطة وانيقة تليق بمهنته لان هندام ومظهر المقدم يلعب دورا في صنع صورة الإعلامي .

رابعا: المقدم وفن توصيل المعلومات

الجدول رقم (19): يوضح القدرة على إعادة صياغة السؤال مع متغير السن

المجموع	س34					التكرار	أقل من 25 سنة	السن
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
32	20	12	0	0	0	التكرار	من 25 إلى 30 سنة	السن
%100	%62.5	%37.5	%0	%0	%0	النسبة		
14	0	5	6	1	2	التكرار	أكثر من 30 سنة	
%100	%0	%35.7	%42.9	%7.1	%14.3	النسبة		
4	0	4	0	0	0	التكرار	المجموع	
%100	%0	%100	%0	%0	%0	النسبة		
50	20	21	6	1	2	التكرار	المجموع	
%100	%40	%42	%12	%2	%4	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي موافق بشدة للفئة العمرية أقل من 25 سنة بنسبة 62,5% واكبر نسبة عند الفئة العمرية من 25 الى 30 سنة هي محايد بنسبة 42,9% وأكبر نسبة للفئة العمرية أكثر من 30 سنة هي موافق بنسبة 100%.

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين فئة أقل من 25 سنة واكثر من 30 سنة وبين فئة من 25 الى 30 سنة في اتجاه هذه العبارة .

نستنتج من خلال الجدول أن طلبة أقل من 25 سنة واكثر من 30 سنة من عينة الدراسة يوافقون وبشدة على ان المقدم يمكنه توصيل المعلومات من خلال إعادة صياغة السؤال بطريقة مبسطة يستطيع فهمها

كل الفئات العمرية من الجمهور ، بينما فئة من 25 سنة الى 30 سنة كانت النسبة الأكبر محايدون ومنهم من كانوا موافقون ومنهم من كانوا معارضون .

ومن هنا نلاحظ أن المقدم لصياغة السؤال بطريقة مبسطة له دور كبير في إيصال المعلومات لكافة الفئات العمرية.

نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة

الجدول رقم (20): يوضح نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة مع متغير السن

المجموع	س36				التكرار	أقل من 25 سنة	السن
	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
32	8	12	12	0	التكرار	من 25 إلى 30 سنة	
%100	%25	%37.5	%37.5	%0	النسبة		
14	0	0	10	4	التكرار	أكثر من 30 سنة	
%100	%0	%0	%71.4	%28.6	النسبة		
4	0	0	4	0	التكرار	المجموع	
%100	%0	%0	%100	%0	النسبة		
50	8	12	26	4	التكرار		
%100	%16	%24	%52	%8	النسبة		

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الأكبر هي محايد ومعارض عند فئة أقل من 25 سنة بنسبة متساوية بلغت 37,5% أما أكبر نسبة لفئة من 25 سنة الى 30 سنة هي معارضون بنسبة بلغت 71,4% أما أكثر من 30 سنة هي الأخرى أكبر نسبة كانت معارض بلغت نسبتها 100%.

بدا هناك توافق بين الفئات العمرية في معارضة نسيان المقدم للنقاط التي قالها الضيوف ولا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين هاته الفئات العمرية.

نستنتج أن كل الفئات العمرية تعارض ولا يجذبون نسيان المقدم للنقاط التي قالها الضيوف وذلك لأنه لن يستطيع إيصال كل المعلومات التي دارت في البرنامج .

ومن هنا نلاحظ أنه على المقدم أن يركز مع ضيوفه ويقوم بتدوين النقاط وعدم نسيان ما يقولونه وذلك من اجل إيصال المعلومات للمشاهد صحيحة وكاملة.

المحور الثاني: تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية

وللاجابة على هذا التساؤل تم وصف نتائج إستجابات الأفراد على المحور فكانت النتائج كالاتي:

الجدول (21) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور "تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج

التلفزيونية"

معيار الحكم تم حسابه على النحو التالي : أعلى درجة 5- أدنى درجة 1 ÷ عدد البدائل أي 5-1/5=0.8

1-1.8منخفض جدا /1.8-2.6منخفض /2.6-3.4 متوسط /3.4-4.2 مرتفع /4.2-5 مرتفع جدا

مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	-1- معارض بشدة	-2- معارض	-3 - محايد	-4 - موافق	-5- موافق بشدة	العبارة
.000 دالة	0.96065	3.6600	01 %02	06 %12.2	10 %20.5	25 %49	08 %16.3	01/ حركات إيماءات جسده
.000 دالة	0.76772	4.6800	00 %00	01 %02	06 %12	23 %46	20 %40	02/ التحلي بمظهر مقبول وجميل
.000 دالة	0.99406	4.4600	00 %00	04 %08	06 %12	24 %48	16 %32	03/ هيئة الجلوس أو الوقوف للمقدم
.016 دالة	1.14446	3.5800	02 %4.1	08 %16.3	12 %24.4	17 %32.8	12 %22.4	04/ قدرة المقدم على توصيل رسالة صامتة من خلال إيماءاته
.000 دالة	0.96129	4.1200	01 %02	03 %06	05 %10	21 %42	20 %40	05/سرعة البديهية والقدرة على التفكير السريع
.000 دالة	1.00285	4.1200	02 %04	02 %04	04 %08	22 %44	20 %40	06/ التأني أثناء الحوار مع الضيوف
.000 دالة	0.87622	4.2600	00 %00	03 %6.1	05 %10.2	18 %36.7	24 %47	07/ المصدقية والشفافية والمرونة
.000 دالة	1.06599	3.9200	01 %02	06 %12	06 %12	20 %40	17 %34	08/ إتقان اللغة العربية إتقاناً تاماً وعدم

								استخدام كلمات أجنبية
.005 دالة	0.87225	3.8800	00 %00	03 %06	13 %26	21 %42	13 %26	09/ مخاطبة الضيوف بأسمائهم
.000 دالة	1.05463	4.1000	04 %08	03 %06	04 %08	20 %40	21 %42	10/ اللباقة في الكلام والقدرة على الإقناع
.000 دالة	1.03510	3.9000	01 %02	05 %10.2	08 %16.3	20 %40.8	16 %30.7	11/ نبرة الصوت
.000 دالة	1.14731	3.5000	03 %06	09 %18	06 %12	24 %48	08 %16	12/ حركات العينين والتأثير في المتحدث
.000 دالة	1.04667	4.0800	04 %04	04 %04	07 %14	18 %36	21 %42	13/ هندام المقدم وتسريحة شعره
	9.387356	52.2000	المجموع					

وللتعرف على مستوى تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية تمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من تطبيق الاستبيان على العينة المؤلفة من (50) وبعد إستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات المحور .

والدرجة الكلية للمحور ومقارنته بمعيار الحكم حيث تبين أن متوسطات درجات أفراد العينة في المحور جاءت كلها مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات المرتفعة بين () أي في المجال المرتفع، وحلت العبارة رقم (02) والتي نصت (التحلي بمظهر مقبول وجميل) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ (4,68) وانحراف معياري قدر بـ (0,76772) تليها العبارة رقم (03) تتحدث عن (هيئة الجلوس والوقوف للمقدم) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4,46) ودرجته (قوي) أما في المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم (07) التي تتحدث عن (المصداقية والشفافية والمرونة) بمتوسط حسابي (4,26) ودرجته (قوي)، وجاءت العبارة رقم (12) والتي نصت على (حركات العينين والتأثير في المتحدث) بمتوسط حسابي قدر بـ (3,5000) ومنحرف معياري قدر بـ (1,14) في المرتبة الأخيرة، أما بالنسبة لدرجة الكلية لمحور تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية فقد بلغت المتوسط الحسابي (4,02) بانحراف معياري قدره (0,99). وعند إجراء المقارنة بين المتوسط الحسابي المتحقق المحسوب مع معيار الحكم نلاحظ أن المتوسط المحسوب ينتمي إلى مجال (4,2-3,4) أي المجال المرتفع.

النتيجة : أي أن درجة تحقق تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية مرتفعة.

النتائج المتعلقة بالاجابة عن السؤال هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية ؟

للاجابة عن السؤال استخدمنا اختبار k^2 وذلك للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والدرجة الكلية في "تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية" تعزى (موافق، موافق بشدة، محايد، معارض، معارض بشدة) والجدول رقم (21) يبين النتائج التي توصلنا إليها.

يتضح من خلال الجدول رقم (21) أن افراد عينة الدراسة موافقون بنسبة كبيرة على العبارة رقم (01) لان محل الدراسة المقدر بـ 50 كلها نسبة (46%) منها كلها صالح لهذه العبارة "موافق".

توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق" لان جمهور الطلبة يركزون على حركاته وإيماءات جسده. أما بالنسبة العبارة رقم (02) فإن أفراد العينة موافقون بنسبة كبيرة على هذه الدراسة بنسبة (46%) من محل الدراسة المقدر بـ (50) جلها لصالح هذه العبارة "موافق"، اذا توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق" لان الجمهور ينجذبون للمقدم الذي يتحلى بمظهر مقبول وجميل وهذا يعكس شخصيته، وبالتالي على المقدم أن يكون ذو مظهر لائق وأنيق.

أما العبارة رقم (03) كذلك أفراد العينة موافقون بنسبة كبيرة على هذه العبارة بنسبة (48%) كلها لصالح "موافق" وبالتالي توجد فروق لصالح "موافق" لان هيئة جلوس أو وقوف المقدم تعطي إنطبعا جيدا على الصحفي.

وأیضا العبارة رقم (04) أفراد عينتها موافقون بنسبة كبيرة على هذه العبارة بنسبة (32,8%) لصالح "موافق" وبالتالي توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق" لان المقدم قادر على توصيل رسالة صامتة من خلال إيماءاته.

كما ان أفراد العينة موافقون بنسبة كبيرة على العبارات رقم (05,06,07) التي كانت نسبتهم تتراوح بين (42، 44,47%) من محل الدراسة المقدر بـ (50) وبالتالي توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق" ذلك لان جمهور الطلبة يرون أن المقدم لديه القدرة على التفكير السريع والثاني أثناء الحوار مع الضيوف وانهم يتميزون بالمصادقية والشفافية والمرونة.

والعبارات رقم (08,09) كذلك توجد فروق لصالح "موافق" لان إتقان المقدم للغة العربية إتقاننا تاما يزيد من نسبة نجاح البرنامج وتواصله مع الجماهير المخاطبة ، كما ان مخاطبة الضيوف باسمهم دليل على اهتمام المقدم بضيوفه.

أما العبارة رقم (10,13) أفراد العينة موافقون بشدة بنسبة (42%) من محل الدراسة المقدره بـ (50) كلها صالح هذه العبارة "موافق بشدة"، اذا توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق بشدة" وبالتالي فإن الجمهور ينجذب من طريقة كلام المقدم ولباقته كما ينجذبون للمقدم بنسبة كبيرة الى هندامه وتسريحة شعره، فالمقدم ذو الهندام الجيد وتسريحة الشعر البسيطة التي تناسب مهنته ولباقته في الكلام وقدرته على الاقناع تزيد من شخصيته وتبين خيرته في مجال الاعلام.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى (0,05) في تقييم الطلبة لمهارات مقدمي البرامج التلفزيونية حسب للعبارات "موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة".

المحور الثالث: المقدم وفن توصيل المعلومات

وللاجابة على هذا التساؤل تم وصف نتائج إستجابات الأفراد على المحور فكانت النتائج كالاتي:

الجدول رقم (22) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور "المقدم وفن توصيل المعلومات"

معيار الحكم

تم حسابه على النحو التالي: أعلى درجة 5- أدنى درجة 1 ÷ عدد البدائل أي 5-1/5=0,8

1-1.8/منخفض جدا /1.8-2.6/منخفض /2.6-3.4/ متوسط /3.4-4.2/ مرتفع /4.2-5/ مرتفع جدا

مستوى الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	-1- معارض بشدة	-2- معارض	-3- محايد	-4- موافق	-5- موافق بشدة	العبارة
.000 دالة	0.91896	3.8200	01 %02	04 %8	8 %16	27 %54	10 %20	01/إمكانية توصيل المقدم للمعلومات من خلال أحاسيسه ومشاعره
.000 دالة	1.10306	3.7400	02 %04	06 %12	08 %16	21 %42	13 %26	02/ تقديم المعلومات بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية
.000 دالة	0.95640	3.9400	02 %04	02 %04	06 %12	27 %54	13 %26	03/ نجاح أو إخفاق المقدم في إيصال المعلومات يتوقف على امكانيته الذاتية والشخصية
.000 دالة	0.95640	3.9400	02 %04	02 %04	06 %12	27 %54	13 %26	04/ تحقيق الانسجام بين المقدم والجمهور يساهم في نجاح البرنامج
.000 دالة	1.33722	4.2600	03 %06	06 %12	03 %06	14 %28	24 %48	05/على المقدم التلفزيوني امتلاك شخصية مناسبة تقنع من يشاهدها على

								الشاشة
.000			03	02	04	19	22	06 / امتلاك المقدم شخصية تتقن التعامل مع الميكروفون والكاميرا
دالة	1.11117	4.1000	%06	%04	%08	%38	%44	
.000			03	03	01	19	24	07 / على المقدم أن يمتلك شخصية واعية لمضمون الرسالة الإعلامية
دالة	1.13137	4.1600	%06	%06	%02	%38	%48	
.000			02	01	06	21	20	08 / القدرة على إعادة صياغة السؤال بطريقة مبسطة
دالة	0.98229	4.1200	%04	%02	%12	%42	%40	
.048			03	09	13	16	09	09 / استخدام تعابير عامة باعتبارها تعابير فصيحة
دالة	1.15864	3.38000	%06	%18	%26	%32	%18	
.000			04	26	12	08	00	10 / نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة
دالة	0.86284	2.4800	%08	%52	%24	%16	%00	
.000			04	04	09	22	11	11 / قدرة المقدم على إيصال رسالة هامة من خلال حديث يربطه بفكاهة
دالة	1.15635	3.6400	%08	%08	%18	%44	%22	
.000			04	05	06	26	09	12 / تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام نعم أو هز الرأس
دالة	1.14089	3.6200	%08	%10	%12	%52	%18	
.072			04	07	10	15	14	13 / الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصا إذا كانوا مشاهير
غير دالة	1.26427	3.5600	%08	%14	%20	%30	%28	
	10.869185	44.940000	المجموع					

وللتعرف على طرق توصيل المعلومات وتحقيق إتصال ناجح مع المشاهد تم معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من تطبيق الاستبيان على العينة المؤلفه من (50) وبعد إستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور ومقارنته بمعيار الحكم، حيث تبين أن متوسطات درجات أفراد العينة في المحور جاءت أغلبيتها مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات المرتفعة () أي في المجال المرتفع وحلت العبارة رقم (05) والتي تنص على (على المقدم التلفزيوني إمتلاك شخصية ومناسبة تقنع من يشاهدها على الشاشة) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ (4,26) وانحراف معياري قدر بـ (1,33)، وجاءت العبارة رقم (13) والتي نصت على (الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصا اذا كانوا مشاهير) بمتوسط حسابي قدره (3,56) وانحراف معياري قدر بـ (1,26)، في حين جاءت العبارة رقم (09) في المجال المتوسط بين (2,6-3,4) التي تنص على (إستخدام تعابير هانية بإعتبارها تعابير فصيحة) بمتوسط حسابي قدر بـ (3,38) وانحراف معياري (1,15) في المرتبة الثاني عشر، ماعدا العبارة رقم (10) فجاءت تقييمها من طرف أفراد العينة في المجال المنخفض بمتوسط حسابي قدر بـ (2,48) وانحراف معياري (0,86)، أما بالنسبة للدرجة الكلية

للمحور فقد بلغت متوسط حسابي (3,6) وانحراف معياري (1,07) وعاد إجراء المقارنة بين المتوسط الحسابي المتحقق مع معيار الحكم.

نلاحظ أن المتوسط الحسابي المحسوب ينتمي إلى (4,2-3,4) أي المجال المرتفع.

النتيجة: أي أن مستوى المقدم وفن توصيل المعلومات مرتفع.

النتائج المتعلقة بالسؤال هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في المقدم وفن توصيل المعلومات

يتضح من خلال الجدول رقم (22) أن أفراد العينة موافقون بنسبة كبيرة على هذه العبارات رقم (01,02,03,04) لان نسبهم (54,42,54,54)%

من محل الدراسة المقدره (50) كلها صالح لهذه العبارة "موافق" ومن فنون المقدم في توصيل المعلومات تكمن في استخدام احاسيسه ومشاعره وادخال إمكانيته الذاتية والشخصية وتقديمه المعلومات بأقصى مايستطيع من التأثير والفاعلية لان ذلك يزيد من نجاح المقدم في إيصال المعلومات وتحقيق الإنسجام بين المقدم والجمهور يساهم في نجاح البرنامج.

يتضح من خلال الجدول رقم (22) ان أفراد العينة موافقون بشدة وبنسبة كبيرة على هذه العبارات (05,06,07) التي كانت نسبهم (48,44,48)% من محل الدراسة المقدره ب (50) كلها لصالح هذه العبارة "موافق بشدة" بالتالي تكون شخصية المقدم التلفزيوني مناسبة تقنع من يشاهدها على الشاشة، كما أنه من فن المقدم لا يصلح المعلومات ان يكون لديه شخصية تتقن التعامل مع الميكروفون والكاميرا وأن يمتلك شخصية واعية لمضمون الرسالة الإعلامية.

أما العبارات رقم (08,09) توجد فروق لصالح "موافق" ان للمقدم القدرة على صياغة السؤال بطريقة مبسطة يفهمها كل من يشاهدها وفي بعض الأحيان يتوجب عليه استخدام تعابير عالمية باعتبارها تعابير فصيحة تساعده في توصيل المعلومات.

أما بالنسبة للعبارة رقم (10) كلها لصالح العبارة "معارض" بنسبة (52)% من محل الدراسة المقدره ب (50) لا توجد بها فروق ذات دلالة احصائية، لان أفراد العينة محل الدراسة لا يجذبون نسيان المقدم للنقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة وعليه أن يركز مع ضيوفه ويقوم بتدوين النقاط وعدم نسيان ما يقولونه وذلك من اجل إيصال المعلومات التي دارت في البرنامج المشاهد صحيحة وكاملة .

والعبارات رقم (11، 12,23) كلها عبارات لصالح العبارة "موافق" والتي كانت نسبهم (44,52,30)% من محل الدراسة المقدره ب (50)

توجد فروق ذات دلالة احصائية لصالح "موافق" لأنه من الفنون يستخدمها المقدم لا يصلح المعلومات أنه يربط حديثه بفكاهة واستعمال "نعم أو هو الراس" حتى يشجع المتحدث على اكمال حديثه لكي يحسسه أنه مهتم بحديثه ومركز معه، وايضا الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصا اذا كانوا مشاهير تعتبر من الفنون المهمة التي تساعد المقدم بشكل كبير في إيصال المعلومات الجمهور .

ومن خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى (0,05) في "المقدم وفن توصيل المعلومات" غير العبارة رقم (10) لا توجد بها فروق ذات دلالة احصائية حسب العبارات "موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة".

المبحث الثالث: مناقشة النتائج

من خلال الدراسة الميدانية وتفريغ استمارة الاستبيان في الجداول الإحصائية وذلك لمعرفة رأي الجمهور في مقدمي البرامج التلفزيونية الجزائرية الخاصة توصلنا إلى مجموعة من نتائج والتي سنعرضها في نقاط على النحو التالي:

أولا: نتائج متعلقة بالإجابة عن السؤال الاول :

كيف يرى جمهور البرامج التلفزيونية المقدمين في القنوات الخاصة؟

أظهرت نتائج التحاليل أن جمهور الطلبة يرى أن مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الخاصة عليهم التحلي بمظهر مقبول وجميل لان مظهر وجمال المقدم يعكس شخصيته لدى الجمهور. كما يروا أن المقدم يمتلك ثقافة واسعة واطلاع تام على آخر المستجدات وإلماما بكل جوانب الموضوع حتى يتمكن من إدارة الحوار بشكل جيد.

توصلت الدراسة إلى أن جمهور الطلبة يرون أن المقدمين يمتلكون الجرأة والشخصية القوية ولا يخشون المواجهة الحوارية ويتحلون باخلاقيات الصحافة من شفافية ومصداقية ومرونة.

وبالنظر الى التحليل الاستبيان نلاحظ ان عوامل مثل موضوع البرنامج ووقت بث البرنامج وقدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون اخذت نسب تحليل عالية، فموضوع البرنامج عنصر مؤثرة في تحقيق رغبات الطلبة . بالنسبة للمشاهدة ياخذ حيزا كبيرا من الاهتمام ذلك انه قد تكون سخونة موضوع البرنامج كفيلة بتحقيق تطلعات جمهور الطلبة .

ثانيا : نتائج متعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني :

ماهي أهم مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة بالنسبة للطلبة؟

أظهرت نتائج التحاليل من خلال وجهة نظر الطلبة أنه يتم تقييم المقدم من خلال مظهره وذلك للموافقة على أكبر نسبة من العينة على ذلك ، أغلبيتها ذكور ، ذلك لان مظهر وجمال المقدم يعكس شخصيته لدى المشاهد ويؤدي وظيفة في رفع درجة الاقناع والثقة به لدى المشاهد ويساعده على إستمرار البرنامج في متابعة البرنامج إلى حد ما.

وإستنتجنا من خلال دراستنا أن فئة أقل من 25 سنة يرون أن المقدم يقيم على هيئة جلوسه ووقوفه بينما كان هناك إختلاف في الرأي بين فئة من 25 سنة الى 30 سنة، إلا ان طريقة جلوس المقدم ووقوفه من أهم المهارات التي ينبغي أن يتحلى بها.

ونستنتج أيضا من هنا أنه يتم تقييم المقدم على لغته وذلك من خلال آراء الطلبة لأن معظمهم وافقوا على تقييمه من خلال إتقانه للغة العربية، أي أنه ملزم على ان يكون متقنا لها إتقانا تاما سليما، وعدم إستعماله للكلمات الاجنبية والتحدث باللغة الأم لكي يفهمها المشاهدين. كما يرى هناك توافق بين الفئات العمرية في إتجاه هذه العبارة بالإتفاق على أنه يتم تقييم المقدم على إتقانه للغة العربية وعدم إستخدام كلمات أجنبية والتحدث باللغة التي يفهمها الجمهور المخاطب حيث أنه يوجد من لا يفهم اللغات الاجنبية.

كما إستنتجنا من خلال دراستنا أن فئة الذكور يركزون على صوت المقدم ويقيمونه عليه، عكس الإناث فإنهم لا يهتمون بنبرة صوت المقدمين، ومن هذا يجب على المقدم أن يمتاز بنبرة صوت جميلة لكي تؤثر على الجمهور.

من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح أن معظم أفراد العينة يوافقون على أن يتم تقييم المقدم أن يكون صاحب هندام جيد وتسريحة شعر بسيطة وانيقة تليق بمهنته لان هندام ومظهر المقدم يلعب دورا في صنع الإعلامي.

لم تتفق نتيجة هذه الدراسة بالنسبة للسؤال الاول لدرجة كبيرة جدا مع نتيجة دراسة قام بها ياسين عبد الكريم من جامعة مُجَّد بوضياف بالمسيلة، حيث اشار الى مهارات مقدمي البرامج في قناة الشروق نيوز، وكان من بين ابرز واهم المهارات المتوصل اليها هي المهارات الفنية والايخراجية عكس دراستنا التي كان ابرز واهم المهارات المتوصل اليها هي مهارات لغة الجسد .

فيما يتعلق بالإجابة عن السؤال الثاني ومرافقه من تحليل من منطق إحصائي أن إحدى المزايا التي يتمتع بها أصحاب المظهر الجميل والمقبول هي قدرتهم على التأثير على الآخرين ، وهذا لا يتفق مع الدلالة الإحصائية التي تركزت في عامل لغة الجسد ، فالناس على إستعداد لان تلبي المطالب الشخصية ذات المظهر الجميل والجذاب وتمثل لاوامره .

كما إتفقت هذه الدراسة مع ما أشارت لها دراسة قام بها "محمود فايز عبد عابد" حيث قام بدراسة عامل لغة الجسد ومهارات التحدث كأهم مهارات في نجاح مقدم البرامج، كما أظهرت وبشكل واضح أن عامل لغة الجسد بما يحتويه من مؤشرات مؤثرة في تلبية رغبات جمهور الطلبة من حيث صوت المقدم، التأثير على عيونه وحركاته بشكل عام يؤدي في النهاية إلى تفضيل مقدم تلفزيوني على آخر. بسبب تأثر الطلبة بالجاذبية الخاصة لكل مقدم التي تظهر جليا في عامل لغة الجسد.

كما أن اللباقة في الكلام والقدرة الفائقة على الاقتناع ونطق الحروف بصورة سليمة وكلها مؤشرات ساعدت بشكل كبير أن يكون عامل مهارات التحدث عنصرا مهما لدى الجنسين من الطلبة نظرا للثقافة التي تميز الجنسين وجعلت ضمن اهم إختيار بين مقدمي هذه القدرات وبين مقدمي البرامج التلفزيونية.

ثالثا : نتائج متعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث

ما هي طرق المقدم في فن توصيل المعلومات وتحقيق إتصال ناجح؟

أظهرت نتائج التحاليل من خلال جمع إستجابات الطلبة حول المقدم وفن توصيل المعلومات بها الجماهير هي أن يستعمل أحاسيسه ومشاعره خلال تقديمه للمعلومات .

كما أظهرت نتائج دراستنا وحسب رأي أغلبية العينة أن المقدم يستطيع أن يوصل الأفكار والمعلومات بأقصى مايستطيع من التأثير والفاعلية ، كما إستنتجنا أيضا أن نجاح أو إخفاق المقدم في إيصال المعلومات يتوقف على إمكانتيه الذاتية والشخصية .

أوضحت نتائج التحاليل أن تحقيق الإنسجام بين المقدم والجمهور يساهم في نجاح البرنامج وذلك من خلال خبيرته في مجال التقديم التلفزيوني وحضوره الشخصي الذي يؤثر في المشاهد .

ومن فنون توصيل المعلومات للمقدم إمتلاكه لشخصية تتقن التعامل مع الميكروفون والكاميرا وأن تكون واعية لمضمون الرسالة الإعلامية .

كما إستنتجنا أن إعادة صياغة السؤال بطريقة مبسطة لها دور كبير في إيصال المعلومات للجمهور، وأن لاينسى النقاط التي قالها الضيوف وتدوينها والتركيز معهم وذلك من أجل إيصال المعلومات للمشاهد صحيحة وكاملة .

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة رأي جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة، وذلك من خلال الاجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة، حيث نستنتج أن القنوات الخاصة تشهد تنافسا شديدا بينها من أجل إستقطاب أكبر للجمهور، والبحث على ما يستحسنه ويثير إنتباهه واعجابه من جميع الجوانب خاصة الفنية والإخراجية والجمالية منها واستطاعت فعلا أن تؤثر في عدد كبير من الجمهور، حيث إحتوت هذه القنوات الفضائية الخاصة على برامج تلفزيونية وامتلاك هذه البرامج مقدمين ذوي خبرة وكفاءة ، يقومون على تلبية طلبات الجماهير بروح من الصدق والمسؤولية . فمقدم البرنامج من السهل أن يظهر ويتكلم أمام الكاميرا ويتحدث عبر الميكروفون كي يسمعه آلاف المستمعين، ولكن من الصعب عليه أن يبقى أولئك المستمعين منتمين إليه أبدا الدهر.

ويتميز مقدمي البرامج بمهارات فنية ذات مستوى معين، كمهارة التحدث والكلام، إلى جانب إهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بالديكور وتصميم إستديوهات البرامج بمقاييس عالية وعالمية، وإلى جانب المضمون والأداء الإعلامي المتميز للقنوات الخاصة الجزائرية وقناة البلاد TV كانت نموذج مميز، هذا لقي إستحسان الجمهور وساهم بكل تأكيد في جذب المتابعين خاصة جمهور الطلبة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب:

1. إبراهيم مروان عبد المحيد، "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية"، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000.
2. ابن منظور، "لسان العرب المحيط"، دار لسان العرب، بيروت، ج 6، 1988.
3. أنجرس موريس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية تدريبات علمية"، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2004.
4. بن حرف الله الطاهر وآخرون، "الوسيط في الدراسات الجامعية"، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002.
5. بن مرسللي أحمد، "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، ط 4، 2003.
6. جاد وسامية أحمد علي، "البرامج الثقافية من الراديو والتلفزيون"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
7. الجفيري محمد حسن، "البرامج الإذاعية والتلفزيونية"، دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع.
8. حجاب منير، "المعجم الإعلامي"، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2004.
9. الزيدي أحمد وآخرون، "دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته"، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013.
10. الشميمري فهد بن عبد الرحمان، "التربية الإعلامية" دار إقرأ الدولية، مصر، ط1، 2001.
11. الظاهر عبد الله فتحي، وعلي أحمد خضر المعماري، "أثر القنوات الفضائية في القيم الإجتماعية والسياسية"، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
12. عبد الحميد محمد، "دراسة الجمهور في بحوث الإعلام"، علم الكتب، القاهرة، د، ط، 1993.
13. عبد النبي سليم، "الإعلام التلفزيوني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
14. عبيدات محمد وآخرون، "منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار النشر، عمان، 1999.
15. عيسى نھلى، "الايخراج الازاعي والتلفزيوني"، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
16. عيسى نھلى، "التقديم والإلقاء الإذاعي والتلفزيوني"، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
17. القندليجي عامر إبراهيم، "البحث العلمية وإستخدام مصادر المعلومات"، دار النشر، عمان، ط1، 1999.

18. محمود فاروق ناجي، "البرنامج التلفزيوني كتابة ومقومات نجاحه"، دار الفجر للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007.
19. محمدي سرحان علي، "مناهج البحث العلمي"، دار الكتب، صنعاء، ط3، 2019.
20. مسلماني جواد علي، "البرامج التلفزيونية والدور الثقافي القنوات الفضائية"، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016.
- ثانيا: المذكرات:**
21. بعزيز إبراهيم، "مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2014.
22. حراق بن بريك، "فن اللقاء في ضوء عملية التواصل"، مقارنة لسانية للخطب المنبرية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، 2012.
23. شريف عبد اللطيف، عبد الغني حاج مبارك، "إتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الاخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة" قناة النهار نموذجا، شهادة لنيل الماستر الأكاديمي في الاعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2017.
24. شلواش صليحة، "واقع إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي"، دراسة ميدانية في جريدة الشروق الجمهوري، أطروحة لنيل شهادة الماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.
25. عابد محمود فايز عيد، "مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الاردنية"، قناتي الجزيرة والعربية نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009.
26. العزاوي نور نوري، "المسؤولية الجزائرية لمقدم البرامج التلفزيونية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، جامعة الشرق الأوسط، 2021.
27. قسايسية علي، "المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي"، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995-2006) أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، 2007.

28. وثلجي إلهام ، " الصحافة الالكترونية الجزائرية وإتجاهات القراء " ، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، تخصص قياس جمهور وسائل الإعلام، جامعة الجزائر (3)، 2011.

29. ياسين عبد الكريم، "مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية ومدى نجاحها في إستمالة جمهور الطلبة"، قناة الشروق الاخبارية News نموذجاً"، دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة مُجَد بوضياف بالمسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال:تخصص إتصال وعلاقات عامة، 2016.

ثالثا:مجلة:

30. مراح سعيد، مُجَد قارش، "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، ع 39,2017.

رابعا: موقع إلكتروني:

31. <https://um.m.wikipedia.org> 25/05/2022. 10:15

الملاحق

الملحق رقم 01

جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة

استمارة الاستبيان

تحية طيبة، وبعد:

نضع بين يديك الاستبيان لإعداد مذكرة تخرج بعنوان: "جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية فالقنوات التلفزيونية الخاصة (قناة البلاد نموذجا) نأمل تعاونكم بقراءة متأنية لهذه الاستبانة، ونرجو التكرم بمراعاة الأمور التالية:

□ قراءة كل عبارة من العبارات واختيار الإجابة المناسبة برأيك.

□ الإجابة عن جميع الفقرات دون ترك أية فقرة من غير إجابة.

ملاحظة: ان جميع المعلومات الواردة سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.

مع خالص الشكر والتقدير

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
 2_ السن : أقل من 25 سنة من 25 الى 30 سنة أكثر من 30 سنة
 3-الحالة الاجتماعية : أعزب متزوج مطلق

المحور الاول : عادات وانماط مشاهدة الجمهور لبرامج قناة البلاد Tv

هل تشاهد قناة البلاد Tv

دائما احيانا

هل تتابع البرامج التي تبثها قناة البلاد Tv

دائما احيانا نادرا

اين تفضل مشاهدة برامج قناة البلاد Tv

المنزل في الاقامة الجامعية المقهى

ماهي الفترة التي تفضل فيها مشاهدة قنوات البلاد tv

الفترة الصباحية الظهيرة الفترة المسائية الفترة الليلية

ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة قناة البلاد(tv)

اقل من ساعة من ساعة الى ساعتين من ساعتين فأكثر

ما نوع البرامج التي تفضل متابعتها في قناة البلاد tv

النشرات الإخبارية البرامج الحوارية البرامج الثقافية المقابلات

غايتك من مشاهدة هذه البرامج

ملء وقت فراغك الاطلاع على آخر المستجدات التفاعل والتعبير عن الرأي

سبب متابعتك لبرامج البلاد التي تشاهده

من اجل مقدم البرامج من خلال محتوى البرنامج من اجل مصداقية البرنامج

المحور الثاني : يتم تقييم مقدمي البرامج التلفزيونية من خلال :

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1 حركات ايماءات جسده
					2 التحلي بمظهر مقبول وجميل

الملاحق

					3 هيئة الجلوس او الوقوف للمقدم
					4 قدرة المقدم على توصيل رسالة صامته من خلال ايماءاته
					5 سرعة البديهية والقدرة على التفكير السريع
					6 التأني أثناء الحوار مع الضيوف
					7 المصدقية والشفافية والمرونة
					8 إتقان اللغة العربية إتقاننا تاما وعدم استخدام كلمات اجنبية
					9 مخاطبة الضيوف بأسمائهم
					10 اللباقة في الكلام والقدرة على الإقناع
					11 نبرة الصوت
					12 حركات العينين والتأثير في المتحدث
					13 هندام المقدم وتسريحة شعره

المحور الثالث : المقدم وفن توصيل المعلومات

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					1 امكانية توصيل المقدم للمعلومات من خلال احساسه ومشاعره
					2 تقديم المعلومات بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية
					3 نجاح أو اخفاق المقدم في ايصال المعلومات يتوقف على امكانيته الذاتية والشخصية
					4 تحقيق الانسجام بين المقدم والجمهور يساهم في نجاح البرنامج
					5 على المقدم التلفزيوني امتلاك شخصية مناسبة تقنع من يشاهدها على الشاشة
					6 امتلاك المقدم شخصية تتقن التعامل مع الميكروفون والكاميرا

الملاحق

					7 على المقدم ان يمتلك شخصية واعية لمضمون الرسالة الاعلامية
					8 القدرة على اعادة صياغة السؤال بطريقة مبسطة
					9 استخدام تعابير عامية باعتبارها تعابير فصيحة
					10 نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة
					11 قدرة المقدم على اوصول رسالة هامة من خلال حديث يربطه بفكاهة
					12 تشجيع المتحدث على اكمال حديثه باستخدام نعم او هز الرأس
					13 الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصا اذا كانوا مشاهير



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Dean'ship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

محمود هادي البراح مع التلفزيونية في القنوات الجزائرية
الخامسة "قناة البلاد TV نموذج"

إعداد الطلبة:

- 1- قرينشي ياسمين رقم التسجيل: 171735080678
 - 2- مبار حمتل رقم التسجيل: 171735080673
- القسم: علوم الاتصال والأصول الشعبية:
إشراف: عبد الحامد صاوي الرتبة: دكتور

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الأستاذ (المشرف):
الموافق: عبد الحامد صاوي
رئيس القسم

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





الكلية
العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022

تصريح شرعي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضى أدناه :

السيد(ة) : يدار حنال

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث وانم) : طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2010 89 112

الصادرة بتاريخ : 19/02/2017 عن دائرة : المسيلة

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علم الإعلام والإتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 30665073171

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة، مكتوراد)

عنوانها: تصور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات
الجزائرية الخاصة: "قناة لبلاد" نموذجاً

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه

المسيلة في: 2022/06/08

امضاء المعنى (ة): mf

المسيلة في: 2022/06/08



المرجع: القرار رقم: 555 المؤرخ في: 26/03/2017 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



الكلية
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نفاية العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022

تصريح شرقي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناد :

السيد(ة) : قريشي ياسمينية .

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث داعم) : طالبة .

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 207908841

الصادرة بتاريخ : 22/05/2022 عن دائرة المسيلة .

المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والإتصال

تخصص الإتصال وملاقات عامة تحت رقم التسجيل: 171735080678

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة، مكتوراه)

عنوانها: جمهور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية

الخاصة "قناة البلاد TV" نموذجيا .

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلا

المسيلة في: 08/06/2022

امضاء المعنى (س):

المرجع، القرار الوزاري رقم، 933 المؤرخ في 20/06/2017 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى دور مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة في إستمالة الجمهور وقد إتخذنا قناة البلاد TV نموذجاً لدراستنا.

تم إستخدام المنهج المسحي الوصفي وصممنا إستمارة إستبيان كأداة من أدوات المنهج وكان ترتيب بناء الاستمارة على النحو التالي:

الجزء الأول يحتوي على البيانات الشخصية والجزء الثاني يحتوي على ثلاث محاور:

الأول تضمن عادات وأنماط المشاهدة لدى أفراد العينة لقناة البلاد tv.

والثاني تضمن أهم مهارات مقدمي البرامج حسب الجمهور، والثالث إحتوى على المقدم التلفزيوني وكيفية فن توصيل المعلومات.

وقد إستعنا في دراستنا بالعينة الغرضية أو الصدفة وبلغ عدد الإستبيانات الموزعة 50 إستبانة واستلمنا الرد 50 إستبانة صالحة للدراسة.

كما تطرقنا في دراستنا إلى الإطار المنهجي وثلاث فصول نظرية الأول يتمحور حول جمهور وسائل الإعلام والثاني تضمن مقدمي البرامج التلفزيونية والفصل الثالث أخذنا فيه ماهية القنوات الجزائرية الخاصة.

والإطار التطبيقي خصص للدراسة الميدانية حيث جرت فيه معالجة البيانات التي تحصلنا عليها وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن يكون للمقدم مظهر لائق وأنيق ، لأن مظهر مقدم التلفاز يؤدي وظيفة في رفع درجة الاقناع والثقة به ولدى المشاهد ويساعده على الإستمرار في متابعة البرنامج إلى حد ما.
- أن نجاح أو إخفاق المقدم يتوقف على إمكانيته الذاتية والشخصية.

Résumé de l'étude :

Cette étude visait à le rôle de présentateurs de programmation de télévision qui influent sur le succès des présentateurs de logiciels de chaîne privées algériennes à l'égard d'attirer et de séduire un public d'étudiants. et nous avons pris chaîne de "Bilad TV" un modèle pour notre étude .

La méthode d'enquête descriptive à été utilisé, et nous avons conçu questionnaire en tant qu'outil de méthode, l'ordre de construction du formulaire était comme suit :

Première partie contient des données personnelles et la deuxième partie contient sur trois axes :

La première inclus des habitudes et des modes de visualisation des membres de l'échantillon pour le canal "Bilad TV " et la deuxième il comprend les compétences les plus importants des présentateurs de programme selon le public , et la troisième contient un présentateurs de télévision, et comment communiquer l'information.

Nous avons utilisé dans notre étude échantillonnage intentionnel et le nombre de questionnaire distribués 50 résolution et nous avons reçu la réponse 50 résolution valable pour étude, comme nous avons également abordé dans notre étude le cadre méthodologique, et trois chapitres théorique la première il est centré sur l'audience des médias et la deuxième comprenait des présentateurs de télévision, et la troisième chapitre nous l'avons pris les chaînes privées algériennes.

Et le cadre pratique est consacré à l'étude de terrain ou les données nous avons obtenus ont été traités et nous avons atteint un ensemble de résultats, dont les plus importants sont :

Le présentateur doit avoir une apparence décent et élégant, parce que l'apparition du présentateur de télévision, et remplit une fonction en augmentant le degré de persuasion et de confiance, il a le spectateur et l'aide à continuer dans le cadre du suivi du programme dans le mesure où le succès ou l'échec de la soumission dépend des capacités personnalisé.