



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبتين

خلوفي أمال

فرفاد مسعودة

نُوقشت وأُجيزت يوم: 2023/06/18

صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين

-دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الاعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية-

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم . أ	إيمان نوي
عضوا مناقشا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم . ب .	نجاة علي
مشرفا ومقررا	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر قسم . أ.	طلحة مسعودة

السنة الجامعية: 2023/2022

سورة التوبة

١٤١٨



شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله، ومن أهدى اليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فأدعوا له"، وعملا بهذا الحديث واعترافا بالجميل، نحمد

الله عز وجل ونشكره على أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع

كلمة شكر وتقدير لصاحبة التميز والعطاء للأستاذة الفاضلة "طلحة مسعودة"، التي تفضلت بإشرافها على هذا العمل ولكل ما قدمته لنا من دعم متواصل وتوجيه وإرشاد وإشراف دقيق لإتمام هذا العمل حفصك الله ورعاك.

لكي منا كل معاني الحب والتقدير والذي لا يساوي حجم عطاؤك اللامحدود، منك تعلمنا أن للنجاح اسرار، ومثلك تعلمنا أن للنجاح أسرار، ومنك تعلمنا أن الأفكار تحتاج الى من يغرسها

إهداء مسعودة

إلى من علمني العطاء وأحمل اسمه بكل افتخار " أبي العزيز "

إلى ملاكي في الحياة ومعنى الحب والحنان والتفاني، إلى بسملة الحياة وسر الوجود، من
كان دعاؤها سر نجاحي: " أمي الحبيبة. "

إلى من كان له الفضل الكبير في تشجيعي وتحفيزي كان وما زال سندي ووسام عزتي،
أخي " محمد الامين "، مهما كتبت من كلمات سأضل مقصرة معك على تعبك معي
لجعلني أفضل الناس، فشكرا لك على حبك وعطائك لي.

إلى مصدر البسمة والفرح والسرور، أدعو الله دوما بأن تبقى مشرقا أمامي، إلى نور
عيني الأعلى من الروح والذي يسكن الفؤاد والأعماق مهما كبر "صلاح الدين"،

فاللهم بارك لي فيه واجعله من الأخيار.

إلى من انتظروا قطاف ثمرة جهدي طويلا فكانوا شركاء كل بسمة ودمعة أحباب قلبي
"تجاة، هجيرة، ميلود، رشيد، اسماعيل"، وإلى كل اخوتي واخواتي كل باسمه

إلى صغار العائلة: "تور الهدى"، "ماريا"، "صلاح"

إلى صديقتي و رفيقة دربي التي شاركتني أحلى أيامي، وإن قل الكلام أنت صديقتي التي
لا تعوض، دمتي لقلبي حتى نشيب سويا "الغالية أمال"

ولا انسى كل من دعمني من قريب أو بعيد أصدقائي وأحبائي

إلى جميع اساتذة علوم الإعلام و الاتصال الذين لم يبخلوا علينا بنصائحهم الثمينة
ومعارفهم القيمة

إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة

إهداء : آمال

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذه الخطوة من مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه التي تعتبر
ثمرة

جهد و تعب و مثابرة و إيمان بالله للوصول إلى النجاح فاهدي العمل هذا :

إلى روح أبي الغالي و روح أمي الطاهرة العزيزة

اللهم الجنة يا الله لمن إختفى صوتهم عنا و رحلوا من هذه الدنيا

تاركين لنا ألم الفراق و الحسرة

إلى عائلتي الكريمة وخاصة أخوتي : علاء الدين و عبد الكريم و معتز بالله و إخواتي:

روح قلبي "حبيبة" و غاليتي "مريم وفاء"

إلى أبناء إخوتي: "أيوب،جوري،جمانة،جنة،محمد،مييار،عبد الرؤوف،أصيل،سيدرا،

وإبنتي التي لم أنجبها "تقوى صفية"

إلى صديقتي الغالية التي ساندتني في كل أمور حياتي فلم يجمعني بها غير هذا العمل

فهي صديقة العمر الصدوقة الرائعة "مسعودة" قلبي اللهم بارك لها وأحفظها يا رب

إلى أستاذتي الكريمة : الدكتورة طلحة مسعودة على مساعدتها لنا طوال فترة العمل

ووقوفها معنا رغم الصعاب التي واجهتنا فلو أقدم لها كل عبارات الشكر و الإمتنان لا

تكفيني لأستاذتي العزيزة

إلى كل طاقم البيداغوجي و الإداري لقسم الإعلام و الإتصال و كل أساتذتنا الكرام

و نسأل الله أن يجعل هذا العمل مباركا

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تمحور موضوع دراستنا حول الصورة التي كونها الأكاديميون عن المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالجامعة الجزائرية.

بمحاولة بحث عينة من أساتذة الاعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وذلك بالاستعانة بأداة استمارة "قياس الاتجاه" وفق مخطط ليكرت الخماسي في شكلها الالكتروني لاختبار عينة قوامها 107 مفردة من أساتذة الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية. وقد تم التوصل للنتائج التالية:

✓ تتمثل صورة المؤهلات الشكلية التي يتميز بها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري في اعتماده على اللغة العربية في التقديم وعملية التواصل البصري مع صوت جذاب يتلائم مع نوع البرنامج الذي يقدمه، ويختار ملابسه وتسريحة شعره بعناية.

✓ تتمثل صورة المؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري في كونه يمتاز بالتجديد في طريقة إلقاء البرنامج والحماس الطبيعي مع الجمهور مراعيًا في ما يقدمه من محتوى للعادات والتقاليد وقيم المجتمع، ولديه مستوى متوسط من الذكاء والتفكير الابداعي والنقدي والعقلاني في اختيار المواضيع ومناقشتها.

✓ يرى الأكاديميون أن بين المؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري التواضع إذ يولي اهتماما وتقديرا للجمهور ولفريق العمل، ويتسم بالأمانة في نقل المعلومات ويحرص على لتقديم محتوى عالي الجودة وفقا للمعايير المهنية.

Abstract:

The subject of our study revolved around the image formed by the academics about the performance qualifications of the communicator in the Algerian TV at the Algerian University.

In an attempt to search for a sample of media and communication professors at the Algerian university, the study relied on the survey method, using the "attitude measurement" questionnaire tool according to the five-point Likert chart in its electronic format to test a sample of 107 teachers of media and communication at Algerian universities.

The following results have been reached:

- ✓ The picture of the formal qualifications that characterizes the communicator in Algerian television is represented in his reliance on the Arabic language in presentation and the process of visual communication with an attractive voice that suits the type of program he presents, and he carefully chooses his clothes and hairstyle.
- ✓ The image of the psychological and behavioral qualifications of the communicator on Algerian television is that he is characterized by innovation in the way of delivering the program and natural enthusiasm with the audience, taking into account the content he presents of the customs, traditions and values of society, and he has a medium level of intelligence and creative, critical and rational thinking in choosing topics and discussing them.
- ✓ Academics believe that among the ethical and professional qualifications of the Algerian TV communicator is humility, as he pays attention and appreciation to the audience and the work team, is honest in conveying information, and is keen to provide high-quality content in accordance with professional standards.

محتويات الدراسة

محتويات الدراسة:

الموضوع:	
ملخص باللغة العربية	
ملخص باللغة الأجنبية	
محتويات الدراسة	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
مقدمة	
الجانب المنهجي للدراسة	
2	المبحث الأول: موضوع الدراسة وأهميتها
2	إشكالية الدراسة
3	تساؤلات الدراسة
3	فرضيات الدراسة
4	أسباب اختيار الموضوع
5	أهمية الدراسة

محتويات الدراسة

5	أهداف الدراسة
6	المبحث الثاني: المقاربة النظرية للدراسة وأدبيتها
6	مفاهيم الدراسة
9	المقاربة النظرية
16	الدراسات السابقة وتقييمها
24	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة
24	نوع الدراسة ومنهجها
26	مجتمع البحث و عينة الدراسة
29	بناء أداة الدراسة
34	صعوبات الدراسة
الجانب النظري	
أولاً: الصورة الذهنية	
36	المبحث الأول: الصورة الذهنية
36	تعريف الصورة الذهنية
37	أنواع الصورة الذهنية

محتويات الدراسة

47	المبحث الثاني: خصائص الصورة الذهنية و سماتها
47	خصائص الصورة الذهنية
49	سمات الصورة الذهنية
50	المبحث الثالث: أهمية الصورة الذهنية و وظائفها
50	أهمية الصورة الذهنية
51	وظائف الصورة الذهنية
52	المبحث الرابع: أبعاد و مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة و عوامل تكوينها
52	ابعاد الصورة الذهنية و مكوناتها
53	مكونات الصورة الذهنية للمنظمة
54	عوامل تكوين الصورة الذهنية
56	
ثانيا: القائم بالاتصال	
57	تعريف القائم بالاتصال
58	مسؤوليات القائم بالاتصال
59	الشروط الواجب توفرها في القائم الاتصالي

محتويات الدراسة

61	سمات و مهارات القائم بالاتصال
76	الصعوبات و التحديات التي تواجه القائم بالاتصال
78	حقوق و واجبات القائم بالاتصال
80	الأخلاقيات المهنية المتعلقة بالقائم بالاتصال
82	
الدراسة الميدانية	
84	المبحث الأول: أداة الدراسة و أدوات جمع البيانات
84	الأساليب الإحصائية المستخدمة
85	صدق أداة البحث
86	ثبات الأداة
87	المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة
87	خصائص أفراد عينة البحث
92	المبحث الثالث: تحليل محاور الاستبانة
92	تحليل عبارات استبانة الدراسة
114	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

محتويات الدراسة

114	الفرضية الأولى
115	الفرضية الثانية
117	المبحث الرابع: النتائج النهائية للدراسة
117	النتائج العامة للدراسة
120	الإجابة على تساؤلات الدراسة
125	خاتمة
128	قائمة المصادر، والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
28	يوضح عدد أفراد العينة حسب الجامعة	01
85	جدول يوضح درجات مقياس سلم لكارت الخماسي	02
85	جدول يوضح طول الخلية لسلم لكارت	03
87	معامل الثبات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق للاستبانة	04
88	خاصية الجنس لعينة الدراسة	05
89	خاصية المنصب الوظيفي المهنية لعينة الدراسة	06
90	خاصية الأقدمية في المنصب لعينة الدراسة	07
92	خاصية ممارسة العمل الاعلامي في المنصب لعينة الدراسة	08
93	المتوسطات الحسابية و انحرافات المعيارية و الأهمية النسبية لإجابات افراد عينة البحث عن عبارات المحور الثاني	09
100	المتوسطات الحسابية وانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات المحور الثالث	10
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات المحور الرابع	11
115	مصفوفة الارتباط بين متغير الخبرة و المنصب و بين المؤهلات المهنية و الأخلاقية للقائم بالاتصال	12

قائمة الجداول

117	مصفوفة الارتباط بين متغير الجنس و العمل الإعلامي و بين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.	13
-----	--	----

قائمة الأشكال

قائمة الاشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
88	توزيع افراد العينة حول متغير الجنس	01
90	توزيع افراد العينة حسب المنصب الوظيفي	02
91	توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في المنصب	03
92	توزيع أفراد العينة حسب ممارسة العمل الاعلامي	04

مقدمة

يعتبر الاتصال المحرك الاساسي لكل العمليات الاجتماعية داخل المجتمع أو المؤسسة أيًا كانت طبيعتها إدارية أو إعلامية، وبدونه لا يمكن تصور أي حركة اجتماعية أو أي شكل من أشكال التبادل. وبدونه تصبح الحياة عبارة عن رموز نجتهد دائما لفكها فهو ضرورة من ضروريات الحياة الانسانية لتماسك الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب، فهو عملية تفاعل ومشاركة للأفكار بين مرسل ومستقبل، الذين بدورهم يمثلون أطراف العملية الاتصالية.

ومن أجل تحقيق الأهداف المطلوبة يتطلب توفر خصائص ومؤهلات لدى القائم بالاتصال التي بموجبها يسعى إلى أن ينقل المعلومات والأفكار والأحاسيس والمشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من تأثير.

ولكي يتحقق الوصول إلى الهدف الذي يرجو القائم بالاتصال إليه كان من المهم أن يتم البحث في المؤهلات الأدائية التي يتوجب أن تتوفر في القائم بالاتصال من أجل المساعدة في جذب انتباه المشاهدين وزيادة في نجاح البرنامج التلفزيوني ارتأينا معرفة الصورة الذهنية للمؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الاكاديميين باعتبارهم فرد من افراد المجتمع من جهة، ونخبة هذا المجتمع من جهة اخرى ومن شأن رأيهم أن يحسن في أداء الإعلاميين من القائمين بالاتصال وعليه قمنا بتقسيم موضوعنا إلى ثلاثة أقسام جاء في القسم الأول الاطار المنهجي الذي أبرزنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلات البحث وأهميته وأهدافه وأسباب اختيار الموضوع وكذلك المنهج المتبع في البحث والأدوات المستعملة والعينة، وتحديد المفاهيم الاجرائية والدراسات السابقة، والقسم الثاني جاء فيه الإطار النظري للدراسة الذي خصصنا في جزئين هما: الجزء الأول تناولنا فيه الصورة الذهنية، والجزء الثاني تناولنا فيه ماهية القائم بالاتصال، أما القسم الثالث قد

مقدمة

خصصناه للجانب التطبيقي الذي اشتمل على تبويب و تحليل بيانات الدراسة الميدانية وتفسيرها، ثم استخلاص النتائج واختبار الفرضيات وأخيرا الإجابة عن الأسئلة التي وضعت في اشكاليتها ، وختمنا هذا البحث بخاتمة ملخصة وتوصيات مقترحة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول: موضوع الدراسة وأهميتها

1- إشكالية الدراسة

يعد القائم بالاتصال واحدًا من أهم عناصر العملية الاتصالية ووسيلته في ذلك التحدث الذي هو فن لغوي، ومظهر حقيقي وجذاب ينطوي على الوسامة والجمال والملابس والشكل، واستخدام الرسائل الغير اللفظية كتعبير الوجه وحركة اليدين، حسن الاستماع ودقة الملاحظة بحيث يجب أن يكون القائم بالاتصال بمثابة النموذج لما يحاول توصيله من رسائل إلى الجمهور وإرضاء اهتماماته وإشباع رغباته.

وهي مجموعة من المؤهلات الأدائية أو السمات الواجب توفرها في القائم بالاتصال خاصة بعد سلسلة التغيرات بعد الأحداث التي أصبح يشهدها عالمنا المعاصر عامة والمجتمع الجزائري خاصة الأمر الذي استوجب للفت النظر ودعا إلى إحداث تغيرات ايجابية في الساحة الاعلامية في القطاع السمعي البصري.

من جهة أخرى تعد المؤهلات الأدائية أو ما يعرف بسمات القائم بالاتصال من أهم المواضيع التي لم يبحث فيها بشكل واسع في جميع المجالات مما يبرر الرؤية الشاملة للأبعاد التي من شأنها التأثير بصورة مباشرة على الأداء المهني القائم بالاتصال وتأثير مجمل هذه العوامل على صورة القنوات الجزائرية وأصحابها وممارسيها وعلى الدور الذي تقوم به في تنوير مجتمعاتها والنهوض بها على اعتبارها مهنة تتميز بخصوصية نوعية تستند في المقام الأول على الالتزام المهني، الوطني، ثم الكفاءة المهنية في الأداء، إلا أن الانفتاح على قطاع السمعي البصري في الجزائر الذي نتج عنه تزايد في عدد القنوات والبرامج ومعها القائمون بالاتصال من مُعدي ومُقدمي هذه البرامج دون وجود خبرة أو تكوين أكاديمي متخصص في تخريج هذا النوع من المهن، مما أفرز فوضى في الممارسة وأثر بذلك على جودة النشاط السمعي البصري في الجزائر ككل، و منه لا بد من الوقوف على وضعية وحال

القائمين بالاتصال وتقديم وجهات نظر تصحيحية لمسار نشاطهم متمثلة في وجهة نظر الأكاديميين المتخصصين. وفي سياق ذلك تتبلور الصيغة التساؤلية لمشكلة دراستنا فيما يلي:

• ماهي الصورة التي كونها الأكاديميون عن المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في

التلفزيون الجزائري؟

- التساؤلات الفرعية:

✓ فيما تتمثل المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر

الأكاديميين؟

✓ كيف يرى الأكاديميون المؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون

الجزائري؟

✓ ما تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون

الجزائري؟

- فرضيات الدراسة:

تكن أهمية الفرضية في أنها تمثل لقاعدة الاساسية لتحديد أبعاد البحث في عملية

التفسير والتحليل للبحث، كما تشكل وحدة البحث وتعكس ترابطه والمنطقي وعدم تبعثر

وتشتت عناصره حيث تربط المعطيات والمقترحات بالنتائج إذ يعرف: "عبد الغني عمادا"

الفرضية بأنها جواب افتراضي مبدئي مقترح ومؤقت لتفسير ظاهرة أو واقعة اجتماعية ما،

ومن جواب أو تفسير مستمد من تأمل أو دراسة هذه الظاهرة لهدف معرفة أسبابها وترابطها.

ومن خلال ما تقدم فقد اخترنا صيغة الإثبات في وضع فرضيتين لدراستنا، حيث أردنا

إثبات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة والمنصب وبين تصور الأكاديميين

للمؤهلات المهنية والاخلاقية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، وبين متغير الجنس

والعمل الاعلامي وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، والتي قد تصدق أو لا تصدق وعليه جاءت فرضياتنا كالاتي:

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة والمنصب وبين تصور الأكاديميين للمؤهلات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

• توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والعمل الاعلامي وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

2-أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن اختيارنا للموضوع لم يكن عشوائياً أو بمحض الصدفة وإنما تتبع من عدة اعتبارات ذاتية تدعم هذا الاختيار وأخرى موضوعية تبرر هذا الاختيار.

• الأسباب الذاتية:

- صلة الموضوع بالتخصص الذي زاولناه في الجامعة (السمعي البصري).
- اشباع الفضول العلمي من خلال معرفة صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال التلفزيوني لدى الأكاديميين (أساتذة الاعلام والاتصال من الجامعات الجزائرية) والواجب توفرها لتحسين الأداء الإعلامي في التلفزيون الجزائري.

• الأسباب الموضوعية:

- الغياب التام للدراسات المتعلقة بالقائم بالاتصال عموماً في جميع المجالات الرياضية، الاخبارية، الترفيهية في الجزائر.
- محاولة إبراز أهم المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين من خلال معرفة الصورة الذهنية حولهم.

- قلة الدراسات والبحوث التي تدرس مجتمع الاساتذة الجامعيين فيما يتعلق بالقائم بالاتصال ومن هذا المنطلق تولد اهتمامنا لهذا المجتمع الذي يتسم بمستوى معرفي وفكري عال.

3-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في أهمية موضوع القائم بالاتصال الذي يقدم الانتاج الاعلامي ولما له من دور كبير وفَعَال في انتاج الرسالة الإعلامية ونقلها إلى الجمهور المتلقي بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية.

بالإضافة إلى ندرة الدراسات التي تناولت المؤهلات الادائية (خصائص وسمات) القائم بالاتصال التلفزيوني التي من شأنها التأثير بصورة مباشرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري وتأثير مجمل هذه العوامل على صورة القنوات الجزائرية. كذلك معرفة الصورة الذهنية للمؤهلات الأدائية الواجب توفرها في القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين باعتبارهم فرد من أفراد المجتمع من جهة، ونخبة هذا المجتمع من جهة أخرى من أجل تحسين الأداء الإعلامي.

4-أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- تهدف هذه الدراسة إلى تقريب بعض المفاهيم والصور الذهنية عن المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لتحسين الأداء.
- في نسق دراستنا الميداني فإنها تهدف الى تحديد المؤهلات الأدائية (خصائص وسمات) الواجب توفرها لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.
- بالإضافة الى معرفة الصورة الذهنية لدى الأكاديميين لتطوير الأداء للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري شكليا مهنيا وأخلاقيا.

المبحث الثاني: المقاربة النظرية للدراسة وأدبيتها:

1- مفاهيم الدراسة:

إن تحديد المفاهيم والمصطلحات في أي بحث يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية، بل يتم وفق منطق علمي ووحدة منهجية ملائمة¹، ودراستنا هذه تشمل المفاهيم التالية:

- الصورة:

أ- لغة: تصور الشيء توهمت صورته، فتصور لي التصاوير: التماثيل، وفي الحديث أتاني الليلة ربي في أحسن صورة قال ابن الأثير الصورة ترد في كلام العرب على ظاهرها وعلى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صفته، ويقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة الأمر أو كذا أي صفته، فيكون المراد بما جاء في الحديث أنه أتاه في أحسن صورة.²

ب- اصطلاحاً: الصورة هي مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما، أو طبقة بعينها أو جنس بعينه، أو فلسفة سياسية أو قومية معينة أو أي شيء آخر...، استحظار العقل أو التوليد العقلي لما سبق إدراكه بالحواس وليس بالضرورة أن يكون ذلك المدرك مرئياً وإنما قد يكون مسموعاً أو مشموماً أو متذوقاً أو ملموساً³.

هي تمثل عقلي مجرد لموضوع فئة معينة من الموضوعات⁴.

¹ فضيل دليو : أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، قسنطينة ، الجزائر ، 1999 ، ص90.

² ابن منظور: لسان العرب، دار صادر بيروت، طبعة جديدة المجلد السابع: ص 303

³ المرجع نفسه: 304.

⁴ محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ص 236.

ج- إجرائيا: كتعريف إجرائي يتناسب مع دراستنا يمكن تعريف الصورة الذهنية بأنها: الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الأكاديميين عن المؤهلات الأدائية الواجب توفرها لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

- المؤهلات الأدائية:

تجدر الإشارة أنه تعذر علينا إيجاد تعريف واضح للمؤهلات الأدائية، حيث أن كل الأدبيات تتفق في مصطلح السمات، الخصائص أو المعايير، خاصة إذا ما اقترنت بالقائم بالاتصال وعليه ارتأينا لتقريب المفهوم وشرحه في تعريف مصطلحي (المؤهل - الأداء).

أ- المؤهل: في اللغة هي اسم وجمعها مؤهلات، والمؤهل هو الكفاءة، و هو مجموعة المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والشهادات الدراسية والتدريبات التي حصل عليها الفرد و تؤهله للعمل¹.

ب- الأداء: في اللغة من أدى الشئ أي أوصله ، والإسم أداء وأدى دينه قضاءه و المقصود هنا من الأداء هو قضاء الأمر².

يعرف الباحث خيراخم الأداء على أنه تأدية عمل أو انجاز أو تنفيذ مهمة، كما يشير مفهوم الأداء إلى المسؤوليات والواجبات والأنشطة وكذا المهام التي يتكون منها عمل الفرد التي يجب عليه القيام بها، كما يعرف الأداء بأنه الأهداف التي يسعى نظام العمل إلى تحقيقها من خلال الجهود التي يبذلها الأفراد الذين تتشكل منهم المنظمة بالاستعانة بموارد مالية وباستخدام المعدات والتجهيزات المتوفرة فيها وكل ذلك يتم في إطار نظم قانونية و إجراءات محددة

- المؤهلات الأدائية:

¹ الموقع الالكتروني: Almaany.com تمت زيارة الموقع : بتاريخ : 19-03-2023.

² محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي: ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ،مصر ، 2004 ، ص 34 .

أ - اصطلاحاً: هي عدد من الخصائص الأساسية التي لا بد من توافرها في الشخص الذي يعمل مديعاً في الراديو أو التلفزيون... يمكن أن نسمي هذه الخصائص مؤهلات أو معايير أو أسس إختيار أو شروط صلاحية المهم أنه يتحتم توفرها في مديع الراديو ومديع التلفزيون¹.

ب- إجرائياً : هي مجموعة الخصائص والصفات النفسية والسلوكية والفيزيولوجية القولية والفعلية التي تجعل القائم بالاتصال أهلاً للتواصل مع الجمهور عبر التلفزيون و جذب أكبر عدد منهم.

- القائم بالاتصال:

أ - اصطلاحاً: هو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها لا، يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الاعلام المتاحة ومختلف الأساليب الإقناعية من أجل تكوين رأي عام وذلك وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر².

القائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو أي فرد آخر له علاقة تسيير أو مراقبة أو نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الإعلامية³.

القائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي له أهمية كبيرة و دوراً فعالاً و مباشر في إنتاج الرسالة الإعلامية في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال، فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دوراً أساسياً في تحديد نتائج عملية الإقناع⁴.

¹كريم شلبي : المديع و فن تقديم البرامج ، دط ، دار و مكتبة الهلال ، بيروت ، لبنان ، 2008 ، ص 22.

² محمد منير حجاب : مرجع سبق ذكره : ص : 408.

³ عادل فهمي البيومي : البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التنقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة كلية الاعلام ، 1991،ص: 71.

⁴ جيهان احمد رشتي : الأسس النظرية لنظريات الإعلام ، دط، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1985 ، ص: 193.

ب-إجرائياً: هو ذلك الشخص الذي يقوم بنقل الأفكار والمعلومات عبر برنامج تلفزيوني لجذب الجمهور من خلال استخدام أساليب ومهارات معينة.

2-المقاربة النظرية

قمنا في دراستنا هذه بالاعتماد على نظرية حارس البوابة وهي النظرية الخاصة بالقائم بالاتصال محاولين إسقاطها على الجانب المنهجي و التطبيقي فقد تم بناء اشكالية و صياغة التساؤلات بالاعتماد عليها، ذلك أن العنصر البشري يعد الدعامة الأساسية لنجاح أي عمل و توفر القائم بالاتصال على المعايير و الخصائص و السمات والتي نقصد بها المؤهلات الأدائية التي تحدها النظريات المهمة بالقائم بالاتصال كرفع من درجة مصداقية، مما يتطلب فهم وظيفة حارس البوابة وفهم العوامل التي تؤثر فيه و أهم المؤهلات الأدائية الواجب توفرها فيه.

- تعريف نظرية حارس البوابة ونشأتها:

يقصد بنظرية حارس البوابة: القائمون والمسؤولون على الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة، فتمر الرسالة الإعلامية بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي ليتم تقرير ما إذا كانت الرسالة التي تلقوها سوف ينتقلونها أو ستطراً عليها بعض التغييرات والتعديلات فينشرون ما يريدون أو يمنعون ما لا يريدون نشره. حارس البوابة هو الشخص المخول أو صاحب الامتياز والمتمتع بصلاحيات أو نفوذ يسمح له بالتحكم في الرسالة الإعلامية، ويصبح هنا هو صاحب القرار في تمريرها للمتلقي من عدمه، وكذلك تعديلها أو حذف بعض مضمونها وحتى حذفها تماماً. حتى تمر الرسالة

بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر إلى المستقبل، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات¹.

لقد ارتبطت نظرية حارس البوابة بدراسة القائمين على الاتصال التي بدأ الاهتمام بها عام 1937 بدراسة قام بها العالم روستن تناولت بالشرح قطاعا من القائمين بالاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية تحت عنوان (مراسلو واشنطن)، وتعتبر هذه الدراسة أول دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي.

إلا أنه في عام 1941 نشرت مجلة الصحافة ربع السنوية التي تصدر في ولاية إيوا بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة مهمة عن العاملين بصحيفة تصدر بتلك الولاية وهي صحيفة ملواكي، وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى، إلا أنه لم تظهر دراسات أو أبحاث تناولت القائمين بالاتصال ومؤسساتهم لمدة طويلة، حتى نشر الباحث الأمريكي دراسة حول حارس البوابة وانتقاء الأخبار في بداية الخمسينات من القرن العشرين الماضي التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم².

ويرجع الفضل إلى العالم النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية (كيرت ليوين) **KURT LEWIN** في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة الإعلامية).

وتعتبر دراسات (ليوين) من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. ومن الحقائق الأساسية التي

¹منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط2، عمان، الاردن دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2018، ص 249 .

²المرجع نفسه، ص 244.

أشار إليها (كيرت لوين) أن هناك، في كل حلقة ضمن السلسلة، فرد ما، يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها، سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية، بنفس الشكل الذي جاءت فيه، أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات.

ومفهوم (حراسة البوابة) يعنى سيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار، فيما سيمر من خلال بوابه، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية، ومنها إلى الجمهور.

يقول لوين أن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المجلة أو في وسائل الإعلام الإلكترونية، وقد سمى لوين هذه المرحل (البوابات) وقال إن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، وقد أشار لوين إلى أن فهم وظيفة (البوابة) يعنى فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها (حارس البوابة).

وقد أجريت في الخمسينات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية (حراسة البوابة) بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح.

وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار.

وأشارت هذه الدراسات إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لإصلاح نظرية المعلومات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات¹.

- العوامل التي تؤثر على حارس البوابة:

هناك أربعة عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية وهي كالتالي:

أولاً: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده:

أي نظام ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، و يعمل على تقبل المواطنين لها، و يرتبط ذلك بالانتشئة الاجتماعية أو التطبع، ويرى الباحث " دارين بديد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة لأحداث تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة تقصير أو أنه عمل سلبي، و كذلك فإن القائم بالاتصال قد يغفل أحيانا عن تقديم بعض الاحداث احساسا بالمسؤولية الاجتماعية و للحفاظ على البعض الفضائل الفردية و المجتمعية، فقد تضحى وسائل الإعلام بالسبق الصحفي أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الاخبار التي تهتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع و تقاليده، كما تعمل على حماية الانماط الثقافية السائدة في المجتمع .

ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والمسلمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الاعلامية، مثل النوع، العمر، والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم

¹حسين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، ط1، دار فكر وفن

للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص 203، 204

والانتماءات الفكرية، أو العقائد والاحساس بالذات. واهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في افكاره ومعتقداته، والتي تحدد له سلوك المتوقع في المواقف الاتصالية لمختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب.

ثالثا: المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي يتمني إليها حيث تضمن المعايير، سياسة الوسيلة الإعلامية، والأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه¹. وتتضمن المعايير المهنية كل من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصار الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه وهي كما يلي:

1_ سياسة المؤسسة الإعلامية:

خط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوطا على القائم بالاتصال ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين. وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة. وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

¹منال هلال المزاهرة: مرجع سبق ذكره ص ص 255 256

أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج، وتلعب هذه العوامل دورا مهما في تشكيل مضمون المقدم للجمهور، وينتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة. لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه.

2_ مصادر الخبر:

أشارت اغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الإستغناء عن جمهوره، لكن لا يمكنه الإستغناء عن مصادره، فقد أثبتت عدة دراسات حول الصحفيين قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتواءه بالكامل.

مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية.

أ_ تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة¹.

ب_ تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.

ج_ تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.

د_ تصدر وكالات الأنباء، سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.

هـ_ تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

¹المرجع نفسه، ص ص 256 257

3_ علاقات العمل وضغوطه:

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.

ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه، ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية، فكل صحفي يسعى دوما الى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجماعة التي فيها¹.

رابعا: معايير الجمهور:

لاحظ عديد من الباحثين أمثال أثيل دي مولا بول، وشولمان أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، ويؤثر تصور القائم بالاتصال على نوعية الأخبار التي يقدمها، وقد أظهرت الدراسات ضرورة أن ترضي وسائل الإعلام جماهيرها، وأن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وأن تصوره لذلك يؤثر على قراراته تأثيرا لا يمكن أن نقلل من شأنه.

- الانتقادات التي وجهت لنظرية حارس البوابة:

¹المرجع نفسه ص ص 257 258

وجه "ابراهيم باس" نقدا إلى نظرية حارس البوابة، فهو يرى أن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق الا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلا، و إنما يجب لأن يلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسؤوليتها عن إنشاء ووضع مضامين الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الاعلام، و بما أن وكالات الانباء و هيئات التحرير المسؤولة في وسائل الاتصال الجماهيري لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده "لوين"، فان مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كل فئات القائمين بالاتصال. و بناء على ذلك يقترح "باس" ضرورة التمييز بين المجالين التاليين:

1_ المجال الرئيسي الذي تمثله وكالات الأنباء والمخبرون الصحفيون الذين يتولون جمع الأنباء.

2_ المجال الثاني وتمثله إدارات التحرير التي يعمل فيها محررو الأخبار.

ومن هنا يتضح أن المجال الأول هو الذي يحدد الأحداث التي تستحق الكتابة والنشر عنها ومن ثم يحدد الأخبار التي تصل إلى القائمين بالاتصال.

أما المجال الثانوي فنقتصر مهمته على مجرد تعديل وتحرير المادة الإخبارية الخام الواردة من المراسلين. ومعنى هذا أن وظيفة حارس البوابة تؤدي بشكل منفصل وعلى نحو مختلف في كل مجال على حده.

وبشكل عام فإن معظم الدراسات التي تلت نظرية حارس البوابة، قد أكدت أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة، وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه

المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لاصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها¹.

3-1. الدراسات السابقة و تقييمها

- الدراسة الأولى:

▪ دراسة بوزيد شيماء بعنوان: سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة واستقطابها للجمهور دراسة تحليلية لبرنامج خواطر موسم (11) على قناة MBC²

تناولت هذه الدراسة موضوع سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية في استقطاب الجمهور حول مضمون معين فالمعرفة الدقيقة لهذه الخصائص تكون من خلال دراسات الجمهور اذ يرى الباحثون والمختصون انه كلما كان المتلقي ذكيا كلما صعب على القائم بالاتصال بانتقاء محتوى معين لطرحه على الجمهور المتلقي.

ومن خلال هذا تم طرح تساؤل رئيسي مفاده:

ماهي السمات المتوفرة في القائم بالاتصال في برنامج خواطر؟ وكيف تؤثر هذه السمات في استقطاب الجمهور؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم الاعتماد على مجموعة من التساؤلات الفرعية كالاتي:

1. هل سمات الاقناع والتأثير تتوفر في القائم بالاتصال في برنامج خواطر؟

2. هل مهارات التقديم تتوفر في القائم بالاتصال في برنامج خواطر؟

3. هل يتميز القائم بالاتصال بقوة الحضور في برنامجه خواطر؟

¹مرجع نفسه، ص 261.

²بوزيد شيماء : سمات القائم بالاتصال عبر فضائيات العربية العامة واستقطابها للجمهور دراسة تحليلية لبرنامج خواطر موسم (11) على قناة MBC ، مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2016، 2017 .

4. هل القائم بالاتصال يتصف بالانفراد بمهارة معينة؟

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف الظواهر الاعلامية والحقائق المتصلة بالعلمية الاعلامية وأطرافها والعلاقات بينها من أجل تحقيق الاهداف ووصف هذه الحقائق وتفسيرها، واستعانت به الباحثة بهدف جمع المعلومات والحقائق والبيانات التي تساعد على معرفة اهم السمات التي يجب ان يتميز بها القائم بالاتصال في برنامج خواطر وايضا باعتباره من أكثر المناهج ملائمة لهذا النوع من الدراسات.

وقد اعتمدت الباحثة على أداتين هما:

🚩 **الملاحظة:** وأداة تحليل المضمون.

وتوصلت من خلالها الى جملة من النتائج أهمها:

1. يمازج القائم بالاتصال في برنامج خواطر بين الاتصال اللفظي والغير اللفظي في اصاله الرسالة الاعلامية التي يقدمها من خلال مهارة الحوار والملاحظة والتوضيح وسلالته واسترساله في التقديم دلالة على قدرته على الاقناع والتأثير في الجمهور لدقته في الطرح بموضوعية ووضوح.

2. طريقة إلقاء القائم بالاتصال للمادة الاعلامية يعتمد على لغة الجسم وحركة اليدين المستمرة الوقوف الجلوس وغيرها لشرح المادة الاعلامية ولسهولة فهمها.

3. يستخدم القائم بالاتصال اللهجة العامية السهلة والبسيطة.

4. ينفرد القائم بالاتصال أحمد الشقيري بصفة التفكير الابداعي الناقد الذي يشمل مهارة دعم المعلومات دقة الملاحظة موثوقية المصادر الصدق الثقة التلقائية.

5. يعتمد القائم بالاتصال على مصادر داخلية وخارجية موثوقة مما يعطي أريحية للمتلقي.

اوجه الشبه والاختلاف:

تعد هذه الدراسة متشابهة لدراستنا حيث تقوم على التعرف على سمات وخصائص القائم بالاتصال وقد استفدنا من هذه الدراسة في إثراء المعارف حول الموضوع وضبط الجانب المنهجي وإثراء الجانب النظري.

وتختلف في التحليل وأداته حيث اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون واستخدام استمارة تحليل المحتوى القائم بالاتصال التي يتميز بها الصحفي في برنامج خواطر عبر قناة MBC. وتختلف في مجتمع البحث والعينة (عينة الدراسة) حيث أن هذه الدراسة أجريت على عينة من حلقات برنامج تلفزيوني وهو برنامج خواطر الذي كان يبث على قناة MBC خلال سنة (2016، 2017) وهذه العينة اختيرت بطريقة قصدية عددها 12 حلقة من مواضيع مختلفة

- الدراسة الثانية:

■ دراسة محمود فايز عبد عابد بعنوان: مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية قناتي الجزيرة والعربية نموذجاً¹.

ركزت هذه الدراسة على أن أسلوب الاتصال الناتج أو الفعال لا يمكن أن يتحقق للمقدم إلا إذا كانت له شخصية فريدة و متميزة تتضح و تتجلى من خلال أسلوبه في عرض رسائله وتقديمها ولذلك فإنه من المهم أن يتم البحث في المهارات التي يتوجب على المقدم التلفزيوني انتقاؤها من أجل المساعدة في جذب انتباه المشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية وانتهت في طرح تساؤل مفاده:

¹محمود فايز عبد عابد: مهارات مقدمي البرامج في القنوات ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية قناتي الجزيرة و العربية نموذجاً، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2009.

هل اختيارنا لقناة تلفزيونية دون غيرها يعتمد على قوة حضورها الاخباري أو سعيها للوصول إلى الحقيقة أو أن هناك عوامل أخرى تتعلق لجاذبية بعض البرامج في القناة ومهاراتهم الذاتية؟

وطرحت هذه الدراسة 03 تساؤلات فرعية هي:

1) ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقا للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية؟

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

3) 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 اثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة)؟

وللحصول للإجابة على هذه الأسئلة اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية من الطلبة المشاهدين وتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات المسجلين بالجامعات الأردنية والمسجلين للفصل الأول من العام 2009.

واعتمد الباحثان على العينة العشوائية التي تكونت من (526) طالب وطالبة المسجلين في الجامعات الأردنية التالية (اليرموك، بالشرق الاوسط، البتراء) وفي الأخير توصلت إلى النتائج التالية:

_ العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية وفقا للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الاردنية تتمثل في مهارات التحدث ومهارات عوامل فنية مثل (موضوع البرنامج والحالة البدنية والصحية للمقدم ...).

هناك فروق ذات دلالات احصائية لمجالات (لغة الجسد، مهارات التحدث...) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس.

_ صوت المقدم وتأثير عيونه وحركاته بشكل عام يؤدي في النهاية إلى تفضيل مقدم تلفزيوني على آخر بسبب تأثر الطلبة بالجاذبية الخاصة لكل مقدم التي تظهر جليا في عامل لغة الجسد.

_ هناك فروق في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير العمل في مجالات (لغة الجسد، مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية) بالنسبة للفئة العمرية من (35\24).

_ تبعا لمتغير نوع الجامعة هناك فروق ذات دلالات إحصائية في المتوسطات الحسابية في مجالات الدراسة الاخرى تمثلت في (مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) - وجود فروق فردية ذات دلالات إحصائية في مجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون بالنسبة للمتغير البرامج المفضلة.

أوجه الشبه والاختلاف

تعد دراسة مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية-قناتي الجزيرة والعربية نموذجا- مشابهة لدراستنا حيث تتفق مع دراستنا في كونها ركزت مقدمي البرامج باعتبارهم قائمين بالاتصال

وتختلف مع دراستنا في تركيز الباحث على العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون بالنسبة لمجتمع البحث والعينة فقد اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة والطالبات المسجلين بالجامعات الأردنية

- الدراسة الثالثة:

▪ دراسة خلف الله منيرة وبن سعدي كفية: بعنوان مهارات التقديم التلفزيوني وأثرها على نجاح البرامج التلفزيونية دراسة مسحية لعينة من مقدمي البرنامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية¹.

تناولت هذه الدراسة موضوع مهارات التقديم التلفزيوني وأثرها على نجاح البرامج التلفزيونية حيث ان امتلاك المقدمين التلفزيونيين لهذه المهارات الاتصالية أصبح عاملا من عوامل نجاح البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية وبناءا على ما سبق تم طرح التساؤل التالي: الى اي مدى تساهم مهارات مقدمي البرامج التلفزيونية في نجاح البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية

للإجابة على الاشكالية المطروحة تم صياغة 03 تساؤلات فرعية هي:

1. ماهي نوعية المهارات التقديمية للبرامج التلفزيونية؟
2. ماهي مهارات ادارة تقديم البرامج التلفزيوني التي يتمتع بها مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية؟
3. ماهي الخصائص التي يتميز بها مقدمي البرامج التلفزيونية وأثرها على نجاح البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية؟

¹خلف الله منيرة بن سعدي كفيه: مهارات التقديم التلفزيوني وأثرها على نجاح البرامج التلفزيونية دراسته مسحية لعينة من مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف المسيلة سنة 2016، 2017

اعتمدت هذه الدراسة على أداة استبيان وذلك انطلاقاً من اشكالية الدراسة وتساؤلاتها. كما اعتمدت على مقياس ليكرت للتدرج الخماسي لقياس مهارات التقديم التلفزيوني و اثرها على نجاح البرامج التلفزيوني، تمثل مجتمع البحث في مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات في القنوات الفضائية الجزائرية، اعتمد فيها على العينة القصدية و توصلت هذه الدراسة على مجموعة من النتائج التالية:

- 1) ان نوعية المهارات الجسدية واللفظية والحوارية للتقديم التلفزيوني متوفرة في مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية
 - 2) ان مقدمي البرامج التلفزيونية يتحلون بمهارات ادارة تقديم البرامج التلفزيوني في القنوات الفضائية الجزائرية التي تظهر في القدم قبل واثناء وفي ختام البرنامج التلفزيوني وكذلك حسن تعامل الصحفيين مع الوسط التقني داخل الاستديو التقديمي
 - 3) ان الصحفيين مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية يتميزون بخصائص تعمل على انجاح البرنامج التلفزيوني
- اوجه الشبه والاختلاف:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها اهتمت بدراسته القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الجزائرية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في اثراء المعارف حول الموضوع وضبط الجانب المنهجي واثراء الجانب النظري.

كما اتفقت مع دراستنا من الناحية المنهجية في نوع الدراسة والمنهج الوصفي المستخدم وأداة البحث المتمثلة في استمارة القياس " ليكرت".

وتختلف مع دراستنا في مجتمع البحث والعينة الذي يتمثل في مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية حيث اعتمدت على العينة القصدية.

3-2. تقييم الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة ذات أهمية كبيرة لدى الباحثين و الأكاديميين حيث تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية كما تساعدهم في الإجابة على تساؤلات الدراسة و تحقيق أهداف دراستهم و التعرف على نقائص الدراسات و(الإستفادة من التجارب السابقة) أن تكون هذه الدراسات تتعلق بمضامين البحث أو التقرب منه .

بالنسبة للدراسات السابقة التي إعتدنا عليها في هذه الدراسة يمكن تقييمها في مايلي: أنها إهتمت بالمهارات التي ينبغي أن تكتسبها مقدمي البرامج التلفزيونية لجذب أكثر عدد من الجمهور المتلقي، أي أنها ركزت على جانب من جوانب الدراسة ألا وهو المتلقي، الذي قد يتأثر بالجوانب الشكلية مثل لغة الجسد وكيفية الكلام والاستماع، اللباس، وهي نفسها العوامل التي تؤثر في جذب المتلقي أي أن هذه الدراسات تتدرج ضمن دراسات التلقي، و كيف يؤثر القائم بالإتصال في الجمهور المتلقي الذي نادى بها" واين برلو" .

أهملت هذه الدراسات البحث في تطور أساليب التقديم في برامج التلفزيون الجزائري . إن هذه الدراسات اهتمت بالجمهور العام في معرفة آرائه و إتجاهاته حول مقدمي البرامج التلفزيونية و العوامل المؤثرة فيه، و لم تهتم بمعرفة آراء الجمهور المتخصص (الأكاديميين) الذي هو على دراية بالقائم و سماته من جهة، و العوامل التي تجذب الجمهور و تؤثر فيه من جهة، و هو ما نهدف إليه من خلال هذه الدراسة و هو معرفة الصورة الذهنية التي كونها الأكاديميين (أساتذة الإعلام و الإتصال) في الجامعات الجزائرية عن القائم بالإتصال في التلفزيون الجزائري .

الإبتعاد عن دراسة الخصائص و السمات الأدائية الواجب توفرها في القائم بالإتصال

في التلفزيون الجزائري حسب نوع البرنامج التي يقدمها.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها:

أولاً: نوع الدراسة:

تنتمي دراستنا إلى البحوث الوصفية وهي البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو مجموعة من الأشخاص أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع¹.

تدرج دراستنا ضمن مجالات بحوث الإعلام حيث تبرز أهميتها في كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه و آرائه و وجهات نظره في علاقته بالإعلام و وسائله².

حيث نسعى من خلال دراستنا إلى وصف و تحديد الصورة الذهنية للمؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين حيث يهدف هذا النوع من الدراسات الى جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول الموضوع لإعطاء وصف لمتغيرات الدراسة المتمثلة في (المؤهلات الأدائية)، (القائم بالاتصال)، و التي سيتم معالجة دراستنا على ضوء هذين المتغيرين.

ثانياً: منهج الدراسة:

لكي يحقق الباحث أهدافه العلمية بفعالية ووضوح لابد عليه قبل كل شي تحديد المنهج الذي سيعتمد عليه في دراسته أو بحثه باعتباره المرجع الوحيد المؤهل للنجاح.

¹سمير محمد حسين :دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الاعلام)ط2 :عالم الكتب ،القاهرة ،2006 ص 125.

²عبد الباسط محمد حسن : اصول البحث الاجتماعي ،مكتبة وهبة دبت، القاهرة، ص 221 .

عرف أفلاطون المنهج بأنه البحث أو المعرفة المكتسبة من تعامل الإنسان مع الواقع، وهو لدى ابن خلدون عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة¹

لذلك محاولة منا لتحقيق أهدافنا العلمية بفعالية ووضوح لابد علينا قبل كل شيء تحديد المنهج الذي سنعتمد عليه في دراستنا، حيث اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي باعتباره من المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية و يعرف المنهج المسحي بأنه: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك². ولعل أهم ما يميز هذا المنهج :

- دقة النتائج المتحصل عليها والوثوق في كفاءتها نظرا لجمع البيانات من كل فرد يشملها البحث دون ترك أي مفردة أو حالة.
- تنفادي هذه الطريقة الأخطاء الشائعة و الناجمة وغيرها من الطرق (طريقة العينة) خاصة التحيز وخطأ الصدفة³.

كما أن هذا المنهج والذي يدعوه البعض المسح بالعينة يستخدم عندما تكون مفردات المجتمع التي نرغب في الحصول على معلومات عنها كبيرة ومشتتة ويصعب الاتصال بهم لتطبيق منهج آخر. كما يستخدم في دراسة مشكلات أو ظواهر في وضعها الحقيقي كوصف سمات

¹ عامر قنديلجي: البحث العلمي استخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية أسسه، أساليبه مفاهيمه: ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010 ص ص 99 - 100.

² احمد بن مرسلني مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ط1 : ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، الجزائر 2003 ص ص 285، 286

³ محمد شفيق : البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، الاسكندرية 2002 ص 206

الجمهور وصوره الذهنية بصفتها حقائق ترتبط بالظاهرة الإعلامية و تزداد أهمية المنهج في حالة البحوث الجديدة الخاصة بالإعلام كبحوث جمهور وسائل الإعلام و ذلك قصد بناء تطلعات وأفكار واقعية تفصح عن ما قد يأتي من سلوكيات فيما بعد¹.
حيث سنحاول خلاله معرفة صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

2-مجتمع وعينة البحث:

اولا: مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث أنه جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها²،وهو مجموعة من الوحدات الإحصائية بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.³
في هذه الدراسة مجتمع دراستنا هو الأكاديميين (عينة من أساتذة الإعلام والاتصال) في الجامعات الجزائرية وقد راعينا عنصر التنوع الجغرافي في الاختيار حتى تكون الدراسة أكثر تمثيلاً خاصة وأن مجتمع البحث كبير لايمكن حصره.
أيضا: يمثل الأكاديميون فئة هامة داخل المجتمع نظراً لمستواها العلمي العالي، ونظرتها وملاحظتها للأمر وهذا ما يؤهلها لصياغة موقف واضح و صريح يعكس لنا ما لديه من صورة ذهنية جلية ، وفي دراستنا هذه هم (أساتذة قسم الإعلام والاتصال)، ويتوزع هؤلاء في مختلف الجامعات الموجودة في تراب ولايات الوطن، ولذلك تم اختيار عينة منهم، نظرا لكونهم أكثر اطلاعا ووعيا بالموضوع محل الدراسة.

¹محمد صفوح الاخرس المنهج و طرائق البحث في علم الاجتماع جامعة دمشق 1994 ص 81

²محمد عبد العزيز الحيزان :البحوث الاعلامية (اسسها اساليبها مجالاتها ،ط2 مكتبة فهد الوطنية الرياض 2004 ص71،

³رحيم يونس كروالعزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي .ط . دار دجلة عمان 2007 ، 151

ثانياً: العينة:

أما العينة فننطلق في تحديدها باعتبارها صورة مصغرة لمجتمع البحث الأصلي، من التعريف التالي:

العينة هي جزء من المجتمع، وبهذه الطريقة فإنه يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه¹.

ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار عينة من مجتمع البحث الكلي وهذا لضيق الوقت.

وقد تم اعتماد العينة الجغرافية* في اختيار عينة الدراسة والمتمثلة في أساتذة الإعلام والاتصال لكل من جامعة:

الرقم	الجامعة	العدد		
		ذكور	اناث	مجموع
01	جامعة بسكرة	09	11	20
02	جامعة قالمة	10	07	17
03	جامعة جيجل	14	07	21
04	جامعة قسنطينة	18	29	47
05	جامعة ورقلة	12	10	22
05	جامعة عنابة	06	22	28

¹عبودة عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2 دار النمير، سورية 2004 ص 168
 * وهذا النوع من العينات لا يتطلب قوائم كاملة بجميع مفردات البحث في المناطق الجغرافية، هذا و تختار المناطق الجغرافية نفسها عشوائيا و لكن يجب أن تمثل في كل منطقة مختارة كل الفئات المتميزة لمفردات البحث في حالة أن يتطلب ذلك، و الباحث يبدأ بتقسيم مجتمع البحث إلى وحدات اولية يختار من بينها عينة بطريقة عشوائية أو منتظمة، ثم تقسم الوحدات الأولية المختارة إلى وحدات ثانوية يختار من بينها عينة جديدة (مصطفى نمر دعمس: منهجية البحث العلمي في التربية و العلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر، عمان، 2008، ص 204)

19	08	11	جامعة باتنة	06
18	10	08	جامعة سوق اهراس	07
34	11	23	جامعة وهران	08
12	02	10	جامعة الأغواط	09
38	19	19	جامعة المسيلة	10
29	19	10	جامعة سكيكدة	11
305	155	150	المجموع	

3- بناء أداة الدراسة واختيار عينتها

أولاً: أداة الدراسة:

بناء على اشكالية الدراسة والفرضيات المطروحة، وبناء على ما نرمي إليه من أهداف، إستلزم من الجانب الميداني الإستعانة بأداة أساسية تتمثل في استمارة " قياس الاتجاه"¹. وهي عبارة عن استخدام قوائم إستقصاء تتصف بالشمولية إلى حد ما وتتضمن مجموعة من العبارات التي تتناول جزئية أو عنصر أو موضوع أو قضية معينة (سلعة، خدمة، فكرة صفة) ومن خلال اجابات المستقصى منهم على هذه العبارات مجملة وليس لكل عبارة على حدا وتحليلها يمكن التعرف على موقف أو اتجاهات المستقصى منهم نحو الشيء موضوع البحث².

¹ أحمد سيد مصطفى: سلوك الناس في العمل نظرة تأملية معاصرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996 ص 130
² أحمد عبد الله اللوح و آخرون : البحث العلمي -تعريفه-خطواته-مناهجه-المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 260

وهذه هي أفضل وسائل قياس الإتجاهات، فهي تميل لأن تمثل أسلوبا منهجيا مخططا، ومن المهم أن تكون صياغة الأسئلة واضحة مفهومة ومناسبة مع الخلفية العلمية والمهنية أو الحرفية¹.

و تتشكل استمارة قياس الإتجاه الخاصة بدراستنا من (04 محاور) موزعة كالآتي :

➤ **المحور الأول:** تتمثل في البيانات الشخصية (صفات العينة).

➤ **المحور الثاني:** المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين.

➤ **المحور الثالث:** صورة المؤهلات النفسية والسلوكية لقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

➤ **المحور الرابع:** تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

ولدى تصميم هذا المقياس راعينا تجميع عباراته من مختلف المصادر والمراجع التي تناولت مجمل المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون-خصائص وسمات القائم بالاتصال، واستبعدنا العبارات الغامضة والمفتوحة.

ولم نكثر من عدد عبارات المقياس وذلك تتبعا لما ورد في خطوات مقياس " ليكرت" الذي إعتدناه في دراستنا .

يستخدم مقياس " ليكرت" بدرجة كبيرة في مجالات قياس الاتجاهات بصفة عامة وفي مجالات البحوث الإجتماعية بصفة خاصة، حيث يقوم الباحث أو القائم بالدراسة بوضع مجموعة، من العبارات ذات العلاقة بموضوع أو مشكلة أو ظاهرة الدراسة و يقوم المستقضي

¹ أحمد سيد مصطفى: مرجع سبق ذكره، ص130.

منه بتحديد وجهة نظره أو تصوره¹، بما يعبر عن رأيهم حيث المعارضة أو الموافقة و يوجد أمام كل بند أو عبارة درجات تتفاوت من حيث الموافقة الشديدة إلى المعارضة الشديدة كالآتي: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة).

وتأخذ كل استجابة منها درجة معينة تتفاوت بين (1-5) وفي الإجابة على المقياس يطلب من الأفراد الذين يجري عليهم المقياس وضع علامة على الإجابة التي تعبر عن رأيهم بالنسبة لكل عبارة من عبارات المقياس².

ومن خلال تجميع الدرجات التي ترتبط باختيارات المستقضي منهم يتم التعرف على إتجاهاتهم بشأن المشكلة أو الهدف أو الموضوع المستهدف دراسته³.
و قد قمنا بإعطاء درجة لكل شكل كالآتي :

موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد(3)، معارض(2)، معارض بشدة(1)

و قمنا بتصميم الاستمارة بمساعدة الأستاذة المشرفة التي وفّرت علينا عناء وجهد كبيرين، ثم قمنا بإعدادها في الشكل الإلكتروني على تطبيق google form على الرابط الموالي:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeta1p9d6FL0XWKyvTXEJOR38gEzjNz8cN6bcsJj7_j95o3Zw/viewform?usp=sf_link

وارسلناها لعدد من اساتذة الاعلام و الاتصال عبر الايميل بقصد التحكيم عليها وقد اعتمدنا في التحكيم من اساتذة من جامعات أخرى من أجل الموضوعية و التنوع بما أن مجتمع البحث يشمل كافة الاكاديميين في الجامعة الجزائرية، حيث قمنا بإرسالها إلى عدد من الأساتذة في الجامعات الجزائرية قصد التحكيم وتقديم بعض التوصيات للإستمارة وهذا لمعرفة مدى

¹ احمد عبد الله اللوح واخرون: مرجع سبق ذكره، ص 260

²مجدي أحمد عبد الله : السلوك الإجتماعي و ديناميكياته محاولة تفسيرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2003،ص

³احمد عبد الله اللوح واخرون : مرجع سبق ذكره، ص 260

صلاحية هذه الاستمارة لمشكلة الدراسة المطروحة للبحث، إلا أن من قام بالرد علينا الاساتذة التالية أسماؤهم:

- الاستاذ الدكتور : أيوب رقاني من جامعة قسنطينة 3
- الاستاذة الدكتورة : سكينه العابد جامعة قسنطينة 3
- الاستاذ الدكتور : أحمد رواينية من جامعة سوق أهراس.

حيث قدمو لنا من خلال التحكيم العديد من الملاحظات التي مست تعديل بعض الصياغة للأسئلة و كيفية ترتيب المحاور، حيث تم الاخذ بعين الاعتبار التوجهات والملاحظات للوصول إلى النتائج، و كذا التأكد من رابط الاستمارة أثناء عملية الارسال والرد عليها من خلال إيميالات اساتذة الاعلام والاتصال (بالاكاديميين) باعتبارهم أفراد العينة وذلك للإجابة عنها.

ويلاحظ أن أهم ما يميز طريقة " ليكرت " هو تفاوت الدرجات أمام كل عبارة بين الموافقة الشديدة و المعارضة الشديدة¹.

ويعتبر مقياس " ليكرت" ذو الخمس درجات لقياس قوة الرأي أو ضعفه من أهم مقاييس الإتجاهات والتصورات التي يحتاجها الباحث دون غيره لأمرين هما :

- أن مقياس " ليكرت" يعد أكثر المقاييس سهولة ودقة و هو أبسطها و أسرعها في الإعداد و نتائجه تعتبر مرضية وذلك عند قياس الآراء و الإتجاهات في البحوث .
- أنه أكثر المقاييس انتشارا و استعمالا في قياس الآراء و الإتجاهات .

خطوات مقياس " ليكرت" تتلخص كالآتي :

¹مجدي أحمد عبد الله : مرجع سبق ذكره ، ص 74

- _ تجمع وحدات المقياس أو عباراته من المصادر المختلفة كالجرائد اليومية أو المجالات و الأفلام و الكتب و الأبحاث، من مصادر المعلومات عن المشكلة .
- _ تستبعد العبارات ذات المعاني الغامضة أو التي لها أكثر من معنى أو رأي واحد .
- _ يجب أن تكون العبارات أو وحدات المقياس من ذلك النوع يدل على آراء يختلف بشأن الناس لا على حقائق أو بديهيات .
- _ يختلف عدد الوحدات في المقياس من بحث لآخر وتبعاً لوضعي الإختبارات و لموضوع الدراسة و رغم أنه تكفي (15) عبارة على الأقل إلا أنه من الأفضل أن يبدأ الباحث بأكثر عدد ممكن من الوحدات قبل أن يستبعد غير مناسب منها.
- _ تجمع الدرجات التي يتحصل عليها الأفراد الذين يتفقون في إستجاباتهم بالنسبة لكل عبارة من العبارات الواردة في الإختبار ثم تحدد النسبة المئوية لهم¹.

المجال البشري:

لكي يكون البحث مقبولاً وقابلًا للإنجاز، لابد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه، ومجتمع البحث في دراستنا هو أساتذة الإعلام و الاتصال في الجامعات الجزائرية، حيث قمنا بمسح شامل لجميع المبحوثين ويرجع السبب في ذلك يعود إلى مشكلة بحثنا المتمثلة في صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يتطلب منا معرفة تصور الأكاديميين المتخصصين على اختلاف خبراتهم العلمية وحتى الإعلامية عبر التراب الوطني لمعرفة الصورة الذهنية لديهم حول المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

المجال المكاني:

تمثل كافة الجامعات الجزائرية الموزعة على ربوع الوطن المجال المكاني لدراستنا.

المجال الزمني:

¹محمد شفيق : الإنسان و المجتمع مقدمة في السلوك الإنساني و مهارات القيادة و التعامل، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997 ص ص 129 130

يمثل الموسم الجامعي (2022-2023) الحدود الزمنية للدراسة بالضبط بين تاريخي من 01 مارس إلى غاية 31 ماي 2023.

في الفترة الممتدة من 01 ماي و31 ماي 2023 قمنا بتوزيع الاستمارة إلكترونيا عبر الإيميلات الأساتذة المودعة لدى الموقع الرسمي لكل جامعة (حسب الولاية) بدءًا من تاريخ 20 إلى 25 ماي 2023 وقد استمر توزيع الاستمارة لمدة اسبوع و هذا نظرا للعدد الكبير لمجتمع البحث.

وقد قمنا بمراسلة باقي الجامعات لتزويدنا بإيميلات أساتذة الاعلام والاتصال لغرض بحث علمي، إلا أنه لم يتم الرد علينا، كما أنه تعذر علينا التنقل لكل الجامعات نظرا لضيق الوقت، والأحوال الجوية المتغيرة في تلك الفترة وتجدر الإشارة أنه هناك من أفراد العينة (الأكاديميين) من امتنع عن الإجابة، وهناك من قدم لنا بعض النصائح والتصويبات العلمية من أمثال الأستاذة البروفيسورة جفال سامية جامعة بسكرة، والأستاذ الدكتور يوسف تمار جامعة الجزائر3.

4- صعوبات الدراسة :

- إن ما يميز دراستنا الموسومة بـ : صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين دراسة على عينة من اساتذة الاعلام و الاتصال في أنها محاولة لمعرفة الصورة الذهنية التي كَوْنها الأكاديميين (عينة من أساتذة الإعلام و الإتصال) في الجامعة الجزائرية . للمؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري التي تتمثل في المؤهلات الشكلية، النفسية، السلوكية، الأخلاقية والمهنية، الأمر الذي جعل دراستنا الأولى و غير متناولة من قبل و من بين الصعوبات التي واجهتنا:
- إنعدام الدراسات في هذا المجال خاصة في الجزائر الذي يرجع للتجربة الحديثة للإفتتاح الإعلامي في الجزائر.

- تمثل مجتمع بحثنا في أساتذة الإعلام و الإتصال في الجامعات الجزائرية، الأمر الذي جعلنا نعتمد على الاستمارة الإلكترونية حيث وجدنا صعوبة في الحصول على إيميالات الأساتذة ككل على الرغم من مراسلة الجامعات.
- صعوبة استرجاع الاستمارة من المبحوثين (الرّد) خاصة و أنها تزامنت في توزيعها مع إنشغال أساتذة الإعلام و الإتصال في الجامعة الجزائرية بمهامهم العملية (فترة إختبارات السداسي الثاني) .

الفصل الثاني: الإطار النظري للواسة

أولاً: الصورة الذهنية

المبحث الأول: الصورة الذهنية

1- تعريف الصورة الذهنية:

هي الشكل والتمثال المجسم، والصورة بمثابة خياله في الذهن أو العقل. ويعرفها قاموس وبستر بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضاً استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته الحواس¹.

اصطلاحاً:

هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة و الوثائق أو الاشاعات و الأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم، إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعني بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء عابر أو غير حقيقي أو حتى مجرد وهم².

الصورة الذهنية هي المعاني و الاتجاهات و المعرفة و الآراء المشتركة بين الجمهور عن المنظمة أو الشركة التي نتجت عن العميات أو الاستراتيجيات الاتصالية التي قامت بها المنظمة، وهي أيضاً نتيجة اتصال حوارى بين المنظمة و الجمهور حيث يوفر هذا

¹جمال بن عمار الاحمر : الصورة الذهنية في الفلسفة و العلوم الانسانية ، ط1، دار الايام للنشر و التوزيع عمان، 2016، ص ص 9-10.

²جمال بن عمار الاحمر : المرجع نفسه ، ص 10.

النوع من الاتصال علاقة تبادلية بين المنظمات و جمهورها، وهو سلوك اتصالي أخلاقي، ومع أن هذا الاتصال يجب أن يعكس الواقع ألا أنه يمكن التركيز على السمات المرغوب فيها و التي تحتاج المنظمة أن تقنع الجمهور بها¹

هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية، تقوم على ادراك الأفراد الانتقائي المباشر و الغير مباشر لخصائص و سمات موضوع ما وقد تأخذ هذه المدركات و الاتجاهات و التوجهات شكلا ثابتا أو غير ثابت ، دقيقا أو غير دقيق.

2- أنواع الصورة الذهنية:

تتراكم الصورة الذهنية لتكون مخزونا خاصا تسمى أحيانا اللاشعور، ويتم تصنيف وتجميع هذه الصور في مجموعات تترتب وفق تصنيف التضمين و الاحتواء في الذهن إلى ثلاث اتجاهات رئيسية²:

- الصور بوصفها نسخا ذهنية للأحاسيس (الرؤية، السمع، الرائحة، الغرائز، القدرات الطبيعية، الروحية، ويظم أيضا متخيل اللاوعي).
- المتخيل الذهني بوصفه يتوسط المثير من العالم الخارجي من جهة و الاستجابة من جهة أخرى، هنا تكون الصورة الذهنية تركيب افتراضي ينجم عن حقيقة أن المدخلات السيكلوجية (المثيرات) تختلف عن المخرجات (الاستجابات).
- المتخيل الذهني بوصفه مشاعر (سلوك و أحاسيس مستثارة) أي بمعنى تلك التي تحدث في غياب أي مؤثر عدا الصورة الذهنية.

¹ سليمان صالح: وسائل الاعلام وصناعة الصور الذهنية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر، و التوزيع، الكويت، 2005، ص 21-22

² باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الاردن، عمان، 2014. ص 59.

وعلى وفق ذلك فإن الصورة الذهنية تتولد في الذهن وتصنف إلى تصنيفات وأنواع متعددة تختلف تبعاً لمصادر تكوينها وتبعاً لسماتها التي وخصائصها التي بنيت عليها. ويختلف تحديد مفهوم الصورة الذهنية من حقل معرفي إلى آخر، فمثلاً نجد أن الصورة الذهنية في علم السياسة تقسم¹ إلى:

- ✓ صورة ذهنية قومية
- ✓ صورة ذهنية نمطية مقولبة
- ✓ صورة ذهنية لمرشح انتخابي
- ✓ صورة ذهنية للأحزاب
- ✓ صورة ذهنية لحدث سياسي

وفي علم النفس فنجد أنواعاً عدّة للصورة الذهنية مثل:

- ✓ الصورة الذهنية المكونة للاتجاه
- ✓ الصورة الذهنية المتخيلة

وهناك تصنيف آخر للصورة الذهنية حسب موريل، والذي صنف الصورة الذهنية إلى أربعة أنواع:

- ✓ الصورة المؤسساتية: وتكون على المستوى الوطني.
- ✓ الصورة المهنية: وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.
- ✓ الصورة العلائقية: وترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور.
- ✓ الصورة العاطفية: تقوم على أساس الود و التعاطف بين المؤسسة و الجمهور.

¹باقر موسى: المرجع نفسه، ص ص 59-60.

ويحدّد جفكينز أنواع الصورة فيما يلي¹:

- الصورة المرآة: و هي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها.
- الصورة الحالية : وهي الصورة التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- الصورة الصورة المرغوبة: وهي التي تود المؤسسة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.

▪ الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المؤسسات الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير.

▪ الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم إنطبعا مختلفا عنها.ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد. ونستطيع تحديد أنواع الصورة الذهنية بما يأتي :

الصورة الذهنية النمطية: بدأت الإستعمالات الأولى لمصطلح الصورة الذهنية النمطية في الحقل المعرفي لعلم النفس حين استخدمه "ولترليمان" في كتابه الرأي العام 1922 حيث أوضح أن الإنسان يتعلم أن يرى بذهنه القسم الأعظم من العالم الذي لا يستطيع أن يراه أبداً أو يلمسه أو يشمه أو يسمعه أو يتذكره، وهو بالتدرج يصنع لنفسه وداخل ذهنه صوراً يمكن الإعتماد عليها عن العالم.

¹ باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الاردن، عمان، 2014، ص ص

ويرى الدكتور صالح أبو اصبع الصورة النمطية على أنها تلك الصورة التي تطبع في الأذهان عن الأشخاص، أو تكون حاملة معها سمات موضوعية في قالب ذهني يحد من التفكير في تصور هؤلاء الأشخاص بصورة مخالفة للذهن.

وعليه فالصورة الذهنية النمطية تركز على المعلومة المولدة للإستنتاجات في جانب بارز في ذهن الشخص مثل جنسه، أو العنصر الذي ينتمي إليه قوميته أو أي شيء يشكل في ذهنه حيزاً مهماً من محيطه وعادة ما يكون في فترة زمنية طويلة، وتتولد تلك الصورة الذهنية النمطية أحكاماً ثابتة راسخة.

ومن هذا نستنتج أنها تصورات مجردة بالغة التبسيط و التعميم يحملها شخص أو مجموعة أشخاص عن جماعة أو ظاهرة معينة، لقد أدى النظر إلى عملية تكوين الصورة الذهنية النمطية كعملية معرفية سوية إلى إخضاعها للبحث و الدراسة، وخاصة فيما يتعلق بالصورة الذهنية النمطية المتعلقة بالتعصي و التميز وهي بهذا الشأن تقدم الدليل على الطبيعة الاجتماعية دون التعميم حول أننا نحمل البنى المعرفية ذاتها.

وهناك من يفرق بين الصورة الذهنية والصورة النمطية على أساس وجود فروق وتباين في خصائص ومكونات ومصادر إحداهما على الأخرى، إلا أننا نرى بأن الصورة الذهنية النمطية هي إحدى تصنيفات الصورة الذهنية تمتزج مع بقية الأنواع لتصبح بعض الأحيان إحدى سمات أنواع الصور الذهنية الأخرى، و تتطلق في هذا على الأساس¹ :

¹باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص ص 63-64 .

_ أن الصورة الذهنية هي الأساس المكون للصورة النمطية، بمعنى أن الصورة الذهنية النمطية لا تتكون ابتداءً لأنها ناتج لتراكم الصورة الذهنية المجردة، و من ثم تتحول إلى صورة ذهنية بفعل العوامل المكونة لها (التكرار، التجذر، المدة الزمنية).

نستنتج في الأخير أن خصائص الصورة الذهنية النمطية تتمثل في:

- ❖ الصورة الذهنية النمطية ثابتة مستقرة غير متحركة في الذهن .
- ❖ تتصف بقدرتها على مقاومة التغير .
- ❖ تتسم بكونها عميقة متجذرة في الذهن .
- ❖ الصورة الذهنية النمطية تسوغ إتخاذ القرارات الحاسمة .
- ❖ تتميز بكونها سريعة الإستحضار في ضوء تقنينها للفكرة.
- ❖ كلما كان البناء المعرفي للصورة الذهنية النمطية ذو معلومات صادقة و حقيقية، كانت أكثر ثباتاً و إستقراراً، و كلما كان بناؤها المعرفي ذو معلومات غير دقيقة أصبح تغييرها أقل صعوبة .

❖ تتصف الصورة الذهنية النمطية بكونها من أنواع التفكير السلبي .

❖ قد تكون الصورة الذهنية النمطية مضللة بعض الأحيان في إتخاذ الأحكام .

_ **الصورة الذهنية القومية**: يعرف الطابع القومي بأنه الصفات و الخصال السلوكية

التي تميز الشخصية و الصفات و الخصال الحضارية التي تميز المجتمع فضلا عن الترابط بين خصال الشخصية الفردية و خصال المجتمع، أما مفهوم الصورة القومية فيحدد

بأنه "منظومة من الإنطباعات و الأفكار و الإتجاهات التي تكون تمثيلا عاما أو سائدا، فهي عبارة عن وصف موجز أو تصور موحد لشعب دولة ما أو حكومة¹ .

و قد تتناول العديد من الباحثين في الدراسات الأنثروبولوجية موضوع الصورة الذهنية القومية و توصلت تلك الدراسات أن بناء تلك الصورة يستند أساسا إلى المراحل الأولى لتكوين الشخصية .

أحيانا قد تأخذ الصورة القومية شكل العقيدة العامة الجماعية و تصاغ على أساس غير علمي أو موضوعي، و قد دلت الدراسات الإجتماعية على أن الصورة الذهنية القومية تتكون بفعل إحدى الإفتراضات الآتية :

➤ معظم الشعوب تتسم بخاصية التمركز حول السلالة منها، خاصة الإعجاب و من ثم يبني له صورة ذهنية قومية .

➤ إنتقال التراكمات المعرفية وفق التفاعل الإجتماعي من جيل إلى جيل، حيث يكتسب كل فرد صورته الذهنية و إتجاهاته في ضوء عملية التنشئة الإجتماعية و نمو الشخصية و الصورة الذهنية القومية هي إنعكاس للأوضاع الإجتماعية و السياسية و الإقتصادية و الثقافية التي تسود أي مجتمع في وقت معين .

و تتسم الصورة الذهنية القومية في ضوء ما تقدم بالسمات الآتية:

• الصورة الذهنية القومية ليست ثابتة أو مطلقة، بل هي نسبية متغيرة تبعا لتغيير العوامل السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية.

¹باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص 65 .

- تستند الصورة الذهنية القومية إلى بناء ممتد عبر عامل زمني، و قد يكون طويل الأمد كما في الأنظمة ذات الحكم الطويل و هنا تصبح صورة ذهنية نمطية قومية.
- حينما تتباين الصورة الذهنية القومية داخل المجتمع الواحد فإن هذا دليل على عدم تماسك أفراد المجتمع و أن هناك خلا في نشاط القيادة .
- قد تكون الصورة الذهنية القومية ممثلة لعدة شعوب و عدة مجتمعات في مدة زمنية منها غالبا ما تكون قصيرة الأمد.
- للصورة الذهنية القومية محددات تاريخية و ثقافية و سياسية و إجتماعية ترتبط بالعلاقات الواقعة.

الصورة الذهنية المقولبة : و هي تعني الأحكام و الصفات و التقديرات العامة الإيجابية أو السلبية النابعة من الإنطباعات الذاتية و المستندة إلى خلفية الإرث الثقافي و البعد الإيديولوجي و التراكم المعرفي، و التي تطلقها جماعة بشرية على جماعة أخرى أو كيان جماعي تكرارا نتيجة الأحكام المسبقة التي تحملها حولها¹.

وهذه الصورة الذهنية تتكون كنتيجة لتراكمها في أذهان الجمهور، وتسمى أيضا بالصور الذهنية النمطية المقولبة، وغالبا ما تكون مشحونة بالعواطف والمشاعر مما يؤدي في أحيان كثيرة إلى الميل الشديد والتحيز، وبهذا فإن الصورة الذهنية المقولبة لها علاقة بالعامل النفسي للإنسان، وهو الذات الأخر من جهة وبالمشاعر المتناقضة مثل العنف التسامح، الحب، البغض، وتظهر الصور الذهنية المقولبة بشكل واضح في التمييز العنصري والعرقى في الأقليات المنتشرة في جميع أنحاء العالم، و تكون الصورة الذهنية

¹سليمان صالح، مرجع سبق ذكره، ص 27.

المقولة إيجابية في حالة وجود علاقات عامة جيدة بين الجماعات الذين يعيشون في مكان واحد، وسلبية عند إنقطاع أو تدهور تلك العلاقات .

تحدد خصائص الصورة الذهنية المقولة بما يلي :

▪ غالبا ما تتصف الصورة الذهنية المقولة بأنها نمطية، و ذلك لخضوعها لعوامل تكوين الصورة الذهنية النمطية ذاتها، إلا أنها تختلف عنها في ناحية بنائها المعرفي، وذلك في إطار مدلولاتها الثقافية والإيديولوجية.

▪ تتسم الصورة الذهنية المقولة بكونها ذات إتجاهات و ميول عاطفية كبيرة.

▪ تعتمد الصورة الذهنية المقولة في بنائها على العامل الزمني بشكل أساسي إذ يعد أبرز خصائصها .

▪ غالبا ما تكون الصورة الذهنية المقولة أساسا لبناء المعتقدات و القيم .

الصورة الذهنية المتخيلة: و يقصد بها العمليات العقلية التي يقوم بها عقل الإنسان حينما يتعرض إلى استثارة الوحدات المعرفية كالمواقف و الإنطباعات و الحقائق و الأفكار المتعلقة برموز تلك الإستثارة وما يصاحب تلك العمليات من تذكر و تفكير بدون إطلاق للأحكام، بشرط الغياب المادي للمثير المتخيل، و هذا يعني أنه عندما تترابط الأفكار طبيعيا أو منطقيا، حيث يعمل الفرد على إقامة علاقات غير معقولة بين تلك الأفكار و عن طريق تلك الترابطات المتكررة يتوصل الفرد إلى نتائج عديدة في التفكير معظمها تحمل الخطأ أو التحامل، أو التهويل أو التضخيم¹ .

¹ باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص 68 .

إن مجموعة الوحدات المعرفية التي إستطاعت الرموز الداخلة إستثارتها تكون في مجملها الصورة العقلية التي ترتبط هذه الوحدات ببعضها، عن طريق إرتباطها بالمنبه(المثير) نفسه و قد يؤدي التفاعل الذي يحدث بين المنبه و الصورة الذهنية المتخيلة إلى التغيير الذي قد يحصل على أي وحدة من الوحدات المعرفية .

وعلى الأساس ما تقدم فإن الصورة الذهنية المتخيلة تتسم بالخصائص الآتية :

- ✓ إن الصورة الذهنية المتخيلة غير نمطية .
- ✓ تتسم بأنها مستترة لا تظهر كإستجابات سلوكية .
- ✓ لا تحتاج الصورة الذهنية المتخيلة إلى منبه خارجي، و إن وجد فإنه غير محسوس من الناحية المادية .

ـ الصورة الذهنية الوافدة : و هي مجموعة من المعلومات و المدخلات الجديدة التي

تصل إلى الذهن، و من ثم إلى الصورة الذهنية المخزونة و التي يمكن أن تؤثر فيها .
و الصورة الذهنية الوافدة هي إحدى أنواع الصورة الذهنية، تتولد في ضوئها و على أساسها صور جديدة أو تصحيح صوراً قديمة أو مستحدثة أو تحذف صوراً بشكل نهائي لتحل محلها و قد تهمل الصور الذهنية الوافدة ذاتها لعدم تلائمها أو تكرارها في الذهن دون الفائدة منها :

إن من أبرز خصائص الصورة الذهنية الوافدة ما يأتي¹:

- تمتاز الصورة الذهنية الوافدة بأنها كثيرة جداً و متنوعة و متباينة .

¹ باقر موسى، مرجع سبق ذكره، ص 70 .

- لا تشكل الصور الذهنية الوافدة بمجموعها صوراً ذهنية قابلة للخرن .
- من الممكن أن تتلائم الصورة الذهنية الوافدة مع الصور المخزونة، أو قد لا تتلائم معها و هذا ما يعطيها خاصية المرونة في التفاعل مع الذهن .
- تمتاز بكونها غير مصنفة و غير مفروزة، فهي لا تعد واقعا صادقا يبني عليه الفرد أحكامه و قراراته .

_ الصورة الذهنية التذكيرية : و تعني إسترجاع الصور الذهنية المخزونة للمعلومات والبيانات الحسية حينما يتعرض الفرد إلى مثير يتمثل في صور ذهنية متشابهة أو الصور الذهنية المخزونة ذاتها، إذ يعاود الفرد إستذكارها مرة أخرى في ضوء مقارنة هذه الصور وملائمتها وتطابقها مع الصور المسترجعة.

ويقوم الذهن بعد أن يتسلم المعلومات و البيانات بالتغيير الذي يحدث في الصور، ومن ثم تفسر وتحلل لتصبح هذه التغييرات على قدر من قوة التأثير بمستوى يمكنها أن تصبح موضع انتباه ووعي الفرد حينها ستتدخل خزين الذاكرة قصيرة المدى .

وقد يتداخل مفهوم الصورة الذهنية التذكيرية مع مفهوم الصورة الذهنية ذاته ينحصر ذلك في المعنى اللغوي للمفهومين حصرا، إذ أن الصورة الذهنية التذكيرية من حيث الفعالية هي إحدى أنواع الصورة الذهنية لأنها لا تستحضر إلا حينما تكون هناك صور ذهنية متشابهة أو هي ذاتها، فتصبح بذلك منبها للصور الذهنية المخزونة في الذهن .

أما خصائص الصورة الذهنية التذكيرية فهي¹:

- الصورة الذهنية التذكيرية في الغالب ذات مديات زمنية طويلة الأمد.

¹باقر موسى، مرجع سبق ذكره ص 71.

- لا تشكل في العادة الصورة الذهنية التذكيرية تأثيرات أو تغييرات كبيرة .
- تتمثل في فاعليتها بإستعادة صور قديمة.
- إذ ما تكررت الصورة الذهنية التذكيرية لمرات عدة دون أن تهمل فإنها تكتسب خاصية النمطية، أي أنها تتحول و تتغير إلى صورة ذهنية تذكيرية نمطية .
- لا بد للصورة الذهنية التذكيرية أن يكون لها ما يشبهها من صور ذهنية مخزونة في الذهن.

_ **الصورة الذهنية المكونة للإتجاه** : يعرف الإتجاه بأنه الميل أو الإستعداد الذي يوجه السلوك و يضي عليه معايير موجبة أو سالبة بالنسبة لبعض ظواهر البيئة تبعا لانجذابه ونفوره عنها.

ويتكون الإتجاه إما بالتعرض لموضوع الإتجاه أو التفاعل مع الآخرين الذين يتمسكون بهذا الإتجاه، أو بوجود إستعدادات فردية، أما أهم الطرق التي يكتسب بها الفرد إتجاهاته فهي تعميم الخبرات، لأن الإتجاهات نتاج للمواقف التي واجهت الفرد والخبرات التي مرت به واستجاباته نحوها .

وعلى هذا الأساس فإن الصورة الذهنية التي يمتلكها الفرد تحدد الإطار المرجعي للتعامل مع مكونات الإتجاه، إذ أشار عدد من باحثي علم النفس إلى أن مكونات الإتجاه يقترب إلى حد كبير من مكونات الصورة الذهنية .

في ضوء ما تقدم نستطيع القول أن للصورة الذهنية أنواعا عدة يتصف كل نوع منها بصفات وخصائص تختلف عن النوع الآخر .

المبحث الثاني: خصائص الصورة الذهنية وسماتها

1- خصائص الصورة الذهنية

هناك العديد من الخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية من بينها¹:

❖ **عدم الدقة:** أكد كثير من الباحثين أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، و لعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي لا سيما و أن الأفراد عادة يلجؤون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.

❖ **الثبات و المقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات و مقاومة التغيير، و تتعدد العوامل التي تحدد و تؤثر في كمية و كيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية و بعض هذه المتغيرات يتعلق بالصور ذاتها و بعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.

❖ **التعميم و تجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، و نظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات و فروق فردية .

❖ **التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصورة في التنبؤ بالسلوك و التصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف و القضايا و الأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد بإعتبارها إنطباعات و اتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات و القضايا و الأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا .

¹ جمال بن عمار الأحمر، مرجع سبق ذكره، ص 130 .

❖ **تخطي حدود الزمان و المكان :** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان و المكان فالفرد لا يقف في تكوينه لصوره الذهنية عند حدود معينة، بل يتخطاها ليكون صور عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، بل وتمتد الصور التي يكونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صوراً ذهنية عن الماضي، ويكون صوراً ذهنية عن الحاضر إضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صوراً ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة وفقاً لمعارفه ومدركاته ومشاهده، إضافة إلى قدرته على التخيل والإستنتاج .

❖ **تؤدي إلى الإدراك المتحيز :** تؤدي الصورة الذهنية إلى إدراكات متحيزة لدى الأفراد فالصورة الذهنية تبنى أساساً على درجة من درجات التعصب، لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، فمن خلال الصورة الذهنية يرى الأفراد جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ولا تتسق مع اتجاهاتهم .

2- سمات الصورة الذهنية

وتحدد سمات الصورة الذهنية في النقاط التالية¹ :

- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطاراً نفسياً زمنياً، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطار ذاتي حسي، بمعنى أنها تتبع من مقدرة الإنسان الحسية أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له (ما يمتلكه الفرد من قدرات حسية) .

¹ جمال بن عمار الأحمر، مرجع سبق ذكره، ص 131 .

➤ الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر، و من زمن جماعة إلى أخرى، و من مجتمع إلى آخر، إلا أنها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما و هذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد .

➤ تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطاً أساسياً في الصورة الذهنية، و ليست العاطفة في جميع الأحيان مقياساً للصورة الذهنية (سلبياً- إيجابياً).

➤ الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها متغيرة غير ثابتة، سواء كان التغيير بطيئاً أم سريعاً، وهذا التغيير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.

المبحث الثالث: أهمية الصورة الذهنية ووظائفها

1- أهمية الصورة الذهنية

إن أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات بشكل عام تشكل عاملاً مهماً و حيويًا في تسويق أهداف المؤسسة في أداء رسالتها، وأن أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات ومدى قدرتها على البقاء والنمو يعتمد على التسويق والتمويل¹، فالهيئات المدنية ستبقى عاجزة عن تحقيق رسالتها وأهدافها لخدمة المجتمع عندما لا يتوفر الدعم و التمويل اللازم لأنشطتها، وإذا لم تتمكن من جذب أفراد المجتمع وتسويق منتجاتها أو خدماتها أو نشاطاتها وبرامجها، وخاصة في ظل تنافس المؤسسات على جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقتهم ودعمهم، ولا يمكن لأي مؤسسة التنازل عن صورتها الذهنية لدى الجمهور والسعي لبناء

¹حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني و دوره في تكوين الصورة الذهنية ، ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ،

سمعة طيبة لها، فإن أهملت المؤسسة ذلك فإن الجمهور سيبنى إنطباعاته تجاه المؤسسة على ما يتم تغذيته من معلومات من مصادر أخرى، وبشكل عام فإن أبرز العوائد والفوائد التي تجنيها الصورة الذهنية ما يلي¹ :

- زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة .
- جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات و زيادة تمويل برامجها و أنشطتها .
- استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة .
- توليد الشعور بالثقة و الانتماء للمؤسسة في نفوس أعضاء المؤسسين و العاملين .
- زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام بالمؤسسة و دورها في خدمة المجتمع.

2- وظائف الصورة الذهنية :

- إعتبر الباحثون أن للصورة الذهنية وظائف نفسية و هي كالتالي² :
- تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في إختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر بل و التنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية .
- إن التصور الذهني يضيف نطاق الجهل بالآخرين من خلال إستخدام الأفراد له نتيجة لما يقدمه من معرفة يمكن أن تكون عليها صورة الآخرين من خلال التعامل معهم .

¹حامد مجيد الشطري ، مرجع سبق ذكره ،ص 117 .

²جمال بن عمار الأحمر، مرجع سبق ذكره ، ص 136 .

➤ تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم، من عالم معقد إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعليم داخل الإنسان .

➤ تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد و آرائه و أنماط سلوكه في الحياة الإجتماعية، و تفسر أساساً فلسفته في الحياة و ذلك لإرتباطها بقيمه و معتقداته و ثقافته .

➤ للصورة الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام، و ذلك لأنها تشكل اللبنة الأساسية للرأي العام باعتبار تأثيرها في آراء الناس و مواقفهم¹.

المبحث الثالث: أبعاد ومكونات الصورة الذهنية للمؤسسة وعوامل تكوينها² :

1-أبعاد الصورة الذهنية و مكوناتها:

- هناك إجماع بين أغلب الباحثين على أن الصورة الذهنية تشمل على ثلاثة أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي :

❖ **البعد المعرفي :** و يقصد به المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو مؤسسة، و تعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن المؤسسات، و بناء على دقة المعلومات و المعارف التي نحصل عليها عن هذه المؤسسات، تكون دقة الصور الذهنية التي نكونها عنها و وفقاً للبعد المعرفي فإن الأخطاء في الصور الذهنية المتكونة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساساً عن المعلومات و المعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد .

¹جمال بن عمار الأحمر، مرجع سبق ذكره، ص 137 .

²محمد منير حجاب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة ، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ، 2007، ص

❖ **البعد الوجداني** : يقصد به الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو مؤسسة في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، و يتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات و المعارف التي يكونها الأفراد نحو القضايا و المؤسسات و الموضوعات المختلفة .

❖ **البعد السلوكي** : يعكس سلوك الفرد طبيعة الصور الذهنية المشكلة لديه تجاه المؤسسات حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تكمن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفرض منطقيا .

2- مكونات الصورة الذهنية المنظمة :

تعتبر مكونات الصورة الذهنية كما عرضها الدكتور علي عجوة من عناصر متعددة تتدمج لتشكّل الصورة الذهنية الكلية للمنشأة، و هذه العناصر تتمثل في¹:

❖ **صورة العلامة التجارية** : و تتمثل في درجة النجاح المتوقع من الإتصال في تكوين صورة إيجابية عن المنظمة بتأثير الثقة في علامتها التجارية .

❖ **صورة منتجات أو خدمات المنظمة** :تعتبر صورة منتجات المنظمة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمن منتجات أية منظمة أو خدماتها و مدى جودتها و تميزها و مدى قدرتها على مسايرة التغيير في اتجاهات العملاء، و مسايرة التطور العلمي في إنتاجها، و طريقة تقديم خدمات ما بعد البيع تؤثر على تقديم الجماهير لأعمال المنظمة و مدى كفاءة إدارتها، و تساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى الجماهير .

¹محمد منير حجاب، الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره ، ص 182 .

❖ **صورة إدارة المنظمة (فلسفة المنظمة) :** إدارة المنشأة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير، و لذلك فإن فلسفة الإدارة في قيادة العمل في أي منظمة و في قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر الهامة المكونة لصورتها لدى الجماهير، حيث تشكل العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء و عمل إدارة المنظمة المتعددة من ناحية، و تحكم تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من ناحية أخرى، و هي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المنظمة ورسائلها إلى الجماهير، و تشكل صورتها الذهنية نحوها .

❖ **برامج المسؤولية الاجتماعية للمنشأة :** و هي تجسد الأعمال الفعلية للمنظمة و سياساتها الرسمية تجاه المجتمع ككل، و جماهير المنظمة في كل ما يصدر عنها من قرارات و أفعال، أي أنها تهتم بالأعمال الحقيقية للمنظمة .

❖ **صورة المنظمة كمكان للعمل :** تؤثر انطباعات الجماهير عن المنظمة كمكان عن للعمل على صورتها الذهنية، من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين، و خدمات إجتماعية و صحية و حوافز و أجور متميزة، كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني و أثاث و نظافة و نظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل .

❖ **أداء موظفي المنظمة:** و تتمثل في قدرة موظفي المنظمة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير، من خلال التعامل الطيب معهم و كفاءة و سرعة أداء المهام المنوطة بهم مما يعطي انطباعا إيجابيا نحوها .

❖ **كفاءة اتصالات المنظمة :** وتؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية، وما تنقله المنظمة في سائلها للجمهور في تكامل اتصالات المنظمة وتوضيح هويتها وفلسفتها للجماهير .

3- عوامل تكوين الصورة الذهنية :

- تتأثر الصورة الذهنية للمنظمة بمجموعة عوامل هي ¹ :

❖ **عوامل شخصية:** و منها:

- السمات الذاتية للفرد، وقدرته على امتصاص تفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة و تكوين ملامح الصورة الذهنية .

- درجة دافعية الفرد، واهتماماته بالمعلومات المقدمة عن المنظمة .

❖ **عوامل اجتماعية :**

- تأثير الجماعات الأولية (الأسرة، الأصدقاء) على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في إتصالاتهم الشخصية حول المنظمة .

- تأثير قادة الرأي على إتجاهات الجماهير (الإقناع على مرحلتين).

- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد و القيم السائدة فيه .

❖ **عوامل تنظيمية :**

- إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة و ثقافة المنظمة .

- الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها، و سياستها، و منتجاتها .

¹محمد منير حجاب ،مرجع سابق، ص 180.

- شبكة الاتصالات الكلية للمنظمة، وهي تشمل كل الاتصالات الداخلية و الخارجية للمنظمة مع جماهيرها .

- الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة و الجماهير - الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع¹.

و مما سبق نلاحظ أن للصورة الذهنية أهمية كبيرة في جميع المجالات، لها عدة أنواع و خصائص تميزها، حيث تقوم بدور هام في تكوين سلوك الأفراد و تؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والمنظمات وبالتالي تشكيل الآراء واتخاذ القرارات.

ثانياً: القائم بالاتصال

أولاً: تعريف القائم بالاتصال

تتبنى بعض المدارس الصحفية، وفي مقدمتها المدرسة الفرنسية لفظ " الوسيط " بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة، بينما الصحفي وفقا لاتجاهاته، يلعب دوراً تفاوضياً بين صاحب المعلومة (المصدر) وبين الجمهور (المستقبل) فهو يقوم بأدوار متعددة والباحث عن المعلومة ثم صانع قرار باختياره لمضمون الرسالة ثم هو في النهاية قائم بالاتصال عندما ينشر الرسالة متوجهاً بها إلى جمهور ما².

ويعرف أيضاً: على أنه مصدر الرسالة أو البداية لعملية الاتصال ويمتلك المصدر لبعض الأفكار والمعلومات والمعارف، فضلاً عن وجود هدف محدد لقيامه بعملية اتصال،

¹محمد منير حجاب ، مرجع سابق ص 181

²عبد الله زلطة: القائم بالاتصال في الصحافة، ط1 ، د.ب، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية-مصر، 2007، ص45.

ويختلف القائم بالاتصال من إطار لآخر حيث يكون في المجال التعليمي هو المعلم وفي المؤسسات الاجتماعية يكون أحد العاملين أو رئيس العمل في مجال الخدمة الاجتماعية، يقوم بتحويل الرسالة التي يريد أن يبعثها إلى رموز من خلال قنوات اتصال مختلفة، حيث يجب أن يتأكد من مدى وصول الرسالة إلى المستقبل وتأثره بها وفهمه لمضمونها¹.

يعرف أيضًا: بأنه الجهة التي ترسل المعلومات لتحقيق هدف ما، وتتعدد الأهداف وتتنوع حسب طبيعة الموقف والهدف الذي يرغب بتحقيقه².

ويعرفه "محمد عبد الحميد": على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال وذلك من أجل الوصول إلى جمهور المتلقين³.

ثانياً: مسؤوليات القائم بالاتصال

يعد القائم بالاتصال العنصر البشري الذي يتولى تنفيذ الأدوار والمسؤوليات ويتحمل عبئ القيام بالمتطلبات المنسوبة إليه ومواجهة الظروف والتحديات المختلفة الناجمة عن تلك التطورات المتلاحقة في عالم الاتصال.

¹ نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن، 2012، ص29 .

² طلال عبد الله الزغبى و آخرون: مهارات الإتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتب الحديث، اربد-الاردن، 2010، ص117

³ فوزية عكاك : القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، ص183

وتكمن أهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيري وتأثيرهم في عملية الاتصال، ومن جهة نظر بعض الخبراء وأساتذة الصحافة تتمثل في جانبين:

الأول: تأثيرهم على أساليب العمل داخل المؤسسة الإعلامية وفي عملية إنتاج المواد الإعلامية.

الثاني: تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك في ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبرة والمصداقية.

وتتمثل المسؤوليات المفروضة على القائم بالاتصال فيما يلي:

- الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور.
- العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.
- الحفاظ على النزاهة المهنية.
- احترام الحياة الخاصة للمواطنين.
- احترام سر المهنة وأخلاقياتها.
- الدفاع عن حقوق الإنسان.
- المشاركة في الإصلاح الاجتماعي.
- الالتزام بالموضوعية والصدق.
- تبني اتجاهات الجمهور.¹

¹ عبد الله زلطة : مرجع سبق ذكره ، ص 26.

ثالثاً: الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصالي

الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال كما حددها " ديفيد برلو " فهي:

1. توافر مهارة الاتصال، وهي خمس: مهارة الكتابة، مهارة الحديث، مهارة القراءة مهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.
2. اتجاه القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الاتجاهات الإيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
3. مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته
4. مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال¹.
5. القدرة على التقصي في مضامين الرسالة والتحليل والتركيب والنقد الذاتي
6. المقدرة على صياغة رسالة تحقق رصد الأثر الاتصالي
7. المقدرة على التصميم وصياغة المفاهيم والربط بين الأفكار
8. الاهتمام بمجموعة الأفكار النظرية التي تعد أساسية للآراء الحديثة في الاتصال وتتعلق بالبنية التي تحدث فيها معالجة المعلومات.
9. تنمية القدرة على الانتباه والملاحظة والبحث².
10. ينبغي ان يكون رجل الاعلام متمتعا بالموهبة والحساسية التي تتيح الله ممارسة عمله بأفضل أسلوب فني ممكن وهذه الموهبة ينبغي ان تكون أساسا متوافرة لديه.

¹ منال المزاهرة، نظرية الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة ، عمان ،2012، ص252.

² عبد الرحمن ابراهيم الشاعر: مهارات الاتصال رؤية -تحليلية، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012،

11. الموهبة وحدها لا تكفي فينبغي ان يكون متمتعا بالشخصية القوية الجذابة متمرسا على السلوب السليم للاتصال بالجمهور متمتعا بحس فني مرهف وان يكون ملتحما بواقع المجتمع وبظروفه بدون أي تعالي حتى يمكن ان يعبر بصدق وموضوعية عن واقع ذلك المجتمع

12. الالمام الكامل بأساليب وتقنيات الاتصال بال جماهير لاسيما الأساليب المتطورة مهنية وممارسة الأساليب بحرية تامة ولكن مع الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

13. يجب ان يكون رجل الاعلام متمرسا على أداء عمله الإعلامي من خلال موقف اتصالي شامل بمعنى أن يكون قادرا على تفهم وتقدير التفاعل مع كافة الظروف والعناصر المحيطة بعمله.¹

رابعاً: سمات ومهارات القائم بالاتصال

النظرة إلى الاتصال الجماهيري كعملية يتفاعل أطرافها، و يؤثر كل منهما في الآخر وبالتالي لم يصبح الجمهور في إطار هذه العملية سلبيا في اتجاهاته وتأثيراته، وإنما أصبح يمثل في العملية كعنصر إيجابي يؤثر في اتجاهات المصدر نحوه، وفي اتجاهاته أيضا نحو المحتوى، و يؤثر في الوسيلة من خلال الاختيار المتبادل، لهذا يجب على القائم بالاتصال أن يتصف بمجموعة من المهارات والسمات التي تجعل المتلقي ينجذب إلى موضوع البرنامج ومن بينها:

أ. مهارة التقديم والإلقاء:

¹ عبد المنعم ثابت: المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال، دار الفكر العربي، 2010.ص110

فن الإلقاء هو القدرة الاتصالية لنقل الأفكار والأحاسيس والمشاعر إلى المستمعين والمشاهدين بطريقتين: الأولى اللغة اللفظية والثانية اللغة غير اللفظية بإطار تفاعلي بين الإثنين، وهو فن النطق بلغة مفهومة فيها من البلاغة واللياقة والوضوح ما يميزه عن الحديث العادي كما أنه يحتاج إلى مهارات وقدرات وموهبة.

فالإلقاء فن يحتاج إلى مجموعة من القدرات الذاتية، إضافة إلى شروط عامة:

- فن يعتمد على الجرأة في الكلام
- فن يعتمد التنوع في طبقات الصوت
- فن يعتمد على توزيع النفس بشكل جيد
- فن الإلقاء يعتمد على التركيز ويحتاج إلى معرفة طريقة العرض وخاصة عند الوصول إلى ذروة الفكرة.

إن فن الإلقاء إضافة إلى النقاط الأساسية المشار إليها أعلاه تحتاج إلى أربع مراحل من قبل القائم بالعملية الإلقائية وهي:

1) مرحلة الوعي: بمعنى أن يعي طبيعة الرسالة ونوع جمهوره المستهدف ويدرسهم دراسة

كافية ضمن نظرة شمولية واسعة¹.

2) مرحلة الفهم: وهي الحالة التي يستطيع فيها رسم خطوات رسالته بفهم عميق ناضج

وليس القراءة السطحية الضيقة لمجرد القراءة فقط.

¹وليد حسن الحديثي: فن الإلقاء والتقديم والكتابة للإذاعة و التلفزيون، ط1، دار الكتب العالمية للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص14.

3) مرحلة الإقناع: وهي من أهم المراحل، لأن إقناع الناس غاية صعبة لا يمكن أن تدرك فالأمزجة مختلفة

4) مرحلة السلوك: بمعنى أن يكون للناس تأثير يصيبهم من قبل الشخص المعني بالإلقاء سواء أكان خطيباً أو مديعاً أو مقدماً أو حتى رجل سياسة أو غير ذلك¹.

فمن معززات تأثير الرسالة اللفظية مهارة تقديمها أو إلقائها حيث يسهم الفرد في كفاءة عملية الاتصال اللفظي عندما يمتلك القدرة والجرأة وصفاء الذهن والاتصال بالذات ومعرفة الآخرين، فهي مهارة مكتسبة تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دوراً مهماً في نجاح إيصال المعلومات، فمهارات التقديم لا تكمن في الحركات واختلاف نبرات الصوت والتشديد على النقاط المهمة، والاسترسال في غيرها وحسب بالاستهلال الجيد وربط الحديث بالواقع².
فالإلقاء المتميز يتطلب توضيح الإلقاء بالنطق السليم وليحقق ذلك بالتدريب على القراءة بالفصحى وأيضاً الاستماع للمحاضرات والندوات التي تلقى بالعربية لتكون مخارج الحروف لدى الصحفي سليمة، فعلى الصحفي أن ينطق الكلمة بسلاسة فكل حرف مخرجه الذي يختلف عن مخرج لآخر وتسمى في علم تجويد القرآن الكريم بحروف الإظهار والإدغام والإخفاء والإقلاب، ولديها مخارج من الحلق والحنك العلوي والسفلي وفوق اللسان وتحتة وبين الشفتين وأعضاء النطق 16 وقد اجمع 30 عالماً من أنحاء العالم على أن الفصحى هي الأغنى لفظياً³.

¹ وليد حسن الحديثي : مرجع سبق ذكره ، ص14.

² عبد الرحمان إبراهيم الشاعر : مرجع سبق ذكره ، ص101 .

³ سليم عبد النبي : الإعلام التلفزيوني ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2014، ص212.

ب. مهارة الإقناع: الإقناع هو عملية تغيير أو تعزيز المواقف أو المعتقدات أو السلوك وتنقسم استجابتنا لرسائل الإقناع إلى قسمين بعد التفكير، دون التفكير. فحينما نكون مفكرين ننصت بكل عناية إلى ما يقوله المقنع، أطلق عالما النفس "ريتشارد ديببتي وجونكاسيو" على الطريقتين الفكرية واللافكرية في الإقناع¹. ويركز "دارسو" في الإقناع 3 خصائص أساسية للقائم بالاتصال هي المصادقية والجاذبية والقوة بجوانب أخرى مضافة، مثل الحيوية والانتماء الاجتماعي والسلطة والثقة. كذلك حدد "الكسس تان" العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في اقناع الجمهور في 3 عوامل هي:

- المصادقية
- الجاذبية
- القوة

1. المصادقية:

يعتمد قياس مصادقية القائم بالاتصال إلى عنصرين أساسيين هما:

➤ الخبرة

➤ وزيادة الثقة في القائم بالاتصال

ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها وهذه تعتمد على التدريب، التجربة

¹ هاري ميلز : فن الإقناع تسترعي عن انتباه الآخرين و تغير آراءهم تؤثر عليهم ، ط1،مكتبة جرير،الرياض-السعودية،

القدرة، الذكاء، الإنجاز المهني والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع.

2. الجاذبية:

ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لقياس الجاذبية، المتمثلة في التشابه والتماثل، وذلك بناء على الفرض القائل " بأن المصدر أو القائم بالاتصال ذا جاذبية سيكون أكثر تأثيراً من الشخص المحايد أو الذي ليست له الجاذبية في عملية الإقناع " وذلك من خلال ما يلي:

- أ. ينجذب الناس إلى الأشخاص الذين يشبهونهم ويتأثرون بهم فالتشابه يكون في الخصائص الديمغرافية، وثاني التشابه في الخصائص الفكرية أو العقائدية¹.
- ب. تزيد المودة من التفاعل بين الأشخاص مما يدفعهم إلى أن ينجذبوا إلى بعضهم.
- ج. ومن جانب آخر فإن التشابه والمودة يقودان إلى الحب والحب يشير إلى التشابه مع القائم بالاتصال.

3. قوة المصدر:

قد لا يمتلك البعض المصداقية أو الجاذبية ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، وهؤلاء لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبطه للأمور وكذلك أهميته، قدرة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب وذلك لكسب رضی بالمتلقي.²

¹منال هلال مزاهرة : مرجع سبق ذكره ، ص 246 .

²منال هلال مزاهرة : مرجع سبق ذكره ، 246-249 .

4. مهارة الاتصال:

تتعدد مهارات الاتصال وتتنوع لتشمل عددا كبيرا من العوامل والمؤثرات على طبيعة العلاقة بين طرفي الاتصال، فطريقة الاتصال تكون على مرحلتين:

▪ الاتصال المتوالي:

حيث يكون اللفظ هو الوسيلة في الاتصال، وهنا يجب أن يتناول الخطيب موضوعه على شكل وحدات أو وقفات أو نقاط دون أن يشير لها في رسالته فتصبح متسلسلة ومتتالية بأسلوب اتصالي واحد ولكن لا مانع من إدخال الأمثلة اللفظية لتقريب المفهوم.

▪ الاتصال المتوازي:

ويقصد به استخدام أكثر من وسيلة واحدة لموضوع واحد أو وحدة واحدة وأسلوب الاتصال المتوازي من الأساليب الجيدة في تفسير الحقائق العلمية والتعامل مع الفروق الفردية بين المتلقي حيث يلجأ إلى وسائل أخرى غير لفظية كالعروض البيانية أو المخططات والملصقات فقد أسهمت التقنية الحديثة في تعزيز الاتصال المتوازي.

في الجانب الشكلي هناك قيم ومبادئ لا بد أن يتحلى بها الخطيب أو القائم بالاتصال

مثل المظهر، الوقار، طريقة الوقوف، حركات اليدين والعينين ونحوها.¹

ومن أهم المهارات التي يجب ان يتمتع بها المتصل لتحقيق درجات عالية من الاتصال بين

طرفي الاتصال:

¹ عبد الرحمان ابراهيم الشاعر : مرجع سبق ذكره ، ص 103 .

أ. الاستماع الفعال:

على المتصل أن يستمع أكثر من مما يتكلم، وعليه أن يتعرف على حاجات ورغبات واهتمامات وتوقعات الطرف الآخر، وأن يشعر بالثقة والأمان حيث بإمكانه التعبير عن آرائه¹.

لذلك ركز القرآن الكريم على ضرورة تنمية حاسة السمع وفضلها على باقي الحواس الأخرى بما فيها حاسة البصر، حيث تساعد على إدراك المواقف المحيطة، وفي كل الآيات التي تعرضت لهذه الحاسة نجد السمع مقدما دائما على البصر قال تعالى:

❖ ﴿إِن السَّمْعَ وَالبَصَرَ وَالفؤَادَ كُلٌّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ سورة الاسراء الآية:36

❖ ﴿و لو شاء الله لذهب بسمعهم و ابصارهم﴾ سورة البقرة الآية 220.

ويقدر العلماء الاتصال أن حوالي من 42% إلى 53% من وقت الاتصال يقوم على الإصغاء وليس الحديث، أما الحديث والكلام يقدر من 16% إلى 32% والباقي ايماءات غير لفظية.

والإصغاء الفعال مهارة يجب التدريب عليها واكتسابها، وتكمن عرض أهمية الإصغاء بالنسبة لكل من طرفي العملية الاتصالية فيما يلي:

(1) الإصغاء وسيلة لفهم الذات:

¹طلال عبد الله الزغيبي و آخرون: مهارات الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص115

²محمد منير حجاب : مهارات الاتصال للإعلاميين و التربويين و الدعاة ، ط2، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع،

2000، ص26

فالإصغاء الفعال يمكن المرسل من الحصول على مردود صادق بحيث يفهم رأي الآخرين وبالتالي يتمكن من تطوير نفسه، كما أن المستقبل المصغي يتمتع عن الدخول في مواقف دفاعية.

(2) الإصغاء وسيلة لفهم الآخرين:

يمكن القائم بالاتصال حين يصغي للآخرين من فهم مشاعرهم واحترامها وتقديرها حيث لا يركز على مشاعره واهتماماته الشخصية.

(3) الإصغاء وسيلة لمساعدة الآخر على التنفيس:

فالإصغاء لا يهدف إلى تصحيح سلوك الآخر أو تقديم نصائح له ولكنه يهدف إلى فهمه ومساعدته على التنفيس والتعبير عما يضايقه وبالتالي يمكن اعتباره وسيلة علاجية تستخدم لتحقيق هدف علاجي¹.

ب. لغة الجسم والإشارة:

تعتبر لغة الجسم والتعامل من مهارات الاتصال الفعالة، فهي تساعد على توصيل الرسالة والفهم للطرف الآخر بسهولة ويسر دون عناء كبير.

جميع الحركات والملامح التي تظهر على الجسد الإنسان هي انعكاسات لاتصاله بذاته حيث تسبق هذه الحركات الألفاظ، فلغة الجسد هي لغة التواصل فادبيات في علم لغة الجسد تشير إلى أن:

- حركة الجسد تسبق اللفظ عند التواصل، لكن الأهم أن الحركة تعكس ما يجول في العقل قبل النطق فيه

¹نجلاء محمد صالح: مرجع سبق ذكره ، ص ص 127 ، 129

- علم لغة الجسد يظهر بعض الحركات التي يقوم بها الإنسان لا شعورياً.
 - الحركات اللاشعورية للجسد هي العلامات رمزية لما تخفيه من محفزات ومشاعر وفي دراسة قام بها عالم النفس الأمريكي " ألبرت ميهاينين " اكتشف أن 7% فقط من الاتصال يكون بالكلمات و38% نبرة الصوت و55% بلغة الجسد¹، حتى تفهم أهمية حركة الجسم في زيادة التأثير والحث على الاستمرار في متابعة الأخبار مثلاً خاصة في ظل اشتداد المنافسة بين الفضائيات، فكل عضو في جسم الإنسان له لغته الخاصة وإيحاءاته التي تؤثر في الغير سلباً أو إيجابياً²، فالإتصال غير اللفظي له أنواع والتي تعتمد على اللغة غير اللفظية:

● لغة الإشارة:

وهي تتكون من مجموعة الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان للاتصال

بغيره

● لغة الحركة والأفعال:

وتتضمن جميع الحركات التي تنقل بها معان أو مشاعر لمستقبل الرسالة³.

❖ أنواع الإتصال غير اللفظي:

1) تعبير الوجه والعينين:

¹ عبد الرحمان إبراهيم الشاعر : مرجع سبق ذكره ، ص ص 104 ، 105

² سليم عبد النبي : مرجع سبق ذكره ، ص 211

³ خضرة عمر المفلح: الإتصال المهارات و النظريات و أسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن، 2015،

- الأصوات:

والأصوات مثلها مثل لغة الجسد تعبر عن كل من الرسائل المقصودة وغير المقصودة، فلة كانت الرسالة مقصودة يمكننا استخدام صوتنا للتعبير عن انطباعات كثيرة فخذ على سبيل المثال هذا السؤال " ما الذي كنت تنوي القيام به ؟ " لو انت كررت هذا السؤال أكثر من مرة بتغيير لهجتك والتركيز على بعض الكلمات فأنت في كل مرة تعبر عن الرسالة مختلفة تماما وإلى جانب ذلك يمكن أن يعبر الصوت عن تصرفات قد لا يكون أنت على وعي بها مثل ارتفاع أو انخفاض الصوت.

- المظهر الشخصي:

إن مظهرك الشخصي يعبر عن شخصيتك الاجتماعية فالأشخاص يستجيبون لبعضهم البعض بناء على جاذبيتهم فعندما يعتقد الأشخاص أننا نتمتع بالجاذبية فنكون راضين عن أنفسنا مما يؤثر على سلوكنا الأمر يؤثر على إدراك الأشخاص لنا.

(2) اللمس:

خاصية أساسية للتعبير عن الود والراحة والثقة وذلك ربما لأنه يعبر عن التعاطف والتقارب بين الأشخاص بعضهم البعض ولكن هذه الأنماط تختلف حسب النوع، السن العلاقات والخلفية الثقافية للأفراد، فاللمس يعبر عن التحكم والتأثير فلذلك نجد أن الشخص الأعلى سلطة يستطيع لمس الأشخاص الأقل في السلطة¹.

¹ احمد ماهر: كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، ط1، الدار الجامعية، الاسكندرية- القاهرة، 2006، ص ص

3) الاتصالات البصرية:

ينطوي هذا النوع من الاتصالات على استخدام الصور وأشكال الجرافيك المختلفة والرسوم والمخططات البيانية لإيصال الرسائل إلى الجمهور المستهدف.

وتشير إحدى الدراسات في هذا المجال أن للاتصالات البصرية تأثير كبير على الجمهور المستهدف قد يفوق بكثير الذي تحدثه رسائل الاتصال الأخرى، وذلك للأسباب التالية:

- قوة تأثير الصور والرسوم على الجمهور المستهدف، حيث ثبت علمياً أن الصور والجرافيك تدخل إلى الذاكرة بطريقة أسهل من الكلام أو العبارات المكتوبة.
- استخدام الألوان والرموز يجذب الانتباه، ويثير الاهتمام والرغبة والتصرف أكثر من مجرد استخدام الكلمات أو العبارات المجردة.
- الجرافيك والرسوم المتحركة المفعمة بالإيقاعات والتأثيرات الصوتية توفر الجهد والوقت على المتلقي (المستمع) وتحفزه على الاستجابة مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى.
- بساطة الجرافيك المستخدم يجعل الرسائل تدخل إلى الذاكرة بسرعة كما أنها تدخل إلى القلب دون استئذان.
- سهولة الوصول إلى قطاعات واسعة وكبيرة من الجمهور المستهدف الذي قد لا يجيد القراءة والكتابة وغالبا ما يكون الاتصال البصري فعالا إذا ما أحسن تصميمه وإخراجه بالشكل الذي يتناسب مع الجمهور المستهدف.

ما يمكن أن نستنتجه أن كيفية استخدام الاتصال البصري وإخراجه الجيد من طرف القائم بالاتصال في البرنامج، من جرافيك ورسومات، وبيانات، هي التي تميز المهارة

الاتصالية التي من خلالها يجذب الجمهور إلى مضمون معين ويتميز بها صحفي دون آخر.¹

(4) مهارة الملاحظة:

الملاحظة أحد الأساليب الفنية التي يستخدمها القائم بالاتصال خلال المقابلة وكي يحقق الهدف منها في دراسة مستقبل الرسالة من حيث مظهره، أسلوبه في التفكير حيث يجب أن يتمتع القائم بالاتصال بالقدرة على استخدامها في دراسة السلوك بالإضافة إلى قدرته بالملاحظة على علمية لما تم ملاحظته.²

(5) مهارة الحوار:

يفرض الواقع الإنساني على الفرد مواقف حوارية مختلفة في أغلب أوقاته تتطلب منه أن يتقنها بمهارات وقدرات يمتلكها، ليعرض وجهة نظره بأساليب ملائمة ووسائل مؤثرة وقادرة على إقناع الطرف الآخر، فالمتحدث الناجح مثلما يراه " ليدز " غالبا ما يكون ملما بهذه القواعد:

- يجب أن يكون المتحدث متحمسا، وأن يظهر حماسه للموضوع الذي يتحدث فيه.
- يجب تبسيط لغة الحوار، ويتجنب استخدام الألفاظ المعقدة المتخصصة.
- يجب ألا يفصح المتحدث عن أية معلومات متعلقة بالمنافسين أو معلومات خارج الموضوع أثناء الحديث.

¹ حميد الطائي ويشير العلق: أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان- الأردن، ص ص 54 55

² نجلاء محمد صالح : مرجع سبق ذكره ، ص 131

- توجيه الخطاب إلى الجماهير، لهذا على القائم بالاتصال أن يعرف الجمهور قبل المعلومة.¹

(6) مهارة التحدث:

لا تقل مهارات التحدث أهمية عن الإنصات خاصة وأن الفرد يتولى باستمرار الحديث عن العمل والمشكلات المرتبطة به، وبالتالي يجب أن يقوم الفرد بتنمية مهاراته على كيفية التحدث بفاعلية وفي نفس الوقت يتجنب الوقوع في الأخطاء الخاصة بالحديث، علاوة على توجيه الأسئلة إلى المستمع بالطريقة التي تساعد في توصيل رسالته بشكل فعال.

حيث يجب على القائم بالاتصال خلال حديثه أن يراعي ما يلي:

- ✓ التعرف أولاً ما يريده المستمع قبل التحدث إليه، وبالتالي يجب أن يبذل المرسل الجهد المطلوب لتفسير رسالة المستمع والإنصات لها.
- ✓ استخدام مدخل الاقناع في الحديث بالتركيز على جوهر الموضوع والذي من أجله يتم الاتصال.
- ✓ تبسيط لغة التخاطب مع المستمع من خلال استخدام مصطلحات واضحة على حسب مستوى كل شخص.

¹كامل الطراونة : مرجع سبق ذكره ، ص 130

يعتقد أكثرنا أن ممارسة عملية التخاطب أو الحديث عملية سهلة وبسيطة، لكن في الحقيقة أن عملية التحدث تتطلب على القائم بالاتصال أن يتصف بمجموع من المهارات والسمات الشخصية والصوتية.

أولاً: السمات الشخصية:

أ. الموضوعية:

تعني قدرة المتحدث على السلوك والتصرف، وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو سياسة، أي العدالة في الحكم على الأشياء، ولهذا ينصح المتحدث بضرورة ممارسة التقمص العاطفي¹.

بعيدا عن المصالح الشخصية أو الخاصة في طرحه أو في محاولته للاتصال².

ب. الصدق:

المتحدث الصادق هو بالطبع الأكثر تأثيرا في مستمعيه، والصدق يعني أن يعكس حديثك حقيقة مشاعرك وأفكارك وآرائك ... ويعني من ناحية أخرى مطابقة الأقوال للأفعال والتصرفات، وهناك دراسات عديدة تبين تأثير صدق المتحدث ومن الأبحاث التي أجريت حول هذه الصفة، تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق المستقبل أو المستمع لها.

¹حميد الطائي و بشير العلق : مرجع سبق ذكره ، ص 104 105

²محمد منير حجاب : مرجع سبق ذكره ، ص 96

ج. الوضوح:

لكي تكون متحدثًا ناجحًا يجب أن تكون قادرًا على التعبير عن أفكارك بوضوح، وأن تكون اللغة بسيطة، ومادتك منظمة ومتسلسلة منطقيًا، وكلمات واضحة غير معقدة وإذا استخدمت مصطلحاتك دقيقة غير واضحة للمستمع، فيجب شرحها وتوضيحها، وذلك أخطار سوء الفهم أو التفسير ويعني التكلم بطريقة واضحة.

د. الدقة:

وتعني من ناحية، التأكد من أن الكلمات التي تستخدم تؤدي المعنى الذي يقصد بعناية وذلك يحتاج إلى حصيلة لغوية كبيرة تمكن من اختيار الكلمات ذات المعنى الدقيق لتلبية متطلبات الحديث.

هـ. الحماس:

لا يكفي أن تعرف كل شيء عن الموضوع، ولكن ينبغي الحماس يجعل المتحدث أكثر حيوية وحرارة في الحديث، أو أكثر ديناميكية، كما يقول الباحث " برلو " و" ميرتز " يشيران بذلك إلى أن المتحدث الذي يبدو في الظرف الاتصالي حيويًا ونشطًا، يعتبر على درجة عالية من التصديق، بخلاف الذي قد لا يبدو متعبًا، فإدراك الجمهور لتلك الخاصية وهو يتفاعل مع المتحدث من العوامل المؤثرة على فعالية الحديث.¹

و. المظهر الخارجي:

تم ادخال المظهر الخارجي للشخص كأحد أنواع السلوك غير اللفظي، بسبب أن هذا الأمر يمكن التحكم به من قبل الشخص، فالأشخاص يمكن لهم أن يختاروا الملابس التي

¹محمد منير حجاب : نفس المرجع ، ص 99

يجب عليهم ارتداؤها، والطريقة التي يجب أن يظهروا بها، كما أنه يمكن لهم أن يختاروا المجوهرات والإكسسوارات بالطريقة التي تناسبهم.¹

ويعني المظهر العام بمجموعة من الجوانب هي:

➤ النظافة والأناقة الشخصية.

➤ الملابس والمظهر المناسب.

➤ الصحة النفسية البدنية.

فالمظهر العام سمة مهمة تستحق منا أن نوليها عنايتنا عندما نلقي حديثاً ما ... فإنه لا يجعل الجمهور ينجذب نحو المتحدث وحسب ولكنه يجعلنا أيضاً نشعر بمزيد من الثقة. ثانياً: السمات الصوتية:

إن الصوت مهم بالنسبة لنجاح المتحدث، حيث يمكن تغيير طريقة النطق دون الصوت، وذلك من خلال التحكم في الصوت، رفعه أو خفضه وضبط نغمته وفقاً للظروف الخاصة، توجد عوامل عديدة خاصة بالنطق، يتوقف عليها قدر ما نحقق من نجاح ...، ومن أهم هذه العوامل:

1-النطق بطريقة صحيحة

2-وضوح الصوت.

3-السرعة المناسبة

4-استخدام الوقفات².

¹جون هيز و مروان ظاهر الزعبي: مهارات التواصل بين الأفراد في العمل، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان-الأردن، 2011، ص156 .

²محمد منير حجاب : نفس المرجع ، ص 104

(7) الثقة:

وهي القدرة على إظهار كيفية الاعتماد على الذات وذلك لوجود صفات مثل الثبات والتركيز والمبادرة، ويمكن أن ينظر إلى الثقة على مستويين:

1- الثقة الخارجية:

وهي الكيفية التي تظهر بها الإرادة والقدرة والاستعداد للاعتماد عليها.

2- الثقة الذاتية:

وهي الكيفية التي يقنع بها العمل نفسه بأهليته واستقامته وقدرته على إظهار مدى اعتماد الآخرين عليه.

(8) الدافعية:

هي عبارة عن قوة أو شعور داخلي يحرك سلوك الفرد لإشباع حاجات ورغبات معينة، وتعرف الدافعية أيضا على أنها العمليات التي تصف كثافة واتجاه واستمرار جهود الأفراد من أجل تحقيق الأهداف، بحيث تشير الكثافة إلى مدى الجدية التي يحاول بها الفرد لتحقيق أهدافه، ولابد من توجيه هذه الجهود لمصلحة المؤسسة، أما الاستمرارية فهي القدرة على متابعة الجهود وبنفس المستوى لأطول فترة زمنية ممكنة¹.

خامسا: الصعوبات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال

يهدف المرسل أو القائم بالاتصال من خلال الرسالة الى تحقيق العديد من الأمور ولكن هناك صعوبات تحول دون تحقيقها ومنها:

- عدم مخاطبة المستقبل بلغته.

¹ طلال عبد الله الزغبى و آخرون : مرجع سبق ذكره ، ص 120

- عدم الفصاحة في الكلام.
 - غياب الصراحة وإخفاء النوايا والمشاعر بين المرسل والمستقبل.
 - عدم مراعاة ظروف المستقبل.
 - عدم قدرة المرسل على التعبير عما يجول بخاطره¹.
 - تفاوت التجربة واختلاف الشخصية قد يؤدي الى رفض الرسالة أو تشويشها.
 - الاختلاف في التعبير والتعاريف لذا يجب على المثقف ان يكون على دراية بالمصطلحات الشعبية السائدة وأن يبتعد عن التعاريف الأكاديمية.
 - استخدام صور أو رموز غير مألوفة عند الفئة المستهدفة.
 - استخدام الرسائل غير اللفظية بطريقة خاطئة كتعبير الوجه مثلاً.
 - اظهار الشفقة وعدم تفهم شعور المرسل اليه.
 - الشعور بالرّهبة من اختلاف الوضع الاجتماعي قد يؤدي الى تشويه مضمون الرسالة واختلاف بعض المعلومات بها².
- ويرى "روزنفيلد" (Rosenfield) ان الاتصال الفعال يتطلب قدرًا عاليًا من التركيز والحكمة والمنطق والدراية من قبل القائم بالاتصال ، لأن مصلحة المرسل لن يكون كذلك إذا ما أراد فعلا إيصال معلومات أو بيانات معينة تحقق له و للمستلم أهداف معينة، وعلى هذا الأساس

¹نجلاء محمد صالح : مرجع سبق ذكره ، ص 50

²عبد المنعم ثابت : مرجع سبق ذكره ، ص 130

فإن أي خلل أو إخفاق متعمد أو غير متعمد من قبل القائم بالاتصال قد يؤدي إلى فشل عملية الاتصال.

حيث نجد مشاكل الاتصال ومعوقات تبدأ من القائم بالاتصال (مصدر الرسالة) وتتفاقم وتكبر ككرة الثلج تماما، حيث تصل الرسالة مشوهة أو مرتبكة إلى المستلم مما يؤدي إلى مشاكل ومعوقات للقائم بالاتصال¹.

سادسا: حقوق وواجبات القائم بالاتصال

تحدد السياسات الاتصالية القطرية حقوق القائمين بالاتصال، وواجباتهم ومجال حركتهم، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية، ومع ذلك فالعبرة دائما بالممارسة وليس بالنصوص المدونة.

وتتص هذه الضوابط في الأساس على قطاعي الصحافة والنشر، وعلى القائمين بالاتصال في محطة الإذاعة والتلفزيون في الأقطار التي تسمح باشتراك القطاع الخاص في هذا المجال، أما غيرهم من القائمين بالاتصال في وسائل الاتصال الأخرى، فنادرًا ما تمسهم هذه الضوابط ومن بينها:

1. حق الممارسة:

تختلف أساليب المنظمة لحق مزاوله العمل الصحفي في النظم الاتصالية والإعلامية العربية تبعا لاختلاف الأيديولوجيات القائمة، فثمة ستة أنظمة عربية تنحو منحى ليبراليا

¹حميد الطائي و بشير العلق : مرجع سبق ذكره ، ص 74

(مصر، السودان، العربية السعودية، لبنان، تونس، المغرب) من حيث اطلاق حق ممارسة العمل الصحفي للمواطنين جميعا دون أية قيود أو شروط مسبقة.

أما الجزائر والكويت والبحرين وغيرها تتحو منحى اشتراكي تتسم بالمركزية في إدارة نظام الاتصال والاعلام.¹

2. حدود الممارسة:

وتحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية حدود الممارسة الصحفية، وقد بين " أبو زيد" من تحليل محتوى قوانين المطبوعات في 16 قطرا عربيا أن ستة أنظمة اتصال عربية لا تحظر الصحفيين النقد لنظام الحكم، في المقابل وجد 10 أنظمة اتصالية عربية تحظر على الصحف نقد النظام الحاكم.

مما سبق نلاحظ أن الدكتور "أبو زيد" قدم نتائج حول حدود الممارسة في الصحف، قس على ذلك في الإذاعة والتلفزيون فالحدود تقاس حسب النظام السائد في أي دولة .

3. الحق في التنظيم المهني:

تعتبر التنظيمات المهنية في مجالات الاتصال والاعلام احد الأجهزة المشاركة في وضع السياسات الاتصالية والإعلامية في جوانبها المهنية والعلمية، وحيانا تشارك مشاركة كاملة في وضع هذه السياسة، وتعني هذه التنظيمات أساسا بتنظيم حقوق القائمين بالاتصال وحمائيتهم، وتحديد التزاماتهم المهنية ومسئولياتهم وواجباتهم حيال المهنة، وحيال المجتمع،

¹راسم محمد جمال: الاتصال والاعلام في الوطن العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 1991.ص 59.

ووضع اخلاقيات ومواثيق الشرف المهنية ومراقبة تطبيقها، إلى جانب الإشراف على الممارسة المهنية ذاتها.

سابعاً: الأخلاقيات المهنية المتعلقة بالقائم بالاتصال

تعد مواثيق الشرف أو مواثيق الاخلاق المهنية مكملة للحقوق والضمانات المكفولة للقائمين بالاتصال، إذ تعكس وتحدد الحقوق والضمانات التي يتعين توفرها للمجتمع أو للبيئة التي تمارس فيها العملية الاتصالية ذاتها، في مواجهة القائمين بالاتصال ومن ثم تبلور هذه المواثيق والمسؤوليات الاجتماعية الأخلاقيات لرجال الإعلام حيال المجتمع الذين يعملون فيه وحيال المجتمع العربي الدولي¹.

فالدستور الجزائري الصادر في 8 ديسمبر 1996 تم تعديله في 2002 و 2008م على 182 مادة تنص المادة 36 منه على أنه " لا مساس بحرمة المعتقد وحرمة وحرية الرأي" وتضمنت المادة 14 "حرية التعبير".

فمفهوم أخلاقيات المهنة في القوانين الاعلام (1968_2012) هي :

- أن يمارس وظيفته ضمن نشاط نضالي.
- أن يعمل بدون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي واكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية.

¹راسم محمد جمال : مرجع سبق ذكره ، ص 63

- الاحتراس من استعمال الامتيازات المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية¹.
- فعلى المستوى الدولي فالمادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 من تشرين الثاني 1948، والذي ينص على :
 - أن لكل شخص الحق في التعبير وحرية الرأي ويشمل:
 - حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل.
 - استقاء الانباء والأفكار.
- تلقي هذه الاخبار واذاعتها بأي وسيلة كانت دون تقييد بالحدود الجغرافية².
ويلعب القائم بالاتصال دوراً مهماً في المجتمع وحتى يؤدي هذا الدور بشكل جيد يجب ضمان حقوقه وهي عديدة نذكر منها:
 - حرية البحث ونقل واستقبال المعلومات.
 - المعاملة المتساوية لكافة الصحفيين دون تفرقة.
 - الحق في حرية الفكر والشعور، وضمان حق حرية الرأي والتعبير.
 - حصوله على عقد عمل يضمن حمايته اثناء أداء عمله.
 - توفير الامن والحماية له لأداء مهامه³.

¹ عبد العالي رزاق: مهنة الصحفي المحترف قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في

الممارسة المهنية)، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 79 86

² بسام عبد الرحمان المشاقبة: أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص 95 . 96

³ عطا الله شاكر: إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015، ص ص 95 96 .

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: أداة الدراسة وأدوات جمع البيانات

1- الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم الاعتماد على سلم لكارتر (Likert) الخماسي والذي يتضمن 5 درجات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (02): جدول يوضح درجات مقياس سلم لكارتر الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة :	1	2	3	4	5

وتم تحديد الحدود الدنيا و العليا لمقياس لكارتر (Likert) الخماسي و هذا من خلال تحديد طول فئات المقياس المستخدم في محاور الدراسة عن طريق حساب المدى (5-1=4)، ومن ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الفئة الصحيح أي (5/4 = 0.8) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس والمتمثلة في الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة وهكذا أصبح طول الفئات كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03): جدول يوضح طول الخلية لسلم لكارتر

الفئات	درجة الموافقة	مستوى القبول
(1 - 1.79)	غير موافق بشدة	منخفض جدا
(1.80 - 2.59)	غير موافق	منخفض
(2.60 - 3.39)	محايد	متوسط
(3.40 - 4.19)	موافق	مرتفع
(4.20 - 5)	موافق بشدة	مرتفع جدا

وللإجابة على أسئلة البحث، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss.V26) والذي يتكوّن من:

- مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures): وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha): وذلك لقياس ثبات أداة البحث.

- معامل صدق المحك: وذلك لقياس صدق أداة البحث.

- معامل الارتباط: لمعرفة مختلف علاقات الارتباط بين متغيرات و أبعاد الدراسة

2- اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة

1-2 صدق أداة البحث (Validity)

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وللتحقق من صدق الاستبانة المستخدمة في البحث نعتمد على ما يلي:

أولاً: صدق المحتوى أو الصدق الظاهري:

تم عرض الاستبانة المعتمدة في الدراسة على الأستاذة المشرفة من أجل تصحيحها وإعطاء حكم ظاهري عن مدى ملاءمة عبارات الاستبانة لموضوع البحث، وقد تم الأخذ بعين الاعتبار ملاحظة الأستاذة المشرفة وقمنا بإجراء التعديلات المطلوبة.

ثانياً: صدق المحك:

يتم حساب معامل "صدق المحك" من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو موضح في الجدول الموالي، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.953) وهو معامل مرتفع ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث، كما نلاحظ أيضاً أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث مرتفعة ومناسبة لأهداف هذا البحث. وبهذا يمكننا القول إن جميع عبارات أداة البحث هي صادقة لما وضعت لقياسه.

2-2 ثبات الأداة (Reliability)

ويقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف متشابهة باستخدام الأداة نفسها. وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.60) فأكثر، حيث كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

متغيرات	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المحور الثاني	11	0.871	0.933
المحور الثالث	10	0.908	0.952
المحور الرابع	09	0.901	0.942
الاستبانة ككل	30	0.953	0.976

من خلال هذا الجدول يتضح أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.976) وهو معامل ثبات مرتفع ومناسب لأغراض البحث، كما تعتبر جميع معاملات الثبات لمحاور

البحث المختلفة مرتفعة أيضا ومناسبة لأغراض هذا البحث، وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث، مما يجعلنا على ثقة بصحتها وصلاحيتها لتحليل النتائج.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

يتضمن هذا المبحث وصفا للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وكذا التعرف عرض نتائج البحث وتحليلها وتفسيرها للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

1- خصائص أفراد عينة البحث

إن وصف الخصائص العامة لعينة الدراسة مثلها أربعة (4) أسئلة تهدف في مجملها لتوضيح بعض الأمور التي تساعد في تحليل النتائج فيما بعد، و الجداول الموالية تبين تفصيل هذه الخصائص.

أولاً: الجنس:

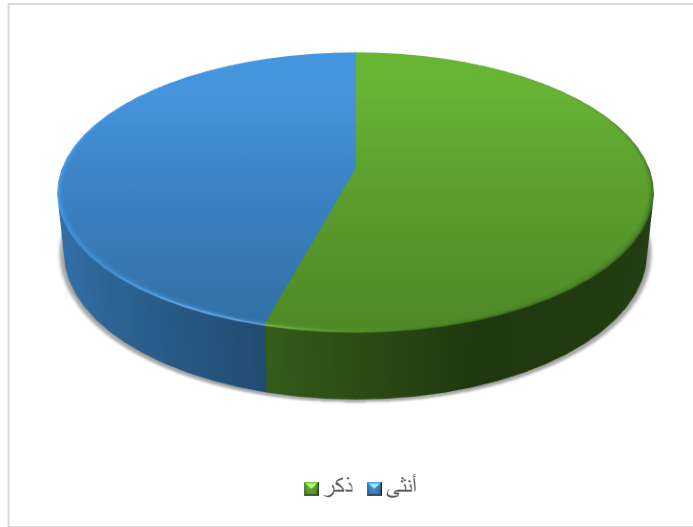
جدول رقم (5): خاصية الجنس لعينة الدراسة

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	58	54.2
أنثى	49	45.8
المجموع	107	100

من خلال الجدول أعلاه يمكن أخذ لمحة عن الخصائص العامة الشخصية لعينة الدراسة، حيث تبين أن 54.2% من افراد العينة ذكور، في حين 45.8 من العينة إناث ، أي يغلب على أفراد المجتمع الدراسة الطابع الذكوري.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (1): توزيع افراد العينة حول متغير الجنس



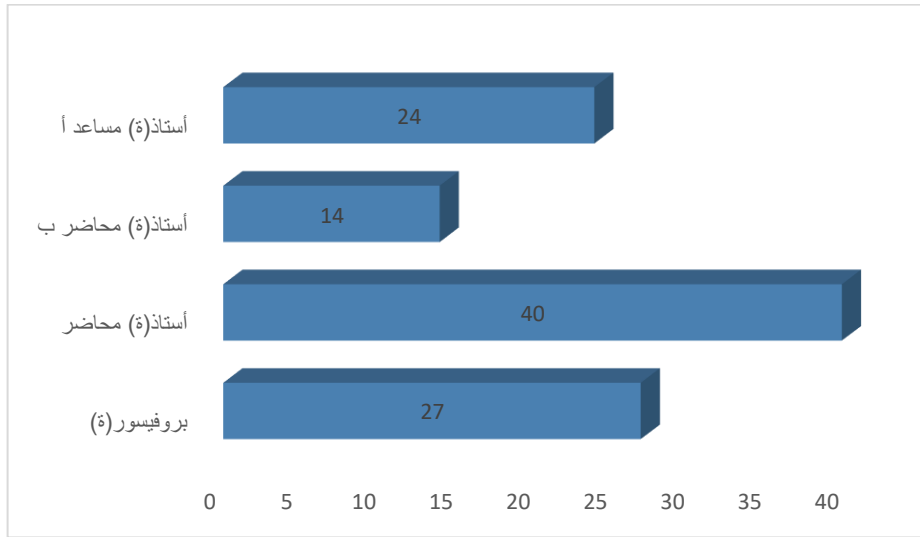
ثانيا: المنصب الوظيفي:

جدول رقم (6): خاصية المنصب الوظيفي المهنية لعينة الدراسة

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
بروفيسور(ة)	27	25.2
أستاذ(ة) محاضر	40	37.4
أستاذ(ة) محاضر ب	14	13.1
أستاذ(ة) مساعد أ	24	22.4
أستاذ (ة) مساعد ب	2	1.9
المجموع	107	100

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب الأساتذة عينة الدراسة لهم مستوى وظيفي أستاذ محاضر بنسبة 37.4%، في حين 25.2% منهم في منصب بروفيسور، في حين نجد أن 22.4% من الأساتذة في منصب أستاذ مساعد، أما من هم في مستوى الأستاذ المحاضر ب فبلغت نسبتهم 13.1%، و أقل نسبة كانت لمستوى الأستاذ المساعد ب قدرت ب 1.9%. و عليه يمكن القول بأن أغلب عينة الدراسة أساتذة محاضرين. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2): توزيع افراد العينة حسب المنصب الوظيفي



ثالثاً: الأقدمية في المنصب:

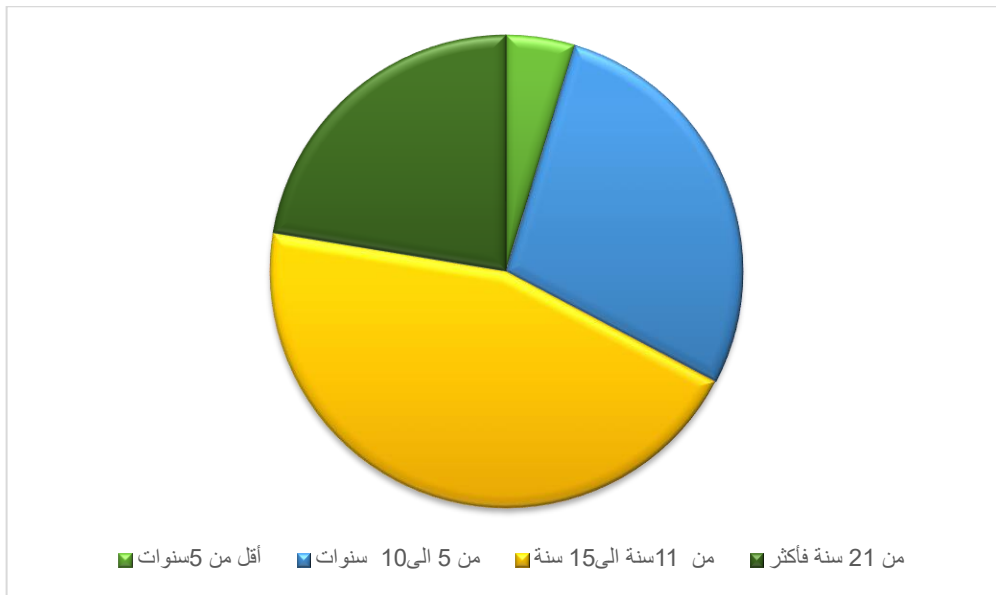
جدول رقم (7): خاصية الأقدمية في المنصب لعينة الدراسة

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	5	4.7

28	30	من 5 الى 10 سنوات
44.9	48	من 11 سنة الى 15 سنة
22.4	24	من 21 سنة فأكثر
100	107	المجموع

من خلال ملاحظة الجدول السابق نجد أن أغلب الأساتذة لهم خبرة من 11 الى 15 سنة بنسبة 44.9%، كما ان الأكثر من 21 سنة كانت نسبتهم 22.4%، ومن لهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات بلغت نسبتهم 28%، وفي الأخير كانت نسبة 4.7% للأساتذة الأقل من 5 سنوات. وعليه نلاحظ أن اغلب الأساتذة لهم خبرة من 11 الى 15 سنة. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب الاقدمية في المنصب



رابعاً: هل سبق ومارست العمل الاعلامي:

جدول رقم (8): خاصة ممارسة العمل الاعلامي في المنصب لعينة الدراسة

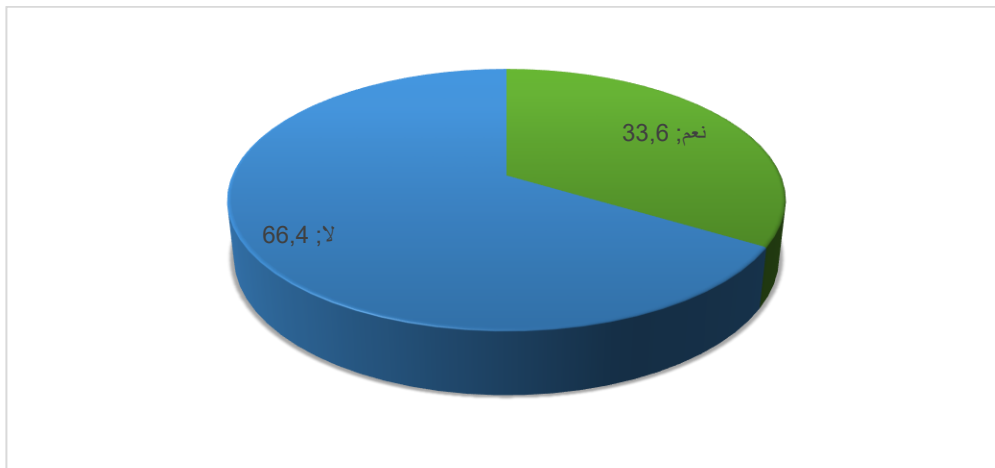
المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	36	33.6
لا	71	66.4
المجموع	107	100

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أغلبية الأساتذة لم يسبق لهم ممارسة العمل الإعلامي

بنسبة 66.4% في حين نسبة قليلة منهم قدرت ب 33.6% مارسوا العمل الإعلامي.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب ممارسة العمل الاعلامي



المبحث الثالث: تحليل محاور الاستبانة

في هذا الجزء سوف نقوم بتحليل محاور الاستبانة بغية الإجابة على تساؤلات البحث، وصممت أداة الدراسة حسب سلم ليكارت الخماسي، إذ يقابل كل عبارة قائمة تحمل الدرجات " موافق بشدة" و " موافق"، أو " محايد" و " غير موافق" و " غير موافق بشدة" و قد تم إعطاء كل خيار من الخيارات السابقة أوزان لكي يتم معالجتها إحصائياً على تم توضيحه فيما سبق .

1- تحليل عبارات استبانة الدراسة

1-1 تحليل عبارات المحور الثاني

يتم تحليل المحور الثاني لمعرفة المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين

وللإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة و تحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (9): المتوسطات الحسابية و انحرافات المعيارية و الأهمية النسبية لإجابات

افراد عينة البحث عن عبارات المحور الثاني

الرقم	عبارات المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	مستوى القبول	الأهمية النسبية
01	يستخدم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لغة العينين في التأثير (التواصل البصري) مع المشاهدين	9	12.1	15	64.5	7.5	3,65	,825	مرتفع	2
02	يتميز القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالجاذبية الشكلية (هيئة وثقة في الوقوف، أو اثناء الجلوس)	1.9	14	25.2	46.7	13.1	3,56	1,030	مرتفع	5

3	مرتفع	,923	3,57	13. 1	46. 7	25. 2	14	9	يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري صوتا جذابا و نبرات صوتية تتلاءم مع نوع البرنامج الذي يقدمه	03
1	مرتفع	,939	3,67	15	53. 5	17. 8	12. 1	1.9	يتفاعل القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري حركيا مع الضيوف (الايماءات ، التأثر ، البسمة ، حركة الرأس)	04
8	مرتفع	1,12 4	3,41	17. 7	37. 4	19. 6	21. 5	2.7	ينطق القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحروف بصورة سليمة	05
9	مرتفع	1,00 8	3,40	13. 1	37. 4	25. 2	22. 4	0.9	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التحكم في الحديث و بطنه حسب الموقف الاتصالي	06
7	مرتفع	1,07 3	3,42	13. 1	41. 1	27. 1	12. 1	8.5	يختار القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملابسه و تسريحة شعره بعناية (ملائمة للبرنامج ومقبولة اجتماعيا)	07
4	مرتفع	,826	3,56	9.3	48. 6	31. 8	9.3	0.9	الحالة البدنية و الصحية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملائمة	08
6	مرتفع	1,04 8	3,56	18. 7	40. 2	21. 5	17. 8	1.9	اللغة التي يعتمدها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مناسبة للإلقاء	09
11	متوسط	1,12 7	3,22	10. 3	39. 3	19. 6	24. 3	6.5	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على الارتجال و التعبير التلقائي	10
10	متوسط	,994	3,31	8.4	42. 4	23. 4	24. 3	1.9	ينوع و يمزج القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري في اسلوب الحوار (بين الجدية و الفكاهة)	11
	مرتفع	0.752	3.48	المتوسط المرجح لعبارات المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين						

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان هناك تباين في إجابات افراد العينة حول المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، حيث تراوح مستوى القبول بين المتوسط والمرتفع بمتوسط مرجح تراوح بين (3.31-3.67) وانحراف معياري تراوح بين (0.825 - 1.127).

حيث نجد في المرتبة الأولى عبارة " يتفاعل القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري حركيا مع الضيوف (الايماءات، التأثر ، البسمة ، حركة الرأس)" بمتوسط مرجح (3.67) و انحراف معياري (0.939) و باتجاه عام موافق بنسبة 53.5%، حيث كان مستوى القبول حول مضمونها مرتفع و هو ما يدل على أن القائم بالاتصال يقوم فعلا بحركات مع الضيوف سواء عن طريق الایماءات لاستمرارا الحديث وفي التأثر مع الضيوف في بعض المواقف العاطفية، كما أنه يتفاعل معهم بالبسمة و حركة الرأس و غيرها من الإيحاءات الأخرى المعبرة. و في المرتبة الثانية نجد عبارة " يستخدم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لغة العينين في التأثير (التواصل البصري) مع المشاهدين" بمتوسط مرجح (3.65) و انحراف معياري (0.825) و باتجاه عام موافق حيث بلغت نسبة الأساتذة الذين أجابوا بموافق حول هذه العبارة (64.5%) و كان مستوى القبول لمضمونها مرتفع و تدل على أن أهم لغة تواصل يقوم بها القائم بالاتصال للتواصل مع المشاهدين هي لغة العيون كون العملية الاتصالية تتم من خلال المشاهدة أي أن التأثير بصريا لذا نجد المقدم ينظر مباشرة في الكاميرا ليبدو و كأنه ينظر في عيني المشاهد، وهذا لزيادة قوة التأثير عليه وحتى يشعر المشاهد بالثقة في حديث المقدم. وفي المرتبة الثالثة نجد عبارة " يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري صوتا جذابا ونبرات صوتية تتلاءم مع نوع البرنامج الذي يقدمه" بمتوسط مرجح (3.57) و انحراف معياري (0.923) كما كان مستوى القبول حولها

مرتفع، كون الصوت الجذاب والنبرات الصوتية التي يستخدمها القائم بالاتصال تلعب دورا حيويا في نقل المعلومات وايصالها بشكل فعال للجماهير والتي تختلف باختلاف نوع البرنامج، فيمكن أن يكون له صوت واضح وموثوق به مع نبرة هادئة ومرتنة ليعبر عن الجدية والمصداقية، أما في برامج الترفيه والحوار يمكن أن يستخدم نبرات صوتية متنوعة مثل الحماس والتشويق أو الفكاهة والترفيه وذلك لجذب انتباه المشاهدين وإشراكهم، كما يمكن له استخدام تقنيات صوتية مثل التنغيم والإيقاع والتسلسل الزمني لتحقيق تأثيرات إضافية وتعزيز جاذبية الصوت. كما قد يقوم بتغيير سرعة الكلام واستخدام الصوت بشكل استراتيجي لتسليط الضوء على نقاط محددة أو لخلق توتر أو تشويق. وفي المرتبة الرابعة نجد عبارة " الحالة البدنية والصحية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملائمة" بمتوسط مرجح (3.56) وانحراف معياري (0.826) وبمستوى قبول مرتفع حول مضمونها، حيث عادة ما يظهرون الأشخاص في التلفزيون بناء على معايير محددة، بما في ذلك القدرة على الكلام والتواصل بوضوح. اين يجري اختبار للأشخاص الذين يشاركون في البث المباشر عادة للتأكد من قدرتهم على الظهور أمام الكاميرا وتقديم المعلومات لشكل مناسب. وفي المرتبة الخامسة نجد عبارة ' يتميز القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالجاذبية الشكلية (هيبة وثقة في الوقوف، أو أثناء الجلوس)' بمتوسط مرجح (3.56) و إنحراف معياري (1.030) وبمستوى قبول مرتفع وهو ما يدل على من بين المعايير الواجب توفرها في القائم بالاتصال على مستوى التلفزيون ومن بينها جاذبية الشكل وهناك العديد من المعايير التي تعتمد عليها بما في ذلك مظهر الشخص وأسلوبه وشخصيته، كما يمكن أن تشمل مظهر الشخصية، مستوى الثقة بالنفس، اللباقة في الكلام، وتواصله الفعال مع الجمهور. كما احتلت عبارة " اللغة التي يعتمدها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري

مناسبة للإلقاء " في المرتبة السادسة بمتوسط مرجح (3.56) وانحراف معياري (1.048) وهي تدل على أن اللغة المستخدمة في التواصل التلفزيون هي اللغة العربية كلغة رئيسية للتواصل والإلقاء وتستخدم على نطاق واسع في جميع المجالات العامة، بما في ذلك وسائل الاعلام. ويعتبر القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري محترفا في استخدام اللغة العربية بشكل صحيح وفعال لنقل المعلومات والتواصل مع الجمهور، ويهدف القائم بالاتصال إلى توصيل المحتوى بشكل واضح ومفهوم للمشاهدين، ويعتمد على الأساليب اللغوية والتقنيات الإلقائية. كما يتواجد تنوع لغوي في التلفزيون الجزائري نظرا للتعددية اللغوية في البلاد، حيث يستخدم الناس أيضا اللهجات المحلية والامازيغية. ومن الممكن أن يتم توظيف مقدمي برامج يجيدون هذه اللغات في التواصل مع الجمهور في مناطق محددة. ونجد في المرتبة السابعة عبارة " يختار القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملبسه و تسريحة شعره بعناية (ملائمة للبرنامج ومقبولة اجتماعيا) " بمتوسط مرجح (3.42) و انحراف معياري (1.073) وبمستوى قبول مرتفع وهو ما يدل على حرص مقدمي لبرامج على الظهور بمظهر مهني ومناسبا اجتماعيا ومتوافقا مع محتوى البرنامج وفلسفة القناة التلفزيونية، حيث يكون هناك توجه معين في اختيار الملابس وتسريحة الشعر مثلا في البرامج المتعلقة بالأخبار والمواضيع الجادة يتم اختيار ملابس رسمية محتشمة تليق بالمناسبة، أما إذا كان البرنامج حواريا أو ترفيهيا قد يسمح لهم اختيار ملبسهم التي تعكس شخصية القائم بالاتصال وتناسب الأجواء العامة للبرنامج، كما أنه في فترة الأعياد والمناسبات الدينية غالبا ما يظهر المقدم بلباس تقليدي يعكس ثقافة وتقاليد الجزائر خلال تلك المناسبة، وهو ما يتطلب وعيا واحتراما من المقدم نفسه ومن القناة التلفزيونية بشكل عام. أما في المرتبة الثامنة عبارة " ينطق القائم بالاتصال في التلفزيون

الجزائري الحروف بصورة سليمة" بمتوسط مرجح (3.41) و انحراف معياري (1.124) و بمستوى قبول مرتفع لمضمونها والذي يدل على أن القائم بالاتصال المحترف هو من يقوم بنطق الحروف والكلمات بوضوح للمشاهدين والذي يعتبر جزءا هاما من فن الإلقاء والتواصل بهدف توصيل المعلومات والمفاهيم بوضوح وسلاسة لذا يجب ان يكون لديه تحكم جيد في النطق والتركيز على الصوت الصحيح لكل حرف. وفي المرتبة التاسعة عبارة " لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التحكم في الحديث وبطئه حسب الموقف الاتصالي" بمتوسط مرجح (3.40) و انحراف معياري (1.008) وبمستوى قبول مرتفع لما جاء فيها، حيث تعتبر القدرة على التحكم في الحديث و بطئه من مهارات الاتصال الفعالة و الالقاء عند تقديم برنامج أو نشرة إخبارية أو أي برنامج يعتمد القائم بالاتصال على المرونة في الحديث من خلال التحكم في سرعة الكلام وتباطؤه بناء على طبيعة المحتوى واحتياجات الجمهور. كما يجب على القائم بالاتصال الالتزام بالقواعد اللغوية والنحوية وضبط نطقه ونبرته الصوتية بشكل صحيح، وهو ما يعزز فهمه وموثوقيته لدى الجمهور.

أما في المرتبة العاشرة نجد عبارة " ينوع ويمزج القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري في أسلوب الحوار (بين الجدية والفكاهة)" بمتوسط مرجح (3.31) و انحراف معياري (0.994) وبمستوى قبول متوسط وهو ما يدل على القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لا يملك القدرة الكبيرة على التنوع بين المزاح عند الحوار. وأخيرا نجد عبارة " لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على الارتجال والتعبير التلقائي" بمتوسط مرجح

(3.31) وانحراف معياري (0.994) وبمستوى قبول متوسط يدل على المستوى المتوسط للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لم يرقى بعد ليصبح الالتقاء ارتجالي و سلس.

وعموما نجد ان الاتجاه العام لإجابات الأكاديميين حول العبارات المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين موافق بمتوسط مرجح (3.48) و انحراف معياري (0.752) و بمستوى قبول مرتفع لمضمون العبارات وهو ما يدل على أن القائمين بالاتصال في المؤسسات التلفزيونية الجزائرية يتمتعون بصوت جذاب ونبرات صوتية ويمتازون بالنطق السليم للحروف واتقان كبير للغة العربية والجاذبية الشكلية والهيبية والثقة في الوقوف والجلوس كما أنه يتفاعل مع الضيوف بحركات معينة تتلاءم مع نوع البرامج المقدمة، وهو ما يتفق مع دراسة محمود فايز عبد عابد الموسومة: **مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الاردنية قناتي الجزيرة و العربية نموذجا** عندما توصل إلى أن صوت المقدم وتأثير عيونه وحركاته بشكل عام يؤدي في النهاية إلى تفضيل مقدم تلفزيوني على آخر بسبب تأثر الطلبة بالجاذبية الخاصة لكل مقدم التي تظهر جليا في عامل لغة الجسد. هذا ونجد أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري له مستوى عالي من اللياقة والصحة البدنية، غير أنه لا يزال مستواهم متوسط فيما تعلق بالإلقاء الارتجالي والتنويع بين الجدية والمزاح في الحوار.

2-2 تحليل عبارات المحور الثالث

يتم تحليل المحور الثالث لمعرفة الصور النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

وللإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي:
الجدول رقم (10): المتوسطات الحسابية وانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات المحور الثالث

الرقم	عبارات الصور النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	مستوى القبول	الأهمية النسبية
01	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التفاهم والانسجام مع المتحدثين	0	17.8	21.5	53.3	7.5	3,50	,873	مرتفع	2
02	يتمتع القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بالذكاء الابداعي (الخيال لابتكار أفكار جديدة)	6.5	29.9	29	24.3	10.3	3,02	1,107	متوسط	8
03	يتميز القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بالتفكير النقدي والعقلاني في إختيار المواضيع ومناقشتها	9.3	22.4	29.9	27.1	11.2	3,08	1,150	متوسط	7
04	انسجام القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مع نوع البرنامج الذي يقدمه	0.9	17.8	28	42.1	11.2	3,45	,944	مرتفع	3
05	يراعي القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري التقاطع بين محتوى ما يقدمه مع العادات والعقائد و قيم المجتمع	1.9	13.1	16.8	44.9	23.4	3,75	1,020	مرتفع	1

4	متوسط	1,057	3,30	11. 2	37. 4	25. 2	22. 4	3.7	يتميز القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بدرجة عالية من المرونة تسمح له بتغيير الأسلوب او اتجاه المناقشة	06
6	متوسط	1,093	3,11	9.3	30. 8	28	25. 2	6.5	القدرة على الاقناع وتغيير سلوك أو اتجاه المستقبل	07
10	متوسط	1,044	2,79	4.7	24. 2	24. 3	39. 3	7.5	القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مجدد في طريقة القائه	08
9	متوسط	1,069	2,91	5.6	28	25. 2	33. 6	7.5	القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملم بالحيل النفسية لجذب الجمهور والتأثير فيه	09
5	متوسط	1,053	3,21	9.3	36. 4	22. 4	29	2.8	يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحماس الطبيعي مع الجمهور	10
متوسط		0.815	3.35	المتوسط المرجح لعبارات الصور النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين						

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن هناك تباين في إجابات أفراد العينة حول الصور النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين، حيث تراوح مستوى القبول بين المتوسط والمرتفع بمتوسط مرجح تراوح بين 3.75 و 2.79 بانحراف معياري تراوح بين 0.873 و 1.150. حيث نجد في المرتبة الأولى عبارة "يراعي القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري التقاطع بين محتوى ما يقدمه مع العادات والعقائد وقيم المجتمع" حيث بلغت نسبه الموافقة حول محتوى هذه العبارة 44.9% بمتوسط مرجح 3.75 وانحراف معياري 1.020

كما أن مستوى القبول حوله مرتفع، وهي تدل على أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يلتزم بتوجيهات وسياسات المؤسسة التلفزيونية ويعمل على ضمان تقاطع المحتوى المقدم مع العادات والعقائد وقيم المجتمع الجزائري. يعد هذا الالتزام أمراً هاماً لضمان تقديم برامج تلفزيونية تتناسب مع طابع المجتمع وتحترم قيمه وثقافته. حيث تتعدد العادات والعقائد والقيم في المجتمع الجزائري بناءً على تنوعه الثقافي والديني والاجتماعي. لذلك، يتوجب على القائم بالاتصال أن يكون حساساً لهذا التنوع وأن يعمل على تقديم برامج متنوعة ومتوازنة تحترم التراث الثقافي والديني وتعكس التطورات الاجتماعية في البلاد. وتشمل الاعتبارات التي يجب أن يأخذها القائم بالاتصال في الاعتبار الاحترام الثقافي. حيث يجب أن يتجنب القائم بالاتصال عرض المحتوى الذي يمكن أن يهين أو يسيء للثقافات المختلفة الموجودة في الجزائر. ينبغي تعزيز التعددية الثقافية واحترام الفروق الثقافية. أيضاً الحساسية الدينية والتي ينبغي تجنب إساءة استخدام الدين أو استغلاله في البرامج التلفزيونية. يجب أن يتعامل القائم بالاتصال مع القضايا الدينية بحذر واحترام. وأن يتجنب إثارة الجدل أو الانقسام في هذا الصدد المتعارف عليها. والقيم الاجتماعية أين يجب أن يتماشى المحتوى التلفزيوني مع القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

أما في المرتبة الثانية فنجد عبارة "لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التفاهم والانسجام مع المتحدثين" من مستوى قبول مرتفع حيث تجاوزت نسبه الموافقين حولها 53.3% بمتوسط حسابي 3.50 وانحراف معياري 0.873. ويعتبر القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري شخصاً مهنيًا يمتلك القدرة على التفاهم والانسجام مع المتحدثين. يعتبر التواصل الفعال والفهم المتبادل أحد أهم عناصر العمل الإعلامي. يجب على القائم بالاتصال أن يكون قادرًا على التعامل بلباقة واحترام مع المتحدثين وأن يفهم

قضاياهم ومشاكلهم ومطالبهم بشكل صحيح. عندما يكون القائم بالاتصال قادرًا على التفاهم والانسجام مع المتحدثين، يسهم ذلك في تعزيز الثقة وبناء علاقات جيدة مع الجمهور. يجب أن يكون القائم بالاتصال قادرًا على الاستماع بعناية والتعاطف مع المتحدثين وأن يعاملهم بأمانة واحترام. بالإضافة إلى ذلك، يجب على القائم بالاتصال أن يكون ملماً بالقضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية في الجزائر. يعتبر ذلك أمرًا هامًا لفهم تحديات المجتمع وللتعامل بفعالية مع المتحدثين وتقديم المحتوى المناسب والمتناسب مع احتياجات الجمهور.

أما في المرتبة الثالثة نجد عبارة "انسجام القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مع نوعيه البرنامج الذي يقدمه" بمستوى قبول مرتفع نتيجة وجود حوالي 42.1% من أفراد العينة كانوا موافقون حول محتوى هذه العبارة بمتوسط حسابي 3.45 وانحراف معياري 0.944. وهي تدل على أن انسجام القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مع نوعية البرنامج الذي يقدمه أمرًا ضروريًا. يجب على القائم بالاتصال أن يكون على دراية بطبيعة ومضمون البرنامج وأن يضمن توافقه مع متطلبات الجمهور والسياق الاجتماعي والثقافي في الجزائر. وجاءت العبارة في وفي المرتبة الرابعة "يتميز القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بدرجة عالية من المرونة تسمح له بتغيير الأسلوب أو اتجاه المناقشة" والذي كان مستوى القبول حولها متوسط نتيجة تشتت إجابات أفراد العينة ما بين الموافق والمحايد والغير الموافق بمتوسط مرجح 3.30 وانحراف معياري 1.0 57 للتأكيد على مهنية واحترافية ومرونة القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

كما احتلت العبارة "يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحماس الطبيعي مع الجمهور" المرتبة الخامسة بمتوسط مرجح 3.21 وانحراف معياري 1.053. ويعني ذلك

أنه يتفاعل بشكل معتدل مع الجمهور ومشاركتهم. قد يظهر الحماس في طريقة تقديمه للبرامج وتفاعله مع الضيوف والمشاركين في البرامج. ومع ذلك، يعتمد مستوى الحماس والتفاعل على الشخصية الفردية للقائم بالاتصال وأسلوبه الشخصي. قد يكون لدى بعض القائمين بالاتصال حماسًا طبيعيًا أكثر من الآخرين ويظهرون ذلك بشكل واضح في تواصلهم مع الجمهور. من المهم أن يكون القائم بالاتصال قادرًا على الاستجابة لاحتياجات وتفضيلات الجمهور وأن يجد طرقًا للتواصل والتفاعل معهم بشكل فعال. يمكن أن يشمل ذلك الاستفتاءات المباشرة، والاستجابة لتعليقات واستفسارات المشاهدين، وتنظيم فعاليات تفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي. فالحماس الطبيعي للقائم بالاتصال يمكن أن يساعد في جذب الجمهور وإبقائه مشتركًا ومتفاعلًا مع البرامج التلفزيونية. ومع ذلك، يجب أن يكون هذا الحماس متوازنًا وملائمًا للمحتوى والسياق الذي يتم تقديمه، مع الالتزام بالموضوعية والمهنية في جميع الأحوال.

وفي المرتبة السادسة نجد عبارة "القدرة على الإقناع وتغيير السلوك أو اتجاه المستقبل" بمتوسط مرجح 3.11 وانحراف معياري 1.093 حيث كان مستوى القبول حولها متوسط نتيجة تمركز إجابات أفراد العينة حول المحايد والموافق والغير الموافق. فإذا كان لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على الإقناع وتغيير السلوك أو اتجاه المستقبل بنسبة متوسطة، فهذا يعني أنه يستطيع إيصال رسالته وإقناع الجمهور إلى حد ما، لكنه قد يواجه بعض التحديات في تحقيق تغيير فعلي في سلوك المستقبلين. كما أن تأثير الاتصال والإقناع على السلوك والاتجاهات الفردية يعتمد على عدة عوامل، بما في ذلك ثقة الجمهور بالقائم بالاتصال، جودة الحجج والأدلة المقدمة، والتأثير العاطفي والشخصي الذي يمتلكه القائم بالاتصال. كما جاءت العبارة في المرتبة الثامنة "يتمتع

القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بالذكاء الابداعي (الخيال الابتكار افكار جديده) " في نفس السياق بمتوسط مرجح 3.08 ومستوى قبول متوسط.

وفي المرتبة التاسعة نجد عبارة "القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملم بالحيل النفسية لجذب الجمهور والتأثير فيه" بمتوسط مرشح 2.91 وانحراف معياري 1.69 كما كان مستوى قبول افراد العينة حول محتوى هذه العبارة متوسط. فإذا كان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملماً بالحيل النفسية لجذب الجمهور والتأثير فيه بنسبة متوسطة، فقد يكون لديه بعض المعرفة بتلك الحيل وطرق استخدامها لجذب الاهتمام وتحقيق تأثير محدود على الجمهور. و تعتبر الحيل النفسية وسائل فنية واستراتيجية تستخدم في الاتصال للتأثير على العواطف والتفكير لدى الجمهور. ومن أمثلة تلك الحيل النفسية توظيف التعبيرات العاطفية، واستخدام تقنيات الإثارة والتوتر للحفاظ على اهتمام الجمهور، واستخدام التكرار والإيقاع في الخطاب، واستخدام الرموز والصور القوية. ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن استخدام الحيل النفسية يتطلب الحذر والمسؤولية. يجب أن يكون القائم بالاتصال مدركاً للأخلاقيات المهنية وضوابط الإعلام وأن يتجنب استخدام الحيل النفسية بطرق مضللة أو غير أخلاقية. يجب أن يكون التأثير المرجو هو التوعية والإثارة للتفكير وليس إجبار الجمهور على تصرفات معينة. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي أن يكون لدى القائم بالاتصال وعي بتنوع الجمهور وتفضيلاته واحتياجاته المعرفية والثقافية. يجب أن يستخدم الحيل النفسية بشكل يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري وعاداته وأن يتعامل مع الجمهور بصدق وشفافية.

واخيرا نجد العبارة "القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مجدد بطريقة إقائه" بمتوسط مرجح 2.79 وانحراف معياري 1.044 وكان المستوى القبول حولها متوسط. فللقائم

بالاتصال في التلفزيون الجزائري نوعا ما تجديد في قيامه بالتقديم، فهو يشير إلى أنه يعتمد أساليب وأساليب جديدة ومبتكرة في التواصل مع الجمهور. يمكن أن يشمل ذلك استخدام أساليب تفاعلية، وتنوع تقنيات العرض، وتبني توجهات مبتكرة في الطريقة التي يقدم بها المحتوى. تجديد القائم بالاتصال في طريقة قيامه بالتقديم يمكن أن يساعد في جذب اهتمام الجمهور وإبقائه مشتركاً ومتفاعلاً مع البرامج التلفزيونية. يمكن للتجديد أن يتضمن استخدام تقنيات بصرية مبتكرة، وتنوع الأساليب التواصلية، واستخدام أساليب تقديم جديدة ومبتكرة تتفاعل مع تطلعات الجمهور وتفضيلاته. فمن الجيد أن يكون للقائم بالاتصال القدرة على التجديد في طريقة القيام بالتقديم، حيث يساعد ذلك على تجديد البرامج والمحتوى المقدم وتحديثها لتلبية احتياجات الجمهور المتغيرة. ومع ذلك، يجب أن يتم التجديد بشكل متوازن وملائم للمحتوى والسياق، مع الحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة والموضوعية في العرض والمحتوى المقدم. يمكن للتجديد في طريقة القائم بالاتصال أن يساهم في جذب شريحة جديدة من الجمهور وتحفيز التفاعل والمشاركة، كما يمكن أن يعزز الوصول إلى فئات متنوعة من المشاهدين.

وعموما نجد أن الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة المتكونة من الأساتذة الأكاديميين حول عبارات الصور النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري متوسط بمتوسط حسابي لإجمالي العبارات 3.35 وانحراف معياري 0.815 وهو ما يدل على أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يحترم عادات وقيم المجتمع كما أن له قدره كبيرة على التفاهم والانسجام مع المتحدثين على حسب نوع البرنامج الذي يقدمه غير أننا نجد أن له مستوى متوسط من المرونة أثناء المناقشة والاقناع وتغيير السلوك أو الاتجاه كما نجد أنه يتمثل بمستوى متوسط من الذكاء الابداعي والتفكير النقدي والعقلاني في اختيار

المواضيع ومناقشتها وهو ما توصلت إليه بوزيد شيماء: سمات القائم بالاتصال عبر فضائيات العربية العامة واستقطابها الجمهور دراسة تحليلية لبرنامج خواطر موسم (11) على قناة MBC مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري جامع العربي بن مهدي ام البواقي 2016، 2017 في دراستها هذه حيث توصلت إلى أن القائم بالاتصال "أحمد الشقيري" يتميز بصفة التفكير الابداعي الناقد الذي يشمل مهارة دعم المعلومات دقة الملاحظة موثوقية المصادر الصدق الثقة التلقائية، كما يفتقد القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري للتجديد في طريقه إلقائه وإمامه بالحيل النفسية للتأثير في الجمهور.

2-3 تحليل عبارات المحور الرابع

يتم تحليل المحور الرابع تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري

وللإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات المحور الرابع

الرقم	عبارات تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	مستوى القبول	الأهمية النسبية
01	يتسم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالأمانة في نقل المعلومة	4.7	15	35.5	29.9	15	3,36	1,057	متوسط	3
02	يتحلي القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالتواضع في التعامل	0.9	13.1	26.2	43.9	15.9	3,61	,939	مرتفع	2

4	متوسط	1,038	3,35	13. 1	33. 6	31. 8	17. 8	3.7	يلتزم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالمثل العليا للعمل الاعلامي	03
5	متوسط	1,088	3,33	8.4	47. 7	19. 6	16. 8	7.5	يشارك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الناس مشاكلهم وانشغالاتهم	04
1	مرتفع	,976	3,63	17. 7	39. 3	32. 7	7.5	2.8	القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري غيور على دينه	05
10	متوسط	1,254	3,05	15	23. 4	25. 2	24. 3	12. 1	يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالحيادية في مناقشة المواضيع	06
6	متوسط	,996	3,32	13. 1	29	36. 4	19. 6	1.9	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على مواجهة الطوارئ التي تحدث اثناء البث	07
9	متوسط	1,029	3,13	12. 1	18. 7	43. 9	20. 6	4.7	يحرص القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري على تطوير ذاته و الاستفادة من تجارب الآخرين	08
8	متوسط	1,023	3,17	12. 1	20. 6	43. 9	18. 7	4.7	الاطلاع على نتائج في الجانب الذي يعمل به	09
7	متوسط	,996	3,32	8.4	40. 2	30. 8	15. 9	4.7	يسعى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري إلى التفاعل و الإنفتاح على الآراء و الأفكار و الثقافات الأخرى	10
متوسط		0.886	3,33 6	المتوسط المرجح لعبارات تصور الأكاديميون للمؤهلات الأخلاقية و المهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري						

من خلال ملاحظة الجدول السابق نلاحظ تركز الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة حول المحايدة بمستوى قبول متوسط ما عدا العبارة رقم اثنان وخمسه بمتوسط مرجح تراوح بين 3.63 و 3.05 و بانحراف معياري تراوح بين 0.9 و 1.254.

جاءت في المرتبة الاولى عبارة "القائم بالاتصال في تلفزيون الجزائري غير على دينه" بمتوسط مرجح 3.63 وانحراف معياري 0.976. فإذا كان القائم بالاتصال في تلفزيون الجزائري غيرًا على العمل الذي يقوم به، فهذا يعني أنه يولي اهتمامًا كبيرًا لتقديم محتوى عالي الجودة وفقًا لمعايير مهنية محددة. قد يكون هذا الغيرة تجاه العمل مصدر إلهام له لتحقيق التميز والتفاني في مهمته. الغيرة على العمل تعكس الرغبة في تقديم أفضل تجربة للمشاهدين والمستمعين، والحرص على تلبية توقعاتهم واحتياجاتهم. قد يسعى القائم بالاتصال لتقديم المحتوى الذي يتماشى مع قيم الجمهور الجزائري، ويحاول توفير معلومات موثوقة ومفيدة، وإبراز التحديات والإنجازات في المجتمع. ومع ذلك، يجب أن يتم موازنة الغيرة مع المهنية والمسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال. يجب أن يلتزم بالمعايير الأخلاقية وأن يتعامل مع المواضيع بحيادية وموضوعية، وأن يحترم التنوع والاختلاف في الرأي.

اما في المرتبة الثانية فنجد عبارة " يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالتواضع في التعامل" بمتوسط مراجعه 3.61 وانحراف معياري 0.939. فالتواضع في التعامل هو صفة إيجابية يمكن أن يتحلى بها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري. عندما يكون القائم بالاتصال متواضعًا في التعامل، فإنه يظهر احترامًا وتقديرًا للجمهور وللفريق العمل ويعترف بقيمة وجهود الآخرين. التواضع في التعامل يتضمن قدرة القائم بالاتصال على الاستماع والتعاطف مع الجمهور وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم. يتعامل بود

واحترام، ويتجاوب بإيجابية مع استفسارات وملاحظات الجمهور. كما أنه يظهر امتنانه وتقديره للدعم والمشاركة المستمرة من جانب الجمهور. و يعزز أيضاً التواصل الفعال والتعاون مع الفريق، حيث يقدر مساهمات الآخرين ويتعاون معهم بروح العمل الجماعي. ويتبنى القائم بالاتصال المشورة والتعلم من الآخرين، ويكون على استعداد للتحسين المستمر والنمو المهني. ومن المهم أن يكون التواضع في التعامل ليس مجرد سلوك خارجي، بل يجب أن يكون جزءاً من القيم والمبادئ الأساسية للقائم بالاتصال. يجب أن يكون قادراً على التعامل بشكل متوازن ومتواضع دون أن يفقد ثقته بنفسه أو مصداقيته.

أما في المرتبة الثالثة فنجد عبارة " يتسم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالأمانة في نقل المعلومات" بمتوسط مرجح 3.36 وانحراف معياري 1.057 وبمستوى قبول متوسط حيث أن 35.5% من أفراد العينة كانت إجاباتهم محايدة، وهي تدل على أنه إذا كان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يتسم بالأمانة في نقل المعلومات بمستوى متوسط، فذلك يعني أنه يقوم بتوصيل المعلومات بشكل صحيح ودقيق إلى الجمهور، ولكن قد يوجد بعض الاستثناءات أو النواحي التي تحتاج إلى تحسين. فالأمانة في نقل المعلومات تشمل الالتزام بالحقائق وعدم تشويهها أو تحريفها. يجب على القائم بالاتصال أن يتأكد من صحة المعلومات التي يقدمها قبل نقلها، وأن يستند إلى مصادر موثوقة. ومع ذلك، الأمانة في نقل المعلومات يمكن أن تحتاج إلى تحسينات إذا كان هناك انحراف عن الحقائق أو تأثير غير متوازن في تقديم المعلومات. يجب أن يكون القائم بالاتصال حذراً في تجنب الانحياز أو التأثير السلبي على المعلومات المقدمة.

أما في المرتبة الرابعة فنجد عبارة "يلتزم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالمثل العليا للعمل الاعلامي" بمتوسط مرجح 3.35 وانحراف معياري 1.038. فهذا يعني

أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يسعى للالتزام بالمبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية في عمله، ولكن قد يحتاج إلى بعض التحسينات لتعزيز مستوى التزامه. وفي المرتبة الخامسة عبارة " يشارك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الناس مشاكلهم وانشغالاتهم بمتوسط 3,33 وانحراف معياري 1.088 كما كان الاتجاه العام حولها محايد ومستوى القبول متوسط.

أما عبارة " لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على مواجهه الطوارئ التي تحدث أثناء البث" بمتوسط مرجح 3.32 وانحراف معياري 0.996 وبمستوى قبول متوسط. فإذا كان لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على مواجهة الطوارئ التي تحدث أثناء البث بشكل متوسط، فإن ذلك يعني أنه قد يواجه بعض التحديات في التعامل مع المواقف الطارئة خلال البث المباشر. إن مواجهة الطوارئ في البث التلفزيوني تتطلب سرعة التصرف والقدرة على اتخاذ القرارات السريعة والصحيحة. قد يتعين على القائم بالاتصال التكيف مع مشاكل تقنية غير متوقعة، مشاكل في الاتصال، تغييرات في البرامج أو حوادث أخرى. للتعامل بشكل أفضل مع الطوارئ، يمكن للقائم بالاتصال أن يستعين بخبراء في التقنية وفريق العمل الفني لحل المشاكل التقنية التي تنشأ. قد يكون أيضًا من الأفضل له أن يكون على دراية بإجراءات الطوارئ المعتمدة في التلفزيون الجزائري وأن يتلقى التدريب اللازم للتعامل معها بشكل فعال.

أما في المرتبة السابعة نجد عبارة " يسعى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري إلى التفاعل والانفتاح على الآراء والأفكار والثقافات الأخرى" بمتوسط مراجعه 3.32 وانحراف معياري 0.996 وبمستوى قبول متوسط نتيجة تشتت إجابات أفراد العينة وتمركزها حول الموافق والمحايد وغير الموافق، فإذا كان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يسعى إلى

التفاعل والانفتاح على الآراء والأفكار والثقافات الأخرى بشكل متوسط، فهذا يشير إلى أنه لديه بعض الاهتمام والاستعداد لاستضافة وتناول آراء وأفكار وثقافات متنوعة. التفاعل والانفتاح على الآراء والأفكار والثقافات الأخرى هو جوهر الاتصال الفعال وبناء الجسور بين الثقافات المختلفة. يعتبر هذا النوع من الاتصال مهماً لتعزيز التفاهم وتعميق العلاقات الاجتماعية والثقافية. ومن الممكن أن يتجلى هذا التفاعل والانفتاح من خلال استضافة ضيوف متنوعين في البرامج التلفزيونية، وإتاحة المجال للمناقشات والحوارات التي تتناول قضايا مختلفة، وتسليط الضوء على ثقافات متنوعة ومتعددة في البرامج. ومع ذلك، يمكن للقائم بالاتصال تعزيز هذا المستوى المتوسط من التفاعل والانفتاح على الآراء والأفكار والثقافات الأخرى من خلال زيادة التنوع في المحتوى الإعلامي، والاهتمام بتغطية قضايا متنوعة ومتعددة ومواضيع مهمة للجمهور المختلف.

واحتلت المرتبة الثامنة عبارة "الاطلاع على نتائج في الجانب الذي يعمل به" بمتوسط مرجح 3.17 انحراف معياري 1.023 وبمستوى قبول متوسط.

أما في المرتبة التاسعة نجد عبارة "يحرص القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري على تطوير ذاته والاستفادة من تجارب الآخرين" بمتوسط مرجح 3.1 وانحراف معياري 1.029، حيث كان هناك تشتت كبير للإجابات ما بين الموافق بشده والغير الموافق وبمستوى قبول متوسط. فإذا كان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يحرص على تطوير ذاته والاستفادة من تجارب الآخرين بشكل متوسط، فهذا يشير إلى أنه يدرك أهمية النمو الشخصي والاستمرار في تطوير مهاراته ومعرفته. قد يقوم بتحقيق ذلك من خلال العمل على تعلم مهارات جديدة، حضور دورات تدريبية أو ورش عمل، قراءة الكتب المتخصصة، والبقاء على اطلاع بأخر التطورات والابتكارات في مجال الاتصال والإعلام.

كما قد يسعى القائم بالاتصال إلى الاستفادة من تجارب الآخرين عن طريق التواصل والتفاعل مع الزملاء في مجال، المشاركة في المؤتمرات والمناسبات الاجتماعية ذات الصلة، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع محترفين آخرين وتبادل الخبرات والمعرفة. هذا النهج المتوسط في تطوير الذات والاستفادة من تجارب الآخرين يمكن أن يساعد القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري على تحسين مهاراته ومعرفته، وبالتالي تعزيز قدرته على تقديم محتوى تلفزيوني أفضل وأكثر تميزاً.

وأخيراً نجد عبارة " يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالحيادية في مناقشه المواضيع " بمتوسط مرجح 3.05 وانحراف معياري 1.254 وبمستوى قبول متوسط. إذا كان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يتحلى بالحيادية في مناقشة المواضيع بمستوى متوسط، فهذا يعني أنه يسعى لتقديم المعلومات والآراء بطريقة متوازنة وعادلة قدر الإمكان. الحيادية تعني أن القائم بالاتصال لا ينحاز لأي جانب أو مصلحة معينة، ويسعى لتقديم الحقائق وإظهار جميع الآراء المختلفة بدون تحيز. قد يقوم القائم بالاتصال بتنفيذ هذا المستوى المتوسط من الحيادية من خلال القيام بالتحليل الموضوعي للمواضيع، والبحث عن مصادر موثوقة ومتعددة للمعلومات، وإدراج آراء متعددة للخبراء والمتخصصين في المجال. كما قد يسعى أيضاً للتواصل مع الجمهور واستيعاب آراءهم وملاحظاتهم وتضمينها في المناقشات.

ومع ذلك، يجب الإشارة إلى أن الحيادية الكاملة في الإعلام قد تكون صعبة بالفعل، حيث أن القائم بالاتصال ممكن أن يكون لديه آراء شخصية أو قيود من جانب الإدارة أو السياسات الإعلامية. من الضروري السعي دائماً لتحقيق أعلى مستوى ممكن من الحيادية

والموضوعية في التقارير والمناقشات التلفزيونية لضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور .

وعموما نجد أن المتوسط المرجح لعبارات تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بلغ 3.336 وبانحراف معياري 0.886 وكان مستوى القبول العام لإجابات أفراد العينة حول هذا المحور متوسط وهو ما يتفق مع دراسة بوزيد شيماء: سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة واستقطابها الجمهور دراسة تحليلية لبرنامج خواطر موسم (11) على قناة MBC مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري جامع العربي بن مهدي ام البواقي 2016 2017 حيث توصلت في مجمل دراستها أن القائم بالاتصال وهو "أحمد الشقيري" يعتمد على مصادر داخلية وخارجية موثوقة مما يعطي أريحية للمتلقي بالإضافة إلى اهتمامه بالجانب فهو غير على دينه وهي من السمات الأساسية التي تميز بها "أحمد الشقيري" وهو داعية واعلامي موهوب اشتهر بتقديم البرامج التلفزيونية الساعية للتأثير الايجابي في الناس ويوصف بأنه من أكثر الإعلاميين تأثيراً في الشباب ، ويعد واحداً من المؤثرين في عالم الإيمان المتسامح البعيد عن التعصب و الإلزام.

وكون تصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري وخاصة أن منهم من قد سبق ومارس العمل الاعلامي اتفقت مع نتائج هذه الدراسة فهذا قد يدل على أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري تتوفر فيهم مؤهلات أخلاقية ومهنية هي نفسها المؤهلات التي يتصف بها كبار الاعلاميين في العالم العربي ، بل وقد استطاع أن يواكب التطورات الحديثة في المجال الاعلامي رغم الخبرة الفتية للاعلام الجزائري المتمثلة في الانفتاح الاعلامي الذي جاء متأخراً.

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

1-الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة والمنصب وبين تصور الأكاديميين للمؤهلات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

ومن أجل التأكد من صحة الفرضية قمنا باختبار الارتباط Sperman لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين متغير الخبرة والمنصب وبين تصور الأكاديميين للمؤهلات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(12): مصفوفة الارتباط بين متغير الخبرة و المنصب و بين المؤهلات

المهنية و الأخلاقية للقائم بالاتصال

المؤهلات المهنية و الأخلاقية للقائم بالاتصال		
معامل الارتباط	0.037-	المنصب الوظيفي
مستوى الدلالة	0.708	
العدد	107	
معامل الارتباط	0.047	الخبرة
مستوى الدلالة	0.630	
العدد	107	

من ملاحظة نتائج الجدول الموالي نلاحظ عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين المنصب الوظيفي والمؤهلات المهنية و الأخلاقية للقائم بالاتصال، حيث بلغ مستوى المعنوية 0.708 و هي اكبر من مستوى الدلالة المطلوب 0.05، و عليه فانه لا توجد

علاقة ارتباط معنوية بين المنصب الوظيفي وصورة المؤهلات الأخلاقية للقائم بالاتصال عند مستوى دلالة 0.05.

كما نلاحظ من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين الخبرة والمؤهلات المهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.630 و هي أكبر من مستوى الدلالة المطلوب 0.05، و عليه فإنه لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين المتغيرين.

و عليه فإننا نرفض الفرضية أي : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخبرة والمنصب وبين تصور الأكاديميون للمؤهلات المهنية و الأخلاقية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.

2-الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس والعمل الإعلامي وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

ومن أجل التأكد من صحة الفرضية قمنا باختبار الارتباط Sperman لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين متغير الجنس والعمل الإعلامي وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.
والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (13): مصفوفة الارتباط بين متغير الجنس و العمل الإعلامي و بين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري		
0.112	معامل الارتباط	الجنس
0.251	مستوى الدلالة	
107	العدد	
0.019-	معامل الارتباط	العمل الإعلامي
0.845	مستوى الدلالة	
107	العدد	

من ملاحظة نتائج الجدول الموالي نلاحظ عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين متغير الجنس وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، حيث بلغ مستوى العلاقة المعنوية 0.251 وهي أكبر من مستوى الدلالة المطلوب 0.05، و عليه فإنه لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين الجنس و بين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري عند مستوى دلالة 0.05.

كما نلاحظ من خلال الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين العمل الإعلامي والمؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.845 وهي أكبر من مستوى الدلالة المطلوب 0.05، إذن لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين المتغيرين.

وعليه فإننا نرفض الفرضية الثانية أي : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس والعمل الإعلامي وبين المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين.

المبحث الرابع: النتائج النهائية للدراسة

1- النتائج العامة للدراسة

لقد تم التوصل من خلال هاته الدراسة المتمثلة في صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين دراسة ميدانية على عينة من اساتذة الاعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية، تطرقنا إلى عرض النتائج العامة وحسب متغيرات الدراسة:

بالنسبة للمؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين:

✓ يرى الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يتفاعل حركيا مع الضيوف التي تظهر في الإيماءات، التأثر، البسمة، حركة الرأس والتي يمكن ان نلمحها عند الاعلامية سليمة سواكري.

✓ يستخدم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لغة العينين (التواصل البصري)، فهو ينظر مباشرة للكاميرا وكأنه ينظر في عيني المشاهد وهذا ما يشعر لمشاهد بالثقة في حديث المقدم.

✓ يتصور الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يمتلك صوتا جذابا ونبرات صوتية تتلاءم مع نوع البرنامج الذي يقدمه وقد تجتمع فيه خاصية في برامج المنوعات مثل برنامج "صباحيات" في التلفزيون العمومي الذي تتنوع فقراته على مدار ساعتين يتوجب على القائم بالاتصال التنوع في الأداء حسب فقرة البرنامج مثل حياة مقطوف مقدمة برنامج "صباح الخير يا جزائر"

✓ يرى أن الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لديه تحكم جيد في نطق الحروف والكلمات بوضوح، كما لديه القدرة على التحكم في الحديث وبطئه حسب الموقف الاتصالي مثل يوسف زغبة في برنامج "البلاد اليوم" في قناة البلاد.

✓ يرى الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يستخدم اللغة العربية التي هي اللغة الرئيسية مثل مقدم نشرة الثامنة "خالد بن احمد خلفاوي"

✓ أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يختار ملابسه وتسريحة شعره بعناية تكون ملائمة للبرنامج ومقبولة اجتماعيا والتي نلمحها في معظم مقدمي البرامج التلفزيونية الجزائرية سواء العمومية أو المتخصصة مثل الاعلامي ياسين كنطاش مقدم برنامج ZAPPING وWEEKEND SHOW و الاعلامية انيسة شايب مقدمة برنامج "الجزائرية شو" وهو برنامج فني ترفيهي.

✓ أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري له مستوى عالي من اللياقة والصحة البدنية مثل الاعلامية سليمة سواكري فبعد مشوارها الرياضي الناجح استمر تألقها في المجال الاعلامي في برنامج "افتح قلبك".

✓ يرى الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يجب أن يطور من قدرته على الإرتجال في الإلقاء والتنويع بين الجدية والمزاح في الحوار حسب ضرورة الموقف الاتصالي من خلال أن يحسن مستواه الثقافي وأن يعايش الحياة الإجتماعية للناس ومشاكلهم وأن تكون لديه ثقافة واسعة فالقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري هو بمثابة ضيف دائم في البيوت.

بالنسبة لتصور الأكاديميين حول المؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري تتمثل في:

✓ تتمثل الصورة الذهنية لدى الأكاديميين بالنسبة للمؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يراعي ما يقدمه من محتوى للعادات و التقاليد، وقيم المجتمع الجزائري بناءً على تنوعه الثقافي و الديني والإجتماعي.

✓ أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ينسجم مع نوعية البرنامج الذي يقدمه.

✓ يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحماس الطبيعي مع الجمهور بنسبة معتدلة وهذا ما يؤكد ما دلت عليه بعض نتائج في المحور الخاص بالجانب الشكلي حيث حظيت عبارة " لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على الارتجال و التعبير التلقائي بمستوى مرجح (3.31) و انحراف معياري (0.994)، وبمستوى قبول متوسط.

✓ يمتلك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مستوى متوسط من الذكاء والتفكير الإبداعي والنقدي والعقلاني في اختيار المواضيع ومناقشتها والتي كنا نلمحها في مقدمي برامج التلفزيون العمومي خلال التسعينات مثل صورية بوعمامة، خديجة بن قنة ، حفيظ دراجي، سليمان بخليلي عيسى ميباري وغيرهم الا انها تراجعت هذه السمة حالياً.

✓ يمتاز القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالتجديد في طريقة الإلقاء كما أنه يلم بالحيل النفسية للتأثير في الجمهور.

بالنسبة لتصور الأكاديميين للمؤهلات الأخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري:

✓ أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يولي اهتماما كبيرا لتقديم محتوى عالي الجودة وفقا للمعايير المهنية مثل الاعلامي قادة بن عمار مقدم برنامج هنا الجزائر في قناة الشروق الفضائية.

✓ يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالتواضع في التعامل أي أنه يظهر احتراما وتقديرا للجمهور ولفريق العمل وهو ما نراه في الاعلامية فضيلة مختاري في تقديمها لبرنامج "خط احمر".

✓ يتسم بالأمانة في نقل المعلومات أي أنه يلتزم بتقديم الحقائق كما هي وعدم تشويهها أو تحريفها مثل الاعلامي قادة بن عمار مقدم برنامج هنا الجزائر في قناة الشروق الفضائية ✓ يرى الأكاديميون أنه يتعين على القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري أن يشارك الناس مشاكلهم وانشغالاتهم، كما أنه يتعين عليه رفع قدرته على مواجهة الطوارئ التي تحدث أثناء البث التي يتطلب سرعة التصرف والقدرة على اتخاذ القرارات السريعة والصحيحة والتي قد يكتسبها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري كلما زادت خبرته.

✓ يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالحيادية في مناقشة المواضيع بمستوى متوسط، كما يسعى أيضا للتواصل مع الجمهور واستيعاب آرائهم وملاحظاتهم وتضمينها في المناقشات وهذه الصورة نلمحها في الاعلاميين ذوو الخبرة رحمهم الله مثل الاعلامي سليمان بخليلي، ورياض بوفجي مقدم برنامج كل شئ ممكن.

2- الإجابة على تساؤلات الدراسة

تضمنت الدراسة ثلاث أسئلة فرعية تم الاعتماد عليها كمحاور أساسية في الاستمارة الخاصة بالدراسة فبعد عرض النتائج العامة تمكنا الإجابة على هذه الأسئلة على النحو التالي:

❖ **المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين:**

نجد ان الاتجاه العام لإجابات الاكاديميين حول العبارات المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يتمتع بصوت جذاب و نبرات صوتية، و يمتاز بنطق سليم للحروف و اتقان كبير للغة العربية و الجاذبية الشكلية و هيبة و ثقة في الوقوف و الجلوس كما انه يتفاعل مع الضيوف بحركات معينة تتلاءم مع نوع البرامج المقدمة، هذا و نجد أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري له مستوى عالي من اللياقة و الصحة البدنية، غير انه لا يزال مستواهم متوسط فيما تعلق بالإلقاء الارتجال والتنوع بين الجدية والمزاح في الحوار.

❖ **تصور الأكاديميين حول المؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري.**

نجد أن الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة المتكونة من الأساتذة الجامعيين المتخصصين في الإعلام والاتصال دلت على أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يحترم عادات وقيم المجتمع، وله قدرة كبيره على التفاهم والانسجام مع المتحدثين على حسب نوع البرنامج الذي يقدمه، غير اننا نجد ان له مستوى متوسط من المرونة اثناء المناقشة والاقناع والتغيير السلوك أو الاتجاه ، إلا أنه يتميز بمستوى متوسط من الذكاء الإبداعي والتفكير

النقدي والعقلاني في اختيار المواضيع ومناقشتها كما يمتاز القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بندرة التجديد في طريقة إلقاءه وإلمامه بالحيل النفسية للتأثير في الجمهور.

❖ تصور الأكاديميين للمؤهلات الاخلاقية والمهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون

الجزائري

يرى الاكاديميون ان القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري غيور على دينه"اي أنه يولي اهتمامًا كبيرًا لتقديم محتوى عالي الجودة وفقًا لمعايير مهنية محددة، و يتحلى بالتواضع في التعامل" فعندما يكون القائم بالاتصال متواضعًا في التعامل، فإنه يظهر احترامًا وتقديرًا للجمهور ولفريق العمل ويعترف بقيمة وجهود الآخرين، ويتسم بالأمانة في نقل المعلومات" فهو يقوم بتوصيل المعلومات بشكل صحيح ودقيق إلى الجمهور ويلتزم بالمثل العليا للعمل الاعلامي" فهو يسعى للالتزام بالمبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية في عمله، ولكنه قد يحتاج إلى بعض التحسينات لتعزيز مستوى التزامه، ويحاول ان يعمل على تحسين خاصية مشاركة الناس مشاكلهم وانشغالاتهم، ايضا يطور قدرته على مواجهة الطوارئ التي تحدث اثناء البث التي تتطلب سرعة التصرف والقدرة على اتخاذ القرارات السريعة والصحيحة. كما يتعين على القائم بالاتصال التكيف مع مشاكل تقنية غير متوقعة، كما أن لديه بعض الاهتمام والاستعداد لاستضافة وتناول آراء وافكار وثقافات متنوعة. من خلال زيادة التنوع في المحتوى الإعلامي، والاهتمام بتغطية قضايا متنوعة ومتعددة ومواضيع مهمة للجمهور.

خاتمة

خاتمة

خاتمة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الصورة التي كونها الأكاديميون عن المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري، ومحاولة لتقريب بعض المفاهيم و الصور الذهنية عن المؤهلات الأدائية التي تمثل سمات وخصائص الواجب توفرها في القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لتحسين الأداء وتطويره شكليا ومهنيا، نفسيا وسلوكيا وأخلاقيا.

في نسق دراستنا الميداني كشف أن المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري تنحصر في تمتعه بصوت جذاب ونبرات صوتية ملائمة مع البرنامج الذي يقدمه، كما يمتاز بنطق سليم للحروف ويستخدم اللغة العربية كلغة رئيسية، ولديه هيبة وثقة في الوقوف والجلوس.

أما بالنسبة للمؤهلات النفسية والسلوكية يتصور الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يحترم عادات وقيم المجتمع وله قدرة كبيرة على التفاهم والانسجام مع المتحدثين حسب نوع البرنامج الذي يقدمه.

يرى الأكاديميون أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري يحرص على تقديم محتوى عالي الجودة، وفقا للمعايير المهنية، ويتحلى بالتواضع في التعامل مع الزملاء الضيوف والجمهور، ويتسم بالأمانة في نقل المعلومات، كما يسعى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالمبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية والمثل العليا للعمل الإعلامي، وهي سمات يمكن أن نعتبرها متوفرة في القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري قبل الإنفتاح الإعلامي.

خاتمة

ومنه نستنتج أن القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الأكاديميين يمتلك قدرًا من المؤهلات الأدائية شكلية، مهنية، أخلاقية، سلوكية، وحتى نفسية، مستفيد من خبرات القائم بالاتصال في فترة التسعينات وتكوينه في المجال الإعلامي، إذ أن جل الإعلاميين هم من خريجي المدارس الصحفية وكليات الإعلام، إلا أنها تحتاج إلى مزيد من الخبرة التي قد تكتسب وتتكون مع مرور الوقت والعمل على تطويرها.

برزت أهمية دراستنا في أنها محاولة معرفة الصورة الذهنية التي كونها الأكاديميون عن المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لتحسين الأداء وتطويره الأمر الذي جعل دراستنا أنها غير متناولة من قبل تمثل فيها مجتمع دراستنا في عينة من اساتذة الاعلام والاتصال ذلك أن مجتمع البحث كبير لا يمكن حصره حيث وجدنا صعوبة في الحصول على ايميالات الأساتذة بالجامعات الجزائرية، وفي ارجاع الردود من قبل المبحوثين.

فيما يخص مقاربتنا النظرية فقد اعتمدنا في دراستنا هاته على نظرية القائم بالاتصال ألا وهي نظرية حارس البوابة محاولين اسقاطها على الجانب المنهجي و التطبيقي فقد تم بناء الإشكالية وتساؤلاتها بالاعتماد عليها ذلك أن العنصر البشري في العملية الإتصالية يعد الدعامة الأساسية لأي عمل وامتلاكه لمؤهلات وخصائص تحدد النظريات المهمة به مما يتطلب فهم وظيفة حارس البوابة و العوامل التي تؤثر فيه وأهم المؤهلات الأدائية الواجب توفرها فيه.

خاتمة

إلا أنه نوصي بالاعتماد بالدراسات التي تناولت النواحي الإجتماعية و العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال مثل دراسة " واين بريد"، "نظرية الشفيح"، "دراسات تأثير الجمهور"، فعلى الرغم من أنها مجرد دراسات قامت على فرضيات لا نستطيع الإعتماد عليها كمقاربات نظرية ويمكن تلخيصها والإنطلاق منها كدراسات سابقة.

إن حصر الصورة الذهنية لدى الأكاديميين الذين يمثلون جمهوراً متخصصا ليس بالأمر الهين خاصة إذا تعلق الأمر بكافة القنوات الفضائية ومجمل البرامج في الجزائر، حيث أصبحنا نشهد كل يوم ولادة قناة إعلامية جديدة، فكل برنامج خاصة وما ينطبق على برنامج لاينطبق على برنامج آخر لذا ننصح بالبحث في موضوع القائم بالاتصال من جميع جوانبه في القنوات الفضائية الحديثة وحتى التلفزيون العمومي من وجهة نظر الأكاديميين مع تخصيص نوع البرنامج و القناة للوصول الى نتائج أكثر دقة فقد أصبح من الضروري الإهتمام بالقائم بالاتصال خاصة في الجانب الرياضي، والجانب الديني.

توصيات الدراسة:

1. إن القائم بالاتصال ليس مجرد عامل في المؤسسة الإعلامية وإنما هو عنصر فاعل مهم وقوي له شروط وخصائص تميزه عن غيره.

خاتمة

2. تبقى تساؤلات تطرح على المعايير التي تم بناء عليها اختيار القائم بالاتصال في التلفزيون خاصة بعد الانفتاح الأخير سواء من حيث الجوانب الشكلية أو الموضوعية.
3. من سلبيات القنوات الجزائرية استخدامها العامية على حساب اللغة العربية خاصة منها الشبابية بحجة تقديم الاثارة وتقريب المقصود.
4. نوصي بعدم الاعتماد على متغيرات الجنس والخبرة في مثل هذه البحوث والتركيز على المنصب الوظيفي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. عبد الله زلطة: القائم بالاتصال في الصحافة، ط1 ، د.ب، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية-مصر، 2007.
2. نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية، ط1، ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ،الاردن، 2012.
3. طلال عبد الله الزغبى و آخرون: مهارات الإتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتب الحديث، اربد-الاردن، 2010 .
4. منال المزاهرة، نظرية الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة ، عمان ، 2012،
5. عبد الرحمن ابراهيم الشاعر: مهارات الاتصال رؤية -تحليلية، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
6. عبد المنعم ثابت: المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال، دار الفكر العربي، 2010.
7. وليد حسن الحديثي: فن الإلقاء والتقديم والكتابة للإذاعة و التلفزيون، ط1، دار الكتب العالمية للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2007.
8. سليم عبد النبي : الإعلام التلفزيوني ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2014.
9. هاري ميلز : فن الإقناع تسترعي عن انتباه الآخرين و تغير آراءهم تؤثر عليهم ، ط1، مكتبة جرير، الرياض-السعودية، 2011.
10. طلال عبد الله الزغبى و آخرون: مهارات الاتصال الجماهيري، ط1، د.ب، عالم الكتب الحديث، 2010.

قائمة المراجع

11. محمد منير حجاب: مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين و الدعاة، ط2، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2000.
12. خضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات و النظريات و أسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن، 2015.
13. حميد الطائي وبشير العلق: أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2009.
14. احمد ماهر: كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، ط1، الدار الجامعية، الاسكندرية- القاهرة، 2006.
15. جون هيز و مروان طاهر الزعبي: مهارات التواصل بين الأفراد في العمل، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان-الأردن، 2011.
16. راسم محمد جمال: الاتصال والاعلام في الوطن العربي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 1991.
17. عبد العالي رزاقى: مهنة الصحفي المحترف قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة المهنية)، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
18. بسام عبد الرحمان المشاقبة: أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
19. عطا الله شاكر: إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015.
20. فضيل دليو : أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية : ديوان المطبوعات الجامعية ، قسنطينة ، الجزائر ، 1999 .

قائمة المراجع

21. كرم شلبي : المذيع و فن تقديم البرامج ، دط ، دار و مكتبة الهلال ، بيروت ، لبنان ، 2008 .
22. جيهان احمد رشتي : الأسس النظرية لنظريات الإعلام ، دط، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1985 .
23. سمير محمد حسين :دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الاعلام) ط2 :عالم الكتب ،القاهرة ،2006.
24. عبد الباسط محمد حسن : اصول البحث الاجتماعي ،مكتبة وهبة دت، القاهرة .
25. عامر قندليجي :البحث العلمي استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية أسسه، أساليبه، مفاهيمه ط2 :دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ،عمان ،2010.
26. محمد شفيق : البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ،المكتبة الجامعية ، الاسكندرية 2001 .
27. أحمد سيد مصطفى : سلوك الناس في العمل نظرة تأملية معاصرة ،دن،دم ، 1996، .
28. أحمد عبد الله اللطح و آخرون : البحث العلمي -تعريفه-خطواته-مناهجه- المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
29. مجدي أحمد عبد الله : السلوك الإجتماعي و ديناميكياته محاولة تفسيرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2003.
30. محمد شفيق : الإنسان و المجتمع مقدمة في السلوك الإنساني و مهارات القيادة و التعامل، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997 .
31. محمد عبد العزيز الحيزان: البحوث الاعلامية (اسسها اساليبيها مجالاتها ،ط2 مكتبة فهد الوطنية الرياض 2004 .

قائمة المراجع

32. رحيم يونس كروالعزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط . دار دجلة، عمان 2007 .
33. عبودة عبد الله العسكري :منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2 دار النمير، سورية 2004
34. منال هلال المزاهرة : نظريات الإتصال ، ط2 ، عمان الاردن ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، 2018 .
35. حسنين شفيق : نظريات الإعلام و تطبيقاتها في دراسات الاعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع ، 2014 .
36. جمال بن عمار الاحمر : الصورة الذهنية في الفلسفة و العلوم الانسانية ، ط1، دار الايام للنشر و التوزيع عمان، 2016.
37. سليمان صالح: وسائل الاعلام وصناعة الصور الذهنية، ط1 ،مكتبة الفلاح للنشر، و التوزيع، الكويت، ، 2005.
38. باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الاردن، عمان، 2014.
39. علي عجوة: العلاقات العامة و الصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
40. حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني و دوره في تكوين الصورة الذهنية ، ط1 ،دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، 2013.
41. محمد منير حجاب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة ، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ، 2007.

قائمة المراجع

المذكرات :

1. فوزية عكاك : القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر و الشروق اليومي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3.
2. عادل فهمي البيومي : البرامج الدينية في التلفزيون المصري و دورها في التنقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة كلية الاعلام ، 1991.
3. بوزيد شيماء: سمات القائم بالاتصال عبر فضائيات العربية العامة و استقطابها الجمهور دراسة تحليلية لبرنامج خواطر موسم (11) على قناة MBC مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري جامع العربي بن مهدي ام البواقي 2016 ، 2017 .
4. خلف الله منيرة بن سعدي كفيه :مهارات التقديم التلفزيوني و اثرها على نجاح البرامج التلفزيونية دراسة مسحية لعينة من مقدمي البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الجزائرية مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال جامعة محمد بوضياف المسيلة سنة 2016، 2017.
5. محمود فايز عبد عابد: مهارات مقدمي البرامج في القنوات ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الاردنية قناتي الجزيرة و العربية نموذجاً، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال جامعة الشرق الاوسط الاردن 2009 .

قواميس:

1. محمد عاطف غيث : قاموس علم الاجتماع : دار المعرفة الجامعية ، مصر .
2. محمد منير حجاب : المعجم الاعلامي : ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2004
3. ابن منظور : لسان العرب ، دار صادر بيروت : طبعة جديدة المجلد السابع.

قائمة المراجع

1. الموقع الالكتروني: Almaany.com تمت زيارة الموقع : بتاريخ : 19-03-2023.

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر- بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية-قطب شتمة-

شعبة علوم الإعلام والاتصال



استمارة استبيان حول :

صورة المؤهلات الأدائية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الأكاديميين
دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الاعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية

إشراف الأستاذة :

د/مسعودة طلحة

إعداد الطلبة:

مسعودة فرقاد

خلوفي امال

السنة الجامعية: 2023/2022

قائمة الملاحق

المحور الأول : البيانات الشخصية (صفات العينة)

1. الجنس : ذكر أنثى

2. المنصب الوظيفي :

- بروفيسور(ة)
 - استاذ(ة) محاضر(ة) أ
 - استاذ(ة) محاضر(ة) ب
 - استاذ(ة) مساعد(ة) أ
 - استاذ(ة) مساعد(ة) ب

3. الاقدمية في المنصب :

- اقل من 05 سنوات
 - من 05 سنوات الى 10 سنوات
 - من 11 الى 15 سنة
 - 21 سنة فأكثر

4. هل سبق ومارست العمل الاعلامي : نعم لا

قائمة الملاحق

المحور الثاني: المؤهلات الشكلية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري من وجهة نظر الاكاديميين

الرقم	المؤهلات الشكلية	مقترحات الاجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
1	يستخدم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لغة العينين في التأثير (التواصل البصري) مع المشاهدين				
2	يتميز القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالجاذبية الشكلية (هيبة وثقة في الوقوف، أو اثناء الجلوس)				
3	يملك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري صوتا جذابا و نبرات صوتية تتلاءم مع نوع البرنامج الذي يقدمه				
4	يتفاعل القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري حركيا مع الضيوف (الايماءات ، التأثير ، البسمة ، حركة الرأس)				
5	ينطق القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحروف بصورة سليمة				
6	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التحكم في الحديث و بطئه حسب الموقف الاتصالي				
7	يختار القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملابس و تسريحة شعره بعناية (ملائمة للبرنامج ومقبولة اجتماعيا)				
8	الحالة البدنية و الصحية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملائمة				
09	اللغة التي يعتمدها القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مناسبة للإلقاء				
10	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على الارتجال و التعبير التلقائي				

قائمة الملاحق

					11	ينوع و يمزج القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري في اسلوب الحوار (بين الجدية و الفكاهة)
--	--	--	--	--	----	--

المحور الثالث: صورة المؤهلات النفسية والسلوكية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري لدى الاكاديميين :

مقترحات الاجابة					المؤهلات النفسية والسلوكية	الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
					لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على التفاهم و الانسجام مع المتحدثين	1
					يتمتع القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بالذكاء الابداعي (الخيال لابتكار أفكار جديدة)	2
					يتميز القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بالتفكير النقدي والعقلاني في اختيار المواضيع ومناقشتها	3
					انسجام القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مع نوع البرنامج الذي يقدمه	4
					يراعي القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري التقاطع بين محتوى ما يقدمه مع العادات والعقائد و قيم المجتمع	5
					يتميز القائم بالاتصال التلفزيون الجزائري بدرجة عالية من المرونة تسمح له بتغيير الأسلوب او اتجاه المناقشة	6
					القدرة على الاقناع في تغيير سلوك ما او اتجاه للمستقبل	7
					القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري مجدد في طريقة القائه	8
					القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري ملم بالحيل النفسية لجذب الجمهور والتأثير فيه	9
					يملك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الحماس الطبيعي مع الجمهور	10

قائمة الملاحق

المحور الرابع: تصور الاكاديميون للمؤهلات الاخلاقية و المهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري

الرقم	المؤهلات الاخلاقية و المهنية للقائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري	مقترحات الاجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
1	يتسم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالأمانة في نقل المعلومة				
2	يتصف القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالتواضع في التعامل				
3	يلتزم القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالمثل العليا للعمل الاعلامي				
4	يشارك القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري الناس مشاكلهم و انشغلاتهم				
5	القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري غيور على دينه				
6	يتحلى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري بالحيادية في مناقشة المواضيع				
7	لدى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري القدرة على مواجهة الطوارئ التي تحدث اثناء البث				
8	يحرص القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري على تطوير ذاته و الاستفادة من تجارب الآخرين				
9	يسعى القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري إلى التفاعل و الإنفتاح عى الآراء و الأفكار و الثقافات الأخرى				

تصريح شرفي بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية في إنجاز مذكرة ماستر

أنا الممضي أسفله، السيد (ة) : فوفاد مسعوده
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم : 201765759 والصادرة بتاريخ: 2017/08/20
عن بلدية: أولاد جلال دائرة: أولاد جلال ولاية: بسنكرة
المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم: العلوم الإنسانية. شعبة: علوم الإعلام والاتصال.
التخصص: الصحافة

و المكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر)، عنوانها:

..... حمولة الموهلات الأدبية للقاص بالاد جلال
..... في التلفزيون والجزائري لجمال كاد جيس
..... دراسة ميدانية على عينه هذه أسئلة الإعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير النزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز
البحث المذكور أعلاه حسب القرار رقم 1082 الصادر عن وزارة التعليم العالي والمؤرخ في 2020/12/27.

التاريخ: 2023/06/11

توقيع المعني(ة)



تصريح شرفي بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية في إنجاز مذكرة ماستر

أنا الممضي أسفله، السيد (ة) : خلو في أمسال
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم : 23 14 10 والصادرة بتاريخ: 07/05/2015
عن بلدية: ديسكرة دائرة: ديسكرة ولاية: ديسكرة
المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسم: العلوم الإنسانية. شعبة: علوم الإعلام والاتصال.
التخصص: سوسيولوجيا

و المكلف (ة) بانجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر)، عنوانها:

..... صورة الجوهل الأديبة للقائم بالاتصال

..... في التلفزيون الجزائري لدى الأكاريم

..... دراسة ميدانية على عينات من أساتذة الإعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية

أصح بشرفي أنني ألتزمت بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير النزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز
البحث المذكور أعلاه حسب القرار رقم 1082 الصادر عن وزارة التعليم العالي والمؤرخ في 2020/12/27.

التاريخ: 2023/06/14

توقيع المعني(ة)

