

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية

رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية"

"قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً"

**"The Skills of Presenters in the Satellite Television Channels
and Their Success in Satisfying the Students Needs in
Jordanian Universities"**

"Al Jazeera and Al Arabia Channel Model"

إعداد

محمود فايز عبد عابد

إشراف

الدكتور إبراهيم أبو عرقوب

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كانون أول / 2009

تفويض الجامعة

أنا محمود فايز عبد عابد

أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو
المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: محمود فايز عبد عابد

التوقيع:

التاريخ: 2009 / /

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة، وعنوانها: " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية - قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً - ".
أجيزت يوم بتاريخ: / / 2009م

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة

.....

د. إبراهيم أبو عرقوب / مشرفاً ورئيساً للجنة

أستاذ مشارك

.....

أ.د. حميدة سميسم / عضواً

أستاذ دكتور

.....

د. عبد الرزاق الدليمي / عضواً

أستاذ دكتور

.....

أ.د. تيسير أبو عرجة / عضواً خارجياً

أستاذ دكتور

الشكر والتقدير

قال الله تعالى: "وما بكم من نعمة فمن الله" سورة النحل / الآية 53

أشكر الله تعالى على منحي تاجاً مرصعاً بجواهر العلم، من خلال إتمامي هذه الرسالة

التي أسأله تعالى أن تكون مناراً لي وللآخرين

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير، ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله" ..

أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذي الفاضل الدكتور إبراهيم أبو عرقوب، لجهوده الطيبة

في إتمام هذه الدراسة والإشراف عليها.

وأشكر أعضاء لجنة المناقشة: الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة، والأستاذة الدكتورة

حميدة سميسم، والأستاذ الدكتور عبدا لرزاق الدليمي، والدكتور إبراهيم أبو عرقوب.

وأشكر كل من ساهم في إتمام هذا العمل، من طلبة الجامعات الأردنية الذين وزعت

عليهم الاستبانات وقدموا من وقتهم الشيء الثمين، ولإدارات تلك الجامعات ومدرسيها الذين

تعاونوا لإتمام عملية جمع البيانات.

الإهداء

أتشرف في أن أقدم هذا الجهد العلمي إهداء لوالدي الكرام ..

أبي الذي تعجز الكلمات عن وصف ما قدم لي من مصابيح مضيئة في طريق حياتي، من
عصامية ورباطة جأش وإصرار على الوصول إلى الهدف مهما كانت الطريق مليئة
بالعقبات.

أمي التي لا غنى لي عنها، وببركة دعائها يفتح الله الأبواب المغلقة.

أهلي جميعا كل إخواني وأخواتي.

ولكل من اتخذ من العلم طريقاً ينير به ظلمات الآخرين

ألف تحية واحترام

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	تفويض الجامعة
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ك	قائمة الأشكال
ل	قائمة الملاحق
م	الملخص باللغة العربية
س	الملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
2	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	أسئلة الدراسة
5	فرضيات الدراسة
6	أهمية الدراسة ومبرراتها
7	مصطلحات الدراسة
9	محددات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
11	المبحث الأول: الاتصال الإنساني وموقع لغة الجسم منه في البرامج التلفزيونية
35	المبحث الثاني: التلفزيون كوسيلة اتصال
57	الدراسات السابقة
الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها	
65	منهجية الدراسة
66	مجتمع الدراسة
66	عينة الدراسة
67	أداة الدراسة
67	صدق أداة الدراسة
68	ثبات أداة الدراسة
68	تعديل المقياس

69	متغيرات الدراسة
69	إجراءات الدراسة
70	المعالجة الإحصائية
الفصل الرابع: التحليل الإحصائي	
71	عرض النتائج
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	
101	مناقشة النتائج
116	التوصيات
119	قائمة المراجع والمصادر
125	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
1.	أعداد الطلاب في الجامعات	66
2.	توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجامعات	66
3.	لتكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الجنس	71
4.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الفئة العمرية	71
5.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير نوع الجامعة	72
6.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير اسم الجامعة	72
7.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية	73
8.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير التخصص	73
9.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير مع من تسكن	74
10.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير المشاهدة وامتلاك جهاز تلفاز وجهاز استقبال رقمي	75
11.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير مكان مشاهدة التلفاز	75
12.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير القناة التي تشاهد	76
13.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة يوميا للمحطات الفضائية العربية	76
14.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الفترة المفضلة للمشاهدة	77
15.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير لماذا تفضل وقت المشاهدة في الفترة التي اخترتها سابقاً	77
16.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال	78
17.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير البرامج المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة	78
18.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير سلوك الفرد أثناء مشاهدة التلفاز	79
19.	التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة	79
20.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجالات المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقا للمشاهدين الطلبة في الجامعات الأردنية	80
21.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال لغة الجسد كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون	81
22.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات الاستماع كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون	82
23.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات التحدث كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون	83
24.	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات العوامل الفنية المهمة كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون	84

85	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t والدلالة الإحصائية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس	.25
86	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر	.26
87	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر	.27
87	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر	.28
88	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر	.29
89	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر لمجال مهارات الاستماع	.30
89	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر	.31
90	التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (t) للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير نوع الجامعة	.32
91	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن	.33
92	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن	.34
93	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان المشاهدة	.35
95	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان مشاهدة التلفاز	.36
96	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير القناة الفضائية التي تشاهدها	.37
97	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير القناة الفضائية التي تشاهدها	.38
97	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز	.39
98	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز	.40
99	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده	.41

100	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده	.42
101	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده	.43
102	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة	.44
103	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة	.45
104	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير أثناء المشاهدة	.46
105	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير أثناء المشاهدة	.47
106	التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الهدف من المشاهدة	.48
107	نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الهدف من المشاهدة	.49
108	نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي تبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الهدف من المشاهدة	.50

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل-رقم الشكل
13	أشكال الاتصال الإنساني	1-1
22	مراحل عملية الاتصال	2-1
25	عناصر الاتصال	3-1
27	أهداف الاتصال	4-1
32	الاتصال الجماهيري	5-1

قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	رقم الملحق
125	تحكيم الاستبانة	1
126	الاستبانة بصورتها النهائية	2
133	خلاصة إحصائية عن التعليم العالي	3

" مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور

الطلبة في الجامعات الأردنية - قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً - "

إعداد

محمود فايز عبد عابد

إشراف

الدكتور إبراهيم أبو عرقوب

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجذب جمهور الطلبة من الجامعات الأردنية .

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي، حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة مسحية من الطلبة في الجامعات الأردنية.

تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات المسجلين بالجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، جامعة البتراء، وجامعة الشرق الأوسط، والمسجلين للفصل الأول من العام 2009، وتكونت عينة الدراسة من (526) طالباً .

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1 أن أبرز العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل مهارات التحدث ومهارات عوامل فنية مهمة بدرجة عالية، أما لغة الجسد ومهارات الاستماع بدرجة متوسطة.

2 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المتوسطات الحسابية لمجالات (لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس.

3 هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمجال لغة الجسد ومجال مهارات الاستماع ومجال عوامل فنية ومهمة كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية (من 24- 35 سنة).

4 وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المتوسطات الحسابية في مجالات الدراسة الأخرى (مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير نوع الجامعة.

5 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن، ومتغير مكان مشاهدة التلفاز، ومتغير القناة التي تشاهدها، ومتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز، ومتغير البرامج المفضلة للمشاهدة، ومتغير أثناء المشاهدة.

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية، طلبة الجامعات الأردنية، قناة الجزيرة، قناة العربية، مقدمي البرامج.

**"The Skills of Presenters in the Satellite Television Channels and
Their Success in Satisfying the Students Needs in Jordanian
Universities"**

"Al Jazeera and Al Arabia Channel Model"

Prepared by

Mahmoud Fayez Abed A' bed

Supervised by

Dr. Ibrahim Abu-Argoub

Abstract

This study aims at investigate the factors affecting the success of the presenters of television programming in terms of attracting the audience of students from Jordanian universities.

This study is based on the descriptive approach, where a questionnaire has been done and distributed to number of students as a survey for students at Jordanian Universities.

The population consisted of all male and female students enrolled in the University of Jordan, Yarmouk University, the University of Petra and the University of the Middle East, and who are registered in the first semester of 2009; sample consisted of (526) students.

The Study concluded that:

1. the most significant factors affecting the success of the presenters of television programs, according to the audience of students in the Jordanian universities are the speaking skills and the skills of technical factors which are highly important, while the body language and the listening skills were moderately important.
2. There are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) in the arithmetic means of the areas (body language, speaking

skills, and important technical factors) as factors that influence the success of the presenters of TV programs according to the variable of sex.

3. There are statistically significant differences in the area of body language, listening skills and important technical factors as factors that influence the success of the presenters of TV programs according to the variable of age for the benefit of the age category (from 24 - 35 years).

4. there are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) in the arithmetic means in other fields of study (listening skills, speaking skills, and important technical factors) as factors that influence the success of the presenters of TV programs according to the variable of the type of university.

5. There are no statistically significant differences in the factors influencing the success of the presenters of TV programs according to the variable of the place of residence, the variable of the place of watching TV, the variable of the channel being watched, the variable of the number of hours of watching TV, the variable of favorite programs for watching, and the variable during watching.

Keywords: satellite channels, students of Jordanian university, Al-Jazeera, Al Arabia, the TV presenters of programs.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة:

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

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

ويتخذ الاتصال أشكالاً عدة. فيكون تارة على مستوى شخصي ترى الفرد فيه يناجي نفسه متفكراً حاسباً متأملاً. وتارة يكون مع إنسان آخر وجهاً لوجه يتحاور معه مختصراً مسافات البعد والغربة التي تفصله عنه، محاولاً تقريبه إلى عالمه، ساعياً إلى الاقتراب من عالمه. وتارة أخرى يكون جماهيرياً عبر وسيلة إعلامية مثل الصحف أو الإذاعة والتلفزيون، حيث يقوم المرسل (المقدم) ببث رسائل اتصالية علنية بهدف التأثير على الجمهور إيجابياً أو سلبياً. (الموسى، 2003، ص 16).

إن الهدف الرئيسي للمقدم في التلفزيون، هو أن ينقل معلومات وأفكار وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية. وإذا كان ذلك هو دور المقدم

كقائم بالاتصال، فإن نجاحه في هذه المهمة أولاً وأخيراً يعتمد على إمكانياته ومهاراته الشخصية.

إن الاتصال الناجح أو الفعال لا يمكن أن يتحقق للمقدم إلا إذا كانت له شخصية فريدة ومتميزة تتضح وتتجلى من خلال أسلوبه في عرض رسائله وتقديمها . (شليبي، 1993، ص105) ولذلك فإنه من المهم أن يتم البحث في المهارات التي يتوجب على المقدم التلفزيوني إتقانها، من أجل المساعدة في جذب انتباه المشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية .

ولكي يتحقق الوصول إلى رغبات المشاهدين بالنسبة لاختيار القناة، أو البرنامج التلفزيوني، فإنه لابد من تحديد عدة عوامل تتعلق بقدرة المقدم التلفزيوني على احترام التعامل مع المعدات التقنية مثل الكاميرا والميكروفون، إضافة إلى التدريب على فنون عمليات الاتصال بنوعيه اللفظي وغير اللفظي .

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الإخباري، أو سعيها للوصول إلى الحقيقة، أو أن هناك عوامل أخرى تتعلق بجاذبية بعض مقدمي البرامج في القناة ومهاراتهم الذاتية؟

مشكلة الدراسة:

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

ومن هنا فإن نجاح المقدم التلفزيوني في بعث رسالته لجمهور المتلقين بطريقة صحيحة بحيث يُحقق من خلالها هدف عملية الاتصال يتطلب قدرته على التحكم بحركاته وإيماءاته وطريقة كلامه ونظراته والكثير من لغة جسده . (عبد الملك، 2004، ص 5)

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

يحاول البحث الوصول إلى الخصائص أو المهارات التي لا بد من توفرها في مُقدم البرامج التلفزيوني، والتي تجعل منه شخصية مشهورة وجذابة، لأنها جزء من قدرات الإنسان نفسه التي قد يمتلكها وقد لا يمتلكها، وبعضها خصائص لا يمكن للإنسان أن يتعلمها وإن كان يمكن تنميتها وتطويرها من خلال التدريب والممارسة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مُقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجمهور الطلبة من الجامعات الأردنية. كما أنها تسعى لمعرفة العناصر التي تتعلق بالنجاح الذي يحققه مُقدمو برامج التلفزيون في كسب جمهور المشاهدين، وهي خصائص شخصية لمُقدمي البرامج، محتوى الرسالة، وقت البرنامج، الهدف من المشاهدة، وأخيراً الجمهور. وبالنهاية فإن الدراسة سوف تُجيب عن التساؤلات التي تطرحها، كما ستقوم بطرح توصيات من أجل تحسين مهارات مُقدمي برامج التلفزيون.

أسئلة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف العناصر التي تؤثر في نجاح مُقدمي برامج التلفاز في فيما يتعلق بجمهور الطلبة من الجامعات الأردنية. ولتحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في

الجامعات الأردنية؟

2- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الشخصية

للطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)؟

3- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لأنماط المشاهدة لدى

الطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات

المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من

المشاهدة)؟

فرضيات الدراسة:

1- هناك عوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في

الجامعات الأردنية.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في العوامل المؤثرة على

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع

الجامعة، مكان السكن).

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في العوامل المؤثرة على

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تعزى لأنماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في

الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار

البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة).

أهمية الدراسة:

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

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

أمل أن تقدم هذه الدراسة إسهاماً في علم وسائل الاتصال خاصة في العالم العربي. فالكثير من مقدمي برامج التلفاز بذلوا جهودهم للنجاح ولإثبات أنفسهم ولم يكن لديهم أي مراجع أو دراسة حول الأدوار التي لا بد أن يقوموا بها ليظهروا بشكل أفضل. ستفتح هذه الدراسة خطوطاً جديدة في التفكير بالعوامل والخصائص المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون.

(Dina Farouk, 2003, 15)

مصطلحات الدراسة:

الشخصية: يرى بيرت أن الشخصية (هي ذلك النظام الكامل من الميول والاستعدادات الجسمية والعقلية، الثابتة نسبياً، التي تعدّ مميّزاً خاصاً للفرد، والتي يتحدد بمقتضاها أسلوبه الخاص في التكيف مع البيئة المادية والاجتماعية) (بيرت، 1973، ص 17).

الاتصال: يعرف قاموس أوكسفورد الاتصال بأنه : (نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات - بالكلام أو الكتابة أو بالإشارات - ويتم تبادل المعلومات أو الأفكار بين مرسل ومستقبل أو بين مرسل ومستقبلين. فعندما نتكلم نريد من يسمعنا وعندما نكتب نريد من يقرأ لنا وعندما نستخدم الإيماءات والابتسامات نريد من يستقبلها ويستجيب لها بإيماءات مماثلة) (أبو عرقوب، 2005، ص 17).

مقدم البرنامج: هو الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية إلى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة . (شليبي، 1993، ص 15)

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

المهارات : هي السلوكيات والمهارات الشخصية والاجتماعية اللازمة للأفراد للتعامل بثقة واقتدار مع أنفسهم ومع الآخرين ومع المجتمع ، وذلك باتخاذ القرارات المناسبة والصحيحة وتحمل المسؤوليات الشخصية والاجتماعية ، وفهم النفس والغير وتكوين علاقات إيجابية مع الآخرين وتفاذي حدوث الأزمات والقدرة على التفكير الابتكاري . (عبدالرازق مختار، 2006،

الجمهور : الجمهور هو ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو إيديولوجية. (عبد الحميد محمد، 1993، ص 16)

لغة الجسد : لغة قائمة بحد ذاتها، لها نماذجها المعبرة والمستقلة عن لغة اللسان وان ترافقت معها في كثير من الأحيان. يستعمل الناس الإشارات والحركات الجسدية إما كمرادف لما يقولونه شفويا، وإما لإثارة الشك والريبة، أو لإخفاء شعور باطني، أو للإيحاء باتجاه معين. وبشكل عام يمكن تصنيف لغة الجسد في بابين: الوضع الذي يتخذه الجسد ككل أثناء عملية التفاعل بين الناس، ومن ثم عالم الحركات والإشارات الجسدية الواسع. (فؤاد الخوري، 2000، 19)

الاتجاهات : يُعرف الدكتور **أحمد عبد اللطيف وحيد** الاتجاه بأنه: "أسلوب منظم منسق في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة". (وحيد، 2001 ص: 40)

محددات الدراسة:

اقتصرت الدراسة على إطار الأهداف التي سعت لتحقيقها، حيث حددت نتائج البحث

وفقاً لاستبانة تم تصميمها، وبناء على ذلك التزم الباحث بالمحددات التالية:

الحد المكاني: تم توزيع استبانة خدمت الدراسة على طلبة بعض الجامعات الأردنية وهي:

- الجامعة الأردنية

- جامعة البتراء

- جامعة اليرموك

- جامعة الشرق الأوسط

الحد البشري: اقتصرت الدراسة على عينة عشوائية لدراسة آراء الطلبة واتجاهاتهم حول مُقدمي

برامج قناتي الجزيرة والعربية، من طلبة جامعيين بمختلف المراحل الدراسية.

الحد الزماني: الفصل الأول لعام 2009.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول

الاتصال الإنساني وموقع لغة الجسم منه في البرامج التلفزيونية

المقدمة:

يقوم مقدمو البرامج بدور مهم في إنجاح برامج التلفاز وبالتالي نجاح القناة في تحقيق نسبة عالية من جمهور المشاهدين، ويظهر ذلك من خلال أدائهم الصوتي وحركاتهم مع الكاميرا وتعبيرات وجوههم ومظهرهم الجسماني.

إن المتتبع لنظريات الاتصال وأساليب التأثير سيجدها تتداخل مع بعضها وتدور في حلقة دائرية، ما يهمننا من تلك النظريات نظرية الاختلافات الفردية التي تبدو هي الأقرب نظراً للدور المهم الذي تُظهره هذه النظرية في تبيان أن الأفراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي، وعلى ذلك فالأفراد من المفترض أن يستجيبوا بشكل مختلف للمثير أو المنبه. وعليه فإن هذه الدراسة حول دور شخصية مُقدمي برامج الأخبار في جذب اهتمام جمهور المتلقين من الطلبة إنما تُعنى بشكل مباشر بتحليل دور الاختلافات الفردية في بزوغ مُقدمي برامج أكفاء.

(محمود إسماعيل، 2003، 247)

الاتصال:

هناك تعريفات عدة للاتصال هي :

يعرف قاموس أوكسفورد الاتصال نقلاً عن د. أبو عرقوب بأنه : (نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات - بالكلام أو الكتابة أو بالإشارات - ويتم تبادل المعلومات أو الأفكار بين مرسل ومستقبل أو بين مرسل ومستقبلين. فعندما نتكلم نريد من يسمعنا وعندما نكتب نريد من يقرأ لنا وعندما نستخدم الإيماءات والابتسامات نريد من يستقبلها ويستجيب لها بإيماءات مماثلة) (أبو عرقوب، 2005، ص17).

يرى الموسى أنّ : الاتصال هو عملية نفسية اجتماعية قائمة على تبادل الرموز الدلالية بين طرفين في وضع اجتماعي بهدف تحقيق آثار محددة (الموسى، 2003، ص20).

عرف (ستيفنز) الاتصال - في علم النفس - بأنه : " استجابة الكائن الحي المميز إزاء محرض " (عبد الحميد، 1991، ص5)

عرفه التربوي (جون ديوي) نقلاً عن النمر بأنه : عملية مشاركة في الخبرة بين شخصين أو أكثر حتى تعم الخبرة وتصبح مشاعاً بينهم، ويترتب عليه حتماً إعادة تشكيل المفاهيم والتصورات السابقة وتعديلها لكل طرف من الأطراف المشتركة في هذه العملية (النمر، 1996، ص11)

نلاحظ في هذا التعريف أن النتيجة المترتبة على الاتصال، هي إعادة تشكيل المفاهيم والتصورات وتعديلها.

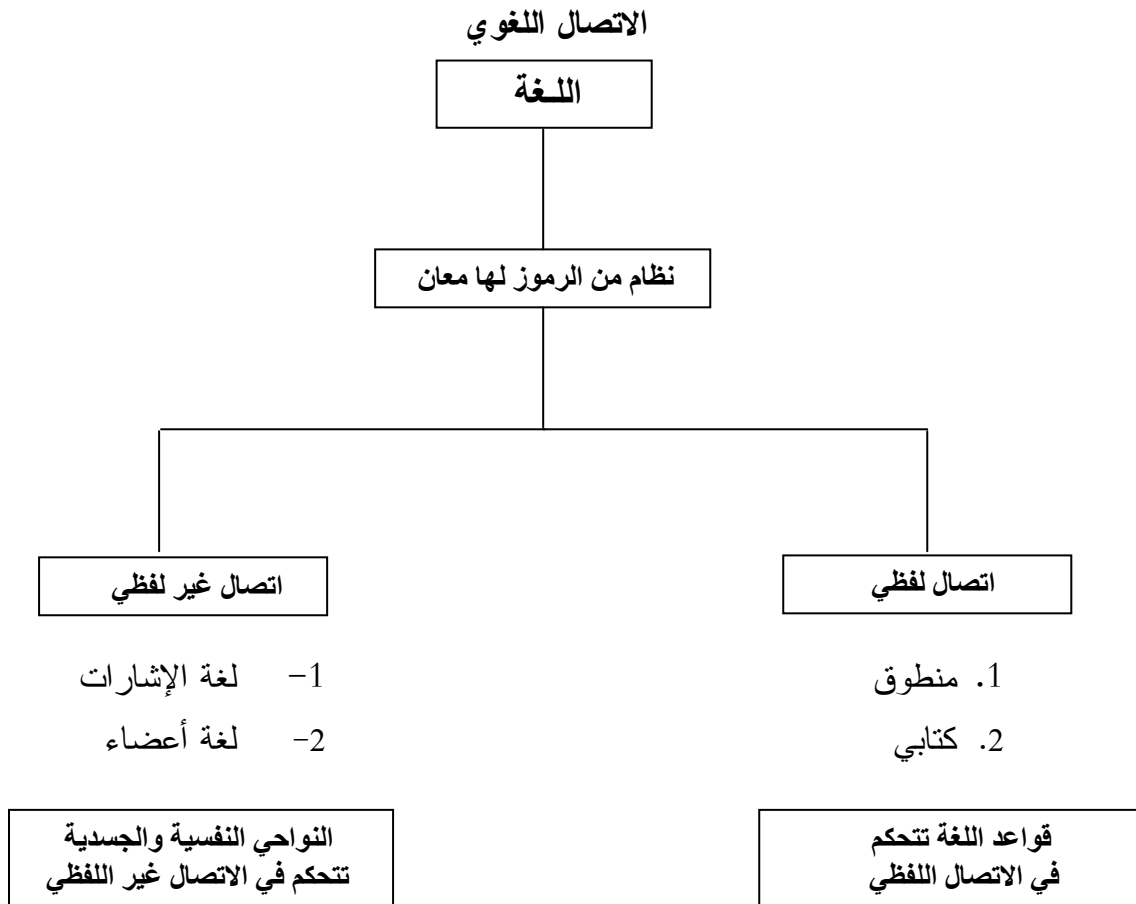
عرفه شارما نقلاً عن النمر بأنه: رسالة تُؤثر في سلوك المستقبل، وهو عملية تنتقل بواسطتها فكرة مرسلة من المصدر إلى المستقبل لإثارة انتباهه أو لإحداث تغيير في سلوكه (النمر، 1996، ص11)

ويعرفه غريب عبد السميع - متخصص في الخدمة الاجتماعية - بقوله إنه : عملية اجتماعية تتم بين طرفين أو أكثر باستخدام أداة أو أكثر من أدوات الاتصال، بغرض أن تصير الخبرة مشتركة بين أطراف هذه العملية. (غريب، 1996، ص14)

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

أشكال الاتصال الإنساني: (أبو عرقوب، 2005، ص22)

تأخذ اللغة التي هي أداة الاتصال و التفاهم بين الناس الشكل التالي :



الشكل (1-1)

أ- أوجه التشابه بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي

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

ب- أوجه الاختلاف بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي

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

والاتصال اللفظي هو الاتصال الذي يتم عبر الكلمات والألفاظ، بحيث يتم نقل الرسالة

الصوتية من فم المرسل إلى أذن المستقبل. الاتصال اللفظي له مدى واسع من المدلولات، حيث

تلعب اللغة المستخدمة ودرجة الصوت ومخارج الألفاظ دوراً كبيراً في إضافة معان أخرى للرسالة.

أما الاتصال غير اللفظي هو الاتصال الذي لا تستخدم فيه الألفاظ أو الكلمات، ويتم نقل الرسالة غير اللفظية من خلال لغة الجسد ((كتعبيرات الوجه، الإيماءات، حركات اليدين واللمس)) وكذلك يمكن اعتبار التعبيرات الصوتية من الرسائل غير اللفظية فصوت المشرف أو المعلم مثلاً قد يمدنا بكثير من المعلومات فمن خلاله يمكن معرفة مشاعره، مزاجه الشخصي من هدوء أو انفعال، مرح أو اكتئاب، حياء أو انطواء.

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

- تعبيرات الوجه:

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

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

(Dr. Gabriel and Nili Raam, p 8)

- العينان:

وأكثر مناطق الوجه تعبيراً هي منطقة العينين، فالعينان من الأدوات الإستراتيجية في نقل الرسائل والمعاني غير اللفظية. ولذا فإن العين قد تعطي كل الإشارات البشرية الأكثر كشافاً ودقة من دون كل الاتصالات، لأنها نقطة بؤرية على الجسم.

(ALLA PEASE,1997,p94)

- حركات الأيدي واللمس:

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

(ALLAN & BARBARA PEASE,2004,p32)

- الصوت:

إن صوت المُقدم التلفزيوني يعدّ من أهم أدوات العملية الاتصالية، كما أن المُقدمين المحترفين يملكون أصواتاً ممتازة وقوية. (Dina Farouk,2003,15)

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

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

إنتاج الكلام

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

- 1- الموقف العقلي والعاطفي من الموضوع أو المادة التي يقرأها أو يتحدث عنها الشخص.
- 2- طبيعة الجهاز العصبي أثناء القراءة أو تقديم الموضوع.
- 3- الحالة الصحية للمؤدي.

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

إن هذه الجوانب الثلاثة تشتمل على الأسس والقواعد الرئيسية لعملية إنتاج الصوت

والكلام والتي تتضمن خمسة عناصر هي:

- 1- الموقف Attitude
- 2- التنفس Breathing
- 3- النطق Phonation

4- الرنين Resonance

5- التنوع Variety

وسوف يتم عرض كل عنصر من هذه العناصر فيما يلي:

1- الموقف:

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

2- التنفس:

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

2- النطق:

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

3- الرنين:

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

وبالنسبة للصوت البشري فإن خاصية النغمة وطبيعتها تتكون أولاً في الحلق ومن هنا جاء التأكيد على ضرورة أن يكون الحلق مفتوحاً مسترخياً مرناً أثناء الكلام، لأن ذلك يساعد على إيجاد النغمات الفرعية بوفرة، أما الحلق المضغوط أو الذي لا يتسم بالمرونة فإنه ينتج نغمات فرعية أقل.

4- تنويع الصوت:

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

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

(شليبي، 1993، ص 54 - ص 66)

للصوت عدة معان منها:

أ- الارتفاع Upward:

فارتفاع الصوت ينم عن الغضب والتهديد والقوة والوضوح وعدم الاحترام وبُعد المسافة بين المرسل والمستقبل والألم.

ب- انخفاض الصوت Downward:

ينم انخفاض الصوت عن عدة معان منها الخوف والمرض والخجل والاحترام والتهديد والسرية.

ج- سرعة الصوت:

سرعة الصوت هي عبارة عن عدد الكلمات التي تُقال في فترة محددة. وتحمل المعاني التالية: العصبية، والغضب، والشعور بالخطر، والسباق مع الزمن، والفرح، الدهشة، والتهديد. وقد تُؤثر سرعة الصوت على المستقبل إيجاباً وسلباً.

د- الصوت البطيء:

نحن نتكلم بصوت بطيء في الحالات التالية: عندما نكون غير متأكدين من الشيء أو لتوضيح نقطة أو تأكيدها أو عند الترجمة أو إملاء معلومات على الآخرين أو التأثأة أو التلعثم.

هـ- نوعية الصوت:

تعطينا نوعية الصوت (حدثه وتواصله ونبرته وكونه أجشاً) واللكنة، والوقوف أثناء الكلام؛ معلومات عن المتكلم من حيث طلاقة لسانه، وبلده، ومكانته الاجتماعية، وتعليمه، وجنسيته، وعرقه، ولغته وثقافته.

إن التغيرات في حدة الصوت وحجم ونوعية وسرعة وارتفاع ونبرة وانخفاض وتواصل الصوت تعبر عن حالة الإنسان الداخلية من حيث الشعور والتفكير وسمات شخصيته. (أبو عرقوب،

2005، ص31)

- حركات الأرجل:

تحمل حركات الأرجل المعاني التالية:

الحياء والوقار، والتعظيم والاستكبار والهرب، والقصد لحاجة مهمة والإثارة، والحنز،

والسرعة، والإقدام. (الجندي، 2002، ص52)

- المظهر العام:

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

فالملابس تعطينا معلومات عن مكانة الشخص الاجتماعية ودينه ومهنته وبلده وعائلته وجنسه ذكراً أم أنثى أو أبيض أو أسود أو أصفر ورتبته في مؤسسته، وثقافته، وسنه، وحالته النفسية. (أبو عرقوب، 2005، ص34)

ومن المهم أن نعلم بأن لباس الإنسان هو في الحقيقة رسالة لا بد لها أن تزودنا بمعلومات عن شخصيته وفكره وانتماءاته. وكلما تناسقت هذه الرسالة مع المحتوى، حققت أهدافها بشكل أوضح. (الجندي، 2002، ص139)

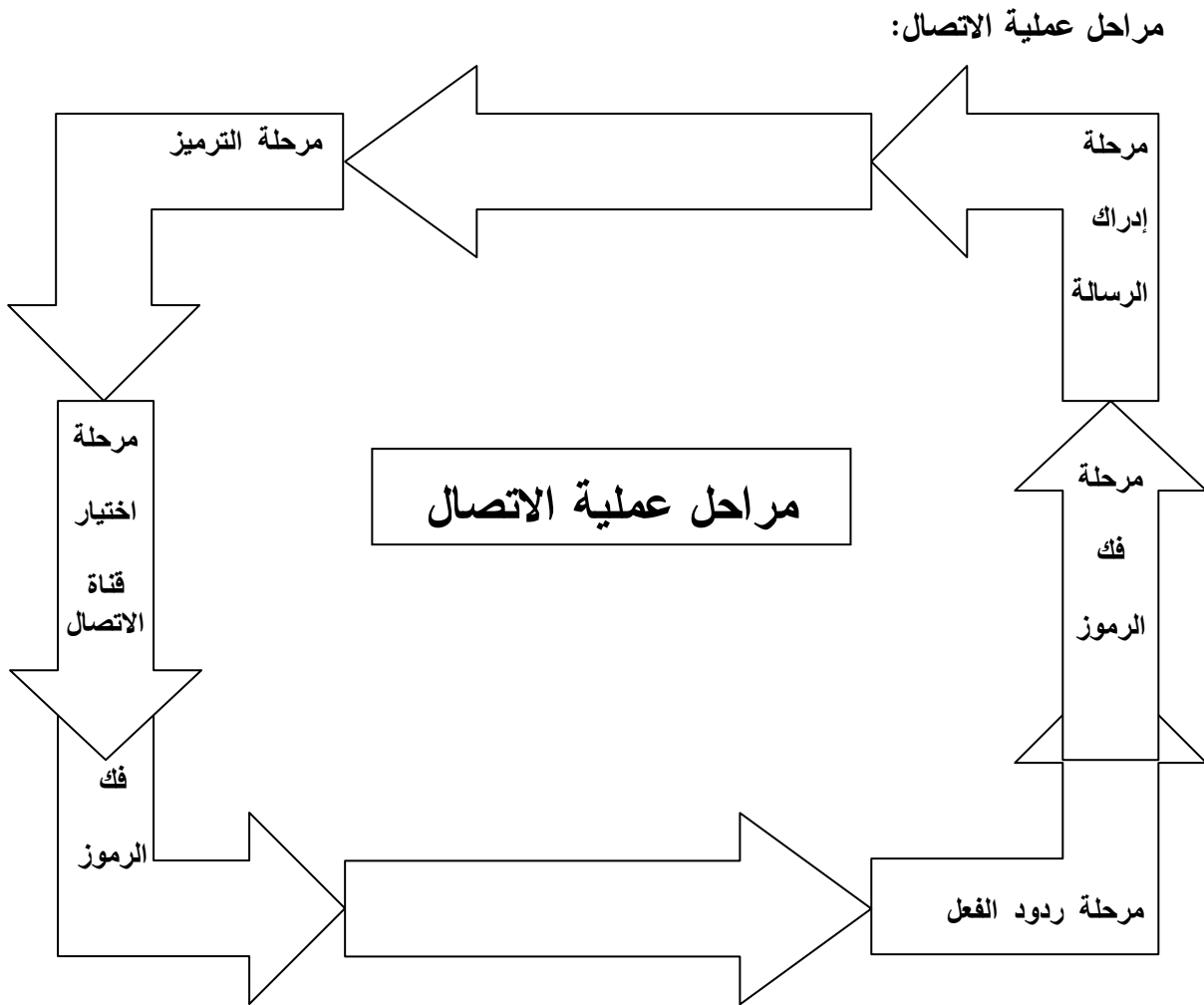
فالمظهر العام يعطينا هوية اجتماعية في المجتمع الذي نعيش فيه. فاستجاباتنا الشخصية للناس واستجاباتهم لنا تعتمد على مظهرنا العام، أي على جوانب شخصيتنا الموروثة والمكتسبة.

- هيئة الوقوف أو الجلوس:

تعد هيئة الإنسان سواء كان واقفاً أو جالساً شيئاً معبراً عن شخصيته، فتارة يوحي ذلك بضعف الشخصية، وأخرى بالتعب، وثالثة بالاتزان، ورابعة بالتكبر، حيث أن هيئته تعكس مضمون رسالته (الجندي، 2002، ص134)

- الوقت:

الوقت مفهوم يتعلق بالنظام وأعمار الأحداث، والناس، والكون. ويُقاس الوقت بأجزاء الثانية والدقيقة والساعة واليوم والأسبوع ونصف الشهر والشهر والأشهر والسنة والسنوات والقرون والدهور. (أبو عرقوب، 2005، ص35)



الشكل (2-1)

1- مرحلة إدراك الرسالة: يقوم المستقبل باستلام الرسالة الاتصالية، التي تم إرسالها من

المرسل، وتتمحور هذه الرسالة حول وسائل الإعلام الجماهيرية كالإذاعة والتلفزيون

والصحافة والمطبوعات (عبد الحميد، 2004، 69)

2- مرحلة الترميز: ويشير الترميز إلى علاقة الرموز بالأشياء التي تمثلها، بحيث تتحول إلى

رسالة اتصالية تكون على شكل رموز لفظية (منطوقة أو مكتوبة) أو غير لفظية (إشارات

وحركات) ويعتمد نجاح الرسالة على مدى اختيار الرموز المناسبة للمستقبل والموقف

الاتصالي الاجتماعي (الموسى، 2003، 59)

3- مرحلة اختيار وسيلة الاتصال أو قناته: (أبو عرقوب، 2005، ص31 - ص39)

عملية اختيار الوسيلة أو الوسائل التي تناسب طبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور

المستهدف؛ فقد يختار المرسل وسيلة واحدة أو عدة وسائل، مثل الوسائل التالية:

سمعية كالإذاعة، أو بصرية كالمطبوعات، أو سمعية / بصرية كالتلفزيون والسينما

والفيديو والكمبيوتر، أو عن الضوء والصوت كما هو الحال في الاتصال الذاتي والشخصي ويعدّ

اختيار الوسيلة المناسبة واستخدام أكثر من قناة لنقل الرسالة من العوامل المهمة لنجاح الاتصال.

4- **مرحلة فك الرموز:** وهي عملية تحويل رموز الرسالة الاتصالية الواصلة إلى المستقبل إلى

معان؛ فهي مرحلة استقبال الرسالة وتحليل رموزها وفهم معناها ومعرفة مدى تطابقها مع

حاجته وقيمه وأفكاره. لذا يجب على المستقبل أن يفهم الرسالة أولاً ومن ثم يرد عليها.

5- **مرحلة الاستجابة أو ردود الفعل على الرسالة:** فالاستجابة تعني قبول الرسالة أو رفضها

من قبل المستقبل. وقد تكون الاستجابة مباشرة أو غير مباشرة أو ضعيفة أو قوية أو سلبية

أو إيجابية أو عقلية أو مادية. وتكمن أهمية الاستجابة في أنها تخبرنا عن مدى نجاح

الاتصال أو فشله. فهي تخبر المرسل فيما إذا سمعت رسالته أو شوهدت، أو قرئت أو

فهمت أم لا. فالاستجابة أحد أهداف الاتصال الرئيسية. ففي هذه المرحلة يقوم المستقبل بعد

الاستجابة للمرسل بصياغة استجابته (فهمه وأفكاره ومشاعره) في رسالة اتصالية ويبحثها

للمصدر فيصبح المستقبل مرسلًا والمرسل مستقبلاً. وقد تكون الاستجابة ضربة باليد أو

تصفيقاً مدوياً أو إغلاق مفتاح الراديو أو التلفزيون أو اتصالاً هاتفياً أو صرخة مزلزلة أو

بكاء أو رسالة خطية .

6- مرحلة فك الرموز: وهي عملية تحويل رموز الرسالة الاتصالية الجديدة (الاستجابة) إلى معان. ففي هذه المرحلة يقوم المستقبل الجديد (المرسل الأصلي) باستقبال استجابة المرسل (المستقبل الأصلي) التي هي على شكل رسالة اتصالية فيفك رموزها ويفهم معناها، فإن تبين له أن رسالته قد فهمت من قبل المستقبل اطمأن إلى نجاح اتصاله وإن تبين له عكس ذلك عاد وأرسل رسالة اتصالية ومعدلة واضحة جديدة بشكل يؤدي إلى استيعابها من قبل المستقبل. ففي هذه الحالة يصبح المرسل مستقبلاً والمستقبل مرسلًا، وهكذا دواليك تستمر عملية الاتصال سؤالاً وجواباً أخذاً وعطاءً بشكل تفاعلي مستمر حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال . (أبو عرقوب، 2005، ص 31 - ص 39)

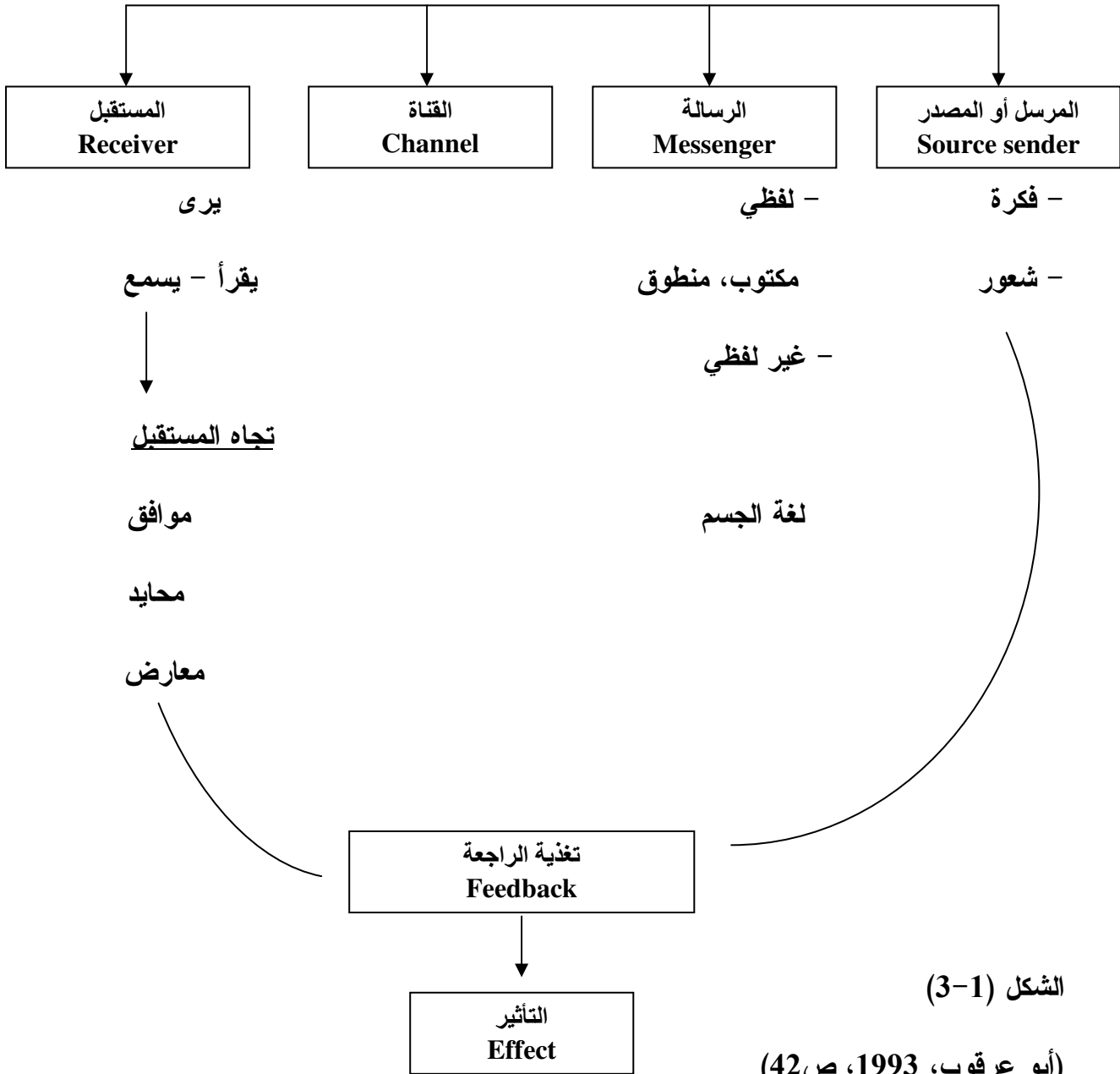
إن هذه المراحل بكل تفصيلاتها، يمكن أن تحدث بشكل سريع وبطريقة بديهية، نظراً للخبرات المكتسبة من بعض الأفراد نتيجة ممارسة الاتصال بصورة كبيرة وبشكل متكرر؛ ولذلك يمكن القيام ببعض التمارين الاتصالية الخاصة لمساعدة الإداريين ومقدمي البرامج التلفزيونية في صقل مهاراتهم في مجال الاتصال، ليتمكنوا من إنجاز هذه المراحل بطريقة ذكية وسريعة .

عناصر الاتصال:

عملية الاتصال
Communication Process

نموذج الاتصال
Communication Model

عناصر الاتصال
Element of Communication



الشكل (3-1)

(أبو عرقوب، 1993، ص 42)

1- المصدر / المرسل:

هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال، التي يريد أن يؤثر في الآخرين بها ليشاركوه في أفكاره وأحاسيسه واتجاهاته. قد يكون شخصاً يتكلم أو يكتب أو يحاضر أو شرطياً يُؤشر بيديه، أو زعيماً سياسياً يلقي خطاباً، أو محطة إذاعية أو مطبعة أو محطة تلفزيون. (عمر عبد الرحيم، 2001، 56)

2- الرسالة:

الرسالة أساس عملية الاتصال لابل هي قلب عملية الاتصال. قد تكون الرسالة على شكل كلمة مطبوعة أو مكتوبة أو موجات صوتية في الهواء أو موجات كهربائية في سلك أو إشارة باليد أو عبوس في الوجه أو ابتسامة عريضة أو صفراء أو مقالة صحيفة أو (صوت + صورة + حركة + لون) أو نشيد وطني أو قصيدة شعرية أو مثل أو عبارة (أبوعرقوب، 2005، ص40)

3- الوسيلة/ القناة:

هي القناة أو القنوات أو المنهج الذي تمر خلالها أو تنتقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، أي أنها عبارة عن قنوات للاتصال ونقل المعرفة وهي مثل اللغة اللفظية، أو الإشارات والحركات والصور و التمثيل والسينما وهذه جميعها وسائل لنقل الرسائل المختلفة. (عمر عبد الرحيم، 2001، 69)

4- المستقبل / الجمهور المستهدف:

المستقبل هو هدف عملية الاتصال، وهو الشخص أو الجهة التي توجه إليه الرسالة ويقوم بحل رموزها تفسير محتواها وفهم معناها. قد يكون المستقبل رجلاً أو امرأة أو طفلاً أو

شاباً أو عجوزاً أو معلماً أو طالباً أو طبيباً أو مريضاً أو صديقاً أو عدواً. (عبد الحافظ سلامة، 2002، 20)

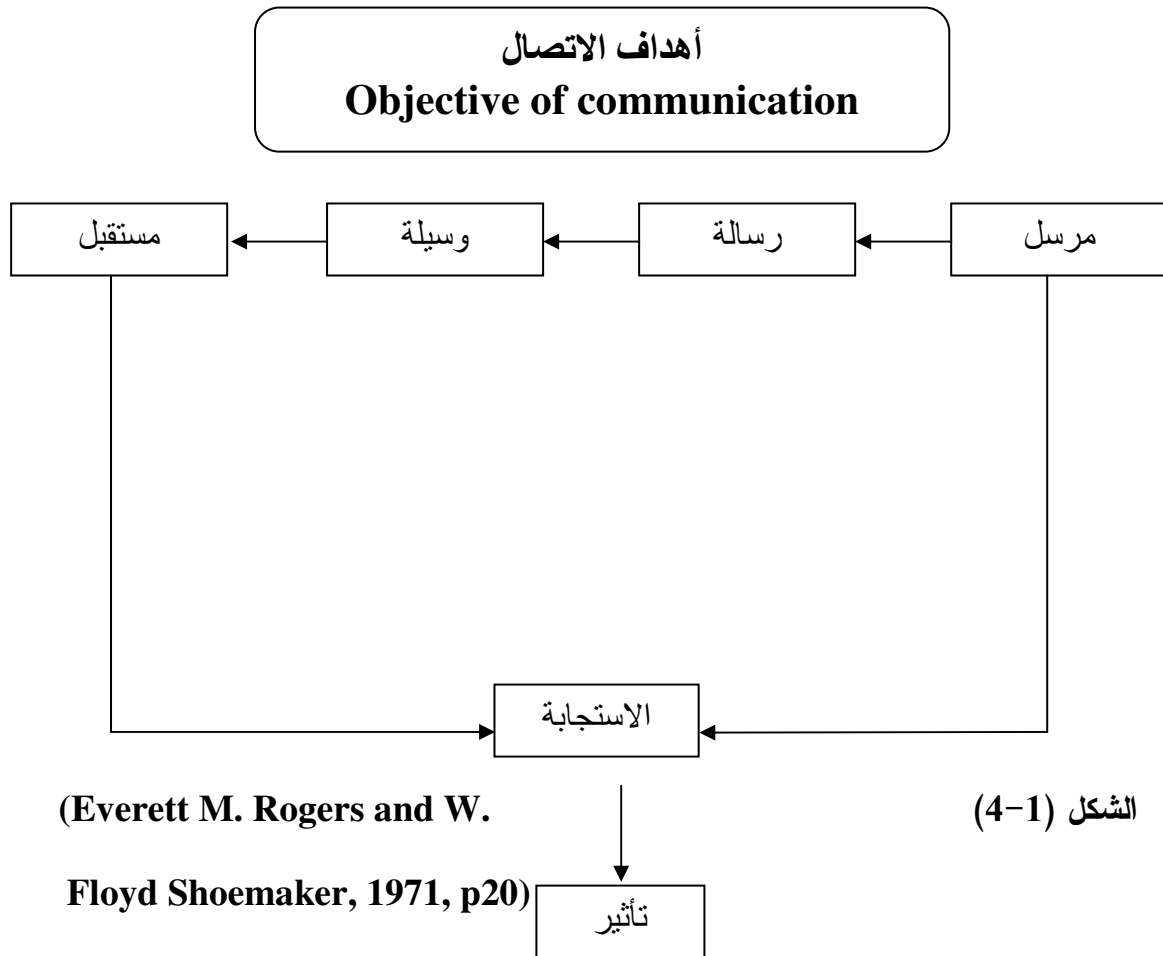
5- الاستجابة. التغذية الراجعة أو رد الفعل:

إنه الأثر الذي ينتج من وصول الرسالة إلى المستقبل في عملية الاتصال، وهذا يشير إلى مدى قبول الرسالة المرسله أو رفضها. (عمر عبد الحميد، 2001، 72)

6- التأثير:

التأثير هو المحصلة النهائية للاتصال. ويتم بتغيير معلومات المستقبل، واتجاهاته بما يتفق وأهداف المرسل. (أبوعرقوب، 2005، ص41)

أهداف الاتصال:



أ- يهدف الاتصال إلى تغيير في:

1- معلومات Information

2- اتجاهات Attitudes

3- سلوك المستقبل Behavior

ويحدث هذا الأمر على النحو التالي:

1- التغيير في المعلومات يتم على النحو التالي:

أ- تزويد المستقبل أو المستقبلين بمعلومات صحيحة وصادقة تمكنه أو تمكنهم من اتخاذ

القرارات الصائبة والسلوك السوي فالمعرفة هي القوة.

ب- تزويد المستقبل بمعلومات جديدة إضافية لم يطلع عليها أو يعرفها من قبل عن الفكرة أو

الموضوع أو الشخص مدار البحث.

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

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

2- الاتجاه:

الاتجاه عبارة عن إطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجعلنا نشعر مع الآخرين أو

نتضامن معهم أو نحصل على دعمهم. ويتكون الاتجاه من المكونات التالية:

ب- الجانب المعرفي (اعتقادات وحقائق ومعلومات)

ت- الجانب العاطفي (مشاعر الحب والكراهية)

ث- الجانب السلوكي (العمل)

(أبو عرقوب، 2005، ص46)

وظائف الاتصال:

للاتصال عدة وظائف منها:

1- وظيفة تثقيفية:

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير المستقبلين وتوعيتهم بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم و فهمهم لما يدور حولهم من أحداث (عبد الحميد عطية، 2004، ص60)

2- وظيفة تعليمية:

ذلك يتحقق حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة (عبد الحميد عطية، 2004، ص60)

3- أهداف ترفيحية:

يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والإقناع إلى نفس المستقبل. (محمد مهدي، 2004، ص60)

4- وظيفة اجتماعية:

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تقوم بنقل معلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني (أبو عرقوب، 2005، ص48)

5- وظيفة سياسية:

يسهم الاتصال في التثقيف السياسي، ويسهل كذلك الاتصال بين الحاكم والمحكوم ويوطد العلاقة بين القائد وشعبه. كما أنه يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المغرضة. كذلك يسهم الاتصال في التفاهم والسلم العالمي عن طريق الدبلوماسية الواعية والذكية. (أبو عرقوب، 2005، ص49)

6- أهداف إدارية:

ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات و

التفاعل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة. (محمد مهدي، 2004، ص60)

7- وظيفة فكرية (دينية):

للاتصال دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية. فالاتصال مثلاً يسهم في

نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان.

فالاتصال أسهم في بناء حضارة إسلامية فاقت كل الحضارات السابقة لكونها مبنية على الإيمان

والعلم. (أبو عرقوب، 2005، ص49)

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

فالاتصال يسهم في نماء التفاعل الإنساني وزيادته مما يساعد الإنسان على العيش في جماعة

وأمة وعالم متفاهم متماسك.

خصائص الاتصال:

1- الاتصال عملية ديناميكية:

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار بين الناس. فنحن

نتأثر بالرسائل الاتصالية الواصلة إلينا من الناس فنغير معلوماتنا واتجاهاتنا وسلوكنا، وكذلك في

المقابل فإننا نؤثر في الناس بالاستجابة لهم وتبادل الرسائل الاتصالية معهم بهدف التأثير على

معلوماتهم وسلوكهم. (أبو عرقوب، 2005، ص49)

2- الاتصال عملية نقل معلومات ومهارات واتجاهات

إن المعرفة الإنسانية تنمو وتزداد دائماً وإن خبرات الأفراد تزداد كلما مضى بهم العصر

نتيجة لعمليات الاتصال. (عبد الحميد، 2004، ص51)

3- الاتصال عملية مستمرة

الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد، فليس لها بداية أو نهاية، فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها. (أبو عرقوب، 2005، ص50)

4- الاتصال ظاهرة اجتماعية لها صفة الانتشار

يعد الاتصال من الظواهر العامة والمنتشرة على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمعات. كما يمارس في كافة المنظمات محلية وإقليمية ودولية. حيث لا يمكن أن نتصور وجود إنسان يعيش بمفرده أو بعيداً عن الأحداث التي تدور في مجتمعه. (محمد مهدي، 2004، ص52)

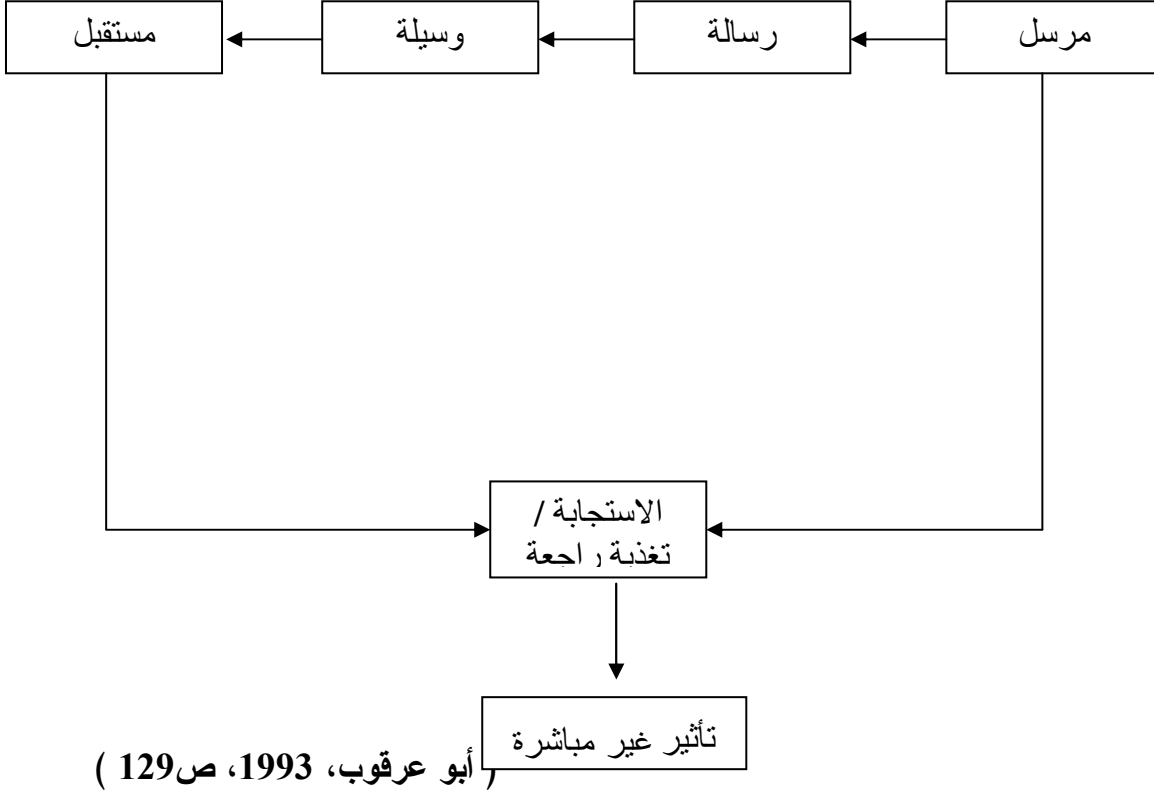
5- الاتصال يتسم بالجاذبية

أساليب الاتصال تعني مختلف الطرق التي تنتقل بها الرموز أو المعاني أو الأفكار بين الناس، وهذا ما يجعل للاتصال جاذبية تجعل الإنسان لا يكف عن تدعيم شبكة اتصالاته الاجتماعية كأقاربه وزملائه في العمل وأصدقائه، بل إنه لا يكتفي بذلك دائماً بل يوسع من دائرة معارفه بتكوين علاقات من أفراد وجماعات ومؤسسات. (عبد الحميد، 2004، ص55)

6- الاتصال عملية معقدة

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة. فهي عملية معقدة لما تحويه من أشكال وعناصر وأنواع وشروط يجب اختيارها بدقة عند الاتصال وإلا فإنه سيفشل. فهناك العشرات من الأمور يجب أخذها بالحسبان قبل القيام بالاتصال. (أبو عرقوب، 2005، ص51)

نموذج الاتصال الجماهيري
Mass communication Model



(أبو عرقوب، 1993، ص 129)

الشكل (1-5)

هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية. ويتميز الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات. وتشمل وسائل الإعلام الجماهيري على تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس، وتتمثل مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية مثل الصحف والمجلات والكتب و السينما والراديو والتلفزيون. (أبو إصبع، 1995،

ص 19)

ويمكن تعريف الاتصال الجماهيري على أنه : ما يتم بين فرد (رئيس أو ملك أو زعيم معارضة، أو مفكر) وعدد غير محدود من البشر باتجاه واحد، ودون تقييد بمكان أو زمان ودون معرفة التغذية الراجعة فورياً. (عبد الحافظ، 2002، ص 69)

خصائص الاتصال الجماهيري:

- 1- يحتاج الاتصال الجماهيري إلى مؤسسة إعلامية معقدة لإعداد وإنتاج الرسالة الاتصالية المنظمة والمدروسة والمؤثرة. (أبو عرقوب، 2005، ص 129)
- 2- يُعد الاتصال الجماهيري عملية أساسية وجوهرية في الحياة والشؤون الاجتماعية عامة، وهذا ما حدده بالفعل "كولن شيري" باعتبار هذه الوسائل كنسق اجتماعي. (عبدالله، 2000، ص 63)
- 3- إن الجمهور المتلقي لرسائل الاتصال الجماهيري جمهور يتصف بضخامة حجمه، وعدم تجانس أفراداه في القدرات والمعارف والأعمار، واختلاف ميولهم وأذواقهم. (الموسى، 1997، ص 55)
- 4- يسير الاتصال الجماهيري في اتجاه واحد، حيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة اتصالية علنية إلى جمهور عريض من المستقبلين قد يكونون بالملايين. (أبو عرقوب، 2005، ص 130)
- 5- إن الضوضاء (التشويش) في الاتصال الجماهيري قد تعطله. (عبد الحافظ، 2002، ص 70)
- 6- قد يكون المشاركون في الاتصال بعيدين عن بعضهم البعض، حيث يستقبلون الرسالة الاتصالية نفسها في أماكن متعددة. (أبو إصبع، 1995، ص 18)

- 7- تتسم الرسالة الاتصالية الجماهيرية بالفورية، أي نقل الأخبار أو الأحداث فور وقوعها. فمثلاً يتم نقل المباريات والاحتفالات والمعارك حية على الهواء عبر الأقمار الصناعية فور وقوعها. (أبو عرقوب، 2005، ص130)
- 8- الاتصال الجماهيري يتأثر بالبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع. (عبدالحافظ، 2002، ص70)
- 9- يتم بث الرسائل الاتصالية الجماهيرية أو توزيعها بسرعة هائلة، فمثلاً تصل الكلمة الإذاعية إلى جميع أطراف العالم في أقل من سبع الثانية. (أبو عرقوب، 2005، ص130)
- 10- غالباً ما يحدث الاتصال الجماهيري تغذية راجعة مؤجلة وليست فورية كما هو الحال في الاتصال الشخصي. (عبدالحافظ، 2002، ص70)
- 11- الرسالة الاتصالية عرضة للرقابة من قبل الرقيب أو حارس البوابة، وقد عرف عالم النفس الاسترالي Kurt Lewin حارس البوابة بأنه الشخص أو مجموعة الأشخاص الذين يتحكمون في انتقال الأخبار عبر وسيلة اتصال جماهيرية والرقيب يكون محرراً في صحيفة أو مجلة أو إذاعة أو تلفزيون (أبو عرقوب، 2005، ص130)
- إن هذا النوع من الاتصال يُعد من أهم أنواع الاتصال وأخطرها، كونه يعمل على حشد الرأي العام نحو قضية معينة، أو حدث اجتماعي أو سياسي يهتم قطاعات كبيرة من الجمهور، وبسبب ذلك أدركت الحكومات مبكراً أهمية وسائل الإعلام التي تخدم الاتصال الجماهيري في تطويع الجماهير، ففي كافة الانقلابات العسكرية في العالم كانت دبابه تذهب إلى مقر الحاكم لاعتقاله والأخرى تذهب إلى مقر الإذاعة والتلفزيون لتعلن البيان الأول أو البيان رقم (1) الصادر عن مجلس قيادة الثورة.

المبحث الثاني

التلفزيون كوسيلة اتصال

نشأة التلفزيون والمحطات الفضائية العربية

يرجع أصل كلمة تلفزيون (الإذاعة المرئية) إلى كلمة لاتينية مكونة من مقطعين (Tele-Vision)، الأول (Tele) ويعني: عن بعد، والثاني (Vision) ويعني: الرؤية. وبذلك أصبح استخدام كلمة (television) تلفزيون يشير إلى الصور التي تستقبل من مسافات بعيدة. وكلمة تلفزيون مثل كلمة راديو (الإذاعة المسموعة) انتشر تداولها فأصبحت تطلق على محطة الإذاعة المرئية، وعلى جهاز الاستقبال.

في القديم، كانت القراءة والرياضة تشكلان جزءاً كبيراً من نشاط الشباب وحياتهم اليومية وقد كان ذلك قبل عصر التقنية. واليوم تقلص وقت القراءة إلى أدنى حد، وبات التلفزيون وبرامجه ونجومه الشغل الشاغل للكثيرين، وعلى رأسهم فئة الشباب.

ففي بريطانيا عبر الشباب عن حبهم للتلفزيون أكثر من الكتاب، وهذا مؤشر خطير، فلطالما كان الكتاب وعلى مر عصور كثيرة مصدر علم موثوق، وثقافة ومعلومات لا بديل عنها. (عيسى، 2007)

بدأ أول بث تلفزيوني في العالم العربي عام (1947)، وكان ذلك في المملكة العربية السعودية حينما قامت شركة "نפט أرامكو" ببناء محطة تلفزيونية في مدينة الظهران، ولم يتعد بثها بعض المناطق داخل الحدود السعودية وأجزاء مما عرف لاحقاً بدولة الإمارات. ويعد أستاذ الإعلام والباحث المصري (خليل صابات) هذا التاريخ بداية للبث العربي -كما يشير في كتابه (وسائل الإعلام نشأتها وتطورها)- لكن الدكتور محمد فلاح القضاة يخالفه الرأي لأسباب عدة،

منها: كون هذه المحطة لم تؤسس للعرب، فقد كان عدد العرب المالكين لأجهزة الاستقبال قليلاً جداً، فمن أسسها أجنب واستهدفت ببثها الأجنب المقيمين بالسعودية بقصد ترفيهم، لكنها أقيمت على أرض عربية. (القضاة، 1994 ص: 16-17)

قناة الجزيرة الفضائية

قناة الجزيرة محطة فضائية قطرية استُوحى اسمها من شبه الجزيرة العربية. وكانت بدايتها في شهر نيسان/أبريل من سنة 1996 م بدعم من حكومة قطر وبميزانية تجاوزت 150 مليون ريال. و قد أصبحت قناة الجزيرة في غضون سنوات قليلة أكبر قناة إخبارية عربية من ناحية الانتشار (أكثر من 45 مليون مشاهد) وكانت سبباً قوياً في انطلاق قنوات فضائية أخرى بهدف منافستها. أما من أكثر أسباب شهرة قناة الجزيرة عالمياً هو تغطيتها لغزو أفغانستان والعراق وبثها أشرطة أسامة بن لادن حصرياً. تلعب القناة دوراً كبيراً في توجيه الرأي العام العربي. وبحسب مجلة ذا إيكونومست، فإن قناة الجزيرة تعطي للعرب شعوراً بالوحدة أكثر من ذلك الذي تمثله جامعة الدول العربية.

كانت بداية القناة بتوظيف الكادر المؤهل من الفرع العربي لقناة BBC الإخبارية البريطانية في لندن بعد إلغائها . (مجلة ذا إيكونومست، 2009)

قناة العربية

قناة العربية هي قناة فضائية إخبارية عربية تبث من مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة ، وتهتم هذه القناة بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية؛ بدأت البث في 3 مارس 2003.

القناة ممولة من قبل مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، مجموعة الحريري، ومستثمرين من عدة دول عربية أخرى .

تولى إدارة القناة حين إنشائها وزير الإعلام الأردني السابق صالح القلاب، حيث بدأت تغطية الحرب على العراق؛ ثم تولى الإدارة الإعلامي السعودي عبد الرحمن الراشد بعد أن ترك رئاسة تحرير جريدة الشرق الأوسط وذلك بعد مرور عام على تأسيس القناة. يقول مالك MBC السعودي وليد الإبراهيم: "العربية خيار بديل أكثر اعتدالاً من قناة الجزيرة وهدفه هو وضع «العربية» بالنسبة للجزيرة في الموقع نفسه الذي تحتله سي إن إن من فوكس نيوز كمنفذ إعلامي هادئ ومتخصص معروفة بالتغطية الموضوعية وليس الآراء التي تقدم في صورة صراخ.

وبدخول الجزيرة إلى السوق الإعلامي العربي عام 1996 فقد الكثير من الشخصيات والعائلات الحاكمة في الخليج والسعودية خاصة، حصانتهم من النقد الذي أعفتها منه وسائل الإعلام العربية الممولة حكومياً . (روبرت وورث، 2004، إنترناشيونال هيرالد تريبيون) لم تعد أهمية التلفزيون وتفوقه على وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى موضع شك في جميع الدراسات والبحوث، إذ أصبح من البديهيات المعروفة في الأوساط الإعلامية القول إن التلفزيون يُمثل اليوم الأداة الأكثر تأثيراً، لاسيما في مجال الاتصال وتدفق المعلومات بين البشر، حيث أصبح التلفزيون الوسيلة الإعلامية التي تمارس تأثيراً لا مثيل له في حياتنا ليومية .

(مي العبدالله، 2001، ص 27)

جاء في معجم المصطلحات الإعلامية ونقلًا عن شطاح أن التلفزيوني : ((وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد، ومن ثمة فقد جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة وخواص الرسائل المرئية)) (شطاح، 2007، 12)

خصائص التلفزيون

أضحى التلفزيون وفقاً لرأي أغلب الباحثين الإعلاميين، أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ من النادر أن نجد بيتاً في أي جزء من أنحاء العالم، سواء كانت غنية أم فقيرة يخلو من جهاز التلفزيون حتى إنه بات يوصف بأنه يمثل عيني الإنسان وأذنيه في العصر الحديث.

ويمكن إدراك خصائص التلفزيون التي تجعله متفوقاً، في التأثير والانتشار، على وسائل الاتصال والإعلام والمعلومات من خلال المميزات الآتية:

1- يجمع التلفزيون بين الصوت والصورة واللون والحركة، فيسيطر على حواس الإنسان كلها مما يجعله يتفوق على كل وسائل الاتصال الأخرى التي سبقته، لأنه يجمع تقريباً بين كل إمكانياتها وخصائصها، وعن طريقه يمكن تقديم المعلومات التي يتعذر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة، إذا استعملت كل منها على حدة، وبهذا فإن التلفزيون يكاد يقترب من الاتصال الشخصي الذي يتميز بفاعلية في التأثير على الآراء والمواقف.

2- الانتشار الجغرافي الواسع، فالواقع إن اختراع التلفزيون كان نصراً للإنسان على البعد المكاني، وعن طريق هذا الاختراع أمكن إرسال الصورة والصوت واستقبالها عبر مسافات بعيدة. (محمد فليحي، 2002، ص22-ص24)

3- إن جمهور التلفزيون واسع جداً ومتنوع، من حيث المستويات الثقافية والتعليمية والاقتصادية والاجتماعية، بل يمكن القول إن كل فرد، سواء كان متعلماً أم أمياً، أصبح من جمهور التلفزيون. (عدلي، 2008، ص32)

4- النقل الفوري للأحداث، واختصار عنصر الزمن، وتتجلى أهمية الصورة وتأثيرها إذا ما عرفنا أن الإنسان يحصل على معلوماته بنسبة تصل إلى 90% عن طريق حاسة البصر وبنسبة 8% عن طريق حاسة السمع. (حنا، 2002، ص25)

اكتسب التلفزيون ميزة الصدق لاعتماده على الصورة، التي تتميز عن الكلمة المسموعة فقط بأنها وسيلة إقناعية تُضفي الصدق والثقة على المباريات الرياضية والمسرحيات والندوات والأخبار.

5- يملك التلفزيون المقدرة على تلبية احتياجات ورغبات جمهوره من خلال تقديم مضامين مختلفة.

6- يعد التلفزيون من وسائل الاتصال بال جماهير القوية، حيث يُغطي معظم البلدان.

(عاطف و نهى، 2008، ص 29)

المقدم التلفزيوني

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

إذا ما انتقلنا إلى أساليب مقدمي برامج التلفاز في نقل أفكارهم، نجد أنهم يتميزون بامتلاكهم موهبة مخاطبة الجماهير، والقدرة على إثارة العواطف، بل وتحريك هذه الجماهير للإقدام على أعمال معينة، أي تحريكها إلى أبعد من مجرد العاطفة إلى نطاق الفعل. وعلى ذلك يمكننا الآن أن نحدد تعريفاً للمقدم التلفزيوني : أنه الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية إلى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة.

وتعريفه على هذا النحو يشتمل على العناصر التالية :

- 1- إنه عمل يقوم على نقل المعلومات وتقديمها صوتياً
- 2- الاحتراف، بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة، والوظيفة والعمل الذي يؤديه الشخص، وعلى ذلك فإن الطبيب الذي يقدم برنامجاً لا يمكن أن نسميه مذيعاً ما دام لا يحترف المهنة.
- 3- أن يتم هذا العمل من خلال التلفزيون.
- 4- أن تخضع عملية نقل المعلومات لمواصفات معينة هي التي تفرق عمل المقدم، وكل من

الخطيب أو الممثل أو الوعظ. (شليبي، 1993، ص19)

خصائص المقدم ومؤهلاته:

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

ويمكن إيجاز هذه الخصائص أو 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 للمستوى التعليمي، نجد محطات أخرى لا تشترط ذلك وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي.

2- المستوى الثقافي:

الثقافة شيء يختلف عن التعليم، والمقصود بالمستوى الثقافي للمُقدم هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله. لابد من الإشارة إلى أهمية أن يكون المُقدم التلفزيوني متمكناً تماماً من اللغة التي ينطق بها في إذاعته. (شليبي، 1993، ص23)

3- الصوت وطريقة الحديث:

السلامة الصوتية واللغوية والنحوية مع الابتعاد عن التزمّت في الرأي، كما يجب أن يكون متمكناً من الإلقاء الاحترافي. المقصود بالصوت الجيد هو الصوت القوي الواضح الذي ترتاح إليه الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء الكلام. وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ، ترتبط بسلامة الجهاز الصوتي الكلامي للشخص. (حسن محمد، 2009، ص104)

4- المظهر الجسدي:

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

لا يمكن أن نحدد سمات بعينها لوجه بشري ونقول إن ذلك هو الوجه المناسب للظهور على شاشة التلفزيون، ويمكن القول إن الوجه الذي يبدو مقبولاً ومحبيباً وأكثر وسامة وقبولاً لدى المشاهدين هو المطلوب. أما بالنسبة للمواصفات الجسمية الأخرى، فليس المطلوب أن يكون المُقدم التلفزيوني مصارعاً أو أحد أبطال رفع الأثقال أو المصارعة، بل المطلوب هو المظهر الجسماني المقبول الذي لا يثير دهشة المشاهدين أو تساؤلاتهم ولا يبعث على الإشفاق أو يثير الرغبة في البكاء أو الرغبة في الضحك. (شليبي، 1993، ص24)

5- الحماسة والتفاؤل:

إن مقامي التلفاز الأكفاء يحرصون على التمتع بمستوى عال من الحماس والتفاؤل والنشاط، أثناء قيامهم بإدارة برامجهم . (يورك، 2005، 51)

6- القدرة على العمل الجماعي:

العمل الإعلامي جهد جماعي وينبغي أن تسود روح الفريق بين العاملين في كل برنامج على حده ، وفي كافة البرامج (بما فيها الأخبار) على وجه العموم. وفي حالة ظهور اختلافات او وجود اعتراضات مهنية حول أسلوب التناول أو المعالجة يصعب التوفيق بينها فعندئذ ينبغي الاحتكام الى أعلى سلطة تحريرية خاصة للبرنامج. (ميثاق الشرف المهني لقناة الجزيرة الفضائية)

رغم أهمية المهارات التي ذكرت سابقاً، إلا أن نجاح المقدم التلفزيوني في برنامجه يتحقق حينما يؤمن برسالته الاتصالية ووجوب إيصالها بطريقة سليمة واحترافية، ويتحقق ذلك من خلال شغفه العميق بعمله، وتطلعه نحو تقديم برامج تلفزيونية على مستوى عال من المهنية .

المقدم وفن توصيل المعلومات

إن الهدف الرئيسي للمُقدم في التلفزيون، هو أن يوصل (ينقل) معلومات وأفكاراً وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية. وإذا كان ذلك هو دور المُقدم كقائم بالاتصال، فإن نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولاً وأخيراً على إمكانياته الذاتية والشخصية.

يحتاج المُقدم التلفزيوني إلى مهارات عالية، بعضها يمكن اكتسابه بالتدريب بينما البعض لا يمكن اكتسابه. إذ من الممكن التدريب على فنون الحوار، ومناقشة الموضوعات العلمية والاقتصادية والرياضية وحتى الإخبارية، وكل ذلك يسهم في صنع المُقدم المحاور وتكوينه في البرامج عامة وبرامج العروض الكلامية خاصة. (حسن محمد، 2009، 103)

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

(Harvard. Business School Press, 2007, p 20)

كما يوصي الخبراء عند التحضير والإعداد لبرنامج مع ضيف خاص، بضرورة الاستفسار وجمع المعلومات حول الشخصية التي سيقابلها المُقدم التلفزيوني، لأن ذلك يلعب دوراً أساسياً في انتقاء الأسئلة وفي أسلوب طرحها، إذ إن أسلوب التعامل يختلف باختلاف الأشخاص وباختلاف مواقعهم الوظيفية. فالحديث مع محلل سياسي سوف يتطلب أسئلة تختلف عن تلك التي يجب طرحها على رئيس وزراء في دولة ما . (عاصف حميدي، 2004، ص105)

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

(Seema Sharma, 2005, p36)

أن شخصية المُقدم أو طبيعته لا بد أن تعكس الإحساس بالجاببية والمودة والقرب، بحيث يشعر المشاهد أو المستمع بأنه يجلس إلى أحد أصدقائه المقربين، أما الجاذبية التي نقصدها في هذا الصدد فلا تعني المظهر العام للشخص بقدر ما تعني (الجوهر) أو (الروح) أو ذلك الشيء الذي يولد تلك الأحاسيس المريحة تجاه تلك الشخصية كالإحساس بأنها شخصية لطيفة وجذابة تشد الانتباه ، ومثل هذه الخواص الذاتية أو الملكات الشخصية هي التي يمكن للمُقدم اللّماح أن يستثمرها ويوظّفها لخدمة عمله، لأنها هي التي تتيح له علاقة وطيدة ورابطة وثيقة بالجمهور، وهذه العلاقة التي هي مزيج من الثقة والعواطف الحميمة، لا يمكن إدراجها ضمن الخواص التي يمكن أن يتعلمها المقدم كما سبق القول، وذلك لأنها تشعّ من الداخل، من ثم فإنه قد يمتلكها ولكنه لا يكتسبها. (Hyde, Stuart, 1971, p18)

طرائق توصيل الأفكار و المعلومات:

يُظهر المُقدم ما لديه من أفكار ومعلومات إلى الجمهور مستخدماً في ذلك طرائق عدة:

1- استخدام النص Script: بمعنى العمل من خلال نسخة مكتوبة وإجراء التجارب عليها، وفي هذه الحالة فإن المُقدم التلفزيوني إما أن يقرأ من النص، أو يحفظ النص عن ظهر قلب ويسرده من الذاكرة.

2- الارتجال Ad - Libing: ومعناه أن يقدم موضوعه دون استخدام نص ودون إعداد مسبق أو إجراء تجارب.

3- الارتجال مع استخدام مفكرة أو مذكرات Notes: أي استخدام المُقدم لمفكرة يدون فيها بعض النقاط أو الملاحظات التي تذكره بالموضوع وتكون بمثابة رؤوس موضوعات يرتجل الحديث فيها. (شليبي، 1993، ص105)

نظراً لطبيعة التلفزيون وعناصره البصرية، فإن التعامل مع جمهور هذه الوسيلة يختلف عن التعامل مع جمهور الراديو الذي لا يعرف عن مقدم البرنامج التلفزيوني إلا الصوت وما يقرؤه في ثناياه من أحاسيس وتعبيرات. أما عندما يرى المشاهد تصبح أكثر تعقيداً ويتطلب الأمر من المقدم أو المقدم جهداً مضاعفاً. فالشكل له مدلول ويعطي انطباعاً للمشاهد عن الشخصية المتحدثه وكذلك الصوت إضافة إلى الأحاسيس والقرب من القلب أي تقبل المشاهد للمقدم.

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

- شخصية ذات حضور

- شخصية تتقن التعامل مع الكاميرا

- شخصية واعية لما تقول
- شخصية سريعة البديهة
- شخصية ذات تعبيرات وجه هادئة
- شخصية واعية لدور الإعلام
- شخصية واعية لمضمون الرسالة الإعلامية

(عاصف حميدي، 2004، ص145)

المقدم والميكروفون

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

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

وتُستخدم الميكروفونات المتنوعة التصاميم لغايات مختلفة. ويستخدم العاملون في الفرق الموسيقية الشعبية، وبعض مقدمي البرامج المسلية الميكروفونات المحمولة باليد. وهناك أنواع أخرى من الميكروفونات ذات قوائم. وترتبط أنواع أخرى بذراع تُسمى ذراع الميكروفون حيث تمسك بالميكروفون فوق جهاز التلفاز أو مع ممثل الفيلم. ويمكن لذراع الميكروفون أن تلتحق الممثل في أي اتجاه، إلا أنها تبقى خارج مدى آلة التصوير. ويتم وضع ميكروفونات القلادة في

خيط، يربط حول العنق. أما ميكروفونات الصدر، فيتم تثبيتها على ملابس الشخص الذي يستخدمها. (الموسوعة المعرفية الشاملة)

الميكروفون آلة حساسة جداً، حيث لابد لمُقدمي التلفاز استخدام أصواتهم بصورة طبيعية ولا يجب عليهم رفع أصواتهم بصورة عالية غير مناسبة. يتيح الميكروفون إمكانية التحدث إذا كانت المناقشة وجهاً إلى وجه. كما أنه يمكن أن يرفع المُقدم صوته إذا كان الحديث في بيئة فيها ضجة. قبل المباشرة في الدخول على الهواء أو التسجيل أو الشروع في البرنامج، من الأفضل القيام بإجراء تجربة قبل العمل. لابد أن يتم التأكد من أن الميكروفون يعمل ومضبوط بنفس مستويات أصوات المُقدمين. (Saad, 1995, p27)

أولاً: أنواع الميكروفونات:

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

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

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

الميكروفون اللاتجاهي (كل الاتجاهات) (Omni directional): وهو الميكروفون الذي يلتقط الأصوات التي تأتي من أي اتجاه بنفس الجودة، ويستخدم هذا الميكروفون بشكل مثالي في برامج الندوات التي تسمى ندوات المائدة المستديرة، حيث يجلس المشاركون حول المائدة يتوسطها ميكروفون يلتقط الأصوات من كل الاتجاهات. (شليبي، 1993، ص 137)

3- الميكروفون القلبي (Cardioid's): حيث يكون شكله الخارجي في صورة قلب Heart، ويلتقط الصوت من اتجاه يمثل نصف دائرة المساحة الموجهة لقم الميكروفون.

4- ميكروفون البندقية (Shotgun or Rifle): وهو يلتقط الصوت من مساحة صغيرة هي المساحة المصوب نحوها فم الميكروفون فقط. لاشك أن استخدام هذا النوع من الميكروفونات يكون فعالاً جداً عندما نريد التقاط صوت معين دون سواه. افترض مثلاً أن هناك اجتماعاً حاداً في غرفة يملؤها الضجيج ونريد التقاط صوت شخص واحد بعينه، هنا يصوب الميكروفون نحو هذا الشخص. (www. Maxforums.com)

وهناك تصنيف آخر للميكروفونات على أساس كيفية استخدامها ومكان ذلك كالإذاعة مثلاً، حيث إن تركيبها الداخلي يؤثر في استجابتها لأنواع خاصة من الأصوات، ومن الأنواع الشائعة الاستخدام ثلاثة هي :

1- الميكروفون الديناميكي (Dynamic Microphone): وهو أكثر أنواع

الميكروفونات شيوعاً في محطات الإذاعة وأكثرها متانة، ذلك لأنه قد يكون

ميكروفوناً ذا اتجاه واحد أو لاتجاهي أو قلبي أو من طراز ميكروفون البندقية.

وعموماً فإن الميكروفون الديناميكي يُعد من أنسب الأنواع التي تستخدم لالتقاط

الصوت من مصدر بعيد. ويستخدم الميكروفون الديناميكي بفاعلية أكثر داخل الاستوديوهات الهادئة ذات الارتداد (الصدى) الجيد.

2- الميكروفون المكثف (Condenser Microphone): وهو أحد أنواع الميكروفون الديناميكي لأن عمله يقوم على أساس الضغط أيضاً، ولكنه يحتوي على جهاز مختلف وأكثر حساسية. هو أيضاً ميكروفون لاتجاهي، ويُعد من أفضل أنواع الميكروفونات التي تستخدم في الإذاعة.

(Abbot, 1941, p30)

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

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

5- ميكروفون العنق أو ميكروفون القلادة، وهو الميكروفون الذي يعلق في الرقبة، ويُطلق عليه ميكروفون القلادة Lavalier Microphone، نظراً لأنه يشبه القلادة في الرقبة، وقد صمم هذا النوع من الميكروفونات للاستخدام التلفزيوني أصلاً. (شليبي، 1993، ص145)

ثانياً: القواعد الأساسية للتعامل مع الميكروفون:

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

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

وعلى وجه العموم، فإن الخوف من الميكروفون، ينتج عن عدة أسباب هي:

1- نقص الخبرة Lack of Experience، وهذه المسألة يمكن التغلب عليها بمرور الوقت والأداء المنتظم الدائم.

2- الحاجة إلى الإعداد Lack of Preparation

3- الخوف من الفشل Fear of Failure، وهو إحساس ينتاب الكثيرين عندما يقدمون على عمل يحتم عليهم الاتصال بجمهور عام، ولهذا من الضروري أن يركز المُقدم على الرسالة التي ينقلها.

4- الحاجة إلى احترام الذات Lack of Self-Esteem، إن المُقدم عندما يحترم نفسه، فإن ذلك ينعكس بالضرورة على عمله، ويرتفع مستوى الأداء لديه بشكل ملموس.

5- الحاجة للإعداد الذهني، ينبغي على المُقدم خلال الدقائق التي تسبق البرنامج أن يتخلص تماماً من أي توتر ذهني أو جسدي، وفي ذلك يضع عدد من الخبراء بعض الالتزامات أو الوصايا أمام المُقدم وهي:

- ابحث عن وسيلة للاسترخاء

- حاول تجميع أفكارك

- ركز على الموضوع الذي ستقدمه

- فكر في الحالة النفسية التي ينبغي أن تحكم الأداء

- فكر في السرعة الملائمة للأداء

- فكر في أهمية الرسالة

- فكر في مشاكل الإلقاء والنطق

ويمكن القول إن المُقدم يمكنه السيطرة الكاملة على أعصابه بالإعداد الدقيق، والتدريب

الدائم، والثقة بما يقول، والتركيز على رسالته، والامتناع عن تحليل مشاعره وعواطفه.

ثانياً: الشعور بالميكروفون:

الاستخدام الخاطئ للميكروفون ينتج إما عن نقص في الخبرة أو غياب الإحساس

بالميكروفون أو عدم الشعور به، حيث يؤدي ذلك إلى وقوع المُقدم في العديد من الأخطاء، منه :

1- عدم تثبيت ميكروفون الرقبة (القلادة) قبل بدء الأداء.

2- إحداث أصوات غير مطلوبة قرب الميكروفون مثل النقر على طاولة الميكروفون.

3- عدم نقل الميكروفون بطريقة صحيحة بين المُقدم والضيف أثناء المقابلة.

4- جلوس المُقدم والضيف في موضع غير صحيح بالنسبة للميكروفون.

5- عدم إدراك العلاقة الصحيحة بين كل نوع من أنواع الميكروفونات وخاصيته في التقاط

الأصوات.

- أما عن الأسس التي ينبغي على التلفزيوني الالتزام بها عندما يواجه الميكروفون، فهي:
- 1- ينبغي على المُقدم أن يتحدث أمام الميكروفون بنفس الصوت الطبيعي الذي يتحدث به في حياته اليومية مع الآخرين.
 - 2- على المُقدم أن يتجنب أن ينفخ أو يلهث أمام الميكروفون مباشرة.
 - 3- يراعى ضرورة تناول صفحات النص الذي يقرأ منه المُقدم وتقليبها بطريقة لا تُحدث صوتاً أمام الميكروفون.
 - 4- على المُقدم أن يتابع ويُنسق مع المُخرج أو مسجل الصوت أو مدير الاستيديو، ولا يجب أن يُشغله ذلك عن القراءة.
 - 5- على المُقدم أن يُلم بالاشارات المُتفق عليها والتي يجري التعامل بها داخل الاستيديو أثناء العمل، وهي إشارات تتعلق بالوقت والصوت وسرعة القراءة .

(شليبي، 1993، ص148)

المقدم والكاميرا

الميكروفون هو الأداة الأساسية التي تبدأ منها عملية نقل صوت المقدم إلى المشاهدين، ولذا فإن الكاميرا هي الأداة الرئيسية الأولى لنقل صورته إلى المشاهدين. إن مقدم التلفزيون الذي لا يعرف كيف يتعامل مع الكاميرا ويُطوع نفسه لمتطلباتها، لا يمكنه أن يحقق الاتصال 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 الاستديو. كما أنه من المهم أن يتعرف المقدم على الأنواع المختلفة من لقطات الكاميرا. (Keith, 1989, p22)

إن على المُقدمين أن يتعلموا خداع الكاميرا. هذا يعني إعطاء انطباع بأن المُقدم يتحدث مع الضيوف بينما يكون نظره ووجهه للكاميرا. (Adams, 1989, p32)

كيف تعمل الكاميرا ؟

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

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

وثمة اختلاف آخر بين كاميرا التلفزيون والعين البشرية، وهو أن العين ليست مزودة
بعدسات متعددة البعد البؤري Zoom Lens مثل كاميرا التلفزيون، أما الاختلاف الأخير فهو أن
الإنسان يمكنه أن يحرك رأسه أفقياً بنسبة 180 درجة تقريباً، وهذا ما لا يمكن للكاميرا أن تُؤديه
بأي حال من الأحوال. (Jones, 1993, p107-p109)

هناك عدة اعتبارات لا بد للمُقدم أن يهتم بها ليحقق اتصالاً ناجحاً مع الجمهور وهي على

النحو التالي:

1- المظهر الشخصي (الملابس والماكياج):

إن مظهر مُقدم التلفاز يؤدي وظيفة هامة في رفع درجة الإقناع والثقة به لدى المشاهد
ويساعده على الاستمرار في متابعة البرنامج إلى حد ما. ولكي يتضح ذلك ينبغي أن يبين الباحث
أهم العناصر التي تؤثر تأثيراً مباشراً في مظهر المُقدم وهي. الملابس والماكياج، وهي على
النحو التالي.

أ) الملابس: على المُقدم أن يختار ملابسه بطريقة تناسب طبيعة الكاميرا أو طبيعة الإضاءة أو
طبيعة الديكور المستخدم في التلفزيون.

درج المُقدمون في المحطات الغربية على ارتداء الحلل الداكنة عند تقديم العروض
الإخبارية، باعتبار أن ذلك يتفق والطبيعة الرصينة للعروض الإخبارية، أما البرامج الأخرى،
فقد اعتاد المندوبون والمُذيعون على ارتداء الملابس التي تناسب طبيعة البرنامج الذي يقدمه كل
منهم.

(ب) **الماكياج:** يستخدم المُقدم الماكياج بطريقة تختلف عن استخدام الممثل له، حيث إن المُقدم يريد أن يبدو أنه هو بعكس الممثل الذي يريد أن يبدو بطريقة تخدم المشهد الذي يُؤديه. أي أن كل الذي يحدث هو مجرد تحسين بسيط للأصل الطبيعي الذي يتأثر بالإضاءة القوية أثناء التصوير. (Hyde, 1971, p57)

2- الأداء وتعبيرات الوجه:

يعد الصدق في الأداء خاصية رئيسية في عمل المُقدم، لأن كل فنون الإقناع لا يمكن أن تكون بديلة عن الصدق في التعبير. (Alder, Richard, 1981, p121)

3- الوقوف أمام الكاميرا:

ينبغي أن يقف المُقدم أمام الكاميرا ثابتاً، وعليه أن يتحاشى الاهتزاز أو التمايل من جانب لآخر. فالاهتزاز أو التمايل ونقل ارتكاز الجسم من قدم إلى أخرى أثناء اللقطات الطويلة Long Shots قد يؤدي إلى تشتيت انتباه المُشاهد، أما أثناء اللقطات القريبة Close Up فقد يتسبب في عدم ظهور جزء من وجه المُقدم على الشاشة. (Hyde, 1971, p60)

4- الجلوس أمام الكاميرا:

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

5- الحركة المفاجئة:

على المُقدم أن يختصر حركته، وذلك بأن يبدأ خطواته بطريقة بطيئة للغاية، وذلك لتناسب حركته مكان الكاميرا.

6- مخاطبة الكاميرا:

من الأفضل أن يحصر المُقدم التلفزيوني اهتمامه الأساسي في النص وفي جمهور يتخيل وجوده لأنه موجود بالفعل، ويمكن اعتبار الكاميرا هي البديل للجمهور، ولكي يتحقق ذلك فإن على المُقدم أن ينظر مباشرة إلى عدسة الكاميرا التي تكون في حالة عمل.

7- الاتصال بالعين:

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

8- الاحتياطات للمُفاجآت:

على المُقدم أن يتوقع بعضاً من المُفاجآت ويعدّ نفسه لمواجهةها بحيث يظل محافظاً على هدوئه المطلوب أمام الكاميرا، مثل تعطل أجهزة العرض الداخلية التي تساعد المُقدم على القراءة.

9- الإيحاء بالإقناع:

يتوقف نجاح المُقدم على مدى قدرته على إقناع الجمهور الذي يتحدث إليه، ولن يتمكن من ذلك ما لم يبد هو مقتنعاً بما يقول.

وخلاصة القول فإن الإخلاص للعمل، وحرص المُقدم على تنمية قدراته وتطوير مهاراته، هما السبيل الوحيد الذي يمكنه من الوصول إلى المستوى الذي يريد، والمحافظة على المستوى الذي

يصل إليه. (موري جرين، 1971، ص330)

الدراسات السابقة:

هناك دراسات قليلة تتحدث حول مميزات وخصائص مُقدم البرنامج التي تؤثر على نجاحه أو فشله. القليل من البحوث تم دراستها وتم تحليل آراء الجمهور بشأن مقدمي برامج التلفزيون وماذا يحب أو يكره الجمهور بالنسبة لسلوك مقدم البرنامج. وهذه البحوث هي بحوث تم تصنيفها عن طريق المحطات أو قنوات التلفاز. لذلك لم يتم نشرها إلى عامة الناس ولم تُعرض لمقدمي التلفاز. لذلك، فإننا نحتاج إلى الدراسة وليس فقط التصنيف. يضاف إلى ذلك أنه، لا يوجد هناك دراسة تحاول فحص مدى تأثير القناة، الرسالة، الجمهور وإنتاج البرامج والخصائص الشخصية لمقدم برامج التلفاز في نجاحاته/ نجاحاتها أو فشله/ فشلها، إكماً أن الاختلاف لدى آراء المشاهدين ليست مرتبطة في أي دراسة لاختلافهم في العمر، الجنس.. إلى آخره.

لم يجد الباحث في مجال بحثه دراسات سابقة خاصة في موضوع هذا البحث سوى بعض الدراسات التي من الممكن أن يعدها الباحث مرجعاً له، ويمكن تقسيم هذه الدراسات على النحو التالي:

الدراسات العربية:

1. دراسة بعنوان Television Presenter's Skills

قامت بها دينا فاروق أبو زيد من الجامعة الأمريكية في القاهرة عام 2003، حيث تحدثت حول وجود أعداد قليلة من مقدمي التلفزيون المصري الذين يتميزون بالنجاح. وأشارت الدراسة إلى العناصر التي تؤثر على نجاح أو فشل مقدم برامج التلفاز في التلفزيون المصري كما تحدثت حول آراء الجمهور المصري أيضاً. وكانت أهداف الدراسة على النحو التالي:

- محاولة اكتشاف العناصر التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون في التلفزيون المصري فيما يتعلق بالجمهور المصري.

- محاولة اكتشاف المقاييس الهادفة لتقييم مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمستمعين المصريين. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

• إن الخصائص الشخصية لمقدمي برامج التلفزيون تعد من العوامل المهمة في نجاحه / نجاحها

• إن صوت المقدم التلفزيوني يعد من أهم عوامل نجاح مُذيعي البرامج

• إن الحرفية التي يتمتع بها مقدم البرنامج التلفزيوني تُعد من أهم عوامل نجاحه / نجاحها

• إن الفائدة المرجوة من البرنامج تُعد من أهم عوامل نجاح مقدم البرنامج

2. دراسة بعنوان " المقدم التلفزيوني - التدريب والتأهيل " للباحث جلال خالدة من موقع

أكتفز ميديا حيث يرى أن عمل المقدم التلفزيوني يحتاج أولاً شخصية قوية ذكية، يكفي

ظهورها في مكان لتلفت الانتباه وتشد الإيقاع العام ويدرك الجميع أن الموضوع في

غاية الأهمية. ثم يتطرق إلى ثلاثة مواضيع رئيسية مهمة في موضوع هذه الدراسة:

- كيف تغطي خطاباً أو مؤتمراً صحفياً أو جلسة استماع ؟

- كيف تغطي مسيرة أو مُظاهرة أو تجمع جماهيري ؟

- كيف تتقن إجراء المقابلة للتلفزيون ؟

3. مقالة بعنوان " سحر الجاذبية الشخصية " من موقع المنتدى العربي الموحد، حيث تشير

المقالة إلى أن إحدى المزايا التي يتمتع بها أصحاب الجاذبية الشخصية هي قدرتهم على

التأثير في الآخرين. فالناس على استعداد لأن تلبى مطالب الشخصية الجاذبة وتمتثل

لأوامرها، ثم تتطرق هذه الدراسة إلى ضرورة الأخذ بعدة اعتبارات لزيادة القدرة للتأثير

على الآخرين، وهي:

1. وطف بصيرتك

2. التفكير الابتكاري

3. فكر بطريقة إيجابية

4. داعب الخيال . (موقع المنتدى العربي)

4. دراسة بعنوان : ((أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحدث الجارية في التلفزيون في تزويد

المشاهدين بالمعلومات والأفكار، مع دراسة تطبيقية على المشاهدين في دولة قطر))

قام بهذه الدراسة الدكتور مصطفى عبدالفتاح محمد محمود بكلية الإعلام في جامعة القاهرة عام

1987 ، حيث تضمنت محاولة البحث في التعرف على عادات المشاهد في المجتمع القطري

وطرق متابعة الأخبار وألويات المتابعة مع مقارنتها بمجتمعات أخرى .

5. دراسة بعنوان : ((تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء

عينة من النخبة الإعلامية المصرية))

قام بهذه الدراسة د. عادل عبد الغفار من جامعة القاهرة لتقييم الأداء المهني للقنوات الفضائية

كالجزيرة والعربية وقناة النيل، حيث هدفت دراسته إلى :

• معرفة درجة اعتماد النخبة الإعلامية على القنوات العربية الإخبارية كمصادر

للمعلومات .

• تقييم مستوى الأداء المهني على مستوى نشرات الأخبار والبرامج المقدمة بهذه

القنوات.

- تقييم مستوى الكفاءة الإدارية في القنوات الإخبارية العربية .

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

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

الدراسات الأجنبية:

1. دراسة قام بها بها الدكتور (ألبرت مهرابيان) من جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس - وهو أحد أبرز الخبراء الأوائل في مجال الاتصال الشخصي - . فقام بدراسة العناصر الاتصالية الثلاث وهي:

- العنصر اللفظي: هو الرسالة نفسها - الكلمات التي نقولها.
- العنصر الصوتي: هو الترنيمة - ورنين الصوت الذي ينقل تلك الكلمات.
- العنصر البصري: هو ما يراه الناس مرتسماً على وجهك و جسمك.

حيث قام بدراسة الفرق بين مصداقية العناصر الصوتية و البصرية و اللفظية ووجد أن درجة التناقض بين هذه العناصر الثلاثة كانت العامل الذي يحدد المصداقية فعندما تنقل رسالة متناقضة في كلامك مع شخص آخر فإن الذي يحدث كما توصل له إلى دكتور (مهرابيان) هو الآتي:

1- لفظي. 7%

2- صوتي. 38%

3- بصري. 55%

- المجموع. 100%

وهذا في حالة ما كون الرسالة متناقضة. أما في حالة كون الرسالة متوافقة فإن العناصر الثلاث تعمل معاً وبصورة متساوية لنقل الرسالة فحماسة الصوت وإثارته تعلمان مع نشاط الوجه و الجسم وحركتهما ليعكسا الثقة و التصديق بما يقال.

2. مقالة محكمة بعنوان TV/Radio Announcer/Presenter

تحدثت المقالة حول عدد من النقاط المهمة الخاصة في موضوع البحث والتي تُعد

مرجعاً جيداً لهذه الدراسة وهي:

- ما الذي يجب عمله المقدم التلفزيوني ؟
- بيئة العمل، إضافة لساعات الدوام
- الراتب والمزايا الأخرى
- المهارات والصفات الشخصية
- الاهتمامات
- تقديم أعمال برامجية تهتم الشباب

3. دراسة بعنوان : (Influence of presentation features and news content

on learning from TV news, journal of broadcasting and electronic

(media

أجريت هذه الدراسة في ألمانيا عام 1989، واستهدفت اختبار طريقة التقديم والمحتوى على التعلم من خلال الأخبار التلفزيونية، وتم ذلك في إطار نظرية التعلم والفهم والتذكر من خلال اختبار موضوعات إخبارية، واختيار متغيرات تابعة وأخرى مستقلة. إن ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة هو محاولة أخذ آراء عينة من طلبة الجامعات الأردنية في الفصل الأول من عام 2009، الأمر الذي يجعل هذه الدراسة جديدة، إضافة إلى أنها تتفق مع دراسة الطالبة دينا في الجامعة الأمريكية بالقاهرة لأن الدراستين تبحثان في شخصية مقدم البرامج التلفزيونية، إلا أن هذه الدراسة تختلف عن الأولى في أنها سوف تأخذ عينة جديدة وفي بلد جديد وهو الأردن، كما أنها سوف تضيف بعض العوامل المؤثرة في شخصية المقدم لم تُبحث بعد.

وكانت هناك كتب توضح مفردات كثيرة تخدم هذا البحث فهناك كتاب (المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون)، وقد تناول فيه مؤلفه كرم شلبي كل ما اتصل بالموضوع الخاص بالمقدم وفن تقديم البرامج في الإذاعة المسموعة والإذاعة المسموعة المرئية، أي في الراديو والتلفزيون، بادئاً بمحاولة تعريف من هو المذيع، ثم يستطرد بعد ذلك في تحديد خصائصه وواجباته وصفاته وكيفية إعداده وتدريبه. ثم يتناول بعد ذلك كل ما يتعلق بأدوات المقدم الرئيسية والتي تتمثل في اللغة والكلام والصوت والإلقاء، لينتقل بعد ذلك إلى الجوانب المهنية التي منها قواعد وأساليب التعامل مع الكاميرا والميكروفون والعمل داخل الاستيديو وخارجه. وتتناول مسؤوليات ومهام المقدم في مواقع العمل الإذاعي على اختلافها.

وهناك كتاب (كيف تصبح مذيعاً ناجحاً؟ تجارب وقواعد) لمؤلفه أحمد عبد الملك حيث يشرح فيه كيفية إعداد المقدم الناجح، فيتحدث حول سلامة الصوت وأهميته في عملية الاتصال،

وفن الإلقاء، ويتحدث عن وسائل الإعداد الجيد للمقدم لزيادة ثقته وحضوره وبالتالي ظهوره بمظهر قوي.

وهناك جملة من الكتب التي تتحدث عن لغة الجسد التي هي عبارة عن مجموعة من الحركات والإيماءات وطرق الكلام المميزة التي ترسل رسالات محددة في مواقف وظروف مختلفة تُظهر لك المشاعر الدفينة وإخراجها إلى حيز الوجود. فإذا أنصت جيداً إلى الناس وراقبت حركات أجسادهم وتعبيرات وجوههم فسوف تعرف إذا كانوا يكذبون أو يقولون الحقيقة.

فكلما فحصنا النماذج الصوتية وتعبيرات الجسد لأي شخص، كان من السهل علينا أن نقرأ شخصيته. ومن هذه الكتب هناك كتاب (كيف تحلل شخصية جليبيك) لمؤلفة طه الدروبي، حيث يقوم فيه بتحليل الكثير من الإيماءات التي تصدر من الأشخاص، وقد تم تمهيد ذلك من خلال عدد من الصفحات التي تبين كيفية فهم هذه الإيماءات ودلالاتها، وكذلك الأسلوب الأمثل لتفسيرها، ثم بعد ذلك تناول الكاتب مختلف الدلالات الصادرة عن الرأس مروراً بباقي أعضاء الجسم والانتهاج في الإيماءات الصادرة عن أرجل الإنسان بالإضافة إلى إيماءات الجلوس وما تعبر عنه من معان تفيد في كشف شخصية الآخرين.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

يتضمن هذا الفصل وصفا للطريقة والإجراءات، التي استخدمت في الدراسة، كما يتضمن تعريفا بمنهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها، والأدوات المستخدمة فيها، وكيفية بنائها، وإجراءات تطبيقها، والتأكد من صدقها وثباتها، إضافة إلى وصف الطريقة الإحصائية، التي استخدمت في تحليل البيانات، واستخلاص النتائج.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي. ويعرف بأنه دراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها، أو تطويره . (السيد عمر، 2002، 210)

وفي إطار المنهج الوصفي يتم استخدام منهج المسح بالعينة لأن دراسات المسح ودراسة الحالة والدراسات التطورية، جميعها تدرج تحت البحوث الوصفية، حيث تم استخدام منهج المسحي هذه الدراسة لقياس مدى تأثير شخصيات مذيعي القنوات في جذب جمهور المشاهدين.

ويعرف منهج المسح، بأنه جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة . (غرايبة، 2002، ص33).

حيث تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي في ذلك من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية من الطلبة المشاهدين. بحيث يسعى الباحث للإجابة عن تساؤل الدراسة الرئيسي: هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الإخباري، أو سعيها للوصول إلى الحقيقة، أو أن هناك عوامل أخرى تتعلق بجاذبية بعض مُقدمي برامج التلفاز

ومهاراتهم ؟

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات المسجلين بالجامعات الأردنية

التالية، والمسجلين للفصل الأول من العام 2009:

جدول (1)

أعداد الطلاب في الجامعات

عدد الطلاب	اسم الجامعة
32624	الأردنية
26874	اليرموك
1500	الشرق الأوسط
5771	البتراء
66769	المجموع

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (526) طالباً وطالبة من المسجلين بالجامعة الأردنية، وجامعة

اليرموك، وجامعة الشرق الأوسط، وجامعة البتراء، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية حسب

متغيرات الدراسة، حيث تم توزيع (550) استبياناً، واسترجاع (526) استبياناً صالحاً للتحليل،

بنسبة استرجاع (95%) تقريباً، والجدول (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير

الجامعة.

جدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجامعات

نسبة العينة من الجامعة		النسبة من العينة الكلية		اسم الجامعة
%	التكرار	%	التكرار	
%0.7	239	%0.3	239	الأردنية
%0.08	226	%0.3	226	اليرموك
%0.02	16	%0.02	16	الشرق الأوسط
%0.3	45	%0.03	45	البتراء
%0.16	526	%0.8	526	المجموع

حيث تم احتساب نسبة كل جامعة من التوزيع وفقاً للمعادلة الإحصائية المتعارف عليها وهي :
عدد أفراد العينة / مجتمع العينة مضروباً بعدد الاستبانات .

أداة الدراسة:

قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري والمراجع ذات العلاقة، ثم قام بتصميم استبانة لاستخدامها لجمع المعلومات والبيانات، وقد تكونت أداة الدراسة من ثلاثة أقسام: الأول يتضمن معلومات عامة عن أفراد عينة الدراسة، والقسم الثاني يتضمن معلومات عن أنماط المشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة، والقسم الثالث يتضمن (44) فقرة موزعة على (4) مجالات هي: مجال لغة الجسد وتضمن (9) فقرات، ومجال مهارات الاستماع وتضمن (11) فقرة، ومجال مهارات التحدث وتضمن (10) فقرات، ومجال مهارات عوامل فنية مهمة وتضمن (14) فقرة، ملحق رقم (2) يوضح الاستبانة بصورتها الأولية.

صدق أداة الدراسة:

بعد إعداد الاستبانة بصورتها الأولية تم عرضها على عدد من المحكمين ممن لهم خبرة في هذا المجال، والذين لهم دراية كافية بموضوع الدراسة، والبالغ عددهم (4) محكمين، (ملحق رقم 1)، بهدف تحكيم الاستبيان ومعرفة مدى صدقه من حيث:

- دقة الصياغة اللغوية ووضوحها لفقرات الاستبيان.
- مدى مناسبة وشمولية الاستبيان لجميع أبعاد الدراسة ومجالاتها.
- مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتمي إليه.
- حذف العناصر أو الفقرات غير المناسبة أو اقتراح عناصر جديدة.

وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وآرائهم حول الإستبيان وعدّ هذا كافياً لأغراض صدق الأداة، حيث تم إجراء تعديلات لفقرات الاستبيان بناءً على الملاحظات التي قدمها المحكمون، (ملحق رقم 2) يبين الإستبانة بصورتها النهائية.

كما تم توزيع الاستبانة على خمسين طالباً، حيث تم الأخذ بملاحظاتهم، ثم كرر التوزيع على نفس الطلبة، وتم الأخذ بملاحظاتهم مرة أخرى، حيث كانت بنسبة أقل من الأولى .

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة قام الباحث باستخدام معادلة كرونباخ ألفا على العينة الأصلية لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي للأداة ككل على العينة الأصلية، وبلغ (0.86).

تعديل المقياس:

تم اعتماد سلم ليكرت للتدرج الخماسي لقياس مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية، حيث تم إعطاء الإجابة موافق بدرجة كبيرة جداً (5 درجات)، والإجابة موافق بدرجة كبيرة (4 درجات)، والإجابة موافق بدرجة متوسطة (3 درجات)، والإجابة موافق بدرجة قليلة (2 درجتان)، والإجابة موافق بدرجة قليلة جداً (1 درجة واحدة).

كما تم اعتماد المقياس التالي للحكم على المتوسطات الحسابية:

- من 0.1 - 2.33: بدرجة ضعيفة.
- من 2.34 - 3.66: بدرجة متوسطة.
- من 3.67 - 5.00: بدرجة عالية.

متغيرات الدراسة:

أولاً: المتغيرات المستقلة وتشمل:

- الجنس وله مستويان: ذكر، أنثى.
- الفئة العمرية ولها أربعة مستويات: (16-أقل من 24 سنة)، (من 24-أقل من 35)، (من 35-أقل من 50).

- نوع الجامعة وله مستويان: حكومية، خاصة.

- اسم الجامعة وله أربعة مستويات: (الأردنية)، (اليرموك)، (الشرق الأوسط)، (البتراء).
- المرحلة الدراسية للمؤهل العلمي ولها سبعة مستويات: (بكالوريوس: سنة أولى)، (بكالوريوس: سنة ثانية)، (بكالوريوس: سنة ثالثة)، (بكالوريوس: سنة رابعة)، (بكالوريوس: خامسة)، (ماجستير)، (دكتوراه).

- التخصص.

- مع من تسكن وله ثلاثة مستويات: (الأسرة)، (الأقارب)، (سكن جامعي).

ثانياً: المتغير التابع:

- مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية.

إجراءات الدراسة:

1. قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري وعدد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية، ثم قام بتصميم استبانة تكونت من قسمين: الأول تضمن معلومات عامة عن أفراد عينة الدراسة، والقسم الثاني تضمن فقرات الاستبيان.

2. ثم قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة وذلك بعرضها على عدد من المحكمين، وإجراء التعديلات بناءً على ملاحظات المحكمين، لتصبح الاستبانة بصورتها النهائية مكونة من (44) فقرة موزعة على (4) مجالات.
3. ثم قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي للعينة الأصلية وبلغ (0.86) للأداة ككل.
4. بعد أن تأكد الباحث من مناسبة أداة الدراسة وصحتها، قام بتحديد مجتمع الدراسة، وتم توزيع (550) استبياناً، واسترجاع (526) استبياناً صالحاً للتحليل، بنسبة استرجاع (95%) تقريباً، حيث قام الباحث بكيفية الإجابة على المقياس للعينة، والإجابة عن استفساراتهم حول بعض النقاط وتأكيد ضرورة الحرص والجدية في الإجابة عن فقرات المقياس، وتذكيرهم بأنه لن يطلع على إجاباتهم أحد غير الباحث، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
5. ثم قام الباحث بإدخال البيانات بواسطة برنامج الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والاجتماعية (SPSS) لتحليلها ومن ثم التوصل إلى النتائج ومناقشتها وتقديم التوصيات في ضوء ذلك.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والاجتماعية (SPSS) في معالجة البيانات حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية والمجموع الكلي لهما، كما تم تطبيق اختبار (t-test) لمعرفة الفروق بين المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)، وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA)، وتطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) لمعرفة الفروق في حالة وجود فروق إحصائية باستخدام تحليل التباين.

الفصل الرابع

عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية التي هدفت إلى التعرف على مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية، وسوف يتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة وفرضياتها.

أولاً: النتائج المتعلقة بوصف المتغيرات الديموغرافية:

1. متغير الجنس:

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكر	224	42.6 %
أنثى	302	57.4 %
المجموع	526	100 %

يظهر من الجدول (1) إن أفراد العينة من الإناث والذكور، وبلغت النسبة المئوية للإناث

(57.4)، أما الذكور بنسبة (42.6).

2. متغير الفئة العمرية:

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	%
16- أقل من 24 سنة	462	87.8 %
من 24- أقل من 35	53	10.1 %
من 35- أقل من 50	11	2.1 %
المجموع	526	100 %

يظهر من الجدول (2) أن أعلى نسبة مئوية كانت للفئة العمرية (16-أقل من 24 سنة) وبلغت (87.8) ثم جاءت الفئة العمرية (من 24-أقل من 35) بنسبة مئوية (10.1)، وبلغت أقل نسبة مئوية (2.1) وكانت للفئة العمرية (من 35-أقل من 50).

3- متغير نوع الجامعة:

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير نوع الجامعة

نوع الجامعة	التكرار	%
حكومية	465	88.4%
خاصة	61	11.6
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (3) أن أعلى نسبة مئوية كانت للطلاب من الجامعات الحكومية وبلغت (88.4)، وبلغت النسبة المئوية للجامعات الخاصة (11.6).

4. متغير اسم الجامعة:

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير اسم الجامعة

اسم الجامعة	التكرار	%
الأردنية	239	45.4%
اليرموك	226	43%
الشرق الأوسط	16	3%
البتراء	45	8.6%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (4) أن أعلى نسبة مئوية كانت للجامعة الأردنية وبلغت (45.4%) ثم جاءت جامعة اليرموك بنسبة مئوية (43%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (3%) وكانت لجامعة الشرق الأوسط.

5. متغير المرحلة الدراسية للمؤهل العلمي:

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية

المرحلة الدراسية	التكرار	%
بكالوريوس: سنة أولى	107	20.3%
بكالوريوس: سنة ثانية	159	30.2%
بكالوريوس: سنة ثالثة	119	22.6%
بكالوريوس: سنة رابعة	127	24.1%
بكالوريوس: خامسة	5	1%
ماجستير	7	1.3%
دكتوراه	2	4%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (5) أن أعلى نسبة مئوية كانت لطلاب مرحلة البكالوريوس السنة

الثانية وبلغت (30.2%) ثم جاء طلاب مرحلة البكالوريوس السنة الرابعة بنسبة مئوية

(24.1%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (1%) وكانت لطلاب مرحلة البكالوريوس السنة الخامسة.

6. متغير التخصص:

جدول (6)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير التخصص

التخصص	التكرار	%
الآداب	89	16.9%
الشريعة	10	1.9%
الهندسة	12	2.3%
علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات	15	2.9%
التربية الرياضية	5	1%
العلوم السياسية	4	0.8%
العلوم الإدارية	39	7.4%
الطب	7	1.3%
العلوم التربوية	47	8.9%
العلوم الاجتماعية والإنسانية	10	1.9%
الفنون الجميلة	6	1.1%

الإعلام والاتصال	122	23.2%
الحقوق	10	1.9%
الصيدلة	12	2.3%
الزراعة	9	1.7%
العلوم	7	1.3%
التمريض	27	5.1%
تمويل	19	3.6%
اللغات الأجنبية	18	3.4%
عمل اجتماعي	10	1.9%
فلسفة	7	1.3%
أعمال	7	1.3%
تربية خاصة	9	1.7%
علوم سمع ونطق	13	2.5%
محاسبة	12	2.3%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (6) أن أعلى نسبة مئوية كانت لتخصص الإعلام والاتصال وبلغت (23.2%) ثم جاء تخصص الآداب بنسبة مئوية (16.9%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (0.8%) وكانت لتخصص العلوم السياسية.

7. متغير مع من تسكن:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير مع من تسكن

مع من تسكن	التكرار	%
الأسرة	445	84.6%
الأقارب	14	2.7%
سكن جامعي	67	12.7%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (7) أن أعلى نسبة مئوية كانت للسكن مع الأهل وبلغت (84.6%) ثم جاء السكن الجامعي بنسبة مئوية (12.7%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (2.7%) وكانت للسكن مع الأقارب.

ثانياً: النتائج المتعلقة بأنماط مشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة:

بغرض التعرف إلى أنماط مشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية لدى أفراد عينة الدراسة تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لجميع إجابات العينة على جميع أنماط مشاهدة، وفيما يلي عرض النتائج:

1- المشاهدة وامتلاك جهاز تلفاز وجهاز استقبال رقمي:

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير المشاهدة وامتلاك جهاز تلفاز وجهاز استقبال رقمي

الإجابة	التكرار	%
مشاهدة البرامج التلفزيونية	526	100%
امتلاك جهاز تلفاز في المنزل	526	100%
امتلاك جهاز الاستقبال الرقمي (الريسيفر) في المنزل	526	10%

نظراً لنتائج اختيار العينة فإن جميع أفراد عينة الدراسة ممن يشاهدون التلفاز ويمتلكون

جهاز استقبال رقمي كما يظهر من الجدول (8).

2- مكان مشاهدة التلفاز:

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير مكان مشاهدة التلفاز

مكان مشاهدة التلفاز	التكرار	%
المنزل	506	96.2%
الجامعة	-	-
النادي	2	0.4%
لدى الأقارب والجيران	5	1%
لدى الأصدقاء	6	1.1%
المقاهي	5	1%
المطاعم	2	0.4%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (9) أن أعلى نسبة مئوية كانت لمكان مشاهدة التلفاز في المنزل

وبلغت (96.2%) ثم جاء مكان المشاهدة لدى الأصدقاء بنسبة مئوية (1.1%)، وبلغت أقل نسبة

مئوية (0.4%) وكانت لمكان المشاهدة في المطاعم والنوادي.

3. القناة الفضائية التي تشاهدها:

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير القناة التي تشاهد

القناة التي تشاهد	التكرار	%
قناة الجزيرة الفضائية	329	62.5%
قناة العربية الفضائية	197	37.5%
لا أشاهد هاتين القناتين	0	0
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (10) أن أعلى نسبة مئوية كانت لمشاهدة قناة الجزيرة الفضائية

وبلغت (62.5%)، أما مشاهدة قناة العربية الفضائية كانت بنسبة مئوية (37.5%).

4. عدد ساعات مشاهدة المحطات الفضائية العربية يوميا:

جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة يوميا للمحطات الفضائية العربية

عدد ساعات مشاهدة المحطات الفضائية العربية يوميا	التكرار	%
من ساعة إلى ساعتين	265	50.4%
من ساعتين إلى ثلاث	210	40%
أكثر من ثلاث ساعات	51	9.7%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (11) أن أعلى نسبة مئوية كانت لمشاهدة قناة المحطات الفضائية

العربية يوميا من ساعة إلى ساعتين وبلغت (50.4%) ثم جاءت مشاهدة من ساعتين إلى ثلاث

بنسبة مئوية (40%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (9.7%) وكانت للمشاهدة لأكثر من ثلاث ساعات.

5- الفترة المفضلة للمشاهدة:

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الفترة المفضلة للمشاهدة

الفترة المفضلة للمشاهدة	التكرار	%
صباحاً (من 10 صباحاً إلى ما قبل 5 مساءً)	14	2.7%
مساءً (من 5 مساءً إلى ما قبل 8 مساءً)	103	19.6%
حسب الوقت المتاح، بلا انتظام	409	77.8%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (12) أن أعلى نسبة مئوية كانت للمشاهدة حسب الوقت المتاح، (بلا انتظام) وبلغت (77.8%) ثم جاءت فترة المشاهدة مساءً (من 5 مساءً إلى ما قبل 8 مساءً) بنسبة مئوية (19.6%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (2.7%) وكانت للمشاهدة صباحاً (من 10 صباحاً إلى ما قبل 5 مساءً).

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

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير لماذا تفضل وقت المشاهدة في الفترة التي اخترتها سابقاً

الإجابة	التكرار	%
وقت اجتماع الأسرة	78	14.8%
الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة	161	30.6%
الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لي	98	18.6%
استثمار وقت الفراغ	101	19.2%
غير ذلك	56	16.8%
المجموع	526	100%

يظهر من الجدول (13) أن أعلى نسبة مئوية كانت للمشاهدة في الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة وبلغت (30.6%) ثم جاءت المشاهدة لاستثمار وقت الفراغ بنسبة مئوية (19.2%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (14.8%) وكانت "وقت اجتماع الأسرة".

7- اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال:

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال

الإجابة	التكرار *	%
توجيهات الأهل	45	8.6%
الرغبة الشخصية	292	55.5%
مشورة ونصائح الأصدقاء	33	6.3%
إعلانات البرنامج	48	9.1%
شخصية المقدم (صوته - شكله - لبيسه - أسلوبه)	59	11.2%
سخونة الأحداث	128	24.3%
المجموع		

* يمكن للمستجيب اختيار أكثر من إجابة.

يظهر من الجدول (14) أن أعلى نسبة مئوية كانت للمشاهدة حسب الرغبة الشخصية

وبلغت (55.5%) ثم جاءت المشاهدة لسخونة الأحداث بنسبة مئوية (24.3%)، وبلغت أقل نسبة

مئوية (6.3%) وكانت للمشاهدة لمشورة ونصائح الأصدقاء.

8- البرامج المفضلة لأفراد عينة الدراسة:

جدول (15)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير البرامج المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة

البرنامج	التكرار *	%
الأخبار	194	36.9%
المقابلات	141	26.8%
الندوات والمناقشات	44	8.4%
الحوارية	113	21.5%
الأحاديث المباشرة	56	10.6%
العلمية	72	13.7%
الوثائقية	129	24.5%
الإبراز (تناول الحدث بعمق)	51	9.7%

* يمكن للمستجيب اختيار أكثر من إجابة.

يظهر من الجدول (15) أن أعلى نسبة مئوية كانت لمشاهدة الأخبار وبلغت (36.9%) ثم جاءت برامج المقابلات بنسبة مئوية (26.8%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (8.4%) وكانت لبرامج الندوات والمناقشات

9- سلوك الفرد أثناء مشاهدة التلفاز:

جدول (16)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير سلوك الفرد أثناء مشاهدة التلفاز

الإجابة	التكرار *	%
أفترغ للمشاهدة (أركز تماماً)	230	43.7%
أطالع كتب الدراسة	25	4.8%
الحديث مع الآخرين	96	18.3%
أتناول الطعام	64	12.2%
أستلقي للنوم	48	9.1%
غير ذلك	8	1.5%

* يمكن للمستجيب اختيار أكثر من إجابة.

يظهر من الجدول (16) أن أعلى نسبة مئوية كانت للتفرغ للمشاهدة (أركز تماماً) وبلغت (43.7%) ثم جاءت الحديث مع الآخرين بنسبة مئوية (18.3%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (4.8%) وكانت لمطالعة كتب الدراسة.

10- الهدف من المشاهدة:

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة

الإجابة	التكرار	%
استثمار وقت الفراغ	127	24.1%
متابعة الأخبار	136	25.9%
الثقافة العامة	246	46.8%
متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	36	6.8%
التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	79	15%
غير ذلك	9	1.7%

يظهر من الجدول (17) أن أعلى نسبة مئوية كانت بهدف الثقافة العامة وبلغت (46.8%) ثم جاءت المشاهدة بهدف متابعة الأخبار بنسبة مئوية (25.9%)، وبلغت أقل نسبة مئوية (1.7%) وكانت لأهداف أخرى غير ما ورد في الجدول السابق.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما هي العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون وفقاً للمشاهدين الطلبة في الجامعات الأردنية؟

للإجابة عن السؤال الأول تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين للطلبة في الجامعات الأردنية وفقاً لمجالات الدراسة وفقرات كل مجال، وفيما يلي عرض النتائج.

جدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمجالات المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين الطلبة في الجامعات الأردنية

الدرجة	الرتبة	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	المجالات
متوسطة	3	0.47	3.94	لغة الجسد
متوسطة	4	0.43	3.88	مهارات الاستماع
عالية	1	0.47	4.28	مهارات التحدث
عالية	2	0.44	4.07	مهارات عوامل فنية مهمة
عالية		0.34	4.04	المجموع

يظهر من الجدول (18) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات

المجالات المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين تراوحت بين (3.88 -

4.28) كانت أعلاها لمجال "مهارات التحدث" وكانت بدرجة عالية، ثم جاءت لمجال "مهارات

عوامل فنية مهمة"، وأدنى متوسط حسابي كان لمجال "مهارات الاستماع"، وكانت بدرجة

متوسطة.

المجال الأول : لغة الجسد

جدول (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال لغة الجسد كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون

الرقم	نص الفقرة	وسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة	درجة
1	تأثير عيون المقدم على الجمهور	4.04	0.80	4	عالية
2	تغيير المقدم لمشاعره بذكاء وان يعرف ماذا تريد أنت	4.22	0.75	1	عالية
3	تعبيرات وجوههم	4.15	0.79	2.5	عالية
4	حركات أيدي وأرجل المذيع	3.46	1.00	9	متوسطة
5	هيئة الوقوف أو الجلوس للمذيع	3.86	0.88	7	عالية
6	تحريك الأصابع باتجاه معين	3.59	1.03	8	عالية
7	قدرة المقدم على توصيل رسالة صامتة من خلال إيماءاته	3.93	1.20	6	عالية
8	أصواتهم	4.15	0.84	2.5	عالية
9	التواصل البصري مع المشاهدين	4.03	0.84	5	عالية
	المجموع	3.94	0.47		عالية

يظهر من جدول (19) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال لغة الجسد كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تراوحت بين (3.46 - 4.22) كان أعلاها للفقرة (2) والتي تنص على "تغيير المقدم لمشاعره بذكاء وأن يعرف ماذا تريد أنت" بمتوسط حسابي بلغ (4.22)، ثم جاءت كل من الفقرتين (3، 8) اللتين تتصان على (3) "تعبيرات وجوههم" و (8) "أصواتهم" ، أما أدنى متوسط حسابي فكان للفقرة (4) التي تنص على "حركات أيدي وأرجل المذيع".

وبلغ المتوسط الحسابي العام (3.94) وهذا يدل على أن لغة الجسد تؤثر في نجاح

مقدمي برامج التلفزيون وبدرجة عالية.

المجال الثاني : مهارات الاستماع

جدول (20)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات الاستماع كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون

الرقم	مهارات الاستماع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة	درجة
1	إعطاء انتباه كامل لمحدثه	4.36	0.72	1	عالية
2	شروود ذهن المقدم أثناء حديث المحاور الأخر	2.96	1.36	11	متوسطة
3	نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المنافسة	3.10	1.41	10	متوسطة
4	تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام تعابير مثل : أفهمك , نعم	3.96	0.97	8	عالية
5	تفكير المقدم دائماً بإنهاء المناقشات التي لا تهتمه بسرعة	3.32	1.22	9	متوسطة
6	قدرته على إعادة بعض جمل الحديث	3.97	0.85	7	عالية
7	التفاعل الحركي للمقدم : مثال حركة رأسه بالإيماء والموافقة أو تثبيت العينين تجاه المتحدث أو التأثر بالبسمة	4.14	0.81	5	عالية
8	قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث بألفاظ جديدة	4.28	0.74	2	عالية
9	النظر باهتمام إلى المحدث , وإبداء الرغبة في مشاركته	4.18	0.86	4	عالية
10	القدرة على تلخيص المسموع من الكلام	4.25	0.83	3	عالية
11	القدرة على التنبؤ بما سينتهي إليه الحديث	4.10	0.84	6	عالية
	المجموع	3.88	0.43		عالية

يظهر من جدول (20) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال

مهارات الاستماع كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تراوحت بين (2.96 - 4.36)

كان أعلاها لفقرة (1) والتي تنص على "إعطاء انتباه كامل لمحدثه" بمتوسط حسابي بلغ

(4.36)، ثم جاءت الفقرة (8) التي تنص على "قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث

بألفاظ جديدة" بمتوسط حسابي بلغ (4.28) ، أما أدنى متوسط حسابي كان للفقرة (2) التي تنص

على "شروود ذهن المقدم أثناء حديث المحاور الأخر".

وبلغ المتوسط الحسابي العام (3.88) وهذا يدل على أن مهارات الاستماع تؤثر في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون وبدرجة عالية.

المجال الثالث : مهارات التحدث

جدول (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات التحدث كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون

الرقم	مهارات التحدث	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة	درجة
1	اللباقة في الكلام	4.66	0.61	1	عالية
2	القدرة على الإقناع	4.44	0.71	2	عالية
3	التبسم الخفيف للوجه عندما يتحدث مع الضيوف	4.15	0.73	8	عالية
4	استخدام المقدم اللغة البسيطة	4.07	0.86	10	عالية
5	التحدث بأسماء الضيوف لإشعارهم بأهميتهم	4.17	0.81	7	عالية
6	قدرة المقدم على إيصال رسالة هامة من خلال حديث يربطه بالفكاهة	4.12	0.97	9	عالية
7	نبرات صوت المقدم الملائمة لموضوع الحديث	4.27	0.83	4	عالية
8	قدرة المقدم على التحدث ببطء بعض الشيء والتوقف ليعطي الآخرين الفرصة للتحدث	4.25	0.74	5	عالية
9	قدرة المقدم على نطق الحروف بصورة سليمة	4.44	0.77	2	عالية
10	قدرة المقدم على التحكم في سرعة حديثه	4.22	0.83	6	عالية
	المجموع	4.28	0.47		عالية

يظهر من جدول (21) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال

مهارات التحدث كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تراوحت بين (4.07 - 4.66)

كان أعلاها للفقرة (1) والتي تنص على "اللباقة في الكلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.66)، ثم

جاءت كل من الفقرتين (2، 9) اللتين تتنصان على (2) "القدرة على الإقناع" و (9) "قدرة المقدم

على نطق الحروف بصورة سليمة" بمتوسط حسابي بلغ (4.44)؛ أما أدنى متوسط حسابي كان

للفقرة (4) والتي تنص على "استخدام المقدم اللغة البسيطة".

وبلغ المتوسط الحسابي العام (4.28) وهذا يدل على أن مهارات التحدث تؤثر في نجاح

مقدمي برامج التلفزيون وبدرجة عالية.

المجال الرابع : مهارات عوامل فنية مهمة

جدول (22)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال مهارات العوامل الفنية المهمة كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون

الرقم	عوامل فنية مهمة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة	درجة
1	موضوع البرنامج	4.36	0.74	1	عالية
2	ديكور الاستيديو	4.19	0.79	5	عالية
3	وقت البرنامج	4.20	0.85	4	عالية
4	التكرار المرتفع لظهور المقدم بأوقات مختلفة	3.67	0.85	13	عالية
5	الفائدة المرجوة من البرنامج	4.12	0.81	6	عالية
6	التوافق في الأفكار والعروض بين البرنامج وبين الضيوف	3.97	0.90	11	عالية
7	قوة القناة المتمثلة بتحقيقها نسبة مشاهدة عالية	4.23	0.80	3	عالية
8	ملابس المقدم	3.94	0.90	12	عالية
9	الحالة البدنية والصحية للمقدم	4.05	0.91	9	عالية
10	قدرة المقدم على التعامل مع الميكروفون	4.03	0.86	10	عالية
11	قدرة المقدم على التعامل مع الكاميرا	4.25	0.79	2	عالية
12	استثمار المقدم لوقته وأوقات الآخرين	4.09	0.82	8	عالية
13	الاعتماد على ضيوف البرنامج خصوصا إذا كانوا مشاهير	3.82	0.98	14	عالية
14	التكيف مع الضيوف ومعرفة ماذا يريدون بالضبط	4.12	0.73	6	عالية
	المجموع	4.07	0.44		عالية

يظهر من جدول (22) أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال

مهارات عوامل فنية مهمة كعامل مؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تراوحت بين (3.82-

4.36) كان أعلاها للفقرة (1) التي تنص على "موضوع البرنامج" بمتوسط حسابي بلغ

(4.36)، ثم جاءت الفقرة (11) والتي تنص على "قدرة المقدم على التعامل مع الكاميرا" بمتوسط

حسابي بلغ (4.25)، أما أدنى متوسط حسابي فكان للفقرة (13) التي تنص على "الاعتماد على

ضيوف البرنامج خصوصا إذا كانوا مشاهير".

وبلغ المتوسط الحسابي العام (4.07) وهذا يدل على أن مهارات العوامل الفنية المهمة

تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وبدرجة عالية.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)؟

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة على نجاح مقدمي برامج التلفزيون تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن).

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)، كما تم تطبيق اختبار (t-test) لمعرفة الفروق بينهما، وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way - ANOVA).

1. متغير الجنس

جدول (23)

التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t والدلالة الإحصائية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة (t)	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي		التكرار		العوامل
		أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
0.016	2.4-	0.46	0.49	3.98	3.88	302	224	لغة الجسد
0.097	1.66-	0.40	0.47	3.90	3.84	302	224	مهارات الاستماع
0.038	2.08-	0.46	0.48	4.32	4.23	302	224	مهارات التحدث
0.035	2.11-	0.42	0.47	4.11	4.03	302	224	عوامل فنية مهمة
0.006	2.73-	0.32	0.37	4.08	4.0	302	224	المجموع

يظهر من الجدول (23) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المتوسطات الحسابية لمجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس.

وكانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المتوسطات الحسابية لمجالات (لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس.

2. متغير العمر

جدول (24)

التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	العمر	المجال
0.47	3.92	462	من 16 - 24 سنة	لغة الجسد
0.46	4.11	53	من 24 - 35 سنة	
0.41	3.73	11	من 35 - أقل من 50 سنة	
0.42	3.85	462	من 16 - 24 سنة	مهارات الاستماع
0.46	4.13	53	من 24 - 35 سنة	
0.44	3.85	11	من 35 - أقل من 50 سنة	
0.48	4.27	462	من 16 - 24 سنة	مهارات التحدث
0.42	4.34	53	من 24 - 35 سنة	
0.40	4.41	11	من 35 - أقل من 50 سنة	
0.45	4.06	462	من 16 - 24 سنة	عوامل فنية ومهمة
0.37	4.22	53	من 24 - 35 سنة	
0.22	4.02	11	من 35 - أقل من 50 سنة	
0.34	4.03	462	من 16 - 24 سنة	المجموع الكلي
0.33	4.20	53	من 24 - 35 سنة	
0.28	4.01	11	من 35 - أقل من 50 سنة	

يظهر من الجدول (24) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر، وللكشف عن الدلالة الإحصائية

لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way - ANOVA)، جدول (25) يوضح.

جدول (25)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.01	4.60	1.04	2	2.08	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.227	523	118.5	خلال المجموعات	
0.00	10.14	1.84	2	3.68	بين المجموعات	مهارات
		0.182	523	95.07	خلال المجموعات	الاستماع
0.35	1.04	0.236	2	0.472	بين المجموعات	مهارات
		0.225	523	117.9	خلال المجموعات	التحدث
0.047	3.07	0.611	2	1.22	بين المجموعات	عوامل فنية
		0.199	523	103.9	خلال المجموعات	ومهمة
0.002	6.27	0.733	2	1.46	بين المجموعات	المجموع
		0.117	523	61.12	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (25) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر

- في مجال لغة الجسد بلغت قيمة (f) (4.60) وبدلالة إحصائية (0.01) وللكشف عن مواقع

الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (26) يوضح ذلك.

جدول (26)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من 16- 24 سنة	من 24- 35 سنة	من 35- أقل من 50 سنة
من 16 - 24 سنة	3.92	-	0.19	0.19
من 24 - 35 سنة	4.11		-	0.38
من 35 - أقل من 50 سنة	3.73			-

يظهر من الجدول (26) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر في مجال لغة الجسد كانت لصالح الفئة العمرية (من 24- 35 سنة)، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر بين فئات العمر الأخرى.

- في مجال مهارات الاستماع بلغت قيمة (f) (10.14) وبدلالة إحصائية (0.00) وللكشف عن مواقع الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (27) يوضح ذلك.

جدول (27)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من 16- 24 سنة	من 24- 35 سنة	من 35- أقل من 50 سنة
من 16- 24 سنة	3.85	-	0.28	0.00
من 24- 35 سنة	4.13		-	0.28
من 35- أقل من 50 سنة	3.85			-

يظهر من الجدول (27) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر في مجال مهارات الاستماع كانت لصالح الفئة العمرية (من 24- 35 سنة)، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر بين فئات العمر الأخرى.

- في مجال عوامل فنية ومهمة بلغت قيمة (f) (10.14) وبدلالة إحصائية (0.00) وللكشف عن مواقع الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (28) يوضح ذلك.

جدول (28)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر لمجال مهارات الاستماع

العمر	المتوسط الحسابي	من 16- من 24 سنة	من 24- من 35 سنة	من 35- أقل من 50 سنة
من 16- 24 سنة	3.85	-	0.28	0.00
من 24- 35 سنة	4.13		-	0.28
من 35- أقل من 50 سنة	3.85			-

يظهر من الجدول (28) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر في مجال مهارات الاستماع كانت لصالح الفئة العمرية (من 24- 35 سنة)، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر بين فئات العمر الأخرى.

بينما في المجموع الكلي لأفراد العينة من طلاب الجامعات الأردنية بلغت قيمة (f) (6.27) وبدلالة إحصائية (0.002) وللكشف عن مواقع الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (29) يوضح ذلك.

جدول (29)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	من 16- من 24 سنة	من 24- من 35 سنة	من 35- أقل من 50 سنة
من 16- 24 سنة	4.03	-	0.17	0.02
من 24- 35 سنة	4.20		-	0.19
من 35- أقل من 50 سنة	4.01			-

يظهر من الجدول (29) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر في المجموع الكلي لأفراد العينة من طلاب الجامعات الأردنية كانت

لصالح الفئة العمرية (من 24-35 سنة)، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات
العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمر بين فئات العمر الأخرى.

3. متغير نوع الجامعة

جدول (30)

التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (t) للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج
التلفزيون تبعا لمتغير نوع الجامعة

الدلالة الإحصائية	قيمة (t)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	نوع الجامعة	المجال
0.119	-1.56	0.47	3.92	465	حكومية	لغة الجسد
		0.49	4.03	61	خاصة	
0.002	-3.177	0.42	3.85	465	حكومية	مهارات الاستماع
		0.47	4.04	61	خاصة	
0.010	-2.58	0.48	4.26	465	حكومية	مهارات التحدث
		0.39	4.43	61	خاصة	
0.003	-3.02	0.45	4.05	465	حكومية	عوامل فنية ومهمة
		0.36	4.24	61	خاصة	
0.00	-3.51	0.34	4.02	465	حكومية	المجموع
		0.31	4.19	61	خاصة	

يظهر من الجدول (30) عدم وجود فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في المتوسط الحسابي لمجال لغة الجسد كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي

برامج التلفزيون تبعا لمتغير نوع الجامعة.

وظهرت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المتوسطات

الحسابية في مجالات الدراسة الأخرى (مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة)

كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير نوع الجامعة.

4. متغير مكان السكن

جدول (31)

التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	مكان السكن	المجال
0.48	3.93	445	مع الأهل	لغة الجسد
0.40	3.88	14	مع الأقارب	
0.46	3.99	67	سكن جامعي	
0.43	3.88	445	مع الأهل	مهارات الاستماع
0.28	3.89	14	مع الأقارب	
0.43	3.85	67	سكن جامعي	
0.47	4.28	445	مع الأهل	مهارات التحدث
0.55	4.27	14	مع الأقارب	
0.46	4.29	67	سكن جامعي	
0.44	4.06	445	مع الأهل	عوامل فنية ومهمة
0.34	4.13	14	مع الأقارب	
0.46	4.15	67	سكن جامعي	
0.34	4.04	445	مع الأهل	المجموع الكلي
0.29	4.05	14	مع الأقارب	
0.33	4.07	67	سكن جامعي	

يظهر من الجدول (31) أن هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل المؤثرة

في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن، وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه

الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA)، جدول (32) يوضح.

جدول (32)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.549	0.601	0.138	2	0.277	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.230	523	120.3	خلال المجموعات	
0.895	0.111	0.021	2	0.042	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.189	523	98.7	خلال المجموعات	
0.983	0.017	0.004	2	0.008	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.226	523	118.3	خلال المجموعات	
0.291	1.236	0.247	2	0.495	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.200	523	104.7	خلال المجموعات	
0.715	0.335	0.040	2	0.080	بين المجموعات	المجموع
		0.120	523	62.5	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (32) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن، وبلغت أعلى قيمة (f) (1.236) وبدلالة إحصائية (0.291) لمجال عوامل فنية ومهمة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون، ثم جاء مجال لغة الجسد حيث بلغت قيمة (f) (0.601) وبدلالة إحصائية (0.549)، وكانت أدنى قيمة (f) (0.017) وبدلالة إحصائية (0.983) لمجال مهارات التحدث.

- وبلغت قيمة (f) للمجموع الكلي لأفراد العينة (0.335) وبدلالة إحصائية (0.983) وهذا يدل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان السكن.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لأنماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة)؟

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة على نجاح مقدمي برامج التلفزيون تعزى لأنماط المشاهدة لدى الطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة).

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لأنماط المشاهدة (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة)، وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA) لكل متغير من المتغيرات السابقة.

1. متغير مكان مشاهدة التلفاز

جدول (33)

التكرارات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير مكان المشاهدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	مكان المشاهدة	المجال
0.47	3.94	506	المنزل	لغة الجسد
0.00	4.11	2	النادي	
0.28	4.08	5	لدى الأقارب	
0.33	4.22	6	لدى الأصدقاء	
0.90	3.53	5	المقاهي	
0.31	3.33	2	المطاعم	

0.42	3.87	506	المنزل	مهارات الاستماع
0.12	4.09	2	النادي	
0.62	3.92	5	لدى الأقراب	
0.67	3.84	6	لدى الأصدقاء	
0.81	3.98	5	المقاهي	
0.64	4.36	2	المطاعم	
0.46	4.28	506	المنزل	مهارات التحدث
0.00	4.20	2	النادي	
0.37	4.14	5	لدى الأقراب	
0.41	4.30	6	لدى الأصدقاء	
0.33	4.20	5	المقاهي	
2.05	3.45	2	المطاعم	
0.44	4.07	506	المنزل	عوامل فنية ومهمة
0.20	4.00	2	النادي	
0.52	3.82	5	لدى الأقراب	
0.25	4.29	6	لدى الأصدقاء	
0.35	4.31	5	المقاهي	
1.01	3.57	2	المطاعم	
0.34	4.04	506	المنزل	المجموع الكلي
0.03	4.09	2	النادي	
0.40	3.97	5	لدى الأقراب	
0.36	4.17	6	لدى الأصدقاء	
0.50	4.04	5	المقاهي	
0.69	3.69	2	المطاعم	

يظهر من الجدول (33) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير مكان مشاهدة التلفاز، وللكشف عن الدلالة

الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA)، جدول

(34) يوضح.

جدول (34)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير مكان مشاهدة التلفاز

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.086	1.94	0.442	5	2.212	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.228	520	118.4	خلال المجموعات	
0.646	0.670	0.126	5	0.632	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.189	520	98.1	خلال المجموعات	
0.226	1.39	0.313	5	1.563	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.225	520	116.8	خلال المجموعات	
0.220	1.40	0.281	5	1.405	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.200	520	103.8	خلال المجموعات	
0.685	0.619	0.074	5	0.731	بين المجموعات	المجموع
		0.120	520	62.2	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (34) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير مكان مشاهدة

التلفاز، وبلغت أعلى قيمة (f) (1.94) وبدلالة إحصائية (0.086) لمجال لغة الجسد، ثم جاء

مجال عوامل فنية ومهمة حيث بلغت قيمة (f) (1.40) وبدلالة إحصائية (0.220)، وكانت أدنى

قيمة (f) (0.670) وبدلالة إحصائية (0.646) لمجال مهارات الاستماع.

وبلغت قيمة (f) للمجموع الكلي لأفراد العينة (0.335) وبدلالة إحصائية (0.983)

وهذا يدل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي

برامج التلفزيون تبعاً لمتغير مكان مشاهدة التلفاز.

2. القناة الفضائية التي تشاهدها

جدول (35)

التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير القناة الفضائية التي تشاهدها

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	القناة	المجال
0.49	3.96	358	قناة الجزيرة الفضائية	لغة الجسد
0.53	3.91	97	قناة العربية الفضائية	
0.36	3.93	100	لا أشاهد هاتين القناتين	
0.45	3.85	358	قناة الجزيرة الفضائية	مهارات الاستماع
0.49	3.91	97	قناة العربية الفضائية	
0.23	3.96	100	لا أشاهد هاتين القناتين	
0.49	4.26	358	قناة الجزيرة الفضائية	مهارات التحدث
0.44	4.35	97	قناة العربية الفضائية	
0.39	4.33	100	لا أشاهد هاتين القناتين	
0.47	4.07	358	قناة الجزيرة الفضائية	عوامل فنية ومهمة
0.49	4.13	97	قناة العربية الفضائية	
0.25	4.08	100	لا أشاهد هاتين القناتين	
0.36	4.04	358	قناة الجزيرة الفضائية	المجموع الكلي
0.38	4.08	97	قناة العربية الفضائية	
0.21	4.08	100	لا أشاهد هاتين القناتين	

يظهر من الجدول (35) أن هناك فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير القناة الفضائية التي تشاهدها، وللكشف

عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way -

ANOVA)، جدول (36) يوضح.

جدول (36)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير القناة الفضائية التي تشاهدها

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.529	0.638	0.164	2	0.293	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.229	552	126.6	خلال المجموعات	
0.072	2.63	0.50	2	1	بين المجموعات	مهارات
		0.190	552	104.6	خلال المجموعات	الاستماع
0.187	1.68	0.379	2	0.758	بين المجموعات	مهارات
		0.225	552	154.2	خلال المجموعات	التحدث
0.494	0.706	0.142	2	0.284	بين المجموعات	عوامل فنية
		0.201	552	111.07	خلال المجموعات	ومهمة
0.410	0.893	0.107	2	0.214	بين المجموعات	المجموع
		0.120	552	66.03	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (36) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير القناة التي

تشاهدها، وبلغت أعلى قيمة (f) (2.63) وبدلالة إحصائية (0.072) لمجال مهارات الاستماع ، ثم

جاء مجال مهارات التحدث حيث بلغت قيمة (f) (1.68) وبدلالة إحصائية (0.187)، وكانت

أدنى قيمة (f) (0.638) وبدلالة إحصائية (0.529) لمجال لغة الجسد.

3. متغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز

جدول (37)

التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	عدد ساعات مشاهدة التلفاز	المجال
0.53	3.92	265	من ساعة - ساعتين	لغة الجسد
0.47	3.95	105	من ساعتين - ثلاث ساعات	
0.49	3.97	51	أكثر من ثلاث ساعات	
0.47	3.86	265	من ساعة - ساعتين	مهارات الاستماع
0.47	3.82	105	من ساعتين - ثلاث ساعات	

0.46	3.88	51	أكثر من ثلاث ساعات	
0.50	4.26	265	من ساعة- ساعتين	مهارات التحدث
0.50	4.27	105	من ساعتين- ثلاث ساعات	
0.41	4.31	51	أكثر من ثلاث ساعات	
0.50	4.07	265	من ساعة- ساعتين	عوامل فنية ومهمة
0.45	4.04	105	من ساعتين- ثلاث ساعات	
0.41	4.20	51	أكثر من ثلاث ساعات	
0.38	4.03	265	من ساعة- ساعتين	المجموع الكلي
0.37	4.02	105	من ساعتين- ثلاث ساعات	
0.32	4.10	51	أكثر من ثلاث ساعات	

يظهر من الجدول (37) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز، وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way - ANOVA)، جدول (38) يوضح.

جدول (38)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.751	0.286	0.077	2	0.154	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.268	418	112.1	خلال المجموعات	
0.701	0.356	0.079	2	0.158	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.222	418	92.6	خلال المجموعات	
0.840	0.175	0.042	2	0.084	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.241	418	100.6	خلال المجموعات	
0.142	1.958	0.459	2	0.918	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.234	418	97.8	خلال المجموعات	
0.445	0.812	0.114	2	0.227	بين المجموعات	المجموع
		0.140	418	58.4	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (38) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز، وبلغت أعلى قيمة (f) (1.958) وبدلالة إحصائية (0.142) لمجال عوامل فنية ومهمة، ثم جاء مجال مهارات الاستماع حيث بلغت قيمة (f) (0.356) وبدلالة إحصائية (0.701)، وكانت أدنى قيمة (f) (0.175) وبدلالة إحصائية (0.840) لمجال مهارات الاستماع. وبلغت قيمة (f) للمجموع الكلي لأفراد العينة (0.812) وبدلالة إحصائية (0.445) وهذا يدل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز.

4. متغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده

جدول (39)

التكرارات المتوسطة الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده

المجال	الإجابة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لغة الجسد	توجيهات الأهل	45	4.01	0.38
	الرغبة الشخصية	292	3.93	0.49
	مشورة ونصائح الأصدقاء	33	4.08	0.27
	إعلانات البرنامج	48	3.92	0.42
	شخصية المذيع	59	4.13	0.53
	سخونة الأحداث	128	3.95	0.49
مهارات الاستماع	توجيهات الأهل	45	4.02	0.46
	الرغبة الشخصية	292	3.85	0.46
	مشورة ونصائح الأصدقاء	33	3.88	0.35
	إعلانات البرنامج	48	3.86	0.41
	شخصية المذيع	59	4.04	0.47
	سخونة الأحداث	128	3.81	0.38
مهارات التحدث	توجيهات الأهل	45	4.23	0.34
	الرغبة الشخصية	292	4.27	0.48

0.37	4.11	33	مشورة ونصائح الأصدقاء	
0.44	4.11	48	إعلانات البرنامج	
0.52	4.28	59	شخصية المذيع	
0.44	4.29	128	سخونة الأحداث	
0.37	4.14	45	توجيهات الأهل	عوامل فنية ومهمة
0.47	4.09	292	الرغبة الشخصية	
0.27	4.16	33	مشورة ونصائح الأصدقاء	
0.44	4.03	48	إعلانات البرنامج	
0.45	4.13	59	شخصية المذيع	
0.42	4.05	128	سخونة الأحداث	
0.29	4.11	45	توجيهات الأهل	المجموع الكلي
0.36	4.04	292	الرغبة الشخصية	
0.21	4.06	33	مشورة ونصائح الأصدقاء	
0.33	3.98	48	إعلانات البرنامج	
0.39	4.14	59	شخصية المذيع	
0.32	4.02	128	سخونة الأحداث	

يظهر من الجدول (39) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده،

وللكشف عن الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way -

ANOVA)، جدول (40) يوضح.

جدول (40)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.053	2.195	0.503	5	2.51	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.229	599	137.3	خلال المجموعات	
0.005	3.370	0.660	5	3.30	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.196	599	117.3	خلال المجموعات	
0.096	1.880	0.402	5	2.01	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.214	599	128.0	خلال المجموعات	

0.595	0.738	0.147	5	0.734	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.199	599	119.9	خلال المجموعات	
0.153	1.618	0.190	5	0.952	بين المجموعات	المجموع
		0.118	599	70.4	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (40) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

في مجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً

لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده، وبلغت قيمة (f) (3.370) وبدلالة إحصائية

(0.005) وللكشف عن مواقع الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (41)

يوضح ذلك.

جدول (41)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون تبعاً لمتغير كيفية اختيار البرنامج الذي تشاهده

الإيجابية	المتوسط الحسابي	توجيهات الأهل	الرغبة الشخصية	مشورة ونصائح الأصدقاء	إعلانات البرنامج	شخصية المذيع	سخونة الأحداث
توجيهات الأهل	4.02	-	0.17	0.14	0.16	0.02	0.21
الرغبة الشخصية	3.85		-	0.03	0.01	0.19	0.04
مشورة ونصائح الأصدقاء	3.88			-	0.02	0.16	0.07
إعلانات البرنامج	3.86				-	0.18	0.05
شخصية المذيع	4.04					-	0.23
سخونة الأحداث	3.81						-

يظهر من الجدول (41) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون تبعاً لمتغير اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال سخونة الأحداث، ولم

تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون تبعاً لمتغير اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال.

5. متغير البرامج المفضلة للمشاهدة

جدول (42)

التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون
تبعاً لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الإجابة	المجال
0.034	3.97	194	الأخبار	لغة الجسد
0.040	3.98	141	المقابلات	
0.057	4.07	44	الندوات والمناقشات	
0.044	3.96	113	البرامج الحوارية	
0.058	4.02	56	الأحاديث المباشرة	
0.055	3.98	72	العلمية	
0.042	3.95	129	الوثائقية	
0.055	4.04	51	الإبراز	
0.033	3.93	194	الأخبار	
0.039	3.91	141	المقابلات	
0.067	3.95	44	الندوات والمناقشات	
0.040	3.91	113	البرامج الحوارية	
0.057	3.85	56	الأحاديث المباشرة	
0.041	3.81	72	العلمية	
0.036	3.84	129	الوثائقية	
0.049	3.86	51	الإبراز	
0.031	4.29	194	الأخبار	مهارات التحدث
0.040	4.32	141	المقابلات	
0.069	4.29	44	الندوات والمناقشات	
0.043	4.33	113	البرامج الحوارية	
0.065	4.15	56	الأحاديث المباشرة	
0.048	4.21	72	العلمية	
0.039	4.22	129	الوثائقية	
0.058	4.25	51	الإبراز	
0.030	4.15	194	الأخبار	
0.039	4.08	141	المقابلات	
0.067	4.06	44	الندوات والمناقشات	
0.037	4.10	113	البرامج الحوارية	

0.061	4.02	56	الأحاديث المباشرة	المجموع الكلي
0.037	4.10	72	العلمية	
0.038	4.05	129	الوثائقية	
0.054	4.11	51	الإبراز	
0.023	4.09	194	الأخبار	
0.030	4.07	141	المقابلات	
0.047	4.08	44	الندوات والمناقشات	
0.029	4.08	113	البرامج الحوارية	
0.048	4.01	56	الأحاديث المباشرة	
0.030	4.03	72	العلمية	
0.027	4.02	129	الوثائقية	
0.037	4.06	51	الإبراز	

يظهر من الجدول (42) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة، وللكشف عن

الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA)،

جدول (43) يوضح.

جدول (43)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.838	0.496	0.107	7	0.752	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.217	792	171.5	خلال المجموعات	
0.339	1.135	0.217	7	1.51	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.191	792	151.0	خلال المجموعات	
0.111	1.679	0.344	7	2.40	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.205	792	162.3	خلال المجموعات	
0.518	0.885	0.160	7	1.12	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.181	792	143.2	خلال المجموعات	
0.440	0.986	0.103	7	0.719	بين المجموعات	المجموع
		0.104	792	82.45	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (43) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير البرامج المفضلة للمشاهدة، وبلغت أعلى قيمة (f) (1.679) وبدلالة إحصائية (1.679) لمجال مهارات التحدث ، ثم جاء مجال مهارات الاستماع حيث بلغت قيمة (f) (1.135) وبدلالة إحصائية (0.339)، وكانت أدنى قيمة (f) (0.496) وبدلالة إحصائية (0.838) لمجال لغة الجسد.

6. متغير أثناء المشاهدة

جدول (44)

التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير أثناء المشاهدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الإجابة	المجال
0.52	3.95	230	أتفرغ للمشاهدة	لغة الجسد
0.41	3.98	25	أطلع كتب الدراسة	
0.48	3.96	96	الحديث مع الآخرين	
0.38	3.98	64	أتناول الطعام	
0.54	3.83	48	أستلقي للنوم	
0.71	3.44	8	غير ذلك	
0.48	3.87	230	أتفرغ للمشاهدة	مهارات الاستماع
0.35	3.86	25	أطلع كتب الدراسة	
0.43	3.85	96	الحديث مع الآخرين	
0.36	3.86	64	أتناول الطعام	
0.43	3.88	48	أستلقي للنوم	
0.58	3.54	8	غير ذلك	
0.47	4.30	230	أتفرغ للمشاهدة	مهارات التحدث
0.43	4.28	25	أطلع كتب الدراسة	
0.47	4.26	96	الحديث مع الآخرين	
0.50	4.24	64	أتناول الطعام	
0.59	4.12	48	أستلقي للنوم	
0.53	4.07	8	غير ذلك	
0.47	4.10	230	أتفرغ للمشاهدة	عوامل فنية ومهمة
0.37	4.15	25	أطلع كتب الدراسة	

0.47	4.08	96	الحديث مع الآخرين	
0.48	4.03	64	أتناول الطعام	
0.50	4.01	48	أستلقي للنوم	
0.55	3.86	8	غير ذلك	
0.36	4.06	230	أتفرغ للمشاهدة	المجموع الكلي
0.29	4.07	25	أطلع كتب الدراسة	
0.36	4.04	96	الحديث مع الآخرين	
0.32	4.03	64	أتناول الطعام	
0.36	3.96	48	أستلقي للنوم	
0.50	3.74	8	غير ذلك	

يظهر من الجدول (44) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير أثناء المشاهدة، وللكشف عن الدلالة

الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One – Way - ANOVA)، جدول

(45) يوضح.

جدول (45)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير أثناء المشاهدة

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.051	2.221	0.555	5	2.77	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.250	465	116.2	خلال المجموعات	
0.502	0.868	0.178	5	0.88	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.205	465	95.2	خلال المجموعات	
0.246	1.339	0.321	5	1.60	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.240	465	111.4	خلال المجموعات	
0.496	0.878	0.197	5	0.98	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.224	465	104.3	خلال المجموعات	
0.151	1.627	0.213	5	1.06	بين المجموعات	المجموع
		0.131	465	60.98	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (45) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير أثناء المشاهدة ، وبلغت أعلى قيمة (f) (2.221) وبدلالة إحصائية (0.051) لمجال لغة الجسد ، ثم جاء مجال مهارات التحدث حيث بلغت قيمة (f) (1.339) وبدلالة إحصائية (0.246)، وكانت أدنى قيمة (f) (0.868) وبدلالة إحصائية (0.502) لمجال مهارات الاستماع.

7. متغير الهدف من المشاهدة

جدول (46)

التكرارات و المتوسطات الحسابية والاحترافات المعيارية للعوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الهدف من المشاهدة

المجال	الإجابة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لغة الجسد	استثمار وقت الفراغ	127	3.95	0.50
	متابعة الأخبار	136	3.94	0.44
	الثقافة العامة	246	3.93	0.50
	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	36	4.01	0.39
	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	79	3.98	0.40
	غير ذلك	9	3.65	0.73
مهارات الاستماع	استثمار وقت الفراغ	127	3.94	0.50
	متابعة الأخبار	136	3.86	0.40
	الثقافة العامة	246	3.79	0.43
	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	36	3.98	0.33
	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	79	3.84	0.45
	غير ذلك	9	3.76	0.39
مهارات التحدث	استثمار وقت الفراغ	127	4.29	0.44
	متابعة الأخبار	136	4.22	0.45
	الثقافة العامة	246	4.27	0.49
	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	36	4.26	0.44
	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	79	4.21	0.44
	غير ذلك	9	4.36	0.44
عوامل فنية ومهمة	استثمار وقت الفراغ	127	4.10	0.48
	متابعة الأخبار	136	4.06	0.43

0.48	4.07	246	الثقافة العامة	المجموع الكلي
0.36	4.21	36	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	
0.48	4.11	79	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	
0.38	4.34	9	غير ذلك	
0.37	4.07	127	استثمار وقت الفراغ	
0.31	4.02	136	متابعة الأخبار	
0.36	4.02	246	الثقافة العامة	
0.28	4.12	36	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	
0.31	4.04	79	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	
0.32	4.06	9	غير ذلك	

يظهر من الجدول (46) أن هناك فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية للعوامل

المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة، وللكشف عن الدلالة

الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (One - Way - ANOVA)، جدول

(47) يوضح.

جدول (47)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن دلالة الفروق في العوامل المؤثرة في

نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.435	0.970	0.223	5	1.114	بين المجموعات	لغة الجسد
		0.230	627	143.8	خلال المجموعات	
0.019	2.723	0.529	5	2.646	بين المجموعات	مهارات الاستماع
		0.194	627	121.8	خلال المجموعات	
0.726	0.567	0.124	5	0.622	بين المجموعات	مهارات التحدث
		0.220	627	137.7	خلال المجموعات	
0.277	1.266	0.274	5	1.371	بين المجموعات	عوامل فنية ومهمة
		0.27	627	135.8	خلال المجموعات	
0.461	0.930	0.110	5	0.550	بين المجموعات	المجموع
		0.118	627	74.2	خلال المجموعات	

يظهر من الجدول (47) أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

في مجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً

لمتغير الهدف من المشاهدة، وبلغت قيمة (f) (2.723) وبدلالة إحصائية (0.019) وللكشف عن

مواقع الدلالة الإحصائية تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) جدول (48) يوضح ذلك.

جدول (48)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) التي يبين مواقع الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة

الإجابة	المتوسط الحسابي	استثمار وقت الفراغ	متابعة الأخبار	الثقافة العامة	متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	غير ذلك
استثمار وقت الفراغ	3.94	-	0.08	0.15	0.04	0.1	0.18
متابعة الأخبار	3.86		-	0.07	0.12	0.02	0.1
الثقافة العامة	3.79			-	0.19	0.05	0.03
متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل لي	3.98				-	0.14	0.22
التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي	3.84					-	0.08
غير ذلك	3.76						-

يظهر من الجدول (48) أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج

التلفزيون تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة كانت لصالح متابعة أعمال المقدم الإعلاني المفضل

لي، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي

برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الهدف من المشاهدة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة التي هدفت إلى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مُقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجذب جمهور الطلبة من الجامعات الأردنية ، وسيتم مناقشة النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة التالية:

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول:

ما هي العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية؟

أظهرت نتائج التحليل أن أعلى نسبة للعوامل المؤثرة في نجاح مُقدمي التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل " مهارات التحدث " وكانت بدرجة عالية، ثم جاءت النسبة عالية لعامل " مهارات عوامل فنية مهمة "، وأدنى نسبة كانت لعامل " مهارات الاستماع "، إضافة لعامل " لغة الجسد " .

بناءً على نتائج التحليل فإن مهارات التحدث كانت الأبرز، ذلك أن العملية الأساسية التي يقوم بها مقدم البرنامج في التلفزيون هي في الحقيقة مهارة تحدث في المقام الأول، كما أن ظهور مجال " عوامل فنية مهمة " بنسبة عالية أشار إلى أن الطلبة يهتمهم بشكل دقيق هذه العوامل ذلك لأنها بنظر الكثيرين تؤثر كثيراً في تلبية رغباتهم بالمشاهدة .

وبالنظر إلى تحليل " عوامل فنية مهمة " نلاحظ بأن عوامل مثل موضوع البرنامج والحالة البدنية والصحية للمقدم وقدرة المقدم على التعامل مع الكاميرا أخذت نسب تحليل عالية،

فموضوع البرنامج كعامل مؤثر في تحقيق رغبات الطلبة بالنسبة للمشاهدة يأخذ حيزاً كبيراً ذلك أنه قد تكون سخونة موضوع البرنامج كفيّلة بتحقيق تطلعات الطلبة في الجامعات الأردنية. اتفقت نتيجة هذه الدراسة بالنسبة للسؤال الأول لدرجة كبيرة مع نتيجة دراسة لدينا فاروق أبو زيد من الجامعة الأمريكية في القاهرة، حيث أشارت إلى العناصر التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون في التلفزيون المصري، حيث كان من أبرز نتائج دراستها هو أن صوت المُقدم التلفزيوني يُعد من أهم عوامل نجاح المُقدمين .

كما اتفقت هذه الدراسة مع ما أشارت لها دراسة قام بها ألبرت مهرابيان من جامعة كاليفورنيا في لوس أنجيلوس - وهو أحد أبرز الخبراء في مجال الاتصال الشخصي - ، حيث قام بدراسة الفرق بين مصداقية العناصر الصوتية والبصرية واللفظية ووجد أن درجة التناقض هذه بين العناصر الثلاثة كانت العامل الذي يحدد المصداقية بالنسبة للشخص، وأشار إلى أن الرسالة الاتصالية إذا كانت متوافقة وليست متناقضة فإن العناصر الثلاثة تعمل معاً وبصورة متساوية لنقل الرسالة، فحماسة الصوت وإثارته تعملان مع نشاط الوجه والجسم وحركتهما ليعكسا الثقة والتصديق بما يقال، وهذا اتفق مع هذه الدراسة بما يتعلق بتحقيق نسبة عالية في التحليل حول مهارات التحدث التي تشتمل بالتأكيد على ترابط العناصر الثلاثة التي أبرزها الدكتور ألبرت مهرابيان .

ثانياً: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني:

هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية الأربعة المذكورة في السؤال الثاني، حيث تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس، وكان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمجالات (لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس .

النتائج المتعلقة بمتغير الجنس أظهرت وبشكل واضح أن عامل لغة الجسد بما يحتويه من مؤشرات مؤثرة في تلبية رغبات جمهور الطلبة من حيث صوت المقدم وتأثير عيونه وحركاته بشكل عام يؤدي في النهاية إلى تفضيل مقدم تلفزيوني على آخر بسبب تأثير الطلبة بالجاببية الخاصة لكل مقدم التي تظهر جلياً في عامل لغة الجسد .

كما أن اللباقة في الكلام والقدرة الفائقة على الإقناع ونطق الحروف بصورة سليمة كلها مؤشرات ساعدت بشكل كبير أن يكون عامل مهارات التحدث عنصراً مهماً لدى الجنسين من الطلبة نظراً للثقافة التي تميز الجنسين من الطلبة والتي جعلت ضمن أهم اختياراتهم بين المقدمين هذه القدرات بين مقدمي برامج التلفزيون.

كما أن موضوع البرنامج التلفزيوني يُعد من الأمور المهمة التي ظهرت كمؤشر مهم من ضمن اهتمامات الطلبة بالنسبة لمجال عوامل فنية مهمة، بسبب أن موضوع البرنامج يخدم تطلعاتهم خصوصاً إذا كان ضمن اهتماماتهم والوضع الاجتماعي أو السياسي القائم، حيث يوجد أنشطة ثقافية وتوعوية كثيرة تنظمها الجامعات تؤدي في النهاية إلى تشكيل منظومة فكرية للطلاب تجعل لديه اهتمامات خاصة تظهر جلياً في اختياره لموضوع البرنامج التلفزيوني .

النتائج المتعلقة بمتغير العمر أظهرت أن الفروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر في مجالات (لغة الجسد، مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كانت لصالح الفئة العمرية (من 24- 35)، بسبب شغف الطلبة في هذه الفترة تحديداً في النظر نحو حركات معينة يقوم بها المقدم التلفزيوني قد تتماشى مع الطريقة التي يحبونها، إضافة إلى رغبتهم في تفحص مدى قدرة المقدم التلفزيوني على تطبيق هذه المهارات مجتمعة، ضمن هذه الفئة العمرية تحديداً؛ نظراً لتركيزهم للأمر التي يعتقدون أنها تثير اهتمامهم .

النتائج المتعلقة بمتغير نوع الجامعة أظهرت توجه الطلبة نحو (مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة)، لأن هذه العوامل تدخل في صلب التأثير بالنسبة لهم أكثر بكثير من مهارات لغة الجسد، لأن تلك المهارات بالمجمل تغطي بالتأكيد على بعض الجاليات التي نجدها في لغة الجسد .

أما بالنسبة للنتائج المتعلقة بمتغير مكان السكن وحسب الدلالة الإحصائية فقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون .

فيما يتعلق بالإجابة عن السؤال الثاني وما رافقه من تحليل من منطلق إحصائي فقد أشارت مقالة بعنوان " سحر الجاذبية الشخصية "، من موقع المنتدى العربي الموحد، إلى أن إحدى المزايا التي يتمتع بها أصحاب الجاذبية الشخصية هي قدرتهم على التأثير على الآخرين، وهذا يتفق مع الدلالة الإحصائية التي تركزت في عامل لغة الجسد، فالناس على استعداد لأن تلبي مطالب الشخصية الجذابة وتمتثل لأوامرها.

ثانياً: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث:

هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لأنماط المشاهدة لدى الطلبة في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرنامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية الأربعة المذكورة في السؤال الثالث، حيث تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير مكان السكن، متغير القناة الفضائية، متغير عدد ساعات مشاهدة التلفاز.

بالنسبة لمتغير كيفية اختيار البرنامج أظهر التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون، وهي المهارات التي ظهرت بصورة أكثر من غيرها لأن كثيراً من الطلبة قد يتابعون البرنامج من خلال هذه المهارات لحرص الطلبة على قراءة ردود أفعال المقدمين وطريقتهم في إتقان مهارات الاستماع بصورة سليمة.

إن من أهم ما أظهره التحليل الإحصائي في هذه النقطة هو تركيز الطلبة على نقطتي شخصية المقدم وسخونة الأحداث بالنسبة لأسلوبهم في كيفية اختيار البرنامج التلفزيوني الذي يفضلون، وهما صفتان كفيلتان في شد انتباه الطلبة وغيرهم لأن شخصية المقدم قد تغطي على كثير من العوامل والعناصر المبحوثة، وقد يكون ذلك لشهرتها أو لقدرتها على جذب جمهور الطلبة بصورة لافتة، كما أن سخونة الأحداث الاجتماعية أو

السياسية قد تكون كفيلة في تركيز انتباه الطلبة بالنسبة للكيفية التي يختارون فيها برنامجهم التلفزيوني.

بالنسبة لمتغير البرامج المفضلة، وأثناء المشاهدة، فقد أظهر التحليل عدم وجود دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون بالنسبة لهذين المتغيرين.

كان لمتغير الهدف من المشاهدة رأي آخر، حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لهذا المتغير.

كما ظهر وجود فروق في العوامل الخاصة لذات المتغير، حيث تبين أن متابعة أعمال المقدم الإعلامي المفضل عند الطلبة أخذ النصيب الأكبر من حيث نسب التحليل، وهذا يُظهر الطريقة الاعتيادية التي تقع ضمن اهتمامات الطلبة في تفضيل شخصية إعلامية ذات أسلوب خاص، من أجل تلبية احتياجاتهم بالنسبة لاختيار البرنامج التلفزيوني المفضل لديهم .

التوصيات:

بعد إتمام هذه الدراسة، فإن الباحث يقدم مجموعة من التوصيات، وهي كالتالي :

- يجب الاهتمام بصورة كبيرة بصقل مقدمي البرامج التلفزيونية بالمزيد من الخبرات في مجال مهارات التحدث نظراً لزيادة نسب نتائج التحليل بين الطلبة في هذا الجانب .
- ضرورة العمل على تنمية مهارات لغة الجسد، لما لهذه المهارات من وقع مُؤثر لدى المشاهدين، حيث أنها تعمل على لفت انتباههم .
- يجب التنبيه على مذيعي ومقدمي البرامج في التلفزيون مراعاة استخدام اللغة العربية بصورة سليمة .
- نظراً لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بما يخص أنماط المشاهدة، فإن هناك ضرورة للتركيز أكثر على المهارات الاتصالية لمقدمي برامج التلفاز، والاهتمام بتطوير الأداء من خلال رفدهم بالدورات المتخصصة في هذا المجال .
- العمل على عقد الدورات المتخصصة بدور الاتصال الإنساني في زيادة التأثير بين الأفراد، وإسقاط ذلك على المهمة التي يقوم بها مقدمو برامج التلفزيون في الاتصال .
- يجب على المحطات الفضائية، وخاصة قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين، القيام بما يلزم من التجهيزات الضرورية في الاستديوهات الداخلية والخارجية، من أجل عمل بيئة مناسبة تجعل من نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية أمراً حتمياً .
- ضرورة اهتمام المحطات الفضائية بعمل مراكز خاصة لممارسة الرياضة والاسترخاء، وذلك بالاستعانة ببعض المدربين للياقة والصوت، من أجل أن يمتلك مقدمو البرامج في التلفزيون بنية صحية سليمة وصوتاً جذاباً يؤدي إلى إنجاح برامجهم .

- الاهتمام بالمستوى التعليمي بدرجة كبيرة، من خلال رفدهم بكمتبة متنوعة المجالات تخدم بالتأكد تطلعات المحطة الفضائية بتقديم مقدمي برامج على مستوى عال من التعليم والثقافة، حيث يفضل تخصيص ساعة أثناء الدوام للقيام بمطالعة الكتب، وعمل المسابقات الثقافية للتأكد من هذا المستوى .
- القيام بتجهيز غرف خاصة للقيام بعمليات العصف الذهني، من أجل عمل مصنع ذاتي لإنتاج الأفكار التلفزيونية وتوليدها، مما يؤدي إلى تنوع البرامج التلفزيونية، وتطوير أسلوب عرض البرامج، والطريقة التي يمكن من خلالها إظهار المقدم التلفزيوني لتكون مبهرة.
- الاهتمام بما جاء في مجال هذه الدراسة، والاستفادة من نتائج هذه الدراسة في التخطيط الجيد للبرامج، وأسلوب اختيار مقدمي برامج تلفزيونية أكفاء .

قائمة المراجع والمصادر

المراجع العربية:

- أبو اصبع، صالح خليل. (1995). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. آرام للدراسات والنشر والتوزيع.
- السيد أحمد، مصطفى عمر. (2002). البحث الإعلامي - مفهومه .. إجراءاته .. ومنهجه - . مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. دولة الإمارات العربية المتحدة.
- القضاة، محمد فلاح (1994)، اب التلفزيون والفيلم. عمان: دار الفكر.
- أبو عرقوب، ابراهيم. (1993). الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. عمان: دار مجدلاوي.
- الدروبي، طه. (2004). كيف تحلل شخصية جليتك. عمان: دار عالم الثقافة.
- د. مي العبدالله سنو. (2001). التلفزيون في لبنان والعالم العربي أي دور لتقنيات الغد ؟ بيروت: دار النهضة العربية .
- د. فاضل حنا، (2002). التلفزيون ماله وما عليه (ومدى تأثيره في الأطفال) . مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
- شلبي، كرم. (1992). المقدم وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون. القاهرة. مكتبة التراث الإسلامي.
- عاصف حميدي. (2004). العمل الإذاعي والتلفزيوني - مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع - . عمان: دار مجدلاوي
- عبدالرحمن، عبدالله محمد. (2002). سوسيولوجيا الاتصال والإعلام. دار المعرفة الجامعية.

- عبدالمك، أحمد. (2004). **كيف تصبح مُذيعاً ناجحاً؟ تجارب وقواعد**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبدالهادي، أحلام فتحي. (2008). **لغة الجسد**. (فيلاذلفيا).
- عطية، عبد الحميد ومهدلي، محمد محمود. (2004). **الاتصال الاجتماعي، وممارسة الخدمة الاجتماعية**. المكتب الجامعي الحديث.
- غريب، غريب عبدالسميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية - مصر، 1996م.
- فلحي، محمد. (2003). **صناعة العقل في عصر الشاشة: (دور وسائل الاتصال الالكتروني في المجتمع المعاصر)**.
- شطاح، محمد. (2007). **الإعلام التلفزيوني (نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور -** (دار الكتاب الحديث، القاهرة ، 2007.
- إسماعيل، محمود حسن. (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**. الدار العالمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
- مصطفى، السيد أحمد. (2002). **البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه**. الحولي: مكتبة الفلاح.
- الموسى، عصام. (1997). **المدخل في الاتصال الجماهيري**. إربد: مكتبة الكتاني.
- نصر الله، عمر عبدالحميد. (2001). **مبادئ الاتصال التربوي والإنساني**. عمان: دار وائل للنشر.
- ميسينجر، جوزيف. (2006). **المعاني الخفية لحركات الجسد**. بيروت: دار الفراشة للطباعة والنشر والتوزيع.

- وحيد، أحمد عبد اللطيف (2001)، علم النفس الاجتماعي. الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة.

المراجع الأجنبية:

- Abbot, Waldo (1941). Handbook of Broadcasting: How to broadcast Effectively, New York: Mc Graw-Hill Book Co.
- Adams, R.C. (1989). Social Survey Methods for Mass Media Research. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Alder, Richard, Understanding Television, Essays on Television as a Social and Cultural Force, 2end, Publishers, N.Y, 1981.
- Brisius, Hans, Berd : Influence of presentation features and news content on learning from TV news, journal of broadcasting and electronic media, Vo133, No1, Win 1989, p : 1-14.
- Everett M. Rogers and Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, New York: Free Press, 1971.
- Giving Presentations. Expert Solution to Everyday Challenges, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 2007.
- Journalism Reporting – For PG Diploma & Degree Courses in Journalism & Mass Media -, Seema Sharma, New Delhi, India, 2005
- LLAN & PEASE, BARBARA. (2004). the Definitive Book of Body Language.
- Hyde, Stuart, Television and Radio Announcing, Houghton Mifflin Comp, Boston, 1971.
- Jones, The Technique of the Television Cameraman, 3ed, Focal Press, London.
- Keith, Michael C. (1989) Broadcast Voice Performance. Boston: Focal Press.
- PEASE, ALLAN. (1981). BODY LANGUAGE.

- Raam, Nili and Gabriel. Masters of Body Language.
- Saad, Farouk (1995). The Art of the Arabic Delivery of Speech and of Theater. Beirut: Sharikat Al Matgb Lil Nashr.

مراجع أخرى (دراسات):

- الجنيدى، خيرى زهير. أطروحة ماجستير بعنوان : لغة الجسم في القرآن. (2002). الجامعة الاردنية. عمان (الاردن).
- خوالدة، جلال. المقدم التلفزيوني - التدريب والتأهيل. موقع أكتفز ميديا.
- فاروق، دينا. أطروحة ماجستير بعنوان : " Television Presenter's Skills " .2003. الجامعة الأمريكية. القاهرة.
- عيسى، أحمد (2007)، إدمان التلفزيون وألعاب الفيديو .. الحصاد المر، مقال منشور إلكترونيا على مدونات موقع مكتوب. استخرج بتاريخ: 2007/4/15، على الرابط التالي:

<http://osamaelabady.maktoobblog.com>

- مقالة بعنوان " سحر الجاذبية الشخصية". موقع المنتدى العربي الموحد.

مقالة محكمة بعنوان : TV/Radio Announcer/Presenter

- د. مصطفى عبدالفتاح محمد محمود : أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجتريية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار مع دراسة تطبيقية على المشاهدين بدولة قطر، رسالة دكتوراة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .1987

- موقع الموسوعة المعرفية الشاملة

<http://mousou3a.educdz.com>

- موقع يتحدث حول أنواع الكاميرات أ. سامح العجرمي (www.

(Maxforums.com

- ميثاق الشرف المهني لقناة الجزيرة الفضائية

الملاحق

ملحق (1)

قائمة بأسماء المحكمين

تم إجراء اختبار الصدق لأداة جمع البيانات (الاستبانة) عن طريق تحكيم الاستبانة من قبل المختصين، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم، وهم :

أ.د. حميدة سميسم / عضواً

أستاذ دكتور

أ.د. محمد النعيمي / عضواً

أستاذ دكتور

أ.د. تيسير أبو عرجة / عضواً

أستاذ دكتور

ملحق (2)

الاستبانة بصورتها النهائية

يقوم الباحث بإعداد دراسة حول " مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة من الجامعات الاردنية - قناتي الجزيرة والعربية أنموذجاً " كمتطلب لنيل درجة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا في الأردن. يرجى الإجابة عن أسئلة الاستبانة بدقة وموضوعية. علماً بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط ، وسيتم توزيع هذه الرسالة على أربع جامعات هي :

1. الجامعة الأردنية
2. جامعة اليرموك
3. جامعة البتراء
4. جامعة الشرق الأوسط

شكراً لحسن تعاونكم

الباحث :

محمود فايز العابد

Rantisi_mfa@yahoo.com

☒ الجزء الأول: - البيانات الشخصية :

1. الجنس :

ذكر.

أنثى.

2. الفئة العمرية :

16- أقل من 24 سنة.

من 24- أقل من 35.

من 35- أقل من 50.

50 سنة فأكثر.

3. الجامعة : 1. حكومية 2. خاصة

4. اسم الجامعة :

1. الجامعة الأردنية

2. جامعة البتراء

3. جامعة اليرموك

4. جامعة الشرق الأوسط

5. المرحلة الدراسية للمؤهل العلمي :

بكالوريوس: سنة أولى

بكالوريوس: سنة رابعة. دكتوراه.

بكالوريوس: سنة ثانية.

بكالوريوس: خامسة

□ بكالوريوس: سنة ثالثة. □ ماجستير.

6. التخصص :

- | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------|--------------|
| □ الآداب. | □ العلوم الإدارية. | □ الحقوق. |
| □ الشريعة. | □ الطب. | □ الصيدلة. |
| □ الهندسة. | □ العلوم التربوية. | □ الزراعة. |
| □ علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات. | □ العلوم الاجتماعية والإنسانية. | □ العلوم. |
| □ التربية الرياضية. | □ الفنون الجميلة. | □ التمرريض. |
| □ العلوم السياسية. | □ الإعلام والاتصال. | □ أخرى |

7. مع من تسكن؟

- الأسرة.
□ الأقارب.
□ سكن جامعي.

8. الجزء الثاني:- أنماط المشاهدة :

8. هل تشاهد برامج تلفزيونية ؟

- نعم. □ لا.

9. هل تمتلك جهاز تلفاز في المنزل؟

- نعم. □ لا.

10. هل تمتلك جهاز الاستقبال الرقمي (الرسيفر) في المنزل؟

- نعم. □ لا.

11. مكان مشاهدة التلفاز على الأغلب:

- المنزل. □ لدى الأقارب والجيران. □ المطاعم
□ الجامعة. □ لدى الأصدقاء.
□ النادي. □ المقاهي

12. القناة الفضائية التي تشاهدها ؟

- قناة الجزيرة الفضائية .
□ قناة العربية الفضائية .

□ لا أشاهد هاتين القناتين :- (شكرا لتعاونك معنا، يرجى تسليم الاستبانة، مع جزيل الشكر)

13. عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية العربية يوميا :

- من ساعة إلى ساعتين. □ أكثر من ثلاث ساعات.
□ من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

14. الفترة المفضلة للمشاهدة هي :

- صباحاً (من 10 صباحاً إلى ما قبل 5 مساءً).
□ مساءً (من 5 مساءً إلى ما قبل 8 مساءً).
□ حسب الوقت المتاح، بلا انتظام.

15. لماذا تفضل وقت المشاهدة في الفترة التي اخترتها سابقاً ؟

- وقت اجتماع الأسرة. □ استثمار وقت الفراغ .
□ الوقت الوحيد المتاح للمشاهدة. □ غير ذلك:

□ الفترة التي تعرض فيها البرامج المميزة والمفضلة لي.

16. اختيارك للبرنامج الذي تشاهده يكون من خلال :

- توجيهات الأهل. □ إعلانات البرامج.
□ الرغبة الشخصية. □ شخصية المقدم (صوته – شكله – لبعه – أسلوبه).
□ مشورة ونصائح الأصدقاء. □ سخونة الأحداث.

17. البرامج المفضلة لك عند المشاهدة هي:

- الأخبار. □ الحوارية. □ الوثائقية.
□ المقابلات. □ الأحاديث المباشرة. □ الإبراز (تناول الحدث بعمق)
□ الندوات والمناقشات. □ العلمية.

18. أثناء المشاهدة، فإنني :

- أتفرغ للمشاهدة (أركز تماما). □ أتناول الطعام.
□ أطلع كتب الدراسة. □ أستلقي للنوم.
□ الحديث مع الآخرين. □ غير ذلك:

19. هدفي من المشاهدة هو :

- استثمار وقت الفراغ. □ التفاعل والمشاركة والتعبير عن الرأي.

- متابعة الأخبار.
- الثقافة العامة.
- متابعة أعمال المقدم الإعلامي المفضل لي .
- غير ذلك:

☒ الجزء الثالث:-

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

نوع التقييم					يتم تقييم مهارات مقدمي القنوات الفضائية من خلال :	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
					لغة الجسد	
					تأثير عيون المُقدم على الجمهور	1.
					تغيير المُقدم لمشاعره بذكاء وأن يعرف ماذا تريد أنت	2.
					تعبيرات وجوههم	3.
					حركات أيدي وأرجل المُقدم	4.
					هيئة الوقوف أو الجلوس للمقدم	5.
					تحريك الأصابع باتجاه معين	6.
					قدرة المُقدم على توصيل رسالة صامته من خلال إيماءاته	7.
					أصواتهم	8.
					التواصل البصري مع المشاهدين	9.
					مهارات الاستماع	
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
					إعطاء انتباه كامل لمُحدثه	10.
					شروود ذهن المُقدم أثناء حديث المحاور الآخر	11.
					نسيان النقاط التي قالها الضيوف بعد مرور وقت على المناقشة	12.
					تشجيع المتحدث على إكمال حديثه باستخدام تعابير مثل : أفهمك , نعم	13.
					تفكير المُقدم دائماً بإنهاء المناقشات التي لا تهمه بسرعة	14.
					قدرته على إعادة بعض جمل الحديث	15.
					التفاعل الحركي للمُقدم: مثال حركة رأسه بالإيماء والموافقة أو تثبيت العينين تجاه المتحدث أو التأثر بالبسملة	16.
					قدرته على إعادة صياغة موضوع الحديث بألفاظ جديدة	17.
					النظر باهتمام إلى المتحدث ، وإبداء الرغبة في مشاركته	18.
					القدرة على تلخيص المسموع	19.
					القدرة على التنبؤ بما سينتهي إليه الحديث	20.

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

ملحق (2)

خلاصة إحصائية عن التعليم العالي 2009

صادرة عن : قسم الإحصاء والمعلوماتية / مديرية تكنولوجيا المعلومات
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / الأردن

B.A / B.Sc. Students Enrolled to the Jordanian Universities by Field & University for the year 2008 / 2009

Field	الجامعة University	الحقول																			Total
		الطب البيطري Veterinary Medicine	الزراعة Agriculture	الهندسة المعمارية وتخطيط المدن Architecture & Town Planning	الهندسة Engineering	العلوم الطبية المساعدة Para - Medical Science	الصيدلية Pharmacy	طب الأسنان Dentistry	الطب Medicine	الرياضيات و علم الحاسوب Mathematics & Computer Sc.	العلوم الطبيعية Natural Science	الرياضة Physical Education	الاصحاح الحضاري و الوثائق Mass Comm. & Documentation	التجارة والادارة الاقتصادية Commercial and Business Admi.	العلوم الاجتماعية والسلوكية Social & Behavioural Sc.	الحقوق Law	الخدمات Service Trades	الفنون الجميلة والتطبيقية Fine and Applied Arts	العلوم الانسانية والدينية Humanities, Religion	علوم التربية واعداد المعلمين Education Sc. & Teacher Training	
210	المجموع الكلي Grand Total	3382	2700	30163	13624	7374	1884	4947	21238	10651	3013	2717	46287	6503	6242	949	4439	23349	219277		
82	الجامعة الأردنية The University of Jordan	2042	1688	9553	6948	4418	1107	1761	10240	6958	1410	1630	16098	3887	1611	461	1873	19389	111545		
0	جامعة اليرموك Yarmouk University	789	599	1535	1702	1435	489	443	1402	1178	324	28	2650	1449	555	0	142	1875	21115		
0	جامعة سبوتة Mu'tah University	0	0	977	0	0	0	0	3332	2091	1043	628	5020	1612	729	365	1079	3252	26874		
0	جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية Jordan Uni. of Science & Technology	435	0	2485	504	0	0	772	2123	1369	503	270	1695	1037	252	158	499	3790	14509		
210	الجامعة الهاشمية The Hashemite University	983	551	4934	4309	1854	1194	2615	1289	1239	0	0	0	0	0	0	0	1978	19879		
82	جامعة البلقاء التطبيقية AL-Balqa' Applied University	645	338	1597	2296	1261	618	830	726	759	0	0	0	283	0	584	0	1711	17085		
0	جامعة الحسين بن طلال AL-Hussein Bin Talal University	0	85	999	1150	0	0	424	1409	1762	483	0	3634	1691	173	0	303	1354	1646		
0	جامعة التقنية Tafila Technical University	0	392	0	773	0	0	0	1616	1324	0	0	2381	349	394	0	0	2439	11375		
0	الجامعة الألمانية الأردنية German Jordanian University	0	0	280	0	0	0	0	837	794	0	0	964	135	145	0	0	1605	6518		
0	جامعة عمان الأهلية Al - Ahliyya Amman University	0	0	477	0	0	0	0	2277	443	0	938	6787	348	0	64	2156	5620	26020		
0	جامعة البلقاء التطبيقية الخاصة Applied Science Uni. (Private)	0	0	738	446	961	0	0	328	307	0	809	3217	144	0	0	64	2156	4881		
0	جامعة Philadelphia Philadelphia University	0	0	40	141	368	0	0	44	0	0	0	2122	131	413	0	27	39	483		
0	جامعة الامراء الخاصة Al - Isra Private University	0	0	78	92	377	0	0	980	0	0	0	3132	171	444	0	228	214	13		
0	جامعة البترا University of Petra	0	0	182	331	656	0	0	208	0	0	0	815	44	103	0	252	297	0		
0	جامعة الزرقاء الأهلية AL-Zaytoonah Private Uni. of Jordan	0	0	86	97	92	0	0	713	301	0	121	2016	692	36	0	121	215	6666		
0	جامعة الزرقاء الأهلية Zarqa Private University	0	0	25	47	55	214	0	532	0	0	0	2122	0	784	0	0	1129	746		
0	جامعة اليربد الأهلية Irbid National University	0	0	61	53	42	187	0	127	0	0	0	424	0	108	0	0	536	538		
0	جامعة جرش الأهلية Jerash Private University	0	0	145	69	600	0	0	546	139	0	518	1655	67	237	0	404	470	333		
0	جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا Princess Sumaya Uni. for Tech.	0	0	71	52	277	0	0	116	68	0	182	656	0	380	0	194	325	273		
0	كلية العلوم التربوية الجامعية Jordan Academy of Music	0	0	0	0	0	0	0	1124	0	0	0	2947	0	96	0	97	665	413		
0	كلية العلوم التربوية الجامعية Educational Sciences Faculty	0	0	0	0	0	0	0	330	0	0	0	592	0	0	0	249	1330	846		
0	جامعة جدارا Jadara University	282	0	51	181	0	0	0	729	145	0	0	914	0	437	0	0	688	552		
0	كلية الارثو الجاهلية Jordan Applied University	17	0	5	64	0	0	0	142	57	0	201	0	53	0	0	206	0	0		
0	جامعات حكومية	0	0	560	0	0	0	0	274	0	0	0	277	0	0	0	105	0	0		
0	جامعات خاصة	0	0	145	0	0	0	0	82	0	0	0	110	0	0	0	103	0	0		
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	63	0	0		
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	652		
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	588		
0		0	0	0	0	0	0	0	100	0	0	14	144	0	0	0	0	81	64		
0		0	0	0	0	0	0	0	37	0	4	45	0	0	0	0	32	28	146		
0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	362	0	0	0	0	0	362		
0		0	0	0	0	0	0	0	55	0	0	0	55	0	0	0	0	0	55		