



*Corresponding author:

**Lec. Dr. Mustafa Abbas
Muhammed Ridha**

Imam Al-Kadhumi College of
Islamic Sciences, University/
Department of media/ Baghdad
Email:
[media.lecturer11@alkadhumi-
col.edu.iq](mailto:media.lecturer11@alkadhumi-col.edu.iq)

Keywords:

communication skills, news
anchors, television news
bulletins, communication
process, television news.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 12 Mar 2024
Accepted 29 Mar 2024
Available online 1 Apr 2024



**Skills of television news announcers in the success
of the communication process**

A B S T R U C T

The aim of the research is to identify the most prominent communication skills and effective media appearance skills that television news broadcasters must possess, as they in turn contribute to the success of the series of stages that news information goes through within the communication process, starting with obtaining this information from its various sources until it reaches The receiving audience. The research also shed light on the most important success factors for broadcasters working in television channels, because of their significant impact on their success within the axis of effective media appearance, as this matter is mainly and clearly linked to attracting the receiving audience in general, especially those in the stages of Specialization in academic study in the field of media specifically in Iraqi universities.

The researcher adopted the descriptive approach, as the research tool (the questionnaire and scale forms) was designed in a manner consistent with the variables of the research title, and distributed to a survey sample of students from colleges and departments of media in Iraqi universities. The research community consisted of students in the stages of academic study of different genders, and the research sample consisted of (300) male and female students, to whom the questionnaire form was distributed electronically. The researcher reached a number of results, perhaps the most prominent of which is that the availability of media appearance skills is one of the most important factors influencing the success of the communication process.

© 2024 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss16.3472>

مهارات مذيعي الأخبار التلفزيونية في إنجاح العملية الاتصالية

م.د. مصطفى عباس محمد رضا/ كلية الإمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة/ قسم الإعلام/ بغداد
الخلاصة:

هدف البحث للتعرف على أبرز المهارات الاتصالية ومهارات الظهور الإعلامي الفعال، التي يجب أن يتمتع بها مذيعو الأخبار التلفزيونية، إذ تسهم في إنجاح سلسلة المراحل التي تخوضها المعلومات الإخبارية في ضمن العملية الاتصالية، بدءًا من الحصول على هذه المعلومات من مصادرها المختلفة لحين وصولها إلى الجمهور المتلقي، وسلط البحث الضوء على أبرز عوامل النجاح لدى المذيعين العاملين في القنوات

التلفزيونية، لما لها من أثر بالغ في نجاحهم في ضمن محور الظهور الإعلامي الفعال، إذ يرتبط هذا الأمر بشكل رئيس و واضح بجذب الجمهور المتلقي بشكل عام و لاسيما من هم في مراحل التخصص في الدراسة الأكاديمية في مجال الإعلام على وجه التحديد في الجامعات العراقية.

اعتمد الباحث المنهج الوصفي، إذ تم تصميم أداة البحث (استمارتي الاستبانة و المقياس) بشكل يتوافق ومتغيرات عنوان البحث، و توزيعها على عينة مسحية من طلبة كليات و أقسام الإعلام في الجامعات العراقية. إذ تكوّن مجتمع البحث من الطلبة في مراحل الدراسة الأكاديمية على اختلاف النوع الاجتماعي، و تشكّلت عينة البحث من (300) طالب و طالبة توزعت عليهم استمارة الاستبانة بشكل إلكتروني. و قد توصل الباحث لجملة من النتائج لعل أبرزها إن توافر مهارات الظهور الإعلامي تعد من أبرز العوامل المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية.

الكلمات المفتاحية: المهارات الاتصالية، مذيعو الأخبار، النشرات الإخبارية التلفزيونية، العملية الاتصالية، أخبار التلفزيون.

المقدمة:

تعد العملية الاتصالية من العمليات التفاعلية الاجتماعية، فالإنسان بطبيعة الحال كائن اجتماعي تواصلية. إذ تتم العملية الاتصالية بين الأشخاص بطرائق متعددة، لعل أبرزها تبادل الأفكار و الآراء و الإحساسات والخبرات، كما تعد اللغات من الأدوات الاتصالية الفعّالة بين الناس، بمستوياتها المختلفة كلغة الإشارة و لغة الجسد و اللغة المنطوقة و اللغة المكتوبة، فلعل إنشاء العلاقات الاتصالية بأطراف أخرى هي في حد ذاتها محاولة لتخطي الحواجز و الفواصل المادية التي تفصل الأشخاص عن بعضهم بهدف التقرب منهم و من رغباتهم الاتصالية. و يحدث هذا بوساطة سلسلة من الرموز التي يستطيع بوساطتها القائم بالعملية الاتصالية إيضاح المعاني لإيصالها للجمهور المتلقي؛ ليتفاعلوا معها و يستجيبوا لمدخلاتها.

تتخذ العملية الاتصالية أشكالاً متعددة، فتارةً تكون على المستوى الشخصي و تارةً أخرى مع الأشخاص الآخرين، إما بشكل مواجهي أو بوساطة وسائل معينة تقدم المعلومات الإخبارية و تختصر المسافات، إذ يتسم التلفزيون بوصفه وسيطاً اتصالياً جماهيرياً ، و يستطيع المذيع الإخباري بوساطته إيصال رسالته الاتصالية بما يحقق التأثير الفاعل و المطلوب في الجمهور المتلقي.

لعل أبرز الأهداف التي يطمح لها المذيع الإخباري في التلفزيون، هو نقل المعلومات و الأفكار و الآراء والإحساسات للآخرين بأقصى ما يستطيع من أساليب التأثير. و إذا كان ذلك الأمر هو الدور الرئيس للمذيع الإخباري في التلفزيون كقائم و مرتكز أساس في العملية الاتصالية، فإن نجاحه و تميزه في هذه المهمة يعتمد بالدرجة الأساس على إمكانياته و مهاراته الاتصالية. فالاتصال الناجح و الفعّال لا يحققه المذيع التلفزيوني إلا إذا كانت له شخصية فريدة و مائزة و قوة حضور و حوار تتضح و تتجلى بوساطة أسلوبه في عرض المعلومات الإخبارية و تقديمها بالشكل الأمثل؛ لذلك فإنه من الضروري أن يتم البحث في المهارات الاتصالية التي يستوجب على المذيع الإخباري في التلفزيون إتقانها، لتحقيق عناصر الجذب اللازمة لشد انتباه الجمهور المتلقي، بما يحقق رغباتهم في اختيار قناة إخبارية معينة عن غيرها؛ لذا لا بد من تحديد العوامل المرتبطة بقدرة المذيع الإخباري في التلفزيون في ضمن مهاراته بالتعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية في الاستوديو التلفزيوني فضلا عن مهارات الاتصال اللفظية و غير اللفظية.

المبحث الأول: منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث:

يتمثل نجاح المذيع الإخباري في التلفزيون في إيصال المعلومات الإخبارية للجمهور المتلقي بطرائق سليمة و أساليب صحيحة بحيث يُحقق بها أهداف العملية الاتصالية، إذ يتطلب منه المهارة في اللفظ السليم بفصاحة و لباقة تامتين، و كذلك القدرة على التعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية داخل الاستوديو التلفزيوني و قدرته أيضاً في التحكم بلغة جسده و إيماءاته و نظراته بما يتناغم و طبيعة الخبر المكتوب أمامه و الذي يلقيه على جمهوره (الملك، 2004). فالمهارات في التعامل مع ما تم ذكره آنفاً هي في الواقع انعكاسات حقيقية لمقدرته في الظهور الإعلامي المائز، فمذيع الأخبار في التلفزيون يسعى غالباً لأن يكون ظهوره منظماً و مثالياً لإيصال المعاني بطرائق سلسلة و يسيرة و سهلة الإدراك بالنسبة للجمهور المتلقي، و ذلك بتوظيف هذه المهارات و استغلالها بشكلٍ إيجابي و فعّال. إذ يسعى الباحث هنا للوصول للمهارات التي لا بد من توافرها في مذيع أخبار التلفزيون، فهذه المهارات تجعل من المذيع شخصية مشهورة و مؤثرة، فمعظم هذه المهارات من الممكن تعلمها و تطويرها و تميّتها بالتدريب و الممارسة التطبيقية المهنية.

ثانياً: تساؤلات البحث:

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1- ما المهارات التي يجب أن يتمتع بها مذيعو الأخبار في التلفزيون؟

- 2- هل هنالك تباين في آراء الجمهور المتلقي عن المهارات المؤثرة في نجاح مذيعي الأخبار في التلفزيون على وفق المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين من الطلبة في كليات و أقسام الإعلام في الجامعات العراقية؟
- 3- هل تختلف المهارات المؤثرة في نجاح مذيعي أخبار التلفزيون على وفق آراء الطلبة المتعرضين المتخصصين أكاديمياً؟
- 4- ما متطلبات الظهور الإعلامي الفعال التي يرغب المتعرضون للنشرات الإخبارية التلفزيونية توافرها في المذيع الإخباري؟

ثالثاً: أهمية البحث:

يعد هذا البحث من البحوث النوعية بما يرتبط بمتغيراته الرئيسة و التابعة؛ لذلك فإنه يعالج موضوعاً جديداً و قضيةً مهمةً للبحث العلمي في تخصص الصحافة الإذاعية و التلفزيونية. فضلاً عن الاثر المهم و المائز لمذيعي الأخبار في التلفزيون؛ لأنهم يعدّون حلقة الوصل بين الوسيلة الاتصالية المتمثلة بالتلفزيون و جمهوره من المتلقين. كما يسعى البحث لأن يكون دليلاً إرشادياً و مساعداً للإدارات في القنوات التلفزيونية على اختيار مذيعي أخبار التلفزيون ممن هم أكثر مهارةً و كفاءة على وفق ما يتم ذكره. كما يسهم البحث في فتح آفاق جديدة في دراسة المهارات المثلى لمذيعي أخبار التلفزيون بما يحقق نجاح العملية الاتصالية من القائم بالعملية الاتصالية وصولاً للجمهور المتلقي.

رابعاً: أهداف البحث:

تتلخص أهداف البحث فيما يأتي:

- 1- التعرف على المهارات الأبرز لدى مذيعي الأخبار التلفزيونية التي لها تأثير مباشر في نجاح العملية الاتصالية بما يتعلق بالجمهور المتلقي.
- 2- السعي لمعرفة عناصر النجاح التي لا بد من تحقيقها من قبل القائم بالعملية الاتصالية، المتمثلة بمذيعي أخبار التلفزيون بما يحققونه من عناصر جذب للمشاهد.
- 3- الوصول لجملة توصيات من شأنها وضع آليات لإنجاح العملية الاتصالية و ذلك بتحسين و تطوير مهارات مذيعي أخبار التلفزيون.

خامساً: فرضيات البحث:

- 1- هناك عوامل مؤثرة في نجاح العملية الاتصالية تتمثل بمهارات الظهور الإعلامي لمذيعي أخبار التلفزيون على وفق آراء المبحوثين من طلبة كليات الإعلام في الجامعات العراقية و أقسامها.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في المهارات الاتصالية في التعامل داخل الأستوديو لمذيعي الأخبار المؤثرة في نجاح العملية الاتصالية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مهارات الصوت و الإلقاء المؤثرة في نجاح العملية الاتصالية التي يتقنها مذيعو الأخبار في التلفزيون تعزى لأنماط المشاهدة لدى المبحوثين.

سادساً: مجالات البحث:

- أ- **المجال الموضوعي للبحث:** يتمثل في البحث في أبرز المهارات التي لا بد من توافرها في مذيعي أخبار التلفزيون، التي من شأنها أن تسهم في إنجاح العملية الاتصالية.
- ب- **المجال المكاني للبحث:** أجرى الباحث بحثه في إطار مجموعة من طلبة كليات الإعلام في الجامعات العراقية و أقسامها، و ذلك باستطلاعهم بواسطة استمارة الاستبانة و المقياس التي وزعت عليهم بشكل إلكتروني.
- ج- **المجال الزماني للبحث:** قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبانة -المؤلفة من فقرات متعددة- على عينة البحث و من ثم قام بإجراء المسح الميداني، و إخضاع البيانات للإجراء الإحصائي؛ للوصول لنتائج علمية مثبتة، للمدة من 1-1-2023 إلى 11-2-2023.

سابعاً: مصطلحات البحث:

- **المهارات:** هي السلوكيات و القدرات و الخبرات الذاتية و الاجتماعية اللازمة للأفراد للتعامل بثقة عالية بالنفس مع الآخرين، و ذلك باتخاذ القرارات المناسبة و الصحيحة و تحمل المسؤوليات الاجتماعية والشخصية، و إدراك الذات و الآخرين و تكوين علاقات إيجابية مع الآخرين، للعمل على تفادي حدوث الأزمات و كذلك القدرة على التفكير بطرائق مبتكرة و حديثة (محمود، 2005).
- **المذيع الإخباري:** لغةً: هو الشخص الذي يذيع الخبر و ينشره، فذاع الخبر أي بمعنى انتشر و أذاع غالباً ما تأتي بمعنى أفشى و المذيع هو الشخص الذي لا يكتفم السر، فقد ورد في الحديث (ليسوا بالمذاييع) (الرازي، 2017).

اصطلاحًا: هو الشخص الذي يمتاز باحترافيته في نقل و تقديم المعلومات الإخبارية بمهارته الصوتية و لغة جسده المائزة إلى الجماهير بوساطة الوسائل السمعية أو المرئية بطرائق غالبًا ما تكون خاضعة لمواصفات معينة متفق عليها من لدن الخبراء و المختصين في هذا الحقل المعرفي.

- **الأخبار التلفزيونية:** هي الأحداث ذات المدلول الاجتماعي، التي تمتاز بتأثيرها الواضح والمباشر في حياة الناس، إذ يجب أن يشعر من يتلقى الأخبار بهذا التأثير، و إلا فإن الخبر سيكون خاليًا من أي معنى أو مغزى أو هدف، و بالأصح لا يمكن أن نعهده خبرًا في حال كونه لم يُثر اهتمام الجمهور المتلقي، و على أي حال، فإن محل الاتفاق الوحيد في التعريفات المتعددة للأخبار، هو ما يتعلق باحتياجات الجمهور المتلقي، على عدّ أن هذا الجمهور هو المستهلك للرسائل التي تقدم له بوساطة وسائل الإعلام السمعية، و إن إقباله عليها يعد من علامات النجاح و إعراضه عنها يعد من دلائل الفشل (السيد و الشريف، 2005).

- **العملية الاتصالية:** عملية حيوية تبدأ عندما يبتكر المرسل أو القائم بالعملية الاتصالية الحجج و الدلائل التي يقدمها للمتلقين بما يعكس صورة إيجابية عنه. بمعنى آخر أن الاتصال نشاط شفهي يتم بوساطة إقناع المتلقين بصياغات عميقة و مهارات قوية في إعداد الرسالة الاتصالية (الشاعر، 2015).

ثامنًا: منهج البحث و تصميمه:

اعتمد الباحث في هذا البحث على المنهج الوصفي، الذي يعرف بأنه دراسة وقائع الأحداث و الظواهر والآراء و المواقف و تحليلها، و تفسيرها بهدف الوصول لاستنتاجات ذات فائدة كبيرة و معمقة (غرايية، 2008). إذ يُعتمد هذا النوع من البحوث إما لتصحيح مسارات الواقع، أو تحديثها، أو استكمالها، أو تطويرها (السيد و مصطفى، 2002). و بما يتعلق بهذا المنهج فقد تم اعتماد مسح عينة المبحوثين، فهي من المناهج التي تندرج في ضمن البحوث الوصفية، إذ تم توظيفها لقياس مستويات مهارات مذيعي أخبار التلفزيون في جذب الجمهور المتلقي وإنجاح العملية الاتصالية. فهو جهد علمي منظم يسعى للحصول على معلومات وبيانات و توصيفات عن الظاهرة موضوع البحث، إذ اعتمد البحث بشكلٍ دقيق على المنهج الوصفي بتصميم استمارة الاستبانة و توزيعها على عينة عشوائية من طلبة كليات الإعلام في الجامعات العراقية و أقسامها، ممن يتعرضون للنشرات الإخبارية التلفزيونية، فيسعى الباحث بوساطتها للإجابة عن التساؤلات المطروحة في البحث.

تاسعًا: أداة البحث:

قام الباحث بتصميم استمارتي الاستبانة و المقياس لتوظيفها في جمع البيانات الخاصة بالمبحوثين، إذ تم تقسيمها على ثلاثة أقسام: الأول تضمن البيانات الديموغرافية للمبحوثين، أما القسم الثاني فتضمن بيانات ومعلومات عن أنماط المشاهدة لديهم، في حين تضمن القسم الثالث فقرات المقياس الثلاثي التي تتعلق جميعها بمهارات مذييعي أخبار التلفزيون و ما تضيفه من عناصر قوة و تأثير في إنجاح العملية الاتصالية.

عاشراً: ثبات الأداة:

للتأكد من ثبات الأداة قام الباحث باعتماد معادلة ألفا كرونباخ في ضمن مجتمع البحث؛ لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي للأداة، إذ بلغ (0.86) في معادلة تعديل المقياس لقياس مهارات مذييعي أخبار التلفزيون و مدى إسهامها و تأثيرها في إنجاح العملية الاتصالية بما يتوافق و رغبات الجمهور المتلقي.

أحدى عشر: مجتمع البحث و عينته:

يتألف مجتمع البحث من الطلبة في كليات و أقسام الإعلام في الجامعات العراقية على اختلاف عواملهم الديموغرافية، إذ تشكلت عينة البحث من (263) طالباً و طالبة، تم اختيارهم بالاستناد الى الطريقة العشوائية بحسب متغيرات الدراسة، إذ تم توزيع (300) استمارة بشكل إلكتروني، و استرجاع (263) استبياناً صالحاً للإجراءات الإحصائية.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:

العملية الاتصالية و جاذبية التعرض:

تعرف العملية الاتصالية بأنها العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، إذ تتميز بقدرتها على توصيل الرسائل للجمهور المتلقي الذي يمتاز بالتباين في اتجاهاته و مستوياته و نسبة إدراكه و سلوكياته.

تشتمل وسائل الإعلام الجماهيري على وسائط متعددة لها القدرة على نقل الرسائل الاتصالية من القائم بالعملية الاتصالية إلى عدد كبير من الجمهور المتلقي، كما تتمثل قدرتها الاتصالية باستخدام وسائل سمعية مختلفة. (أبو اصبع، 2014)

تعد العملية الاتصالية حقيقة من الحقائق التي تتسم بالاستمرارية و التطور المستمرين، فليس لها بداية أو نهاية محددين، فنحن نعيش في بيئة اتصالية دائمة مع الذات و مع الآخرين (أبو عرقوب، 1993). فالعملية الاتصالية ظاهرة اجتماعية تمتاز بالانتشار، فهي من الظواهر العامة التي حققت ما يعرف بالانتشار الكوني واسع النطاق على مستوى الأفراد و المجتمعات. فلا يمكننا أن نتخيل أن يعيش شخص ما بمفرده أو بعيداً عن

الأحداث التي تجري من حوله. فالعملية الاتصالية تتسم بالجاذبية، إذ إن أساليب الاتصال تتمثل بطرائق مختلفة تنتقل بها الآراء و المعاني و الأفكار من شخص لآخر، و هذا من الأدلة التي تجعل العملية الاتصالية جذابة و سلسلة، مما يجعل المتلقي يستمر في تدعيم شبكة اتصالاته الاجتماعية و توسيع نطاق عملياته وعلاقاته على مستوى أوسع و أشمل (عطية و مهدي، 2004).

خصائص الاتصال الجماهيري:

- 1- يتطلب الاتصال الجماهيري وجود مؤسسات إعلامية متخصصة في إعداد الرسائل الاتصالية المنظمة والمؤثرة و إنتاجها على مستوى عالٍ من المهارة و الاحترافية.
- 2- تسير العملية الاتصالية باتجاه واحد، إذ يؤدي القائم بالعملية الاتصالية دورًا مائزًا بإرسال رسائله الاتصالية بشكلٍ معلن إلى جمهور كبير من المتلقين لا يمكن حصر أعدادهم.
- 3- غالبًا ما تكون الرسالة الاتصالية عرضة للرقابة من قبل الجهات الرقابية المتخصصة أو ما يسمى بحارس البوابة.
- 4- تبتث الرسائل الاتصالية الجماهيرية و توزع بسرعةٍ بالغةٍ بوقتٍ قياسيٍ لمناطق متعددة و متباعدة جغرافيًا.
- 5- تتسم الرسائل الاتصالية بقيمة الأنية و الفورية و الحداثة و الجدة، إذ يتم نقل الأخبار فور وقوعها (أبو عرقوب، 1993).
- 6- يُعد الاتصال الجماهيري من العمليات الأساسية و الجوهرية التي تدخل في الشؤون الاجتماعية بشكلٍ عام (عبد الرحمن، 2002).
- 7- الجمهور المتلقي للرسائل الاتصالية يتصف بكثرة عدده، و عدم تجانس أفراده في عوامله الديموغرافية، و كذلك اختلاف ميولهم و ذائقتهم (الموسى، 1997).
- 8- الاتصال الجماهيري يؤثر و يتأثر بالبيئة المحيطة بالقائم بالعملية الاتصالية التي يعمل بها؛ بسبب التفاعل القائم بينه و بين المجتمع الذي يقدم له هذه الرسائل.
- 9- غالبًا ما يتولد عن الاتصال الجماهيري تغذية راجعة أما فورية أو مؤجلة.
- 10- قد يكون الجمهور المتلقي للرسائل الاتصالية بعيدين عن بعضهم، إذ يستقبلون الرسائل نفسها في أماكن مختلفة من العالم بالوقت ذاته (أبو اصبع، 2014).

الذيع الإخباري و المهارة في إيصال المعلومات الإخبارية:

الهدف الرئيس لمذيعي أخبار التلفزيون، هو نقلهم للمعلومات الإخبارية للجمهور المتلقي المهتم بالمضامين الإخبارية بتأثير و فاعلية عاليتين. و هذا ما يلخص وظيفته بوصفه قائما بالعملية الاتصالية، إذ إن نسبة نجاحه أو تلكؤه في هذه المهمة يتوقف بشكل تام على إمكاناته الذاتية، إذ يتطلب من المذيع التلفزيوني توافر مهارات اتصالية عالية، بعضها يمكن اكتسابه و صقلها بالتدريب و الممارسة في حين لا يمكن اكتساب بعضها الآخر، إذ من الممكن أن يكون التدريب على فنون الحوار و إدارة الوقت، و مناقشة الموضوعات الإخبارية بوحدها الموضوعية المختلفة، و كل ذلك يؤدي بشكل أو بآخر في صناعة المذيع المتمكن من أدوات للظهور الإعلامي الفعّال (إسماعيل، 2003). كما أن على المذيع الإخباري في التلفزيون أن يكون بكامل التنظيم و الجهوزية، و لا سيما قبل البدء في بث النشرة الإخبارية على الهواء، و منها قراءة الجمل والعبارات و المصطلحات الأجنبية و تجهيز الأسئلة التي من الممكن طرحها على الضيوف في ضمن النشرة الإخبارية و ملاحظة ترابط النص و تشكيله بالشكل الصحيح؛ ليكون قادرًا على رواية الأحداث و سردها، بما يمكنه من إيصالها للجمهور المتلقي (Giving Presentations. Expert Solution to Everyday Challenges, 2007).

غالبًا ما يوصي خبراء الإعلام و الاتصال عند البدء بالتحضيرات و التجهيزات للنشرة الإخبارية و لاسيما مع وجود ضيف مهم مرتبط بالحدث الرئيس نفسه، بضرورة الاستفسار و جمع المعلومات و البيانات الكافية عن هذه الشخصية التي سيقابلها و يحاورها؛ لأن هذا الأمر سيؤدي دورًا أساسيًا حتميًا في انتقاء الأسئلة و كذلك في أسلوب طرحها؛ لذا فإن أسلوب التعامل يختلف باختلاف أهمية الشخصية و موقعها الرسمي والوظيفي (حميدي، 2004).

من الأمور الأساسية بالنسبة لمذيع أخبار التلفزيون، رواية الأحداث بجاذبية عالية و بنبرة و تنعيم صوتي تكون متوائمة و متوافقة مع مستوى الحدث و طبيعته؛ لتحقيق انسجام تام بين المذيع الإخباري و الجمهور المتلقي، الأمر الذي يؤدي بالنتيجة لنجاح النشرة الإخبارية التلفزيونية و تحقيق أهداف العملية الاتصالية (Sharma, 2005).

شخصية المذيع الإخباري في التلفزيون و طبيعة عمله يجب أن تعكس إحساسًا و جاذبية، و كأنه يتحدث مع صديق مقرب، و هذا الأمر لا يعني بالضرورة المظهر العام للمذيع بقدر ما يعني (الجوهر) العام للشخصية التي يجب أن تكون لطيفة و جذابة تشد الانتباه و تجذب الأذهان، و مثل هذه الخصائص الذاتية أو الملكات الذاتية التي يمكن للمذيع اللّامح أن يستثمرها و يقوم بتوظيفها في نجاحه بوصفه قائمًا بالعملية الاتصالية، فهي التي تتيح له علاقة وطيدة و موثوقة بينه و بين جمهوره، كما أن هذه العلاقة هي بالأساس مزيج من الثقة

المنطقة له من قبل الجمهور المتلقي، إذ لا يمكن إدراجها في ضمن الخصائص التي يمكن أن يتعلمها المذيع كما ذكرنا سلفاً (Stuart, 1971). ومن ثم فهناك حسابات عديدة لا بد للمذيع الإخباري أن يهتم بها ليحقق اتصالاً ناجحاً مع جمهوره، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

1- **المظهر الشخصي:** يؤدي مظهر المذيع أثراً مهماً في رفع درجة الإقناع في الجمهور المتلقي و تعزيز الثقة به لدى المتلقي و يساعده على الاستمرار في متابعة النشرات الإخبارية التي يظهر بها إلى حد كبير؛ و على وفق ذلك يبين الباحث أهم العناصر التي تؤثر تأثيراً مباشراً في مظهر المذيع ألا و هي الأزياء والمكياج، و كما يأتي(Alder, 1981) :

● **الأزياء:** على المذيع الإخباري في التلفزيون أن يختار أزياءه بطريقة تتناسب وطبيعة عمله الذي يستلزم حتماً وجود كاميرا واحدة أو أكثر و كذلك مصادر الإضاءة و الديكور الذي يكون بطابع رسمي في الاستوديو، فغالباً ما يحرص مذيعو الأخبار على اختلاف نوعهم الاجتماعي على ارتداء الأزياء الرسمية ذات الألوان الداكنة عند تقديم النشرات الإخبارية و المواجيز، على عد أن ذلك يتفق و طبيعة العروض الإخبارية التي تتسم بالجدية و الرصانة.

● **المكياج:** يستخدم المذيع المكياج بطريقة تختلف عن استخداماته الفنية و الجمالية في التمثيل، فالمذيع يسعى لأن يبدو مظهره بسيطاً بعيداً عن التكلف و التصنع، فمكياج المذيع هو مجرد تحسين بسيط للأصل الطبيعي الذي يعمل على تقليل حدة الإضاءة القوية في أثناء عملية تصوير النشرة الإخبارية أو الموجز.

2- **الأداء و تعبيرات الوجه:** يعد الصدق في الأداء من السمات الرئيسية في عمل المذيع الإخباري، فمحمل فنون الإقناع لا يمكن لها أن تكون بديلة عن الصدق في تعبيرات القائم بالاتصال و إيماءاته.

3- **الوقوف أمام الكاميرا:** يتطلب من المذيع الإخباري أن يقف أو يجلس أمام الكاميرا بثبات كبير، و عليه أن يكون حذراً من التمايل و الاهتزاز، فكلهما يعملان على نقل ارتكاز الجسم من مكان لآخر في أثناء اللقطات الطويلة، فقد يؤدي ذلك إلى تشتيت انتباه المتلقي، أما في أثناء اللقطات القريبة فقد يتسبب في عدم ظهور جزء من وجه المذيع في ضمن الإطار الكامل للشاشة (Stuart, 1971).

4- **الجلوس أمام الكاميرا:** يكون المذيع على سجيته تماماً أمام الكاميرا، و أن يضع في حسابه مجمل حركاته الجسمانية التي يقوم بتأديتها.

5- **مخاطبة الكاميرا:** من الأفضل أن يكرّس المذيع الإخباري في التلفزيون جُلَّ اهتمامه في النص و في الجمهور الذي لابد له أن يتخيل وجوده؛ لأنه موجودٌ فعلاً، إذ يمكن اعتبار الكاميرا هي البديل للجمهور المتلقي، و لتحقيق ذلك يستوجب على المذيع النظر بشكلٍ مباشرٍ لعدسة الكاميرا في أثناء عملية الإلقاء.

6- **الحركة المفاجئة:** على المذيع الإخباري في التلفزيون أن يختصر حركاته الجسمانية؛ لتنسيقها بما يتناسب و أماكن وجود الكاميرات.

7- **الاتصال بالعين:** يعني قدرة المذيع على النظر بشكل مباشر لعدسة الكاميرا و الحفاظ على ديمومة هذه النظرة للاستمرار في إلقاء فقرات طويلة من النصوص الإخبارية، و هذه مسألة مهمة بطبيعة الحال؛ لأنها تهيئ المذيع تهيؤاً تاماً للتواصل بحيث يشعر معه المتلقي بأنه يتوجه إليه بالحديث فعلياً.

8- **الاحتياط للمفاجآت:** على المذيع أن يتوقع بعضاً من المفاجآت و يكون مستعداً لمواجهةها بحيث يظل محافظاً على هدوئه المطلوب أمام الكاميرا.

9- **الإيحاء بالإقناع:** يتوقف نجاح المذيع الإخباري على مدى قدرته في إقناع الجمهور الذي يتوجه إليه برسائله الاتصالية، و لم يتمكن من ذلك ما لم يكن هو مقتنعاً و يشعر بما يقول.

تتلخص مهارات المذيع الإخباري بإخلاصه للعمل، و ذلك بتنمية قدراته و تطويرها، فهي السبيل الأوضح الذي يمكنه من الوصول للمستوى الذي يريد، و المحافظة على المستوى الذي يصل إليه (شليبي، 2008).
فالتدريب و التطوير يؤديان لتغيير المعارف و السلوك بما يرتبط بالعمل الإعلامي من طريق المشاركة بالأنشطة و اكتساب المهارات فهي جزء لا يتجزأ من عمل القنوات التلفزيونية. (عبيد و مطشر، 2023)

نظراً لطبيعة التلفزيون و عناصره البصرية، فإن التعامل مع جمهور هذه الوسيلة يختلف عن التعامل مع جمهور الراديو الذي لا يعرف عن المذيع الإذاعي إلا الصوت و ما يقرأه فقط، أما عندما يراه المتلقي فيصبح الأمر أكثر تعقيداً و يتطلب من المذيع جهداً مضاعفاً. فالشكل له مدلولاته البصرية و الذهنية و يعطي شعوراً و انطباعاً للمتلقي عن الشخصية المتحدثة و كذلك الصوت و أسلوب الطرح. فعلى المذيع الإخباري في التلفزيون أن يتحلى بشخصية مناسبة تقنع من يشاهدها على الشاشة، و ذات حضور أخذ بامتلاكه صفات محددة تسهم بشكل أو بآخر في إيصال الرسالة الاتصالية بصفقتها الفاعلة.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للبحث:

قام الباحث باختبار ثبات الأداة التي تم توظيفها في الدراسة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ؛ للتعرف على معامل ثبات الاتساق الداخلي للعينة الأصلية و بلغ (0.86) للأداة بشكل كلي.

بعد أن تيقن الباحث بأن هذه الأداة مناسبة لتحقيق أهداف البحث و الوصول للنتائج الصحيحة، تم تحديد مجتمع البحث، إذ تم توزيع (300) نسخة من استمارتي الاستبانة و المقياس، و اعتماد (263) استبياناً صالحاً

للتحليل بما يتوافق و شروط الاختبار، بنسبة استرجاع (87.7%) بشكلٍ تقريبي، إذ قام الباحث باستعراض العوامل الديموغرافية في بداية الاستمارة و من ثم طرح الأسئلة المتعلقة بمهارات مذييعي أخبار التلفزيون من وجهة نظر الطلبة الدراسين بتخصصات أكاديمية إعلامية مختلفة في أقسام و كليات الإعلام في الجامعات العراقية، و من ثم الإجابة عن استفسارات البعض عن بعض المصطلحات و المفاهيم التي تضمنتها الاستمارة، و في الجزء الثاني من الاستمارة قام الباحث باستعراض فقرات المقياس التي حددها الباحث مسبقاً، إذ أكد على ضرورة الإجابة بجدية عن فقرات المقياس، ثم قام الباحث بإدخال البيانات بواسطة برنامج المعادلات الإحصائية (SPSS) لتحليلها و التوصل إلى النتائج المرجوة و المنشودة من البحث و تقديمها ومناقشتها للوصول للتوصيات العلمية و العملية في ضوء ذلك.

المعالجات الإحصائية للبحث:

تم احتساب المتوسطات الحسابية لفقرات المقياس المتعلقة بمهارات مذييعي أخبار التلفزيون و الانحرافات المعيارية، و مدى إسهامها في تحقيق النجاح للعملية الاتصالية ككل، مما ينعكس بشكلٍ حتمي في تلبية رغبات الجمهور المتعرض للنشرات الإخبارية و المواجيز، فقد تمثلوا بطلبة كليات الإعلام في الجامعات العراقية و أقسامها.

تضمن هذا المبحث استعراضاً تفصيلياً لنتائج البحث الميداني، التي كان من أبرز أهدافها المنشودة التعرف على مهارات مذييعي أخبار التلفزيون و مدى إسهامها في إنجاح العملية الاتصالية، كما استعرض الباحث أبرز النتائج بالاعتماد على تساؤلات الدراسة و فرضياتها آفة الذكر

أولاً: النتائج المتعلقة بوصف المتغيرات الديموغرافية:

1- متغير النوع الاجتماعي:

جدول (1) يبين التكرارات و النسب المئوية تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	166	63.1%
أنثى	97	36.9%
المجموع	263	100%

يظهر من الجدول (1) أن أفراد العينة من الذكور و الإناث، بلغت (263) مبحوثاً، بنسبة مئوية بلغت أعلى مستوى لها في الذكور بواقع (63.1%)، أما الإناث بنسبة (36.9%).

2- متغير الفئة العمرية:

جدول (2) التكرارات و النسب المئوية لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
24-18	178	67.6%
30-24	34	12.9%
35-31	29	11%
45-36	16	6%
50-46	4	1.5%
أكثر من 50	2	1%
المجموع	263	100%

يظهر من الجدول (2) أن أعلى نسبة مئوية كانت للفئة العمرية (24-18) و بلغت (67.6%) ثم جاءت الفئة العمرية (30-24) بنسبة مئوية (12.9%)، و من ثم الفئة (35-31) بنسبة (11%) في حين كانت الفئة العمرية (45-36) بنسبة (6%) و بلغت أقل النسب المئوية للفئات ((50-46) و (أكثر من 50) بالنسب 1- 1.5% بشكل متتالي .

3- متغير المستوى الدراسي:

جدول (3) التكرارات و النسب المئوية لمتغير المستوى الدراسي

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	169	64.3%
ماجستير	76	28.9%
دكتوراه	18	6.8%
المجموع	263	100%

يظهر من الجدول (3) أن أعلى النسب المئوية كانت لطلبة مرحلة البكالوريوس و بلغت (64.3%) ثم تلاها طلبة مرحلة الماجستير بنسبة مئوية (28.9%)، و بلغت أقل نسبة مئوية لطلبة مرحلة الدكتوراه بنسبة (6.8%).

4- متغير التخصص الأكاديمي:

جدول (4) التكرارات و النسب المئوية وفقاً للتخصص الأكاديمي

النسبة المئوية	التكرار	التخصص الأكاديمي
22.4%	59	الصحافة
30.7%	81	الإذاعة و التلفزيون
25.9%	68	العلاقات العامة
21%	55	الإعلام الرقمي
100%	263	المجموع

يظهر من الجدول (4) أن أعلى نسبة مئوية كانت لتخصص الإذاعة و التلفزيون و بلغت (30.7%) ثم جاء تخصص العلاقات العامة بنسبة (25.9%)، و من ثم جاء تخصص الصحافة بنسبة (22.4%) في حين بلغت أقل نسبة مئوية لتخصص الإعلام الرقمي بواقع (21%).

5- عدد ساعات المشاهدة للقنوات التلفزيونية الإخبارية:

جدول (5) التكرارات و النسب المئوية وفقاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة للقنوات التلفزيونية الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	عدد ساعات المشاهدة للقنوات التلفزيونية الإخبارية
55.5%	146	أقل من ساعة
31.2%	82	ساعة إلى ساعتين
11%	29	ساعتين إلى ثلاث ساعات
2.3%	6	أكثر من ثلاث ساعات
100%	263	المجموع

يظهر من الجدول (5) أن أعلى نسبة مئوية كانت لمشاهدة القنوات الإخبارية في التلفزيون بشكل يومي (أقل من ساعة) و بلغت (55.5%) ثم جاءت المدة التي تتراوح من (ساعة إلى ساعتين) بنسبة مئوية

(31.2%)، و تلتها المدة من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) بنسبة (11%) في حين بلغت أقل نسبة مئوية (2.3%) و كانت للمشاهدة لأكثر من ثلاث ساعات.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن فرضيات البحث:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن الفرضية الأولى: تناولت أبرز المهارات لمذيعي أخبار التلفزيون و المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية على وفق آراء المبحوثين من طلبة كليات و أقسام الإعلام في الجامعات العراقية، إذ تم إيجاد المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للمهارات المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية على وفق المجالات التي تم تحديدها في البحث، و فيما يأتي استعراض أبرز النتائج:

جدول (6) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمهارات الظهور الإعلامي لمذيعي أخبار

التلفزيون

المرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مهارات الظهور الإعلامي
4	0.43	3.88	لغة الجسد
2	0.44	4.07	إدارة الحوار
1	0.47	4.28	فصاحة الكلام
3	0.47	3.94	التعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية
	0.34	4.04	المجموع

يظهر من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للفقرات المتعلقة بالمهارات المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية على وفق آراء المبحوثين تراوحت بين (3.88-4.28) كانت أعلى قيمة فيها في مهارة فصاحة الكلام، ثم جاءت مهارة إدارة الحوار، ثم تلتها مهارة التعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية، في حين بلغ أدنى متوسط حسابي في ضمن مهارة لغة الجسد.

الوظيفة الأساسية التي يؤديها مذيعو أخبار التلفزيون هي في الحقيقة مهارة إتقان الكلام و فصاحته في أغلب الأوقات و تشمل أيضًا مخارج الحروف السليمة التي تؤدي بالنتيجة لإيضاح المعاني للمعلومات الإخبارية في المقام الأول، كما أن ظهور مهارة "إدارة الحوار" بنسبة عالية يشير إلى أن المبحوثين يهتمهم بشكل دقيق الحوار الذي لا تخلو منه أي نشرة إخبارية سواء باستضافة الشخصيات داخل الاستوديو

الإخباري أو إدارة الحوار بوساطة وسائط الاتصال المتعددة مثل الهاتف أو الأقمار الاصطناعية، و بالنظر لأهمية "التعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية" نلاحظ بأنها أصبحت من الضرورات الملحة التي لا بد من أن تكتمل مع شخصية المذيع و لا تفارقه طوال مدة بث النشرة أو الموجز، و على الرغم من أن مهارة "الغة الجسد" حلت أخيراً إلا أنها من بديهيات مهارات الظهور الإعلامي، التي لا بد للمذيع الإخباري أن يتقنها باحترافية عالية.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن الفرضية الثانية:

تم إيجاد المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للمهارات المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية و المتعلقة بأبرز المهارات التي لا بد أن يتحلى بها مذيع أخبار التلفزيون في تعاملاته داخل الاستوديو التلفزيوني.

جدول (7) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمهارات التعامل داخل الاستوديو لمذيعي أخبار التلفزيون

المرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مهارات التعامل داخل الاستوديو
1	0.61	4.66	إدارة الوقت
2	0.71	4.44	التعامل مع الكاميرات
5	0.73	4.15	التناغم و التوافق مع التقنيات الحديثة في الاستوديو
7	0.86	4.07	التعامل مع جهاز القارئ الآلي
4	0.81	4.17	تلقي التوجيهات من المخرج
6	0.97	4.12	تدارك المواقف المفاجئة
3	0.47	4.28	المجموع

يظهر من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لفقرات مهارات التعامل داخل الاستوديو بوصفها عاملاً مؤثراً في إنجاح العملية الاتصالية تراوحت بين (4.07-4.66) كان أعلاها للفقرة "إدارة الوقت" التي تنص على تناول الموضوعات و مهارات التعامل مع تحديد المدة المناسبة لقراءة الخبر و الانتقال بين المضامين الأخرى للنشرة الإخبارية بمتوسط حسابي بلغ (4.66)، أما أدنى متوسط حسابي فكان للفقرة "التعامل مع جهاز القارئ الآلي"، التي تنص على أن الاعتماد الكلي هو بالضرورة يجب أن يكون لجهاز Autocue أو Auto script لتحقيق الاتصال البصري بين الملقى و المتلقي، وبلغ المتوسط

الحسابي (4.07) و هذا يدل على أن مهارات التعامل داخل الاستوديو مهمة جداً و تؤثر في نجاح العملية الاتصالية التي يشكل فيها المذيع الإخباري ركناً و مرتكزاً أساسياً.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن الفرضية الثالثة:

تم إيجاد المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمهارات الصوت و الإلقاء المؤثرة في إنجاز العملية الاتصالية، التي تعد من الضرورات المهمة في شخصية مذيع أخبار التلفزيون.

جدول (8) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمهارات الصوت و الإلقاء لمذيعي أخبار التلفزيون

المرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مهارات الصوت و الإلقاء
1	0.74	4.36	رخامة الصوت
4	0.79	4.19	قوة الصوت
6	0.90	3.97	تنغيم النص
3	0.80	4.23	المهارة في طرح الأسئلة على الضيوف
5	0.91	4.05	التفاعل مع النص
2	0.79	4.25	جذب الانتباه بالإلقاء الجيد
	4.44	4.07	المجموع

يظهر من جدول (8) أن المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لفقرات مهارات الصوت و الإلقاء بوصفها عوامل مؤثرة في إنجاز العملية الاتصالية تراوحت بين (3.97- 4.36) كان أعلاها للفقرة "رخامة الصوت" التي تشير إلى تميز الصوت عن أقرانه من المذيعين، بمتوسط حسابي بلغ (4.36)، أما أدنى متوسط حسابي فكان للفقرة "تنغيم النص" التي تنص على توظيف المذيع تنغيمًا يتناسب و مضمون الخبر الذي يؤديه أمام الجمهور، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.97) و هذا يدل على أن مهارات الصوت و الإلقاء تؤثر في إنجاز العملية الاتصالية بدرجة عالية.

النتائج العامة للبحث:

- 1- تتجح الرسالة الاتصالية إذا توافرت المؤهلات و المهارات المطلوبة لدى القائم بالعملية الاتصالية المتمثلة بالمذيع الإخباري في التلفزيون.
- 2- تثير مهارات الظهور الإعلامي حماسة الجمهور المتلقي و تعمل على تنشيط مستوى تذكره للمضامين الإخبارية التي يتم طرحها في النشرات و المواجيز الإخبارية.
- 3- تؤدي مهارات التعامل مع الجوانب التقنية و الهندسية في الأستوديو الإخباري التلفزيوني أمورًا مهمة، نظرًا للضرورة الملحة في مواكبة أبرز عناصر التطور التكنولوجي التي من شأنها إثارة انتباه المتلقي وجذبه نحو المضامين الإخبارية.
- 4- تعد مهارات المذيع الإخباري في التلفزيون من ضمن أولويات الجمهور التي يفضلها في أثناء التعرض للمضامين الإخبارية بما يشبع رغباتهم و يزيد مستوى اهتمامهم نحو الموضوعات المطروحة.
- 5- تدخل مهارات المذيع الإخباري التلفزيوني في صلب التأثير بالنسبة للجمهور المتلقي فبالمجمل تغطي على بعض الهفوات الفنية التي قد تحدث في أثناء بث النشرات و المواجيز الإخبارية.
- 6- من العوامل المؤثرة في إنجاح العملية الاتصالية، هي المهارات الاتصالية لمذيعي الأخبار، فالإتقان في توظيف المهارات يؤدي حتمًا إلى تحقيق ردود أفعال إيجابية تخص الوسيلة الاتصالية ككل.

التوصيات:

- 1- ضرورة الاهتمام بشكلٍ فاعل بصقل مهارات مذيعي الأخبار في التلفزيون بالمزيد من الخبرات لزيادة فرص إنجاح العملية الاتصالية.
- 2- ضرورة العمل على تنمية مهارات لغة الجسد، لما لها من أثر كبير في التأثير في المتلقي بجذب انتباههم.
- 3- تنبيه المذيعين على ضرورة مراعاة استخدام اللغة العربية بصورة سليمة و بفساحة تامة عند قراءة الأخبار و استخدام اللغة الوسيطة عند إدارة الحوار.
- 4- العمل على عقد الدورات المتخصصة المكثفة بالتعاون مع المراكز التخصصية في التطوير الإعلامي.
- 5- ضرورة توفير ما يلزم من التجهيزات التقنية و الهندسية في الاستوديوهات الإخبارية، لخلق بيئة عمل مناسبة تجعل من نجاح العملية الاتصالية أمرًا حتميًا.

قائمة المصادر و المراجع:

المصادر الأجنبية:

1. *Giving Presentations. Expert Solution to Everyday Challenges* .Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press (2007) .

2. Hyde Stuart .(1971) . *Television and Radio Announcing* .Boston: Houghton Mifflin Comp.
3. Richard Alder .(1981) . *Understanding Television .Essays on Television as a Social and Cultural Force* ، 2 ، 121 .
4. Seema Sharma .(2005) . *Journalism Reporting – For PG Diploma & Degree Courses in Journalism & Mass Media*.36 .

المصادر العربية و المترجمة للعربية:

5. ابراهيم أبو عرقوب. (1993). *الاتصال الإنساني و دوره في التفاعل الاجتماعي*. عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
6. أحمد السيد، و عمر مصطفى. (2002). *البحث العلمي.. مفهومه .. إجراءاته .. و منهجه*. الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.
7. أحمد عبد الملك. (2004). *كيف تصبح مذيعًا ناجحًا؟ تجارب و قواعد*. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
8. سعيد السيد، و سامي الشريف. (2005). *الأخبار الإذاعية و التلفزيونية*. القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
9. صالح خليل أبو اصبع. (2014). *الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة*. عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
10. عاصف حميدي. (2004). *العمل الإذاعي و التلفزيوني مفاتيح النجاح و أسرار الإبداع*. عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
11. عبد الحميد عطية ، و محمد محمود مهدي. (2004). *الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية*. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
12. عبد الرازق مختار محمود. (4، 2005). *فعالية وحدة مقترحة في أناشيد و أغاني الأطفال لإثراء بعض المهارات الحياتية اللازمة لهم* ، العدد (42)، أبريل، 2003، ص20. *مجلة الثقافة و التنمية*، 6(13)، 20.
13. عبد الرحمن إبراهيم الشاعر. (2015). *مهارات الاتصال (المجلد 2)*. عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع.
14. عبد الله محمد عبد الرحمن. (2002). *سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام: النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة و الدراسات الميدانية*. القاهرة: دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع.
15. عصام موسى. (1997). *المدخل في الاتصال الجماهيري*. إربد: مكتبة الكتاني للنشر و التوزيع.
16. فيصل محمود غرايبة. (2008). *الخدمة الاجتماعية في المجتمع العربي المعاصر*. عمان: دار وائل للطباعة و النشر و التوزيع.
17. كرم شلبي. (2008). *المذيع و فن تقديم البرامج*. بيروت: دار و مكتبة الهلال.
18. محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي. (2017). *مختار الصحاح*. بيروت: مكتبة لبنان.
19. محمود حسن إسماعيل. (2003). *مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير*. القاهرة: الدار العالمية للنشر و التوزيع.
20. مهند حميد عبيد، و حمزة خالد مطشر. (20، 4، 2023). *التدريب الإعلامي و دوره في تطوير أداء العاملين في المؤسسات الإذاعية و التلفزيونية*. *مجلة لارك للفلسفة و اللسانيات و العلوم الاجتماعية*، 50(2)، 522. [/doi:https://doi.org/10.31185](https://doi.org/10.31185)

