

خصائص المذيع التلفزيوني العربي كما تتصورها عينة من طلبة جامعة دمشق

د. خالد ناصيف
كلية التربية
جامعة دمشق

ملخص

يهدف هذا البحث إلى تحديد الخصائص الجسمية والفيزيولوجية والانفعالية والعقلية والاجتماعية والمهنية التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق، وكذلك درجة أهمية كل خاصية من الخصائص المتوافرة في تقبل الجمهور لذلك المذيع ولمادته الإعلامية.

ويمكن تلخيص النتائج التي توصل إليها الباحث في النقاط التالية :

1- إن نسبة تزيد على 50% من أفراد العينة أكدوا توافر الخصائص المذكورة في الاستبانة لدى المذيع التلفزيوني العربي، باستثناء خاصية المكانة السياسية والاجتماعية العالية، إذ لم يؤكد توافرها إلا نسبة 43.05% من أفراد العينة.

2- تبين أن خصائص مثل سعة الاطلاع والمعرفة، وسرعة البديهة، والقدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة، والقدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول والمستوى التعليمي الجيد، عدت من وجهة نظر أفراد العينة أكثر أهمية من غيرها في تقبل الجمهور للمذيع التلفزيوني ولمادته الإعلامية.

3- تبين ألا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 و 0.05 في تقديرات أفراد العينة لدرجة أهمية الخصائص المتوافرة لدى المذيع التلفزيوني العربي في تقبل الجمهور له ولمادته الإعلامية وذلك وفقاً لمتغير نوع الكلية (تطبيقية أو إنسانية) والجنس (ذكوراً، إناثاً) والسنة الدراسية (الأولى والأخيرة).

مقدمة البحث:

كان الاتصال ولا يزال ظاهرة ملازمة للمجتمعات الإنسانية، فهو بمنزلة العصب الذي يربط الإنسان ببني جلدته، والوسيلة التي يحقق بواسطتها الاندماج الاجتماعي مع باقي أفراد الجماعة التي ينتمي إليها، هذا بالإضافة إلى أن الاتصال يهيئ للمجتمع فرصة تنظيم هويته الثقافية وإبرازها ونقلها من جيل إلى جيل (الطويرقي 1997).

وعلى الرغم من أن الهدف من الاتصال في المجتمعات السابقة كان الهدف نفسه الذي تسعى إليه المجتمعات الحاضرة، وهو نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف (شكري 1996)، وأن مكوناته أو عناصره كانت وما زالت هي نفسها من حيث المرسل والرسالة والوسيلة ومستقبل الرسالة والتأثير (Dictionary 1984)، إلا أن ما يميز الاتصال في العصر الحالي هو تعدد وسائله والثورة التكنولوجية الهائلة التي حدثت في هذه الوسائل، الأمر الذي أدى إلى تقليص الفروق الزمانية والمكانية بين المجتمعات الإنسانية، وإلى توسيع قدرات الإنسان الاتصالية وإلى التأثير الكبير فيه وجذبه إلى هذه الوسائل التي أصبحت تتصف بالجماهيرية.

هذا النجاح الذي حققته وسائل الاتصال الجماهيري انعكس بالإيجاب على صناعة المعلومات التي أخذت تتحرك بصمات واضحة في سلوكيات الناس واتجاهاتهم وقيمهم وعاداتهم اليومية، حتى غدا الكثيرون ينظرون إلى الأشياء والأشخاص من خلال تلك الوسائل.

مشكلة البحث :

كان نصيب التلفزيون من التطور كبيراً، ليصبح -ومن دون مبالغة- من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري تأثيراً وشهرة في أوساط الجماهير بمختلف فئاتها العمرية ومستوياتها الاقتصادية والتعليمية والسياسية والفكرية، إلى درجة أصبح يمارس أدواراً مماثلة للأدوار التي تقوم بها المؤسسات التربوية والسياسية والتشريعية والاجتماعية، لا بل يفوق دور التلفزيون أحياناً دور المؤسسات المذكورة (الطويرقي، مصدر سابق، ص 13).

ولا يبدو هذا غريباً ولا سيما إذا عرفنا أن الإنسان يقضي الجزء الأكبر من وقت فراغه في مشاهدة التلفزيون. فعلى سبيل المثال يعمل هذا الجهاز حوالي ست ساعات وسطياً في اليوم في البيت الأمريكي وذلك في فصل الشتاء وأربع ساعات خلال فصل الصيف. ويقضي المواطن الأمريكي البالغ حوالي ساعتين وسطياً في مشاهدة التلفزيون، بينما يقضي الطفل الأمريكي أكثر من ذلك (بدر 1998) لا بل تشير دراسات أخرى (الكانيد، وينر 1996) إلى أن المواطنين الأمريكيين الذين تقل أعمارهم عن السابعة عشرة يمضون في مشاهدة التلفزيون وقتاً أطول من وقت الدوام المدرسي. وأشارت دراسة

سورية إلى أن أطفال الصف السادس الابتدائي يقضون أربع ساعات وسطياً في اليوم بمشاهدة البرامج التلفزيونية (بركات 1996).

وبذلك يمكن القول: إن التلفزيون بوصفه وسيلة اتصال جماهيري أصبح يشكل جزءاً من حياة الناس اليومية، ووصل إلى ما يسميها كل من جمبرت وكاثكارت، (Gampert & cathcart 1982) مرحلة تقبل الجمهور للوسيلة وهي، وفق رأيهما، آخر مرحلة من مراحل التطور التاريخي لكل وسيلة اتصالية.

هذه المكانة التي حققها التلفزيون بين الناس، لفتت أنظار رجال المال والأعمال إليه، ليصبح وسيلة من وسائل الربح والكسب في عصر تحولت فيه المعلومات والأفكار إلى بضاعة إنتاجية يكون الإقبال عليها وفق نوعيتها وأهميتها. لذلك يحرص أصحاب المحطات الإعلامية التلفزيونية الخاصة والمسؤولون عنها أن تكون مادتهم الإعلامية جيدة لتصمد في سوق العرض والطلب حتى المحطات التلفزيونية الحكومية، وإن لم يكن الربح هدفها الأساسي، إنما تحاول أن تقدم مادة إعلامية جيدة لكسب الجمهور الذي تحاول التأثير فيه أيديولوجياً أو غير ذلك، ومن أحد العناصر الهامة في نجاح المادة الإعلامية التلفزيونية وتفوقها هو المذيع الناجح الذي يستطيع بخصائصه المميزة أن يفتح جمهور المشاهدين بأهمية تلك المادة وجودتها، ولا سيما إذا أخذنا بالحسبان أن هذا الجمهور ليس جمهوراً متلقياً وسلبيّاً يأخذ ويقتنع بكل ما يعرض عليه من التلفزيون، وإنما يختار المادة التي تتوافق مع استعداداته النفسي وتلبي لديه أكبر عدد ممكن من الحاجات، وفي هذا الصدد يؤكد شرام (schramm) أن أفراد الجمهور غالباً ما يتعلقون بمادة دون أخرى بسبب الإشباع المرضي الذي تحققه لهم كيانات واعية ونشطة (schramm.1982).

يضاف إلى ذلك أن الجمهور يقوم بتفسير المادة الإعلامية وإعادة تشكيلها وفق اتجاهاته الذاتية فقبول المادة الإعلامية ليس بالعملية السهلة كما يبدو للوهلة الأولى، وإنما هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في هذه المادة ومهارات وخصائص المذيع التلفزيوني شرط هام من تلك الشروط وفي إطار تطور المحطات التلفزيونية الأرضية والفضائية في البلاد العربية واختلاف سياساتها وتوجهاتها الإعلامية، يصبح من المهم معرفة تصورات عينة من الشباب المتعلم نحو خصائص المذيع التلفزيوني الذي يعمل في القنوات المذكورة، ولا سيما وأن الدراسات العربية الميدانية في هذا المجال قليلة. ومن هنا حددت مشكلة البحث بـ " خصائص المذيع التلفزيوني العربي كما تتصورها عينة من طلبة جامعة دمشق ".

أهمية البحث :

يمكن تحديد أهمية البحث في النقاط التالية :

1 - إن قلة البحوث الميدانية في البلاد العربية في مجال الإعلام عامة، وفي مجال علم النفس الإعلامي خاصة، تضيء على هذا البحث أهمية خاصة، ولا سيما في وقت تشهد فيه البلاد العربية تطوراً ملحوظاً في مجال البث التلفزيوني الأرضي الفضائي، وتنافساً واضحاً في مجال كسب الجمهور العربي.

2 - إن نتائج هذا البحث تسمح لنا بتقديم بعض المقترحات للمؤسسات التي تخصص في مجال إعداد مذيعي التلفزيون وتدريبهم وتأهيلهم، ولا سيما بتحديد أولوية الجوانب التي يجب التركيز عليها والاهتمام بها في برامج الإعداد والتأهيل، ولا سيما تلك التي تخص خصائص المذيع ومهاراته التي تحظى برضا الجمهور وتسهم أكثر من غيرها في تقبل ذلك الجمهور له ولمادته الإعلامية.

3 - وتنبع أهمية البحث أيضاً من أهمية العنصر الإعلامي المدروس وبما يتمتع به من خصائص جسمية وفيزيولوجية واجتماعية ومهنية وعقلية وانفعالية (وذلك من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي) ودوره المؤثر في نجاح المادة الإعلامية التلفزيونية وتقبل الجمهور لها، وكذلك من أهمية أفراد العينة المدروسة، وهي فئة الشباب الجامعي، التي لا يمكن عدّها فئة نخبوية ولا يمكن عدّها فئة عادية (من حيث نوعية المشاهدين للتلفزيون) وإنما يأتي موقعها في الوسط بين الفئتين، الأمر الذي يجعل تصورهما للخصائص يعكس بشكل أو بآخر ملامح تصور الفئتين الأخرين لتلك الخصائص.

ويضاف إلى ذلك أخيراً أهمية التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية تحتل المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام الجماهيرية من حيث إقبال الجمهور على مشاهدتها وتبعاً لدورها في التربية والتعليم والإرشاد وبالتالي في العملية التنموية الشاملة.

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحقيق ما يلي :

- 1 - تحديد الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق.
- 2 - تحديد درجة أهمية كل خاصية من الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي وذلك وفق تقدير عينة من طلبة جامعة دمشق.
- 3 - معرفة الفروق بين تقديرات طلبة كليات العلوم التطبيقية وطلبة كليات العلوم الإنسانية لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي.
- 4 - معرفة الفروق بين تقديرات الطلبة الذكور وتقديرات الطلبة الإناث لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي.

5 - معرفة الفروق بين تقديرات طلبة السنة الأولى وتقديرات السنة الأخيرة لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي.

الأسئلة التي يجيب عنها البحث :

يجيب البحث عن الأسئلة التالية :

1 - ما الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي، وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق ؟

2 - ما درجة أهمية كل خاصية من الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي، وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق ؟

3 - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند مستوى الدلالة 0.01 و 0.05 بين تقديرات طلبة كليات العلوم التطبيقية وتقديرات طلبة كليات العلوم الإنسانية لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي ؟

4 - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة 0.01 و 0.05 بين تقديرات الطلبة الذكور وتقديرات الطلبة الإناث لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي ؟

5 - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة 0.01 و 0.05 بين تقديرات طلبة السنة الأولى وتقديرات طلبة السنة الأخيرة لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي ؟

حدود البحث :

1 - الحدود الزمانية : الفصل الأول من العام الدراسي 1998 / 1999

2 - الحدود المكانية : جامعة دمشق (كليات الآداب والتربية والفنون الجميلة والتجارة والهندسة المدنية والعلوم وطب الأسنان والطب البشري).

3 - الحدود البشرية : عينة من طلبة السنة الأولى والأخيرة من الكليات المذكورة⁽¹⁾.

⁽¹⁾ فيما يتعلق بكلية الطب فقد سحبت العينة من طلبة السنة الخامسة، إذ إن طلبة السنة الأخيرة كانوا في المستشفيات الجامعية للتدريب.

التعريفات الإجرائية :

- 1 - خصائص المذيع التلفزيوني العربي : مجموعة الصفات الجسمية والفيزيولوجية والاجتماعية والانفعالية والمهنية التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق.
- 2 - المذيع التلفزيوني العربي : ويقصد به من يقدم أو يعد ويقدم برنامجاً أو برامج سياسية أو اجتماعية أو ترفيهية أو دينية أو اقتصادية أو رياضية في القنوات التلفزيونية العربية الأرضية أو الفضائية.
- 3 - طلبة جامعة دمشق : هم الطلبة أفراد العينة الذين شاركوا في الإجابة عن أسئلة استبانة البحث خلال الفصل الثاني من العام الدراسي 1998 - 1999.
- 4 - تصورات الطلبة أفراد العينة : هي مجموعة الآراء التي كونها أفراد العينة نحو الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي.

منهج البحث :

اقتضت طبيعة البحث الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لقدراته على تزويدنا بالمعلومات الضرورية لتقرير وضع الظاهرة المدروسة تقريراً موضوعياً، ومن ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها للوصول إلى النتائج التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف البحث المرجوة.

الخلفية النظرية للبحث :

من المعروف أن كل مهنة من المهن بحاجة إلى الإنسان الذي تتوفر فيه مجموعة من الخصائص والمؤهلات الجسمية والفيزيولوجية والاجتماعية والمهنية والعقلية والانفعالية التي تعدّ بمثابة المقومات الضرورية والأساسية للقيام بمتطلبات هذه المهنة والتوافق معها وبالتالي النجاح فيها وتحقيق الرضا المهني المطلوب الذي ينعكس بالإيجاب على الصحة

النفسية والجسدية لذلك الإنسان. والعمل في المحطات التلفزيونية، التي أصبحت شبكات اتصالات ضخمة تتصارع داخلها المصالح السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، كمذيع أو مقدم برامج ليس استثناءً من هذه القاعدة، ولا سيما إذا عرفنا أن مهمته

الرئيسة تنحصر في كسب جمهور المشاهدين وذلك من خلال التأثير في أفكارهم وأحاسيسهم ومشاعرهم عن طريق المادة الإعلامية. ونجاحه في هذه المهمة أو إخفاقه فيها إنما يتوقف بالدرجة الأولى على إمكاناته الشخصية وكانت الخصائص التي يجب أن يتمتع بها المرسل أو القائم بالاتصال (ومن ضمن ذلك المذيع التلفزيوني) موضع دراسة وبحث من قبل العديد من الباحثين. ولكن العمل الأهم في هذا المجال كان دراسة كورت ليفين (Lewin) والتي عرفت باسم نظرية (حراس البوابة gate keepers) وترى هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تمر حتى تصل إلى المستقبل بمرحل عديدة أو من خلال نقاط أو بوابات وعند كل نقطة أو بوابة يوجد شخص أو أشخاص لهم الحق في تقرير ما إذا كانت الرسالة التي تلقوها ستنتقل إلى البوابة أو النقطة التالية أم لا، واما إذا كانت ستنتقل كما هي أو بعد إدخال تغييرات عليها (Lewin 1947).

والقيام بهذه المهمة في حراسة البوابة ليس سهلاً ولا يمكن أن يقوم بها إلا الإنسان المختص الذي يتمتع بمجموعة من الخصائص والمهارات الضرورية التي تمكنه من تقدير أهمية الرسالة وجودتها.

وأشار كل من إننجر (Ehninger) وجرونبيك (Gronboeck) إلى أن نجاح المصدر الاتصالي إنما يتوقف على توافر ست خصائص لديه وهي: الشخصية المتماسكة، المعرفة، المهارات اللفظية، والحساسية تجاه رغبات الجمهور، الحساسية تجاه الموقف الخطابي والثقة بالنفس (Ehninger & Gronboeck, p.16).

أما الباحث الروسي روشن (Rochin) فيرى أن ثقة الجمهور بالمرسل إنما يتوقف على شهرته وهيبته التي يحددها مستواه العلمي والمهني والاجتماعي، وعلى أهليته وسعة اطلاعه التي يحددها عمق معارفه حول المسائل التي يطرحها، وعلى جاذبيته التي تحددها عوامل داخلية وخارجية. ويضيف الباحث أن الشهرة والأهلية تجعلان مسؤولية المرسل كبيرة، إذ ينتظر الجمهور منه دائماً كل ما هو جديد ومميز ومثير، وهذا ما يجعله بصورة دائمة عرضة لخطر الفشل (Rochin, 1989, p.82).

أما أبو عرقوب فيرى أن على المرسل أن يتحلى بالقدرة على التفكير وعلى الكلام وعلى الاستماع والمشاهدة وعلى الكتابة والقراءة وعلى التحليل والفهم، وأن يحدد هدفه من الاتصال إذ يساعده ذلك في تحديد الوقت والجهد لإنجاح عملية الاتصال، وفي تحديد محتوى الرسالة وشكلها وتركيبها وأسلوبها. كما يجب على المرسل أن يضع نفسه مكان المستقبل، وأن يكون قادراً على اختيار المحتوى المقنع وعلى التعرف إلى خصائص الجمهور وإلى التركيز إلى تماثل الأفكار والخبرة المشتركة بينه وبين المستقبل (أبو عرقوب 1993).

أما شلبي فيرى إن المذيع في الراديو أو التلفزيون يجب أن يتمتع بمجموعة من الخصائص اللازمة والضرورية لنجاحه في عمله منها: المستوى التعليمي المناسب، المستوى الثقافي المناسب، الصوت الجيد وطريقه الحديث السليمة، المظهر الخارجي

المناسب (لمذيعي التلفزيون فقط) ولا سيما الوجه المناسب للظهور على شاشة التلفزيون، الذكاء وسرعة البديهة، القدرة على التخيل، الصحة الجيدة، التواصل والثقة في النفس، القدرة على العمل الجماعي وأخيراً الصبر (شليبي، 1992، ص 21 - 33).

أما سعد الدين فإنه في معرض حديثه عن الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي يرى أن المرسل الإعلامي يجب أن يكون من أصحاب الموهبة الخلاقة والخبرة المهنية، والذكاء، ولديه القدرة على تحمل المسؤولية وعلى التكيف مع الجماهير وفق مستوياتها وفروقها الفردية، وأن يكون ممن يتحسس بمشكلات المجتمع ويتفاعل معها، ولديه القدرة على اكتساب الأصدقاء، والحماس للعمل، والقدرة على الإقناع والموضوعية، والتسامح والصبر، والإيثار والتضحية بالوقت والجهد، ومحبة العمل، والإيمان بالرسالة والمبدأ والعقيدة التي يعتنقها ويعمل من أجلها ويدافع عنها، وأن يحاسب ذاته، وأن يكون ذا ثقافة جامعية شاملة (سعد الدين، 1991، ص 60).

ويؤكد محي الدين عبد الحلیم أن الإعلامي يجب أن يكون مؤمناً برسالته، متفهماً لطبيعة عمله، قادراً على التكيف مع جماهيره، متحمساً لمشكلاتهم، مدركاً لأبعاد حياتهم، شغوفاً بعمله ومحباً له، ويتوفر لديه الذكاء والموهبة والخلفية الثقافية الواسعة والمتنوعة، والدراسة الإعلامية الشاملة والمتعمقة في مجال تخصصه والصبر، والموضوعية والتواضع (المرجع السابق ص 56).

ويشير الموسى إلى أن العمل في الإعلام يحتاج إلى مهارات متعددة، فالإعلامي يشترط فيه أن يتقن تخصصاً محدداً بعينه، وأن يلم بفلسفة الاتصال الجماهيري وفنونه، وأن يكون قادراً على التعبير عن المعاني تعبيراً صحيحاً ومناسباً فيستحوذ على انتباه المتلقين ويثير اهتمامهم ويكسب ودهم وتعاطفهم وتفاعلهم مع المعاني التي يريد إيصالها إليهم. ثم عليه أن يكون على معرفة بخصائص الجمهور، وأن يكون مدرباً ومتقناً وناضجاً يتحلى بالقدرة على إصدار الأحكام السليمة واتخاذ القرارات السريعة، وأن تكون الموهبة والقدرة على الإبداع وعلى الخلق وتقديم الأفكار (الموسى، 1995، ص 90 - 91).

وأشارت دراسات أخرى إلى أن الإعلامي يستطيع أن يحوز ثقة جمهوره واحترامه إذا اتصف بالمصداقية والموضوعية والجرأة وعلو الهمة وتسامي الذوق (رشتي، 1975، ص 284 - 330).

وهناك بعض الباحثين الذين ركزوا على خاصية بعينها دون غيرها، إذ أشار ليدرز (Leathers, 1976, p.37) بينما يؤكد باحثون آخرون أن يكون وجه المذيع التلفزيوني مريحاً ومقبولاً ومتناسق التقاطيع، ولا يتطلب أن يكون جميلاً جداً لأن الجمال المبالغ فيه، من وجهة نظرهم، يساوي القبح الواضح، لأن كلاهما يمكن أن يكونا سبباً في تشتت ذهن المشاهد أو انصرافه عن متابعة الرسالة الإعلامية (شليبي، مرجع سابق، ص 27).

وركز باحثون آخرون على المهارات اللفظية بوصفها جزءاً من المؤهلات الأساسية لشخص يحترف الاتصال بالجمهور عن طريق الكلام، لذلك لا بد من أن يكون صوت المذيع قوياً واضحاً ترشحاً إليه الأذان، وأن يكون خالياً من العيوب النطقية (Litliard,1982,p.273-280).

من هنا جاء الاهتمام، في أثناء تدريب مذيعي الراديو والتلفزيون، بتعريفهم بقواعد وأصول الوحدات الصوتية المختلفة، وتدريبهم على الأداء الصوتي القوي وتحقيق التوفيق بين الصوت وطبيعة فترة الإرسال (شلبي، مرجع سابق، ص 37 - 38). وأشار أرحابيل إلى أهمية المرسل ومظهره وأسلوبه في عملية الاتصال ودور كل ذلك في التأثير الكبير في اتجاهات المتلقي وسلوكه (أرحابيل، 1973، ص 242).

أما من حيث الدراسات الميدانية التي اهتمت بالمرسل الإعلامي وخصائصه فنشير إلى دراسة روستن (Rosten) حول سيكولوجية المراسل الصحفي وذلك سنة 1937. ودراسات بروجر (prugger) عام 1941، وستون (Stone) عام 1953، وجونز (Jones) عام 1954 وسولنسون (Swanson) عام 1956، والتي تناولت الخصائص المختلفة للصحفيين من جسمية وعلمية وثقافية ومهنية واجتماعية ومدى رضاهم عن عملهم.

أما الدراسة التي أجراها هيد (Hyde) في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد عزلت المقومات أو الخصائص التي جعلت مشاهدي التلفزيون يفضلون مذيعاً على آخر ومنها :

- 1 - القدرة على جعل مشكلات المشاهدين تبدو أسهل.
- 2 - القدرة على جعل المشاهد يهتم بحياة المذيع الشخصية.
- 3 - القدرة على جعل المشاهد يعتقد بأن المذيع صديقه اليومي المقرب.
- 4 - القدرة على إشعار المشاهد بالرضا والارتياح.
- 5 - التمكن من القواعد المهنية في حرفته.

وجاءت الموضوعية، والأمانة، والمؤهل العلمي، والمعرفة بالسوق المحلي في المقام الثاني من حيث الأهمية (Hyde 1971,p.18-48).

وفي دراسة سحر وهبي على عينة من القيادات الصحفية في مصر، أشار أفراد العينة إلى مجموعة من صفات النجاح في العمل الإعلامي الصحفي جاءت مرتبة وفق النسب المؤوية على الشكل التالي :

النسب المئوية	الصفات
(النسبة 19.1 %)	- المثابرة والصبر
(13.2%)	- حب العمل والإيمان به

(% 10.3)	- الإلتقان والإجادة
(%7.4)	- الحرص على النجاح والإخلاص في العمل
(%5.8)	- الثقة بالنفس والإيمان والأمانة والصدق
(لكل منها 2.9 %) ()	- عمق النظر للأمور، القدرة على الإبداع، القدرة على إقامة علاقات اجتماعية، والقدرة على الاستفادة من الآخرين
(لكل منها 1.5 %) ()	- القناعة الاستقلالية والقدرة على قيادة الأفراد

(وهبي، 1996، ص 11 - 27).

إجراءات البحث :

1 - المجتمع الأصلي :

ويمثل مجموع الطلبة الدارسين في السنة الأولى والسنة الأخيرة خلال الفصل الأول من العام الدراسي 1998/1999 وذلك من كليات (الطب البشري، طب الأسنان، الهندسة المدنية، العلوم، الاقتصاد، الفنون الجميلة، التربية) ويجب الإشارة إلى أن الباحث لم يعتمد منذ البدء إلى تعميم نتائجه على جميع أفراد المجتمع الأصلي بل الاكتفاء بتعميم تلك النتائج على أفراد العينة فقط، ويبدو ذلك واضحاً من خلال عنوان البحث وأهدافه وأسئلته، ومن هنا لم يلجأ إلى تعرف العدد الكلي لأفراد المجتمع الأصلي.

2 - عينة البحث :

سحبت العينة بالطريقة العشوائية، وبلغ عدد أفرادها (216) طالباً وطالبة موزعين وفق متغيرات البحث على النحو التالي :

1-2- وفق متغير الكلية :

(الجدول رقم 1)

المتغير	العدد	النسبة المئوية
الكليات الإنسانية	100	% 46.29
الكليات التطبيقية	116	% 53.70
المجموع	216	%99.99

(الجدول رقم 1 يبين توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الكلية)

2-2- وفق متغير الجنس :

(الجدول رقم 2)

المتغير	العدد	النسبة المئوية
الذكور	112	% 51.85
الإناث	104	%48.14
المجموع	216	%99.99

(الجدول رقم 2 يبين توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس)

2-3- وفق متغير السنة الدراسية:

(الجدول رقم 3)

المتغير	العدد	النسبة المئوية
السنة الأولى	109	% 50.46
السنة الأخيرة	107	%49.53
المجموع	216	% 99.99

(الجدول رقم 3 يبين توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير السنة الدراسية)

3 - أداة البحث وصدقها وثباتها :

قام الباحث بتصميم استبانة وذلك بالاعتماد على الدراسات النظرية والميدانية التي تمكن من الاطلاع عليها وقراءتها، وجاءت هذه الاستبانة في صورتها الأولية مؤلفة من خمس وثلاثين عبارة تناولت الخصائص المختلفة للمذيع التلفزيوني العربي سواء أكانت جسمية أم فيزيولوجية أم اجتماعية أم انفعالية أم مهنية أم عقلية.

ومن أجل التأكد من صدق أداة البحث وقياسها لما وضعت من أجله، لجأ الباحث إلى مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (10) محكمين، ستة منهم من الأساتذة العاملين في كلية التربية و(4) من الإعلاميين الذين يعملون في مجال إعداد البرامج وتقديمها منذ أكثر من خمس سنوات. إذ تم استبعاد كل عبارة لم يوافق عليها ثلاثة محكمين وذلك لضمان درجة عالية من الصدق في قياس ما يريد الباحث قياسه، وبلغ عدد العبارات المستبعدة ثماني عبارات، وتم تعديل صوغ بعض العبارات التي طلب تعديل صوغها ثلاثة محكمين أو أكثر.

وجاءت الاستبانة في شكلها النهائي مؤلفة من سبع وعشرين عبارة، طلب إلى المفحوص أن يضع إشارة (×) حول الخاصية التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي ومن ثم يحدد درجة أهمية هذه الخاصية بوضع إشارة (×) في أحد الحقول الثلاثة (مهمة جداً، مهمة، غير مهمة).

وللتحقق من ثبات أداة البحث قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مؤلفة من (50) طالباً وطالبة سحبوا بطريقة عشوائية من المجتمع الأصلي. وبعد مرور واحد وعشرين يوماً تم تطبيق الاستبانة للمرة الثانية على أفراد العينة الاستطلاعية الأولى نفسها، وبلغ معامل الترابط بين درجات المفحوصين في الدراسة الاستطلاعية الأولى

و درجات المفحوصين في الدراسة الاستطلاعية الثانية (0.78) وهو ترابط عال يشير إلى ثبات الأداة.

4 - القوانين الإحصائية المستخدمة في البحث :

1 - في حساب المتوسط الحسابي استخدم الباحث القانون التالي :

$$م = \frac{\text{مجم س}}{ن}$$

م = المتوسط الحسابي

مجم س = مجموعة القيم أو العلامات

ن = عدد أفراد العينة

2 - في حساب الانحراف المعياري تم استخدام القانون التالي :

$$ع = \sqrt{\frac{\text{مجم ح}^2}{ن}}$$

ع = الانحراف المعياري

مجم ح = مجموع مربع الانحراف عن الوسط

ن = عدد أفراد العينة

3 - في حساب الفروق استخدم الباحث قانون "ت" ستودنت التالي :

$$ت = \frac{م1 - م2}{ع}$$

$$\sqrt{\left[\frac{1}{2} + \frac{1}{1} \right] \left[\frac{2 \cdot 2 + 1 \cdot 1}{2 \cdot 2 + 1} \right]}$$

5- مناقشة النتائج وتفسيرها

5-1 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول وتفسيرها :

(ماهي الخصائص التي يتمتع بها مقدم البرامج التلفزيونية وذلك من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق؟)

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بحساب النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة عن كل عبارة من عبارات الاستبانة، وبعد ذلك عمل على ترتيب الخصائص التي تم ذكرها في

الاستبانة ترتيباً تنازلياً وذلك وفق النسبة المئوية التي حصلت عليها كل خاصية من الخصائص المذكورة (انظر الجدول رقم 4)

الجدول رقم (4)

النسبة المئوية	الخصائص مرتبة تنازلياً	التسلسل
%97.31	سعة الاطلاع والمعرفة	1
%96.60	سرعة البديهة	2
%92.62	القدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول	3
%89.87	روح الدعابة والمرح (خفة الظل)	4
%89.30	المستوى التعليمي الجيد	5
%88.94	القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة	6
%87.82	احترام الرأي الآخر	7
%87.58	القدرة على جعل الجمهور يتناقش حول الأفكار الواردة في المادة الإعلامية حتى بعد انتهاء البرنامج	8
%84.18	المظهر الخارجي الجميل (الملابس - التسريحة)	9
%83.78	القدرة على جذب الانتباه	10
%83.30	القدرة على ترك انطباع طيب عند المشاهدين	11
%82.97	الصوت المناسب للعمل الإعلامي التلفزيوني	12
%82.79	القدرة على الإقناع	13
%82.19	الطريقة المميزة والمحبة في تحية الجمهور وفي عرض المادة الإعلامية	14
%81.94	القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور	15
%81.58	الابتنسامة الجميلة المعبرة	16
%80.49	القدرة على ضبط النفس	17
%79.71	المكانة الثقافية التي تتفق مع أهمية الموضوعات التي يطرحها	18
%77.91	الشعبية الجيدة بين جمهور المشاهدين	19
%75.89	القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات المشاهدين وورغياتهم	20
%74.62	الخبرة المهنية الكافية	21
%73.25	ملامح الوجه التي ترضي غرور الجمهور وميله إلى الجمال	22
%69.96	القدرة على عرض المادة الإعلامية من بدايتها إلى نهايتها بصورة منطقية	23
%67.42	التفاعل الانفعالي المناسب مع مضمون المادة الإعلامية	24
%64.21	القوة الحسنة في الصدق وثبات الرأي	25
%54.96	القدرة على تطبيق المعارف النظرية في مجال العمل	26
%43.05	المكانة السياسية والاجتماعية العالية	27

الجدول رقم (4)

يشير إلى ترتيب الخصائص تنازلياً وفق النسبة المئوية للإجابات يتضح من خلال الجدول أن نسبة تفوق 50% بقليل أو كثير من أفراد العينة أكدت توفر كل الخصائص المذكورة في الاستبانة لدى المذيع التلفزيوني العربي باستثناء تمتع ذلك المذيع بالمكانة السياسية والاجتماعية العالية، إذ لم يؤيد توافر هذه الخاصية إلا نسبة 43.05% من أفراد العينة.

مثل هذه النتيجة يمكن تفسيرها في ضوء التطور الكبير الذي أصاب محطات التلفزة العربية الأرضية والفضائية الخاصة منها والحكومية، سواء أكان هذا التطور كميّاً تبعاً لزيادة عدد القنوات والإمكانات المادية المسخرة لها، أو كميّاً تبعاً لاستخدام التكنولوجيا المتطورة، والعناصر البشرية المعدة والمؤهلة لدخول التنافس وكسب الجمهور. إذ أخذت القنوات المذكورة في السنوات العشر الأخيرة، تأخذ بالحسبان، عندما تختار على سبيل المثال مذيعاً تلفزيونياً، توافرت مجموعة من الخصائص لديه، والتي تمكنه من القيام بمهامه على أكمل وجه ولا سيما فيما يتعلق بالتأثير في الجمهور وترك انطباع جيد لديه وبالتالي تحقيق التواصل بين الجمهور والمادة الإعلامية التي يقدمها.

وللحصول على المذيع الناجح والمتميز لا يتوانى المسؤولون عن القنوات، عن تقديم الإغراءات والحوافز المادية والمعنوية، ومن تجاوز الحدود الوطنية للبحث عنه واستقدامه للعمل لديها.

كل ذلك ساهم في ظهور الكثير من البرامج، سواء أكانت سياسية أم اقتصادية أم علمية أم دينية أم رياضية أم ترفيهية، الناجحة التي يشرف عليها مذيعون متميزون يحظون بثقة الجمهور وتأييده، الأمر الذي ترك أثراً واضحاً في تصورات أفراد العينة للخصائص التي يتمتع بها هؤلاء المذيعون.

2- 5 - مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني وتفسيرها :

(ما هي درجة أهمية كل خاصية من الخصائص التي يتمتع بها مقدم البرامج التلفزيونية من وجهة نظر عينة من طلبة جامعة دمشق؟)

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بحساب النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة عن كل عبارة من عبارات الاستبانة وذلك وفق السلم الثلاثي (مهمة جداً، مهمة، غير مهمة) وعمل بعد ذلك على ترتيب الخصائص تنازلياً وفق درجة أهميتها (انظر الجداول ذوات الأرقام 5 - 6-7).

الجدول رقم (5)

النسبة المئوية	الخصائص مرتبة تنازلياً وفق درجة (مهمة جداً)	التسلسل
%72.80	سعة الإطلاع والمعرفة	1
%69.95	سرعة البديهة	2
%65.79	القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة	3
%54.03	القدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول	4
%53.62	المستوى التعليمي الجيد	5
%49.56	احترام الرأي الآخر	6
%44.43	المكانة الثقافية التي تتفق مع أهمية الموضوعات التي يطرحها	7
%42.88	القدرة على عرض المادة الإعلامية من بدايتها إلى نهايتها بصورة منطقية	8
%42.85	القدرة على ضبط النفس	9
%42.57	القدرة على جذب الانتباه	10
%42.11	القدرة على الإقناع	11
%38.44	القدرة على ترك انطباع طيب عند المشاهدين	12
%36.70	الصوت المناسب للعمل الإعلامي التلفزيوني	13
%36.22	القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور	14
%34.80	القدرة على جعل الجمهور يتناقش حول الأفكار الواردة في المادة الإعلامية حتى بعد انتهاء البرنامج	15
%34.11	الطريقة المميزة والمحبية في تحية الجمهور وفي عرض المادة الإعلامية	16
%32.22	روح الدعابة والمرح (خفة الظل)	17
%31.46	الشعبية الجيدة بين جمهور المشاهدين	18
%31.41	المظهر الخارجي الجميل (الملابس - التسريحة)	19
%30.35	القوة الحسنة في الصدق وثبات الرأي	20
%30.13	الخبرة المهنية الكافية	21
%29.44	القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات ورغبات المشاهدين	22
%28.32	الابتسام الجميلة المعبرة	23
%18.10	ملامح الوجه التي ترضي غرور الجمهور وميله إلى الجمال	24
%16.53	التفاعل الانفعالي المناسب مع مضمون المادة الإعلامية	25
%14.29	القدرة على تطبيق المعارف النظرية في مجال العمل	26
%7.44	المكانة السياسية والاجتماعية العالية	27

الجدول رقم (5) يبين ترتيب الخصائص تنازلياً وفق درجة مهمة جداً

الجدول رقم (6)

النسبة المئوية	الخصائص مرتبة تنازلياً وفق درجة (مهمة)	التسلسل
%32.38	القدرة على جعل الجمهور يتناقش حول الأفكار الواردة في المادة الإعلامية حتى بعد انتهاء البرنامج	1

2	روح الدعابة والمرح (خفة الظل)	31.65%
3	القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور	30.84%
4	القدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول	30.72%
5	التفاعل الانفعالي المناسب مع مضمون المادة الإعلامية	30.61%
6	القدرة على ترك انطباع طيب عند المشاهدين	29.51%
7	الخبرة المهنية الكافية	29.41%
8	القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات المشاهدين و رغباتهم	29.25%
9	الطريقة المميزة والمحبة في تحية الجمهور وفي عرض المادة الإعلامية	29.06%
10	القدرة على عرض المادة الإعلامية من بدايتها إلى نهايتها بصورة منطقية	28.78%
11	المظهر الخارجي الجميل (الملابس - التسريحة)	28.78%
12	الابتسامه الجميلة المعبرة	27.34%
13	احترام الرأي الآخر	27.30%
14	الشعبية الجيدة بين جمهور المشاهدين	27.30%
15	القدرة على الإقناع	27.07%
16	الصوت المناسب للعمل الإعلامي التلفزيوني	26.46%
17	المستوى التعليمي الجيد	26.39%
18	القدرة على جذب الانتباه	26.23%
19	ملامح الوجه التي ترضي غرور الجمهور وميله إلى الجمال	26.03%
20	المكانة الثقافية التي تتفق مع أهمية الموضوعات التي يطرحها	23.65%
21	القوة الحسنة في الصدق وثبات الرأي	23.13%
22	القدرة على تطبيق المعارف النظرية في مجال العمل	22.26%
23	سرعة البديهة	20.49%
24	سعة الاطلاع والمعرفة	19.01%
25	القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة	16.76%
26	المكانة السياسية والاجتماعية العالية	12.64%
27	القدرة على ضبط النفس	12.06%

الجدول رقم (7)

التسلسل	الخصائص مرتبة تنازلياً وفق درجة (غير مهمة)	النسبة المئوية
1	ملامح الوجه التي ترضي غرور الجمهور وميله إلى الجمال	29.11%
2	الابتسامه الجميلة المعبرة	25.92%
3	روح الدعابة والمرح (خفة الظل)	25.09%
4	المظهر الخارجي الجميل (الملابس - التسريحة)	23.98%

5	المكانة السياسية والاجتماعية العالية	21.31%
6	القدرة على جعل الجمهور يتناقش حول الأفكار الواردة في المادة الإعلامية حتى بعد انتهاء البرنامج	20.42%
7	التفاعل الانفعالي المناسب مع مضمون المادة الإعلامية	20.27%
8	الصوت المناسب للعمل الإعلامي التلفزيوني	19.96%
9	الشعبية الجيدة بين جمهور المشاهدين	19.15%
10	الطريقة المميزة والمحبيبة في تحية الجمهور وفي عرض المادة الإعلامية	19.02%
11	القدرة على تطبيق المعارف النظرية في مجال العمل	18.42%
12	القدرة على ترك انطباع طيب عند المشاهدين	18.23%
13	القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات المشاهدين ورغباتهم	17.20%
14	الخبرة المهنية الكافية	16.23%
15	القدرة على جذب الانتباه	14.99%
16	القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور	14.88%
17	القدرة على ضبط النفس	14.44%
18	القدرة على الإقناع	13.94%
19	القدرة على عرض المادة الإعلامية من بدايتها إلى نهايتها بصورة منطقية	12.15%
20	القدرة الحسنة في الصدق وثبات الرأي	10.43%
21	المكانة الثقافية التي تتفق مع أهمية الموضوعات التي يطرحها	9.96%
22	المستوى التعليمي الجيد	9.30%
23	القدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول	9.00%
24	سعة الاطلاع والمعرفة	7.20%
25	احترام الرأي الآخر	6.50%
26	القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة	6.39%
27	سرعة البديهة	6.16%

الجدول رقم (7) يبين ترتيب الخصائص تنازلياً وفق درجة غير مهمة

إن تفحص النتائج الواردة في الجداول الثلاثة (5-6-7) يبين لنا تقديرات أفراد العينة لدرجة أهمية الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني لا تشير إلى توافر إمكانات أو مهارات الحكم الدقيق المستند إلى أسس منطقية، وربما يعود ذلك إلى طبيعة العلاقة بين أفراد العينة والتلفزيون والقائمة على أساس الترفيه والاستمتاع بوقت الفراغ، أو إلى الموقف اللامبالي لأفراد العينة في أثناء الإجابة عن أسئلة الاستبانة، أو إلى عوامل شخصية مرتبطة بأفراد العينة.

ويؤكد ما قلناه أن بعض الخصائص مثل الخبرة المهنية وتطبيق المعارف النظرية العلمية في مجال العمل، وكذلك تلك المتعلقة بالعلاقة بين المذيع وجمهور المشاهدين، جاءت في

مراتب متأخرة إلى حد ما تبعاً لدرجة الأهمية، مع العلم أن الخبرة المهنية تضم في إطارها العام تلك الخصائص التي احتلت مراكز متقدمة مثل القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة وبأسلوب سلس ومقبول. أما الخصائص التي تشير إلى العلاقة مع الجمهور (الشعبية الجيدة، القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات الجمهور ورغباتهم، القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور) فتأتي في أولويات أي عمل إعلامي، لا بل تعدّ الهدف الأول والأساسي له. فبراعة ونجاح أي متحدث أو مرسل بما في ذلك المذيع التلفزيوني إنما تتحدد كما يؤكد ولتر (Welter) بقدرته على استجلاء وتحسس احتياجات الجمهور، وكذلك بقدرته على رصد توقعات وأعراف وقيم الجمهور، الأمر الذي يساعده على تجاوز المواجهة والرفض لأفكاره وشخصه من قبلهم (الطويرقي، مرجع سابق، ص174).

5.3- مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :

(هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند مستوى الدلالة 0.01 و0.05 بين تقديرات طلبة كلية العلوم التطبيقية وتقديرات طلبة كلية العلوم الإنسانية لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي). للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بدراسة الفروق بين متوسط درجات أفراد العينتين باستخدام (ت ستيودنت) وجاءت النتائج على الشكل التالي :

الجدول رقم (8)

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	ت الجدولة	الدلالة
الكليات التطبيقية	50.31	11.87	0.10	عند 0.01	غير دال
الكليات الإنسانية	49.11	11.65		عند 0.05	غير دال

الجدول رقم (8) يبين الفروق بين متوسط درجات طلبة كليات العلوم التطبيقية ومتوسط درجات طلبة كليات العلوم الإنسانية

يبدو من الجدول السابق أن قيمة (ت) المحسوبة أصغر من قيمة (ت) الجدولة عند مستويي الدلالة 0.01 و0.05 وبذلك نقول: لا فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات طلبة كلية العلوم التطبيقية وتقديرات طلبة كليات العلوم الإنسانية من أفراد العينة لدرجة أهمية الخصائص.

5.4- مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع :

(هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند مستويي الدلالة 0.01 و 0.05 بين تقديرات الطلبة الذكور وتقديرات الطلبة الإناث لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي)

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بدراسة الفروق بين متوسط درجات أفراد العينتين باستخدام (ت ستيودنت) وجاءت النتائج على الشكل التالي :

الجدول رقم (9)

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	ت الجدولة	الدلالة
الطلبة الذكور	48.32	14.72	1.96	عند 0.01 2.57	غير دال
الطلبة الإناث	51.34	11.12		عند 0.05 1.96	غير دال

الجدول رقم (9) يبين الفروق بين متوسط درجات الطلبة الذكور

ومتوسط درجات الطلبة الإناث

يبدو من الجدول السابق أن قيمة (ت) المحسوبة أصغر من قيمة (ت) الجدولة عند مستويي الدلالة 0.01 و 0.05 لذلك نرى ألا فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات الطلبة الذكور وتقديرات الطلبة الإناث لدرجة أهمية الخصائص.

5-5- مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس :

(هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستويي الدلالة 0.01 و 0.05 بين تقديرات طلبة السنة الأولى وتقديرات طلبة السنة الأخيرة لدرجة أهمية الخصائص التي يؤكدون توافرها لدى المذيع التلفزيوني العربي)

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بدراسة الفروق بين متوسط درجات طلبة السنة الأولى ومتوسط درجات طلبة السنة الأخيرة باستخدام (ت ستودنت) وجاءت النتائج على الشكل التالي :

الجدول رقم (10)

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت المحسوبة	ت الجدولة	الدلالة
طلبة السنة الأولى	50.49	11.77	0.89	عند 0.01 2.57	غير دال
طلبة السنة الأخيرة	49.06	11.63		عند 0.05 1.96	غير دال

الجدول رقم (10) يبين الفروق بين متوسطات درجات طلبة السنة الأولى ومتوسط

درجات طلبة السنة الأخيرة.

يبدو من الجدول رقم (10) أن قيمة (ت) المحسوبة أصغر من قيمة (ت) الجدولة عند مستويي الدلالة 0.01 و 0.05 لذلك نرى ألا فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات طلبة السنة الأولى وتقديرات طلبة السنة الأخيرة لدرجة أهمية الخصائص.

يمكن تفسير نتائج الفرضيات الثلاث الأخيرة من خلال النقاط التالية :

1- إن المناهج الجامعية للكليات التي سحبت منها العينة لا تتضمن المادة العلمية أو المعارف أو المعلومات التي يمكن أن تسهم في إحداث الفروق بين تقديرات طلبة كليات العلوم التطبيقية وتقديرات طلبة كليات العلوم الإنسانية، وكذلك بين تقديرات

طلبة السنة الأولى وتقديرات طلبة السنة الأخيرة، وذلك لدرجة أهمية الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني العربي.

2- إن تقديرات الطلبة، من الذكور والإناث، ومن الكليات بنوعها، ومن السنتين، لدرجة أهمية الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني، إنما ترتبط بالدرجة الأولى بقدرة هذا المذيع على ترك انطباع جيد لديهم وذلك من خلال خصائصه ومهاراته ومن خلال تقديمه لمادة إعلامية تتفق مع اهتمامات فئة الشباب وميولهم ومتطلباتهم، التي تنتمي إليها أفراد العينة، والتي تنحصر إلى حد كبير في نطاق الترفيه والإقناع. ومن هنا كان حكمهم على درجة أهمية الخصائص من خلال تحقيق الغاية المرجوة المشار إليها وليس من خلال انتمائهم إلى جنس أو سنة دراسية أو تخصص بعينه.

3- إن تقديرات أفراد العينة باختلاف انتماءاتهم الجنسية والصناعية والتخصصية لدرجة أهمية الخصائص التي يتمتع بها المذيع التلفزيوني ترتبط بطبيعة الفئة التي ينتمون إليها، تبعاً لفئات جمهور المشاهدين، وهي الفئة التي تتميز نوعاً ما عن فئة الجمهور العادي ولكنها لا ترقى إلى فئة الجمهور النخبوي الذي يناقش ما يطرح من أفكار ورسائل إعلامية من منطلقات فكرية واعية وعلى أسس مرجعية وذلك بسبب اهتماماته وانتماءاته المهنية والاجتماعية. من هنا فإن حكم أفراد العينة على درجة أهمية الخصائص المذكورة يتأثر بطبيعة الفئة وخصائصها أكثر منه بالجنس والسنة الدراسية ونوع التخصص.

المراجع

- 1- أبو عرقوب، إبراهيم (1993) الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- 2- أرحابيل، ميشيل (1973) علم النفس ومشكلات الحياة الاجتماعية، ترجمة عبد الستار إبراهيم، دار الكتب الجامعية، الإسكندرية.
- 3- بدر، أحمد (1998) الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء، القاهرة.
- 4- بركات، فاتن (1996) اتجاهات تلاميذ الصف السادس الابتدائي نحو برامج التلفاز العربي السوري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق.
- 5- رشتي، جيهان (1975) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 6- سعد الدين، محمد منير (1991) قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي، دار بيروت المحروسة، بيروت.
- 7- شكري، عبد المجيد (1996) الاتصال الجماهيري - الواقع والمستقبل - العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 8- شلبي، كرم (1992) المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة.
- 9- الطويرقي، عبدالله (1997) علم الاتصال المعاصر - دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، مكتبة العبيكان، الرياض.
- 10- موسى، عصام (1995) المدخل في الاتصال الجماهيري، دار ومكتبة الكتاني للنشر، إربد.
- 11- A dictionary of communication and Media Studies James Watson and Anne Hill Edward Arnold(publishers)1984.
- 12- Ehninger, D& Gronboeck,B (1984) Principles of speech communication, Glenview, Hinons: Scoot, Foresman &Co.
- 13 Gumpert,G & Carthcart, R,(1982) Inter-Media, New York, Oxford University Press.
- 14- Hilliard, Robert,(1982) Radio Broadcasting, HastingHouse, publishers,N.y.
- 15- Hyde,Sturt(1971) Television and Radio Annoucing, Houghton Mifflin comp.Boston.
- 16- Leathers, D, (1976) non veerbal Communication System, Boston: Allyn Bacon Inc.
- 17- Rochin, S (1989) Psychology and Journalism, nawhka, Moscow.

- 18- Schramm, W.(1982) Men. Women, Message, and Media: understanding Human Communication , 2nd , Harper&Row, New York.

أختي الطالبة... أخي الطالب :

نعرض عليك فيما يلي مجموعة من العبارات التي تشير إلى بعض الصفات الواجب توافرها في رجل الإعلام (الذي يقدم أو يعد ويقدم برنامج أو برامج سياسية أو اجتماعية أو ترفيهية أو دينية أو اقتصادية... الخ) والذي تشاهد برنامجه أو برامجه في التلفزيون المحلي أو في الأفتنية الفضائية العربية، ونرجو منك ما يلي :

1- أن تضع إشارة (×) أمام الصفة التي تعتقد أن الرجل الإعلامي المشار إليه يتصف بها.

2- أن تحدد درجة أهمية هذه الصفة، التي قررت أنها موجودة، في تقبلك للإعلامي ولمادته الإعلامية، وذلك بوضع إشارة (×) في أحد الحقول الثلاثة المرسومة إلى يسار قائمة الصفات (مهمة جداً، مهمة، غير مهمة)

3- أن تقدم المعلومات الضرورية التالية :

*	الكلية:
*	الجنس:
*	السنة الدراسية :

ونشكرك سلفاً على حسن تعاونك وعلى إجاباتك الصادقة التي تعبر بدقة عن رأيك، والتي سوف تساعدنا في الحصول على النتائج العلمية الدقيقة.

رقم العيار	الإشارة	قائمة الصفات	مهمة جداً	مهمة	غير مهمة
1		سعة الاطلاع والمعرفة			
2		القدرة على الإقناع			
3		القدرة على جذب الانتباه			
4		القدرة على ترك انطباع طيب عند المشاهدين			
5		القدرة على تطبيق المعارف النظرية في مجال العمل			
6		القدرة على تقريب المادة الإعلامية من معتقدات المشاهدين ورغباتهم			
7		القدرة على عرض المادة الإعلامية بأسلوب سلس ومقبول			
8		القدرة على عرض المادة الإعلامية من بدايتها إلى نهايتها بصورة منطقية			
9		القدرة على جعل الجمهور يتناقش حول الأفكار الواردة في المادة الإعلامية حتى بعد انتهاء البرنامج			
10		الخبرة المهنية الكافية			
11		المستوى التعليمي الجيد			
12		القدرة على ضبط النفس			
13		احترام الرأي الآخر			
14		القوة الحسنة في الصدق وثبات الرأي			
15		الشعبية الجيدة بين جمهور المشاهدين			
16		القدرة على إقامة تفاعل جيد مع الجمهور			
17		المكانة السياسية والاجتماعية العالية			
18		المكانة الثقافية التي تتفق مع أهمية الموضوعات التي يطرحها			
19		التفاعل الانفعالي المناسب مع مضمون المادة الإعلامية			
20		الصوت المناسب للعمل الإعلامي التلفزيوني			
21		الالتياسامة الجميلة المعبرة			
22		الطريقة المميزة والمحبية في تحية الجمهور وفي عرض المادة الإعلامية			

			المظهر الخارجي الجميل (الملابس - التسريحة)	2 3
			سرعة البديهة	2 4
			القدرة على عرض المادة الإعلامية بلغة عربية سليمة	2 5
			روح الدعابة والمرح (خفة الظل)	2 6
			ملاحظ الوجه التي ترضي غرور الجمهور وميله إلى الجمال	2 7