

جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والاسلامية والحضارات
قسم العلوم الإنسانية



فاعلية البرامج الرياضية في الاعلام الاذاعي المحلي

دراسة ميدانية لعينة من مستمعي اذاعة الاغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال والعلاقات العامة

إشراف الدكتور:

طريف عطاء الله

إعداد الطالبين:

عطاء الله قطشة

محمد ميلودية

لجنة المناقشة

أ / سليم معيزة رئيسا

د / طريف عطاء الله مشرفا

د / الطاهر بن دهقان مناقشا

2017-2016

شكر و عرفان

نحمد الله عزو جل حمدا كثيرا ونشكره شكرا جزيلا ،الذي اعاننا بالعلم ،
وزيننا بالحلم ، وجملنا بالعافية وانار طريقنا ، ووفقنا الى اتمام هذا العمل
كما نتقدم باسمي الشكر والتقدير والاحترام الاستاذ الفاضل " طريف عطاء
الله" الذي وجهنا بالملاحظات القيمة.

كما نتقدم بالشكر والامتنان لكل الاسرة الاعلامية لكلية العلوم الانسانية
والاسلامية والحضارات بجامعة الاغواط الذين تحمسوا بموضوع الدراسة و
شجعونا على المضي قدما فيه.

اهداء

الى امي الحبيبة

عرفانا على صبرها ودعمها

قطشة عطا الله

اهداء

اهدي هذا العمل المتواضع الى اغلى انسالة امي الغالية

والى ابي العزيز حفظه الله وكل العائلة الكريمة

الى شريكي في هذا العمل

الى كل الاصدقاء وخاصة اخي علي

ميلودية محمد

فهرس الموضوعات

الصفحة	المحتوى
	الفصل الأول الاطار العام للدراسة
	كلمة شكر وإهداء
أ	مقدمة
14	اولا : إشكالية
16	ثانيا : تساؤلات الدراسة و فرضياتها
17	ثالثا : أسباب اختيار الموضوع
17	رابعا : اهداف من الدراسة
18	خامسا : أهمية الدراسة
18	سادسا :تحديد المفاهيم والمصطلحات
20	سابعا :الدراسات السابقة والمشابهة
	الإطار النظري للدراسة
	الفصل الثاني: الاعلام الإذاعي في الجزائر
30	تمهيد
31	المبحث الأول : نشأة الإذاعة في الجزائر
31	المطلب الأول : تعريف الإذاعة في الجزائر
32	المطلب الثاني : خدمات الإذاعة في الجزائر
33	المطلب الثالث : البث الإذاعي في الجزائر
35	المبحث الثاني : تطور الاعلام الإذاعي المحلي
35	المطلب الأول : نشأة الإذاعات المحلية
36	المطلب الثاني : وظائف الإذاعات المحلية
37	المطلب الثالث : نشأة إذاعة الاغواط
39	خلاصة
	الفصل الثالث: واقع الاعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر
41	تمهيد

42	المبحث الأول : الاعلام الرياضي (تعريف - الأهمية - الأهداف)
42	المطلب الأول : تعريف الاعلام الإذاعي
44	المطلب الثاني : أهمية الاعلام الرياضي
45	المطلب الثالث : اهداف الاعلام الرياضي
46	المبحث الثاني : ماهية البرنامج الإذاعي
46	المطلب الأول : تعريف البرنامج الإذاعي
47	المطلب الثاني : الشروط نجاح البرامج الإذاعي
48	المطلب الثالث : أنواع البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط
52	خلاصة
الفصل الرابع: الجانب المنهجي	
54	المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة
54	المطلب الأول : مجتمع الدراسة وعينته
54	المطلب الثاني : منهج الدراسة وحدوده
56	المطلب الثالث : ادوات الدراسة
58	المطلب الرابع : ادوات الدراسة
58	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية
59	المطلب الأول: تحليل صحيفة الاستبيان
85	المطلب الثاني: تفسير محاور الدراسة
95	الخاتمة
96	قائمة المراجع
	ملاحق

فهرس الجداول

رقم صفحة الجدول	عنوان الجداول	رقم الجدول
58	جدول يبين توزيع العينة حسب جنس	01
59	جدول يبين توزيع العينة حسب سن	02
61	جدول يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي لافراد العينة	03
62	جدول يبين توزيع العينة حسب المستوى المعيشي	04
63	جدول يبين توزيع العينة حسب المهنة	05
64	جدول يبين توزيع العينة حسب تتبعهم لإذاعة الاغواط	06
65	جدول يبين توزيع العينة حسب متابعتهم للبرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط	07
67	جدول يبين توزيع العينة حسب ما تراعيه البرامج الرياضية لكل احتياجات وميول العينة	08
68	جدول يبين توزيع العينة حسب الوقت المخصص للبرامج الرياضية الكافية لاكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة للعينة	09

69	جدول يبين توزيع العينة حسب تحدث البرامج الرياضية عن تاريخ الانشطة الرياضية	10
70	جدول يبين توزيع العينة حسب طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في اذاعة الاغواط	11
71	جدول يبين توزيع العينة حسب البرامج الاكثر تفصيلا للأخبار الرياضية في اذاعة الاغواط	12
72	جدول يبين توزيع العينة حسب معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي التي تقدمها اذاعة الاغواط	13
73	جدول يبين توزيع العينة حسب البرامج الرياضية الاذاعية وما تعكسه من قيم وعادات الجمهور	14
74	جدول يبين توزيع العينة حسب استماع العينة لبرامج رياضية في اذاعات اخرى على اذاعة الاغواط	15
75	جدول يبين توزيع العينة حسب المبحوثين الذين اجابوا بنعم	16
78	جدول يبين توزيع العينة حسب لمقترحات لبرامج الرياضية لإذاعة الاغواط من طرف المبحوثين	17
79	جدول يبين توزيع العينة حسب اعتمادهم على اذاعة	18

	الأغواط في التحصل على الخبر الرياضية	
80	جدول يبين توزيع العينة حسب الاوقات الرياضية في اذاعة الاغواط	19
81	جدول يبين توزيع العينة حسب تقديم اذاعة الاغواط ما يحتاجه المبحوثين من البرامج الرياضية	20
82	جدول يبين توزيع العينة حسب استخدام المذيع في البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط اسلوب بسيط في التقديم	21
83	جدول يبين توزيع العينة حسب تفاعلها مع طريقة تقديم البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط	22
84	جدول يبين توزيع العينة حسب تقييم البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط	23
85	جدول يبين توزيع العينة حسب تحقيق اذاعة الاغواط التوافق النفسي للعينة من خلال البرامج الرياضية	24

مقدمة

مقدمة:

لم تستطع وسائل الإعلام الجديدة، كالإنترنت، التي تمتلك خاصية الوسائط المتعددة، أو التلفاز الذي يملك خاصية الصوت والصورة، أن تؤثر على جمهور الإذاعة التي ما زالت تجذب الملايين من الناس للاستماع إليها في جميع أنحاء العالم، وتشبع حاجياتهم الاعلامية في كل المجالات.

ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي البصري عالميا وعربيا والتي لا تنحصر في البعد التقني فحسب، بل أصبح العامل الأساس في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة، عبر إشاعة الوعي، وإغناء الفكر، وتجدد المفاهيم، وتحقيق الأثر، إذ أن التعامل مع ما هو مسموع ومرئي، تتولد عنه علاقات جديدة بمصادر الرياضة والإعلام، وهي علاقة متفاوتة التأثير، وتنوع ما توفره تقنيات الاتصال الحديثة من معلومات ومضامين رياضية.

لقد شهد العالم والمنطقة العربية تطور إعلامي كبير في المجال الرياضي، وأحدث هذا العديد من التحولات الملموسة.

وهذه التحولات بمختلف أبعادها، أصبحت اليوم تعكس حالة العلاقات القائمة بين الاقتصاد والاتصال من أجهزة ومضامين وخدمات.

إن البرامج الرياضية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين، بمختلف أصنافها وفي جميع مراحل إنتاجها، وعبر أشكال إبلاغها، ليست بمعزل عن هذه التحولات وأبعادها، فهي تدخل في صلب الصراع الإعلامي، وأنها وثيقة الصلة بالمقومات الأساسية، وبناء شخصيته ووعيه وأفق مستقبله، كما أنها إحدى مصادر التنشئة الاجتماعية نظرا لطول الوقت الذي بات يقضيه المشاهد أمام شاشة التلفزيون، والاستماع إلي المحطات الإذاعية، وقراءة الصحف والمجلات الرياضية، وفق هذه المعطيات تعد الإذاعة من بين وسائل الاتصال الأخرى الأهم من ناحية التربية، والتوجيه والتنمية والتأثير الواسع.

وبناء على هذا جاء اهتمامنا بهذه الدراسة للبرامج الرياضية الإذاعية، التي نشعر بأهمية الحاجة القائمة إليها، من ناحيتي جهات الإرسال أو القائمين بالاتصال وأقطاب الاستقبال المتمثلة بالفئات المختلفة من المستمعين والمتابعين

وتمارس وسائل الإعلام قوتها في التأثير من خلال الرسائل التي تنقلها إلى الجماهير المستهدفة، ولذلك فإن المهمة الأساسية للرسالة الإعلامية ليس فقط أن توجد وأن ترسل بل أيضا أن تصل وأن تأثر وقد تطرقنا في بحثنا هذا إلى أربعة فصول جاء الفصل الأول كإطار منهجي لدراسة ويحتوي أشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية وفرضيات الدراسة والمصطلحات اللغوية الخاصة لعنوان دراستنا كما يحتوي الفصل على الأسباب ذاتية والموضوعية وأهدافها وأهمية الدراسة والدراسات السابقة التي تصب في موضوعنا من حيث الشكل و المضمون

فأما الجانب النظري: اشتمل على فصلين ، أردنا من خلالها الكشف عن الجوانب النظرية للدراسة ، وتحديد المفاهيم المتعلقة بكل منها ، وأما الجانب الميداني فشمّل فصل واحد وقد فصلنا فيه مجالات الدراسة (الجغرافي والزمني) والمنهج المتبع في هذه الدراسة وعينتنا البحثية كما شمل تحليل صحيفة الاستبيان والنتائج العامة لكل محور وخلصنا في الأخير باستنتاج عام لدراسة .

أولا : مشكلة الدراسة و تساؤلاتها:

لقد أصبحت وسائل الإعلام المسموعة والمتمثلة في الاذاعة الجزائرية من بين الأدوات الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى البرامج الرياضية بالإذاعة الجزائرية إلى نشر المفاهيم الرياضية ، والوعي الرياضي والأخبار والمواضيع التي تساهم في تشخيص ومعالجة المشكلات التي تعاني منها الرياضة ، وذلك في سعي منها إلى لعب دورا مهما في تطوير الرياضة.

و يتميز الاعلام الرياضي الاذاعي بجمهور متنوع وغير متجانس في الإمكانيات الاجتماعية والاقتصادية، والمستوى الثقافي والتعليمي، حيث يعتبر هذا الأخير من أهم مجالات الإعلام الإذاعي لما يلقي من اهتمام وتجاوب من طرف شريحة الرياضيين بصفة خاصة والمهتمين بشؤون الرياضة بصفة عامة من أطفال، مراهقين وشباب من الجنسين وحتى الشيوخ.

كما تستهدف الإذاعة الوطنية من خلال تقديمها لخدمة الإعلام عدة شرائح و فئات من المجتمع من بينها فئة الشباب، ويعتبر الطلبة الجامعيون من أهم ما يمثل فئة الشباب في المجتمع الجزائري .

هذا من جهة ومن جهة اخرى يعتبر طلبة الجامعة من الجمهور المفترض المتابع

للبرامج الرياضية الاذاعية بإذاعة الاغواط.

فالبرامج الرياضية بإذاعة الاغواط لها جمهورها الذي يتابعها ويقبل عليها، ومن بين هذا الجمهور نجد الطلبة الجامعيين، نظرا للأهمية التي تكتسيها وهامش الحرية المتاح

فيها في طرح الموضوعات التي يرغب في سماعها، والتحليلات التي يستفيد منها ،
بالنظر للإمكانيات العلمية والثقافية التي تتمتع بها، والدور الذي تلعبه هذه الفئة في
المجتمع، ومن أهم البرامج والحصص الرياضية التي تقدمها إذاعة الاغواط " حصة
صدي الملاعب "

لذا تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية استقطاب البرامج لهذه الفئة والمتمثلة
في جمهور الطلبة الجامعيين من خلال محتوى هذه البرامج الرياضية ، وعليه وفي
سياق كل ذلك يمكن تحديد التساؤل العام للدراسة كالآتي :

هل البرامج الرياضية المذاعة بإذاعة الاغواط لها فاعلية على جمهورها الرياضي ؟

ثانيا : تساؤلات الدراسة :

- ما طبيعة البرامج الرياضية المذاعة بإذاعة الاغواط ؟
- ما مدى حرص جمهور المستمعين على البرامج الرياضية ؟
- ما طبيعة اعتماد جمهور المستمعين على البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط ؟

- ما مدى رضا جمهور المستمعين على طريقة تقديم البرامج الرياضية لإذاعة الاغواط

ثالثا : فرضيات الدراسة:

- تختلف طبيعة البرامج الرياضية المعروضة بإذاعة الاغواط وفقا لتظاهرات الرياضية بالمنطقة.
- يحرص جمهور الرياضي بشكل كبير على متابعة البرامج الرياضية.
- يعتمد الجمهور الرياضي من المستمعين على البرامج الرياضية في معرفة مستجدات الاحداث الرياضية بالمنطقة.
- جمهور المستمعين لإذاعة الاغواط راضي بطريقة تقديم البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط

رابعا : أسباب الدراسة:

* أسباب ذاتية: تتمثل في الاهتمام بالبرامج الرياضية على مستوى إذاعة الأغواط، ودائماً نتطلع لمعرفة قدرة البرامج الرياضية في جلب عدد من المستمعين والمهتمين، خاصة الشباب الذين يمثلون شريحة هامة منهم.

* أسباب موضوعية: على الرغم من توفر عدة دراسات خاصة بالبرامج الاجتماعية والثقافية والسياسية، إلا أننا وجدنا عدم الاهتمام بالدراسات الخاصة بالبرامج الرياضية على المستوى الإذاعي. بالإضافة لأهمية الموضوع الذي يأخذ رأي جمهور الرياضة كشريحة مهمة في المجتمع، وخاصة أننا نفتقد إلى إعلام متخصص على المستوى الإذاعي، وعدم وجود إذاعة رياضية توفر الوقت الكافي للحصص الرياضية، والرغبة الكبيرة والملحة في معرفة رأي فئة من المتابعين للحصص الرياضية للإذاعة، وتأثيرات هذه الحصص عليهم.

خامساً: أهداف الدراسة:

- 1- هناك هدف عام وهو يتمثل في الكشف عن مدى استطاعت البرامج الرياضية لإذاعة الاغواط ان يستقطب الجمهور الرياضي.
- 2- معرفة المواضيع التي تعالجها البرامج الرياضية في استقطب الجمهور الرياضي.
- 3- معرفة الطرح المنتهج في الحوار أثناء البرامج الرياضية الذي قد يساهم في استقطاب جمهور رياضي هام.
- 4- الكشف عن نوعية البرامج المنبثة وأوقاتها التي قد ساهمت في استقطاب الجمهور الرياضي.

سادسا: أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع حيث أن البرامج الرياضية هي ذات أهمية تربوية ترفيهية وإعلامية، لجمهورها الرياضي حيث تعتبر واعية، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة مدى استقطاب هذه البرامج وأهميته ومدى إقبال الجمهور الرياضي بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة من خلال المواضيع المقدمة وأسلوب الحوار المنتهج واختيار الوقت والبرامج.

سابعا : تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

فاعلية: هي النشاط التلقائي المؤثر والنزوع الطبيعي لإتيان الفعال ونقل مدى فاعلية شخص ما، أي ما يبديه من نشاط وفي مجال الاتصال فان الفاعلية تعني مدى نجاح القائم بالاتصال في ممارسته لمهنته. وتقاس بمدى تأثيره في الجمهور الذي يتوجه إليه، وفي أداء باقي العملية الاتصالية بكفاءة عالية¹

اجرائيا : هي قياس مد تأثير الشيء كان نقول فاعلية برامج التوعية من خطر حوادث المرور

البرامج الرياضية : البرنامج كلمة لديها عدة مفاهيم، وعموما هي الخطة التي يستخدمها الإنسان من أجل القيام بشيء معين (كحصة رياضية) ويعرفه محمود فهمي " هو شكل فني يشغل مسافة زمنية محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يوميا

¹ ابن منظور : لسان العرب (بيروت، لبنان ، 1956) ص187.

أو أسبوعيا أو نصف شهريا أو شهريا لعرض مادة .ونقصد في بحثنا هذا بالبرنامج الرياضي.²

إجرائيا : هي تلك المدة الزمنية المسموعة او المرئية عبر وسيلة اتصالية وتكون تهتم بشان الرياضي

الإعلام الرياضي : هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية كل من له اهتمام بالرياضة، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه إعلاما خاصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات، يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان، و خبرته في بيئته الاجتماعية و الرياضية، و تشكيله الثقافي، و نفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع، و يوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم و مناهض له أو مع ما هو قائم و داعم له في دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

إجرائيا : هو جزء من الاعلام الخاص ويهدف الى نشر الاخبار والمعلومات الرياضية .

² إبراهيم الامام : الاعلام الإذاعي والتلفزيون (مصر ، دار الفكر العربي ، ط2، 1995) ص 122.

الإذاعة: لغة : أذاع الخبر أي أشاعه أو نشره.

اصطلاحاً : والإذاعة كجهاز هي: " وسيلة اتصال جماهيرية، شعبية لا تعرف الحواجز القائمة بين الحدود، وهي وسيلة تتحقق فيها فورية التدفق الإعلامي على درجة عالية من الكفاءة، ويتأثر الفرد بالأداء الصوتي تأثراً انفعالياً ذهنياً دون تنحية الفكر والعقل جانباً. والإذاعة تخاطب المثقف والعامي، إضافة إلى أنها أحد وسائل الترفيه.¹

إجرائياً : هي نوع من الوسائل الاتصالية الجماهيرية له جمهوره الخاص ، وتمتاز بميزة الصوت على غرار الوسائل الأخرى

ثامناً : الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى²:

أجرى الدكتور عاطف عدلي العبد في كتابه : "بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي تحليل مجموعة الدراسات الميدانية والنظرية والمتعلقة بالإعلام السمعي البصري، المنجزة في الدول العربية، أجرى الباحث دراسة في المملكة العربية السعودية دامت أكثر من سنتين، تمثلت نسبة البحث في مجموع الدراسات التي اطلع عليها الدكتور وأعد لها مستخلصات للمركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين. ولقد اقتصرت عينة البحث على مائة واثنين وعشرين بحثاً.

¹ عربيات بشير: إدارة الصفوف وتنظيم بيئة التعليم، (عمان ، دار الثقافة للنضرة و التوزيع ، ط1 ، 2007) ، ص

121.

² الدكتور عاطف عدلي العبد : بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي (المملكة العربية السعودية) .

إن هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التحليلية، يسعى إلى التعرف على بحوث المستمعين والمشاهدين.

وإستخدم الباحث منهج المسح وتحليل المحتوى، ووضع الباحث منهجا مفروضا وتساؤلات تمثلت في تساؤل عام يهدف إلى التعرف على السمات الرئيسية لبحوث المشاهدين والمستمعين، وتساؤلات خاصة بالدراسات التي استخدمت أسلوب تحليل المحتوى، وتساؤلات خاصة بالدراسات الميدانية في الدول التي أجريت فيها الدراسة، ووسائل الاتصال التي تناولتها هذه الدراسة الميدانية.

وحلل الباحث كل دراسة على حدى، ثم أجاب عن أسئلة استمارة قد أنجزها بناء على التساؤلات السابقة، وتوصل الدكتور عاطف عدلي العبد إلى مجموعة من النتائج، حيث بلغ عدد البحوث والدراسات الميدانية (90) دراسة شكلت (73.77 % من إجمالي الدراسات عينة البحث، أما الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالدراسات الميدانية فكانت:

تحتل مصر نسبة (56.66%) من الدراسات الميدانية نسبة (16.68%) فالكويت، والسودان ثم الأردن فقط وأخيرا السعودية، الجزائر، لبنان نسبة (01.11%).
أجريت (70%) من الدراسات الميدانية لعرض عملية تمثلت في التعرف على حجم الاستماع والمشاهدة التي تخدم المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وقد أجريت (30 % من الدراسات الميدانية لأغراض عملية تمثلت في الحصول على درجات علمية، ليسانس، ماجستير، دكتوراه.

أغلب الدراسات التي أجريت على التلفزيون تبلغ (24.53%)، بينما بلغت الدراسات المجرات عليها حقا (7.78%) من إجمالي الدراسات الميدانية. أجريت (64.45%) من الدراسات على الجمهور بصفة عامة بينها (35.35%) أجريت على عدد نوعي يشمل الفلاحين، الطلاب، أبناء العمال، الشباب، الأطفال، رجال الإعلام. وقد بلغت تلك المتعلقة بالشباب نسبة (56%) من إجمالي الدراسات الميدانية التي أجريت، و(86.67%) من إجمالي الدراسات الميدانية على الذكور و الإناث معا، بينما (12.22%) على الذكور فقط (1.11%) على الإناث فقط، استعملت (95.56%) من الدراسات الميدانية المقابلة والاستمارة بينما (4.4%) استعملت البريد.

هذا بايجاز عن الدراسة الأولى، حيث يمكن التعرف على مكانة الإذاعة بين وسائل الإعلام الأخرى في الوطن العربي كذلك التعرف على جمهورها من حيث الخصائص والصفحات.

2- الدراسة الثانية¹:

دراسة ماجي الحلواني وهي استطلاع رأي الشباب تجاه الاستماع للإذاعات الموجهة للدول العربية، وقد حددت الباحثة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

هل يستمع الطلبة والطالبة إلى الإذاعات الأجنبية الموجهة للدول العربية؟

ما هي أفضل المحطات الإذاعية الأجنبية والعربية؟.

ما أفضل البرامج الإذاعية العربية؟.

¹ ماجي الحلواني : استطلاع رأي الشباب تجاه الاستماع للإذاعات الموجهة للدول العربية.

ما مدى استماع الطلاب للخدمات الإذاعية المصرية؟.

وحددت الباحثة أربعة فروض بنت عليها الدراسة الميدانية.

هناك علاقة فردية بين المكان الجغرافي والاستماع إلى الإذاعات الموجهة.

هناك علاقة فردية بين استماع الطلبة للإذاعة الموجهة (مونت كارلو) إذاعة

(الشرق الأوسط).

هناك علاقة فردية بين الجنسين والاستماع إلى الإذاعات الموجهة.

هناك علاقة فردية بين استماع الطلبة والخدمات الإذاعية المقدمة.

ثم تم إجراء البحث على طلاب ثلاث جامعات في القاهرة، الزقازيق والمنيا، وكانت

من أهم نتائجها ما يلي:

. كانت عينة جامعة القاهرة أكثر العينات اتساعا للإذاعات الموجهة والعربية، بينما .

. تعتبر عينة جامعة الزقازيق أقل استماعا للإذاعة الموجهة للدول العربية.

. تعتبر إذاعة مونت كارلو أكثر الإذاعات الأجنبية استماعا بالنسبة لجميع الجامعات

موضوع البحث، تليها من حيث الأهمية إذاعة أمريكا، وهيئة الإذاعة البريطانية، أما

أقل الإذاعات استماعا فكانت إذاعة صوت ألمانيا التي لا يستمع إليها أحد من

الجنسين.

. تعتبر الإذاعة السعودية هي أكثر الإذاعات استماعا لدى عينة الدراسات، تليها ليبيا،

وأقلها استماعا إذاعة العراق.

. تعتبر وضوح الإرسال من أهم أسباب الاستماع إلى الإذاعات الموجهة العربية

- الدراسة الثالثة¹:

قام حسام رفاي بدراسة سنة 1980، الهدف منها تحديد أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي الجماهيري، وبلغت عينة البحث 1170 من رجال الإعلام العاملين بالأقسام الرياضية والعاملين في قطاع البطولات (مدربين-حكام-إداريين-لاعبين) ومشاهدي الأنشطة الرياضية، واتبع المنهج الوصفي، وكان من أهم النتائج:

أن هناك تأثير من الصحف والإذاعة والتلفزيون على كل من المدرب والمشاهدين . . للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية.

. عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة.

. البرامج الرياضية تهتم بالنشاط الرياضي دون الاهتمام بالنواحي التربوية.

- الدراسة الرابعة² :

وهي دراسة عادل حسن سنة 1991، الهدف منها التعرف على الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى تلميذات جامعة المنيا، واتبع المنهج الوصفي حيث تم اختيار العينة العشوائية من بين الطلاب المنتظمين مع استبعاد الطلاب الراسبين. وكان حجم العينة الممثلة بنسبة 10 % من مجموع كل فرقة. وكان من أهم النتائج أن التلفزيون من أكثر المصادر للحصول على الوعي الرياضي لطلاب كلية التربية الرياضية مقارنة باقي طلاب الكليات الأخرى.

¹ حسام رفاي : تحديد أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي الجماهيري،(1980).
² دراسة عادل : التعرف على الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى تلميذات جامعة المنية (1991).

الدراسة الخامسة¹ :

هدفت الدراسة التعرف على دور الاعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة كما استخلص الباحث اشكالية دراسته كالأتي هل الاعلام الرياضي المسموع دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة ؟

وكانت الفرضيات عبارة عن فرضية رئيسية وثلاثة فرضيات فرعية على الشكل التالي
الفرضية الرئيسية :

للإعلام الرياضي المسموع دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة .

الفرضيات الفرعية :

- التعرض للإذاعة لها دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على العادات لدى الطلبة.

- الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على الجانب المعرفي لدى الطلبة الاجراءات المنهجية لدراسة الميدانية قام الطالب بإجراء دراسته على عينة تكونت من 200 طالب من قسم التربية البدنية والرياضية وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية كما استعمل الاستبيان كأداة وحيدة في دراسته وكانت النتائج المتوصل اليها كالأتي :

للتعرض للإذاعة دور في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة الاعلام الرياضي المسموع يؤثر على العادات لدى الطلبة .

¹سامي محي الدين : دور الاعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة (2009-2010)

الدراسة السابعة¹ :

أطروحة دكتورة ، تخصص الإعلام الرياضي التربوي ، بعنوان دور الإعلام الرياضي المرئي المسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا ، من إعداد الباحث مبروك براهيمي ، سنة 2012-2013

التساؤل الرئيسي: هل لمسئولي الهيئات الرياضية القدرة على صنع القرار العقلاني السليم؟

التساؤلات الفرعية: ماهي الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيرا في عملية صنع القرار داخل الهيئة الرياضية ؟

- هل صنع القرار داخل الهيئة الرياضية تتم بعقلانية و موضوعية ؟

- هل لوسائل الإعلام الرياضية دور في إثارة الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الهيئة الرياضية ؟

المنهج المتبع في دراسة هو المنهج الوصفي التحليلي وخلصت هذه الدراسة الي استنتاجات التالية:

لمسئولي الهيئات الرياضية في صنع قرارات عقلانية سليمة من خلال معرفة سليمة من خلال معرفة جوانب صنع القرار للاعلام وسائل اتصال كثيرة ومتنوعة واخذ بالتطور والتوسع وتستخدم هذه الوسائل لتوصيل البيانات والمعلومات والحقائق والافكار الى المسؤولين عن الاتحاديات تمتع الاعلام بمصداقية من وجهة نظر المسؤولين ، لكون الرسائل الاعلامية الواصلة اليهم تكون على شكل مواد اخبارية وصحفية تهدف الى

¹ مبروك براهيمي : دور الإعلام الرياضي المرئي المسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا (2012-2013)

التعريف فقط دون ان تدخل في محاولة اقناع مباشرة بالفكرة يبدي غالبية افراد العينة المبحوثة انطبعا " ايجابيا " حول اهمية الاعلام بشكل عام وقدرته الفعالة على تغيير اتجاهاتهم وميولهم بسبب نقله للوقائع والحقائق بشكل صادق وامين تعتقد الغالبية العظمة من افراد عينة الدراسة ان درجة تأثير الفضائيات بشكل عام على قراراتهم العالية وخاصة المرئية منها وذلك بالرغم من اهتمامهم ثقة عالية بمصداقية البرامج الاذاعية المتخصصة بالرياضة في نقل الخبر تلعب وسائل الاعلام المرئية والمسموعة دور كبير في عملية صنع القرار وكذا هيئة واثارة الراي العام لقبول او رفض اي قرار يصدر من الهيئة الرياضية.

الإطار النظري لدراسة الفصل الثاني

تطور الإعلام الإذاعي

تمهيد :

لقد أصبح الاعلام المسموع من بين الوسائل الهامة التي توفر المناخ الصالح لتنمية والتغير لهذا تسعى كل الدول المتقدمة والسائرة في طريقة النمو الى إعطائه أهمية خاصة مما جعل دوره يتعاضد من فترة لأخرى .

1-المبحث الأول :نشأة الإذاعة في الجزائر:

المطلب الاول : نشأة وتعريف الإذاعة في الجزائر:

1- نشأة الإذاعة في الجزائر:

يمكن تقسيم مراحل نشأة وتطور الإذاعة في الجزائر، إلى ثلاث مراحل رئيسية هي: مرحلة ما قبل الثورة، ومرحلة إبان الثورة، ومرحلة ما بعد الثورة أي الاستقلال:

أولاً- قبل الثورة:

ويمكن القول أن الجزائر عرفت الإذاعة عام 1925، عند قيام احد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100 كيلواط ثم ارتفعت عام 1928 إلى 600 كيلواط رغم أنها كانت تابعة للحكومة الفرنسية بمشاركة الحاكم العام للجزائر. في سنة، 1945 أدمجت الإذاعة الجزائرية مع الإذاعة الفرنسية وأدخلت تقنيات جديدة على محطات الإرسال، وقد بلغ عدد مستمعيها سنة 1956 ما يقارب 16 ألف جزائري.

ثانياً- أثناء الثورة:

كنتيجة لقرارات " مؤتمر الصومام " ، تم إنشاء الإذاعة السرية التي لم تبدأ نشاطها الفعلي إلا بعد أوائل 1945 يعمل بها عشر مناضلين وكانت مدة إرسالها في المساء ساعتين بالعربية والفرنسية الدارجة والقبائلية، وتشتمل برامجها على البلاغات العسكرية والتعليقات والأخبار، إلى جانب برامج أسبوعية.

وقد واجهت هذه الإذاعة صعوبات لنقص خبرة العاملين بها في هذا الميدان، وعدم توفر المواد الإذاعية، ومع ذلك فإن إنشاء الإذاعة الجزائرية، كان له اثر على الشعب الجزائري تمثل في توجيه الرجال ورفع الروح المعنوية للمناضلين وتوعية أفراد الشعب.

ثالثا - بعد الاستقلال:

في 17 أوت 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، قد قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على برامج الإذاعة إلى، أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وقبل بداية المفاوضات الهائية، قامت الحكومة المؤقتة الجزائرية بتعيين شخصية جزائرية مديرا عاما للراديو، وذلك بدلا من الفرنسيين. في يوم 23 جانفي 1963، تم توقيع اتفاقية جزائرية فرنسية، جاء فيها العمل على تبادل البرامج بين الحكومتين.

وفي 1 أوت 1963، صدر قرار ينظم راديو وتلفزيون الجزائر، اللذان تعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصرا يساعد في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري، وقد كان الراديو هو الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد وخاصة سكان الريف. بعد ذلك انتشرت الإذاعات في أرجاء بلاد الجزائر ونمت شبكات إذاعية الهدف منها هو التغطية الشاملة للبلاد، ففي سنة 1968 أسست محطة في قسنطينة وكذلك في وهران، أما في أواخر الثمانينات بعدما دخلت الجزائر في مرحلة التعددية الحزبية، ظهر هناك ما

يسمى حرية التعبير وأصبحت الإذاعة في الجزائر منذ ذلك الوقت مجالاً للتعبير عن هذه الحرية، كوسيلة إعلام جماهيرية.¹

المطلب الثاني : تعريف الإذاعة في الجزائر:

لغة: الإذاعة اسم مشتق من الفعل " أذاع"، " يذيع"، " إذاعا " وتعني: "الإشاعة" ، بمعنى النشر العام، وذيوع ما يقال، حتى أن العرب قديماً يصفون الرجل الذي لا يكتفم السر انه رجل " مذياع "، فيقال: " فلان للأسرار مذياع وللأسباب مضياع ".

اصطلاحاً: يعرفها " عبد العزيز شرف ": " عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وأدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتثقيفي والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، والتعليمية، والترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد².

كما يعرفها " محمد منير حجاب" بأنها: " أوسع وسائل الاتصال انتشاراً وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترة حواجز الأمية، والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الرسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام وهذا يعني أن الإذاعة تخاطب جميع أفراد المجتمع ذلك أنها لا تعرف الحدود إذا قارنها ببعض الوسائل الأخرى.

¹ عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، ط1؛ (القاهرة: دار الفكر العربي، 1987) ص 126 ، 128 .
² عبد المجيد شكري: المرجع السابق ، ص133

كما يعرفها " فضيل دليو" على أنها: " ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، ومن ثمة فقد شاركت مع التلفزيون خاصة وسائل الإتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه

هذا التعريف يركز على الخدمة أو الوظيفة السياسية التي تمارسها الإذاعة.¹

من التعاريف السابقة نجد أن الإذاعة كجهاز إعلامي تشتمل على:

- الإذاعة تنظيم مهيكّل في شكل وظائف وادوار.
- الإذاعة أوسع وسائل الإتصال انتشارا وأكثر شعبية وجمهورها عام.
- تغطي الإذاعة مجالا جغرافيا محدودا (الإذاعات المحلية، الإذاعة الجهوية، الإذاعة الوطنية، الإذاعة الإقليمية) كما يمكن لها أن تخرج من نطاق الدولة في بث برامجها (الإذاعات الدولية).
- تقدم الإذاعة خدمات في طوع متنوعة (إخبارية، ترفيهية، تثقيفية اجتماعية، سياسية...).

المطلب الثالث: خدمات الإذاعة في الجزائر:

أثناء الحديث عن تاريخ البث الإذاعي في الجزائر، نميز بين البث الإذاعي الفرنسي في الجزائر و بين البث الإذاعي الجزائري أثناء الاحتلال الفرنسي لسببين، أولهما أن الحديث

¹ عبد المجيد شكري: مرجع سابق، ص76.

عن البث الإذاعي الفرنسي في الجزائر إنما يعكس السياسة المتبعة من قبل الحكومة الفرنسية في هذا المجال، أو هي امتداد لإذاعة فرنسا، خاصة الموجهة للمستعمرات، و إبراز هذا العنصر أمر مهم قصد إبراز المراحل الأولى للبث في الجزائر، أما إبراز البث الإذاعي من قبل الجزائريين سواء كان انطلاقاً من خارج أو داخل الجزائر فيعكس أهم الجوانب والاستعمالات التي بدأت بها البوادر الأولى للنظام الإذاعي الجزائري في مرحلة الاحتلال، و من خلال هذا التمييز نستطيع إبراز الخلفية التاريخية للبث الإذاعي في الجزائر¹

* البث الإذاعي في الجزائر:

تطوير الشبكة الوطنية للبث الإذاعي: بعد الاستقلال عام 1962 ورثت الجزائر شبكة بث إذاعي تغطي بعض المناطق خاصة تلك الآهلة عام 1966، حيث أنشأت في هذه السنة محطتان جديدتان للإرسال الأولى بعين البيضاء لتغطية الشرق الجزائري، و الثانية بمنطقة سيدي بلعباس لتغطية الغرب الجزائري، وكانت هاتان المنطقتان تذيعان على الموجة المتوسطة بقوة 300 كيلوات و في سنة 1968 ارتفعت هذه القوة إلى 600 كيلوات لصالح القناة الأولى، و في سنة 1970 تم تعويض أجهزة الإرسال القديمة المتوسطة القوة بأولاد فايت بجهازي إرسال جديدين بقوة 600 كيلوات كل واحد منهما، الأول لصالح القناة الأولى، وقد بدأت استخدامه عام 1980، والثاني للقناة الثانية وقد بدأت استخدامه عام

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة : المرجع السابق ، ص 19 .

1983 ، و ذلك في الموجة المتوسطة، و لهذا أصبح من الممكن الاستماع للإذاعة بأغلب مناطق البلاد .من أجل إسماع صوت الإذاعة الجزائرية في الخارج تم عام 1971 إنشاء 05 أجهزة ذات 100 كيلوواط على الموجة القصيرة و 03 أجهزة بـ 50 كيلوواط لكل جهاز، و ذلك قرب منطقة أولاد فايت و هذا لإرسال برامج القناة الأولى، الثالثة و الرابعة، كما أقيم جهاز بقوة 1500 كيلوواط على الموجة الطويلة لصالح القناة الثالثة و ذلك بمنطقة تيبازة غرب العاصمة، كما تم وضع جهازين آخرين الأول بقوة 20 كيلوواط بأولاد فايت على الأمواج المتوسطة والثاني بقوة 04 كيلوواط بعين الحمام قرب تيزي وزو، و هما جهازين مستعملين ، بهذا تم تغطية الشمال الجزائري بالبث الإذاعي على الموجة المتوسطة لصالح القناة الثانية والقبائل، وبعد ما أنجز في الشمال على صعيد أجهزة الإرسال توجهت الأنظار إلى الجنوب الشاسع حيث أقيمت انطلاقا من عام 1972 أجهزة أخرى لاستقبال الموجات و إعادة بثها وكان الغرض من ذلك راجع لكون الصحراء الجزائرية واسعة جدا لهذا فإن الاهتمام بهذا النوع من الأجهزة ضروري لتغطية أكبر نسبة من مساحات الجنوب، ففي هذه السنة تم وضع جهاز إرسال بقوة 300 كيلوواط على الموجة المتوسطة في منطقة بشار لصالح القناة الأولى، و جهاز ،ثاني بقوة 1500 كيلوواط بورقلة بنفس القناة قامت بها جهات تقنية في مجال البث الإذاعي أن المساحة الشاسعة للبلاد خاصة في الجنوب وكذا الظروف المناخية و الجغرافية المختلفة غير مناسبة لإنجاز شبكة أرضية عالية من الحزم الهرتزية، الشيء الذي يتطلب توظيفات مالية

عالية، و لهذا تقرر إنجاز شبكة للاتصال عبر القمر الصناعي، و تم الاتفاق بين الجزائر والمنظمة الدولية "أتلسات" على استئجار قناة قصد استعمالها للاتصال الداخلي و نقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى كافة سكان الجنوب، و من أجل تحقيق الربط تم إنشاء عدة محطات فرعية أرضية في مختلف مناطق الجنوب الجزائري وكلها مشتركة مع محطة الأخرى للاتصالات عبر الأقمار الصناعية، و بهذا أصبح الاستماع للراديو ابتداء من عام 1978 متكاملًا و يتم في أغلب مناطق البلاد، و في مختلف أنحاء العالم. بالنسبة للقنوات الموجهة للخارج، بقي قطاع الإذاعة يسير وفق النهج حتى عشية التحول الذي عرفته الجزائر بعد إقرار دستور¹ 1989.

2- المبحث الثاني: تطور الاعلام الإذاعي المحلي :

* المطلب الأول : نشأة الإذاعات المحلية:

ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية هزيلة، محدودة الانتشار كانت موجهة مسخرة لخدمة الخطاب السياسي والاستعماري، وليس لخدمة الشعب حيث يقول فرانس فانون: "هذه الإذاعة كانت تقابل بالرفض، والنفور من قبل شعب الجزائر، لأنها لم تكن تعبر عن آرائه، وتطلعاته وطموحاته في التحرر، والعيش الكريم، بل إنها كانت تحمل أفكارا، وسموما لتهديم أصالة، ودين هذا الشعب وكل ما يتعلق بشخصيته". وعلى هذا كان على الجزائر بعد الاستقلال، أن تواجه هذا التحدي الإعلامي والتقني، لإسماع صوت

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة : المرجع السابق ، ص27

الجزائر، ومحاولة إشباع مختلف رغبات الشرائح الاجتماعية، بما يخدم التراث والثقافة، التي تعبر عن امتداد هذا الشعب في عمق التاريخ، من خلال إنشاء العديد من المحطات الإذاعية المحلية في العديد من مناطق القطر الجزائري، كان ذلك بقرار من المدير العام للإذاعة، ويشترط من أجل إنشائها قدرة السلطات المحلية على تغطية ميزانيتها بنفسها، حيث تزامن تأسيس هذه المؤسسات مع فترة الانتقال من سياسة الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية، ومن ثمة إلى الإعلام التعددي وبذلك ظهرت أول إذاعة محلية سنة 1990 وهي إذاعة التكوين المتواصل ثم تلتها إذاعة بشار، متيجة، ورقلة (والبهجة، سيرتا...) مجلة الشاشة الصغيرة 1996 ، ع 40، 15) (أنظر الملحق 2 وتواصل انتشار الإذاعات المحلية عبر كل جهات القطر لتصل... في 14 جوان 2004 إلى 28 (2004- إذاعة محلية وموضوعية (إذاعة الزيبان الجهوية خمس سنوات من الحضور والتميز) (1999) وتبلغ حاليا حوالي 32 إذاعة محلية حسب ما أورده نشره الثامنة للتلفزيون الجزائري بتاريخ 28 أكتوبر 2006 بمناسبة مرور 44 سنة من استعادة السيادة على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون¹

المطلب الثاني : وضائف الإذاعة المحلية

* الوظيفة الإخبارية :

تقوم بنقل الاخبار التي تهتم افراد المجتمع المحلي سواء كانت محلية او قومية او عالمية

¹ مصطفى محمد عيسى فلاتة : الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم (الرياض ، السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1997) ، ص 17.

لها ارتباط وصيق ومباشر بالمجتمع المحلي

*** الوظيفة التعليمية والتثقيفية :**

حيث تعمل الإذاعة المحلية على القيام بدور فعال في محو الامية عن طريق تقديم برامج يتعلم بواسطتها الاميون القراءة والكتابة كما تلعب الإذاعة دورا أساسيا في التوعية بالمشاكل وحث المواطنين الاميين على التقدم لمداس محو الامية من اجل تعليمهم كما تبث برامج تعليمية تثقيفية كخدمة للطلبة والطالبات في المدارس والمعاهد في الجامعات أيضا .

*** الوظيفة التنموية :**

ويتمثل دورها في المجال الاقتصادي وذلك ن خلال الإعلانات التجارية والبرامج والتوعية بالمشكلات القائمة وبالحاجة الى التنمية مع ابراز الأسباب وتقديم الحلول وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الإيجابية في عمليات التحول وإتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور مسؤولين والتأكيد على الحلول القائمة وكذا التأكيد على الجهود الذاتية مع تنمية المهارات بتقديم معلومات وارشادات متعلقة بالزراعة والصناعة والتجارة...

*** الوظيفة الترفيهية :**

لا يقل هذا الدور للإذاعة المحلية أهمية عن الوظائف الأخرى فهي تربط تلك الوظائف ببعضها اذ انها تعلم وتنمي وتثقف وكل ذلك في قالب هزلي او مسابقة

*** الوظيفة الاجتماعية :**

ويكون ذلك من خلال اكتشاف المواهب الفنية والأدبية والعلمية والعمل على بلورة المواهب من خلال اتاحة الفرصة الكاملة لكل هؤلاء لكي ينطلقوا من الإذاعة المحلية

المطلب الثالث: نشأة إذاعة الاغواط :

تعد إذاعة الاغواط رابع ضرح اعلامي جوارى ضمن شبكة الإذاعات الجهوية بعد اذاعات بشار و متيجة و ورقلة حيث شرعت ف بث برامجها بتاريخ **05 نوفمبر 1991** م على الموجة **783 كيلوهرتز** ، انطلقت كمرحلة أولى في بث تجريبي تحت اشراف الفقيه محمد بوثلجة رحمه الله رئيس المشروع على مدى ساعتين يوميا ماعدا الخميس والجمعة .

وقد رافق المرحوم بوثلجة في بداية المسيرة المهندس جمال رحالي والممثل والمنشط والمنتج علي بورزق وعميد التقنيين العم محمد ريان المعروف (بالكيت) وعدد من العناصر التي بدأت مشوارها المهني في إذاعة الاغواط التي توسع بثها الى ولايات الجلفة والمدية والبيض وغرداية المسيلة بفضل جهاز ارسال بقوة **25 كيلواط** حيث وصل شعاع البث الى حدود **220 كلم** مما جعل إذاعة الاغواط تستقطب جمهورا واسعا.

وفي الفاتح **جانفي 1993** م توسع حجم الساعي الى ثلاث ساعات من **10 00 صباحا** الى **13 00 زوالا**، كما ساهمت إذاعة الاغواط بداية من جوان من نفس لسنة في اثناء برنامج القناة الأولى من خلال ارسال الليلي من **01 00** الى **06 00 صباحا** على الموجة الوطنية ، ويعد تاريخ **28 سبتمبر 1996** م نقلة نوعية في مسيرة إذاعة الاغواط حيث

تضاعف الحجم الزمني للبرامج اليومية الى 08 ساعات يوميا من 09 00 صباحا الى الساعة 17 00 مساء لينتقل الى 12 ساعة في جوان 2006 .

هذا التطور في الحجم الساعي واكبه تطور في مضمون وتنوع البرامج في مختلف الأنواع الاذاعية خاصة البرامج التفاعلية والجورية التي استقطبت جمهورا واسعا من مختلف الفئات منها: من عمق السهوب - مساحة الراي - ديوان البادية - اليك سيدتي - ضيف على الخط - اثار ومعالم - في ضيافة السهوب - صور من المجتمع.

علاوة على برامج ومواعيد إخبارية تواكب المسيرة التنموية للولاية وتعكس بشكل مباشر انشغالات المواطنين منها: من تحقيقات المحطة - بصراحة - أضواء على البلديات - كما استحدثت مواجيز إخبارية على راس كل ساعة ونشرات إخبارية يومية.

ويسجل لإذاعة الاغواط انها شريان لنبض المجتمع وجمهورها فيهب كل مرة ملبيا نداءها التضامني فساهمت براديو طون 08 سبتمبر 2000 على مدى 03 أيام تحت شعار (محفظة تسعد طفل) لفائدة التلميذ المتمدرسين أبناء العائلات المعوزة.

وإذا كانت إذاعة الاغواط انطلقت بتجهيزات تقنية بسيطة تطورت خلال مسيرتها فهي اليوم تعانق عصر الرقمية باستديو رقمي وشبكة اعلام الي تسهل أداء جميع صناعات الرسالة

الإعلامية لإذاعة الاغواط من حيث المضمون وتنوع البرامج¹

¹ مقابلة أجريت مع الصحفي : ياسين رهوي ، لإذاعة الاغواط، 11-04-2017 ، 14:35 .

خلاصة :

تعد الاذاعة احد وسائل الاتصال الجماهيرية الاكثر شعبية اذ انها تمتاز بجمهورها الخاص

وتمتاز عن غيرها من الوسائل الاتصالية الجماهيرية الاخرى بميزة الصوت والتفاعلية والتأثير

المباشر في جمهوره باستعمالهم حاسة السمع فقط .

الفصل الثالث

واقع الاعلام الرياضي في الجزائر

تمهيد :

ان الإخلاص لمفهوم الرياضة الحقيقية يقتضي الثقافة البدنية بالثقافة العقلية ربطا وثيقا كما يقتضي التأكيد على حقيقة ان الحياة الرياضية عنصر أساسي من عناصر الحياة الثقافية وان المنافسات الرياضية حين نظر اليها وفق هذا الفهم الصحيح تصبح عبارة عن مشهد عرض فني وتالف بالتالي جزء من الحياة الثقافية .

المبحث الأول : الاعلام الرياضي (تعريف الأهمية والاهداف)

المطلب الأول : تعريف الاعلام الرياضي.

هو عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية ، وشرح القوانين الخاصة بالألعاب الرياضية للجمهور ،ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع للتنمية والتوعية الرياضي، وهو جزء من الاعلام الخاص ، لكونه يهتم بقضايا واخبار الرياضة والرياضيين¹ يوشر كل من خير الدين عويس وعطاء الله عبد الرحيم الى ان الاعلام الرياضي هو تلك العملية التي تتم بنشر الاخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب ووجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي

ويرى محمد الحماحي²: ان الاعلام في الاعلام الرياضي بعد تلك المنظومة التي تتم بنشر الاخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بذلك الاعلام ، وبغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تتم بتوضيح الرؤى نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة لتربية البدنية والرياضية ، وذلك من خلال الوسائل الاعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بذلك الاعلان

¹ ا.د. خير الدين علي عويس و م.م. عطا حسن عبد الرحمن : الاعلام الرياضي (مصر ، القاهرة، مركز الكتاب لنشر ، ج1، ط1)، 1998،

ص20،

² مصطفى محمد عيسى فلاتة : المرجع السابق ، ص19 .

لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة اوجه النشاطات الرياضية المختلفة وتوجيههم نحو استثمار اوقات فراغهم في متابعة الاحداث الرياضية .

ونظرا لأهمية دور الذي يؤديه الاعلام في هذ المجال فان الميثاق الدولي لتربية البدنية والرياضية قد اكد في مادته الثامنة على اهمية ادراك العاملين بمجال وسائل الاعلام الجماهيرية لمسؤولياتهم التربوية نحو الاهمية الاجتماعية والانسانية لتربية البدنية والرياضية مع التأكيد مع التربويين في هذا المجال في تقديم الاعلام يتميز مضمونه بالموضوعية ومدعما بالوثائق المرتبطة بمادته الاعلامية .

كما ان اللجنة الأولمبية الدولية تؤكد على التواجد الاعلامي في المهرجانات الالعب الأولمبية التي تنظمها حين ينص الميثاق الاولمبي في مادته (59) على اهم ما يلي¹ :

لضمان التغطية الاعلامية الكاملة لأنباء واحداث الالعب الاولمبية واتاحة الفرص لمتابعتها ، فانه يجب اتخاذ كافة الاجراءات الضرورية التي تمكن وسائل الاعلام المختلفة من اداء مهامها على أكمل وجه ممكن لتغطية كل اخبارها وأحداثها.

ينبغي تسجيل كل مهرجان للألعاب الأولمبية على افلام اولمبية بطريقة التحليل الحركي وذلك حتى يتم التوثيق لحدث هذه المهرجانات ومن الرجوع الى هذه الافلام في الوقت المناسب .

¹ الزاوي احمد المهدي : الاعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري (قسم التربية البدنية ، جامعة الجزائر ،) 2007-2008،ص149

يكون المكتب لتنفيذي للجنة الاولمبية الدولية مسؤولا عن القضايا الإعلامية المرتبطة بالألعاب الاولمبية بما في ذلك إصدار أو سحب البطاقات الهوية الأولمبية أو بطاقات الإعلام للإعلاميين.

هذا وقد تم تحديد في الملحق الخاص بهذه المادة 59 بعض الإجراءات المرتبطة التغطية الإعلامية للألعاب الأولمبية وهي:

- يتم اعتماد كافة المراسلين للألعاب الأولمبية وفقا لما حددته نصوص مرشد دليل الإعلاميين ، حيث يقوم اللجان الأولمبية الأهلية بإرسال طلبات مشاركة الإعلاميين الى اللجنة الأولمبية الدولية في الموعد المحدد لذلك ، و يستثني من ذلك الهيئات الإعلامية المتعاقد على تغطية هذا الحدث ووكالات الأنباء المعتمدة حيث يرسل مراسلوها طلباتهم مباشرة إلى اللجنة الاولمبية الدولية.

- يمنح الاعتماد للمراسلين الإعلاميين من الدخول إلى متابعة أحداث الألعاب الأولمبية ومجرياتها.

- ولم يتوقف اهتمام اللجنة الأولمبية الدولية عند هذا الحد بالإعلام في المجال الرياضي بل عقدت مؤتمر في الفترة من 29 أوت إلى 3 سبتمبر من عام 1994م بباريس وقد تابع موضوعات ومناقشات هذا المؤتمر ما يقارب 3427 مسؤولا من أعضاء اللجنة الأولمبية الدولية و ممثلي اللجان الأولمبية الأهلية وبعض الرياضيين وكذلك ممثلي عن الإعلام ،

وكانت الرياضة ووسائل إعلامها مدرجة في الموضوعات التي قام المؤتمر بمناقشتها ، وفي ختام أعمال المؤتمر اصدر 7 قرارات ترتبط بمجال الإعلام هي:

أن الاتصال الذي استمر لقرن من الزمن بين الحركة الأولمبية ووسائل الإعلام كان مؤثر في دعم التربية البدنية والرياضية وساهم في تطويرها كما أسهم في الارتقاء بالمنافسات الرياضية.

يجب توجيه وإرشاد الإعلاميين في مجال الصحافة إلى فرص التدريب المتاحة لهم لزيادة معرفتهم ومعلوماتهم ، حتى يتسنى تأكيد مزايا الحركة الأولمبية والرسالة الإنسانية للرياضة. يجب توفير التسهيلات للمراسلين الإعلاميين لأداء عملهم بكفاءة مقابل بعض التكاليف المادية التي يت وسائل الاتصال في تغطية الأحداث الرياضية.

التأكد على وصول تغطية اللعاب الأولمبية إعلاميا إلى كافة دول العالم مع توجيه اهتمام ، خاص بتغطية أحداث الرياضيات المدرجة بالبرنامج الأولمبي .

المطلب الثاني : أهمية الاعلام الرياضي.

يعتبر الاعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب ، بل والتعليمية ومراحلها المتلفة ، تتجاوز وتقرب الفروق بين الناس عن كريق ما تنتشره من خبرات تعدل من سلوكهم كبارا وصغارا بما يتلائم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة .

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ، ظهر بجلاء بعد انتشاره في نطاق واسع في القرن 20 لظلك اخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية ، تخصص لها الصحف و القنوات الاذاعية التلفزيون وتوجهها نحو أهدافها الداخلية ، من حيث رفع المستوى الثقافي ورياضي للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم ، وتعريفهم بدور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة .

واستخدامها أيضا للوصول لأهدافها الخارجية ، من حيث تعريف العالم بحضارات شعوبها الرياضية ، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات ، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، تبرز أهمية الاعلام الرياضي وضرورة أحاطت الفرد بالمجتمع ، وكل ما يدور به من احداث وتطورات في هذا المجال ، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات واخبار الرياضيين .

ومن هنا تتضح أهمية الاعلام الرياضي للقيام بواجبه ، هذا بالإضافة الي زيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الاخرى سواء الاقتصادية او الاجتماعية او السياسية ، وعدم قدرة الفرد على ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات ، والطبي يعد امرا صعبا ، فاقبل ما يوصف بهذا العصر هو انه عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر ، والاقمار الصناعية وضهور شبكة معلومات الانترنت . ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية

والملحة في قيام الاعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات فيما يساعد جمهور الرياضة على استعادة كل ما ه جديد في مجال الرياضة والتجاوب معه.¹

المطلب الثالث: اهداف الاعلام الرياضي :

نشر الثقافة الرياضية ، من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها .

تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها ، حيث ان لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي المتفق مع تلك القيم والمبادئ ، لان التوافق سمة من سمات المجتمع .

نشر لأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها ، لكي تون امام الراي العام في المجال الرياضي ، وإعطاء الفرصة اتخاذ ما يراهن قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات ، وهذه هي أوضح أهداف الاعلام الرياضي التي ترمي الى توعية الجمهور رياضيا من خال امدادهم بالمعلومات التي تستجد في حياتهم علة المستوى المحلي والدولي .

الترويج عن الجمهور وتسليته بالأشكال والطرق التي تخفف عنها صعوبات الحياة اليومية

¹ مبروك بريهمي : دور الاعلام الرياضي المرني في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة ، (قسم التربية البدنية والرياضية ،كلية العلوم إنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة) 2011-2012 ص68

الاعلام الرياضي يتضمن جانبا من الاختيار ، حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول اليه ، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم ، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة ، وهذا حديث تلفزيوني موجه الى جمهور كرة اليد وهكذا .
الاعلام الرياضي يتميز انه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ، ويخاطب قطاعات كبيرة من الجماهير .

الاعلام الرياضي في سعيه لأجتذب اكبر عدد من الجمهور ، يتوجه الى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها اكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين .

الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها بسبب تفاعل بينه وبين المجتمع ، وحتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لا بدى له أولا من وسائل إعلامية رياضية تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في المجتمع ، فالأعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع ¹ .

المبحث الثاني : ماهية البرنامج الإذاعي

المطلب الأول : تعريف البرنامج الإذاعي

كلمة البرنامج لها معاني مختلفة حسب طبيعة استعمالها ففي حين نجد البرنامج الاقتصادي والدراسي والسياسي هو عموما الخطة التي يستخدمها الانسان من اجل القيام

¹ ميروك بريهمي : المرجع السابق ،ص 199

بشيء معين ، فان مفهومه في ميدان الاعلام : شكل فني يشغل ساحة زمنية محددة ويقوم في مواعيد ثابتة سواء يوميا او اسبوعيا او شهريا او لعرض مادة سوء كانت علمية او فنية او ثقافية او دينية¹

يعتبر بعض الباحثين مجموعة الحصص التي تتناول موضوعا او اكثر في شكل فني مميز يختلف عن اللقاء العادي غالبا ما يعالج حديثا سياسيا او قضية اجتماعية كالبطالة ، أزمات السكن ، عالم الشغل ، الصحة كما انه يكون اشبه بالمجلة الأسبوعية التي تجمع بين الاخبار والريپورتاجات والتحقيقات الأسبوعية ' ويقول محمود فهمي : البرامج هي تلك القائمة من حصص الراديو والتلفزيون لفترة مغطات مع حجم الساعات والمواضيع .²

وعموما فالبرنامج الإذاعي هو حصة تخصصها الإذاعة لوقت محدد لبث قضايا تتعلق بمختل الجوانب الحياة وتهم المستمع . يحاول هذا البرنامج معالجتها من احدى او كل ابعادها ، كما تستخدم فيها المؤثرات الصوتية والموسيقية حتى لا يشعر المست بالملل.

المطلب الثاني : شروط نجاح البرنامج الإذاعي

ان نجاح أي برنامج إذاعي يتوقف على جملة من الشروط أهمها :³

¹ الزاوي احمد المهدي : الاعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري، ص203

² مبروك بريهمي : المرجع السابق ، ص196.

³ مجلة التربية الرياضية : تأثير نظام العولمة على مستقبل الحركة الرياضية ، الاعلام الرياضي ، المد الثاني عشر ، العدد الأول ، 2003، ص165.

- يجب على مقدم البرامج ان يتحكم في المعلومات التي ترتبط بالموضوع او القضية المطروحة فلا يظهر عليه الاضطراب والارتباك والتوتر في التقديم واللقاء ، لان ذلك ينعكس مباشرة سلبيا الى المجتمع فيؤدي الى نفوره وتخليه عن متابعة البرامج .
- اختيار الوقت المناسب في توافق بث البرامج مع وقت فراغ المستهدفين .
- مراعاة التسلسل المنطقي للكلمات أي من الأهم الى الهام الى الأقل أهمية حتى يتسنى للمستمع متابعة البرنامج .
- حسن ادئى ، حيث يلعب الصوت دور كبير في نجاح البرنامج وعلى المذيع او المقدم ان يراعي ذلك ، فمثلا البرامج الثورية تستهوي العاطفة وتدعو الى الحماس وتتطلب صوتا قويا ناعما وطريقة معينة في الأداء ، وعلى المذيع ان يكون ذكيا في اختيار الأسلوب الأفضل في تقديم البرامج وان يكون منسجما ومتفاعلا مع المادة المذاعة ، كما عليه التركيز على ما يريد ايصاله الى المستمعين من بداية البرنامج حتى نهايته وعدم مقاطعة من استضافهم إلا في حدود المعقول .
- على المذيع او مقدم البرنامج ان يكون متواضعا ، فالغرور والمظهرية صفتان ممقوتتان من قبل الجمهور كما عليه الانتقال من موضوع الى أخرى او من نقطة الى أخرى بسلاسة .
- وما يجلب المستمع الى البرنامج بالإضافة ما سبق المؤثرات الصوتية والموسيقية التي تضيفي على البرنامج عنصر نشاط والحيوية فلا يصبح مجرد احاديث وحوارات جافة .

المطلب الثالث: أنواع البرامج المبثثة في إذاعة الاغواط

عوامل نجاح البرنامج الإذاعي:

يتوقف نجاح البرامج الإذاعية في مراحلها المختلفة (البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء،

(141- الإخراج) على عدة عوامل أهمها:

- البرمجة المناسبة: من حيث الترتيب، والتوقيت الساعي، والتنويع.
- حسن إلقاء المذيع وتنشيطه للبرنامج بحيوية، وعفوية، بعد التحضير الجيد لموضوعه.
- الدقة في الإخراج، وجعله مناسباً لطبيعة البرنامج، وموافقاً لرغبة المستمع، مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام.
- هذا بالإضافة طبعاً إلى حسن الإرسال، والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني.

أنواع البرامج الإذاعية:

يمكن تصنيف البرامج الإذاعية إلى ما يلي:

أ. البرامج الإخبارية:

وتضم النشرة الإخبارية، التحقيقات واللقاءات، وكل البرامج الإخبارية التي تصحب النشرات من تعليق وتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار البرامج الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية، وكذا البرامج الإخبارية التي تهتم بالندوات الصحفية، واللقاءات مع الشخصيات البارزة في المجتمع، وتقديم المعلومات والأحداث والحقائق عن العالم من خلال مراسلين أكفاء، ووكالات أنباء، كما يدخل ضمن هذا البرنامج المواضيع والأحداث الرياضية في الوطن، والعالم، المسجلة والمباشرة.

ب. البرامج الرياضية:

تحظى البرامج الرياضية في غالبية محطات الإذاعة والتلفزيون العالمية باهتمام بالغ، نظراً لما للرياضة من أثر عظيم في بناء الإنسان وتنشئته، وتتميز الفقرات الرياضية بالحيوية والحركة، وهما من أهم عوامل التشويق، وجذب انتباه المشاهدين، وإثارة اهتماماتهم، وتقديم الفقرات الرياضية يكون في العروض الإخبارية أو في برامج خاصة بها.

ج. البرامج الثقافية التربوية:

وتتدرج ضمنها كل البرامج التي تبرز قيم وعقائد الشعوب وأفكار معينة لتتویر الجمهور، إما أن تكون على شكل مجلة ذات فقرات متنوعة تشمل لقاءات حية، أو ندوات أو معارض... ، أو كل ما من شأنه أن ينشر الثقافة والتعليم.

د. البرامج الدينية:

ويشمل هذا النوع من البرامج: تلاوة القرآن الكريم، الأحاديث النبوية الشريفة والصلوات، محادثات أو ندوات في مجال الدين، والتي تتعلق بجوانب، التوجيه والسيرة والتربية...

هـ. البرامج السياسية:

وهي البرامج التي تهتم بالحياة السياسية الوطنية منها والدولية، كمناقشة القرارات الصادرة عن السلطة، طرح البدائل، وإعطاء وجهات نظر، وإجراء مقابلات، ولقاءات حول موضوع من المواضيع التي تهتم بالحكومة والدولة.

و. البرامج الاجتماعية والاقتصادية:

وتهتم بالقضايا الاجتماعية المختلفة للأفراد، والتعريف بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدولة أو المجتمعات والمساهمة في دفع عجلة التنمية، وهي بذلك تقدم خدمة اجتماعية مميزة للمجتمع، كما تهتم بقضايا الطفولة، وحقوق الإنسان، ومشاكل الشباب...

ز. البرامج الترفيهية:

وتشمل البرامج المتنوعة التي تتميز بالخفة، والحركة الطليقة والمشاركة في معظم محطات الإذاعة، وتصدر منوعات من الأغاني والوجوه الفنية، الألعاب الجماعية، الألغاز والمسابقات، وهي تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة، وتنشيط فكر المستمع وتنقيفه من جهة أخرى، لذلك فهي تحاول جذب أكبر فئة من الجمهور لها، كما تشتمل كذلك المسلسلات الإذاعية. لكن ورغم تنوع البرامج الإذاعية ومضامينها إلا أنه ثار جدل كبير خلال القرن العشرين حول المضامين التي تبثها الوسائط الإعلامية والتي منها الإذاعة-ترجمته مدرسة فرانكفورت النقدية ومدى صلاحيتها داخل المجتمعات الغربية على وجه الخصوص، ويقسم كل من "ساندرا بول روكتيش" و"ملفين ديفلر" مضمون أي وسط إعلامي إلى ثلاث درجات :

أ. المضمون الهابط: مثل دراما الجرائم التلفزيونية التي تؤكد على العنف أو البرامج الجنسية الفاضحة... أو كوميديا الجريمة أو الموسيقى، أو أي محتوى آخر يؤدي إلى الإسهام في خفض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول

اجتماعيا، ويكون هذا المضمون عرضة دائما لاستياء النقاد وهو ما يعرف بالثقافة الجماهيرية.

ب. المضمون الذي لا يثير الجدل: لم يقل عنه النقاد سوى القليل جدا مثل: تقارير الطقس،

ومحتوى أخبار معينة والموسيقى التي لا هي سيمفونية ولا شعبية، والمجلات التي تركز على الاهتمامات المتخصصة... ولا شك أن هذا المحتوى لا يرفع مستوى الذوق ولا يحط من قدره، كما لا ينظر إليه على أنه يهدد المستويات الأخلاقية.

ج. مضمون الذوق الراقى: وهو المحتوى الذي يشعر النقاد الإعلاميون بأنه يقع ضمن الذوق الأفضل أو الأسمى، وأنه يرقى بالأخلاق والتعليم، ومن أمثله الموسيقى الجادة والدراما المعقدة والمناقشات السياسية¹.

اما في مجال الحصص المبرمجة الخاصة بالمجال الرياضي بإذاعة الاغواط :

1- حصة الرزنامة الرياضية :

الهدف منها سرد اهم المواعيد الرياضية لنهاية الأسبوع + تكهنت الأسبوع في مختلف

الرياضات تبث يوم الخميس من 12h30 الى غاية 12h55

2- حصة صدى الملاعب : تبث يوم الجمعة من 15h00 الى غاية 17h00

¹ مبروك بريهمي : دور الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة ، ص 77

* وقائع المباريات من الملاعب بالوصف الدقيق و الشامل لمباريات المنقولة على المباشر مع اخذ انطباعات المدربين واللاعبين مع نهاية اللقاء مع سرد النتائج الجزئية والنهائية في وقتها .

* الحديث عن نادي اتحاد الاغواط لفئات الصغرى

- التحضيرات - الانتدابات - المنافسة - التحكم - المستوى الفني .

* الحديث عن رابطة الملاكمة بولاية الاغواط

* الجمعية العامة التقرير من الإداري والمالي المصادق عليها

* الجمعية

3- حصة نتائج واصداء : تبث يوم الاحد من 12 h00 الى غاية 12h55 تسرد الأرقام

والتفاصيل لمختلف البطولات و المنافسات سواء في الرياضة الفردية او الجماعية مع اخذ

انطباعات¹.

¹ مقابلة مع الصحفي رياضي قشطة مولاي حسان يوم 20-04-2017 ، 10h30.

خلاصة :

أصبحت الحياة الرياضية جزء لا يتجزأ من الحياة الثقافية أصبحت الرياضة جزءا من الثقافة واصبح النشاط الرياضي ضرورة للأعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي وظهرت دراسات هامة تستخدم مصطلح الثقافة الرياضية كمرادف للتربية البدنية وتعتبر هذه الثقافة البدنية جزءا متمما لكل ثقافة حقيقية للإنسان بكليته كوحدة هو المعني بالثقافة ان كل تعريف لثقافة لا يشير الى الجانب الجسماني من الكيان الإنساني ينزلق من خطأ النقص والإهمال .

الجانب التطبيقي لدراسة

الاجراءات المنهجية

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية

المطلب الأول : منهج الدراسة

"إن اختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسة موضوع بحثه يعد خطوة أساسية و ضرورية يلجا إليها الباحث لتحديد أساليب و أدوات البحث و جمع المعلومات أو الطريقة المثلى التي يتعامل بها مع موضوع الدراسة بالوصف و التحليل للوصول إلى نتائج مضبوطة حيث يعطي الاختيار الدقيق للمنهج مصداقية النتائج المتوصل إليها"¹

المنهج الوصفي:

تتدرج دراستنا في إطار الدراسات الوصفية.

فالمنهج الوصفي هو :طريقة من طرق التحليل و التفسير، بشكل علمي منظم، من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية. ويعرف كذلك أنه: " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة، وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة، وتصنيفها، وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"².

المطلب الثاني : مجتمع الدراسة وعينته

الفرع الأول : مجتمع الدراسة

المقصود بمجتمع البحث "هم الأشخاص الذين نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصهم فكلما كان الباحث دقيقا في اختيار مجتمع الدراسة كلما كانت دراسته ناجحة"¹ وبما أنا

¹ محمد قاسم : مدخل إلى مناهج البحث العلمي ، (الإسكندرية ، مصر، دار المعرفة الجامعية ، 2003) ص 52.
² عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، (بن عكنون ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2 ، 1999)، ص64 .

دراستنا تتناول مدى فاعلية البرامج الرياضية في الاعلام الاذاعي المحلي الجزائري وتخذنا إذاعة الاغواط كدراسة ميدانية فان عينتنا تكونت من 100 شخص يتابعون إذاعة الاغواط اختيارا عشوائيا حيث وبغية الوصول الى النتائج المرجوة توجهنا بصحيفة الاستمارة وقام الباحثان بتوزيعها عشوائيا في جامعة عمار ثليجي .

الفرع الثاني :عينة الدراسة

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته ليطبق أدوات جمع البيانات والمعلومات التي تخص دراسته، لذلك فهو ملزم باللجوء إلى أسلوب انتقاء عينات تمثل جزء من وحدات المجتمع الأصلي، بطريقة منتظمة أو عشوائية، حيث يجد أن العينة تعكس وتعبر عن واقع المجتمع الأصلي.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه؛ على العينة العشوائية لكبر حجم المجتمع الأصلي. وتعرف العينة العشوائية على أنها: "الاختيار على أساس إعطاء فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي.

المطلب الثالث :حدود الدراسة

الحدود الجغرافية: بما أن موضوع دراستنا حول فاعلية البرامج الرياضية في الاعلام الاذاعي المحلي فانه من البديهي ان تكون دراستنا الميدانية في الإذاعة لهذا كانت إذاعة

¹ احمد بن مرسلني : مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، (الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2003) ، ص166-167.

الاغواط المحلية ضالتنا والبيئة الأنسب لا نجاز عملنا نظرا للارتباط بين الإذاعة و موضوعنا.

الحدود الزمنية:

يرتبط المجال الزمني لدراستنا بداية؛ باختيار الموضوع مع بداية السنة الجامعية، وتحديدًا في شهر أكتوبر 2016 ، حيث قمنا مبدئيًا بعملية إحصائية للمراجع المتعلقة بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الدراسة ثم مرحلة البحث الوثائقي، التي كانت مرحلة هامة لتسطير الخطة المنهجية للدراسة. وبالنسبة للجانب الميداني للدراسة، كانت الانطلاقة بالضبط في شهر فيفري 2017 حيث حددنا منهج الدراسة الملائم وكذا أدوات جمع البيانات، وذلك بعد ضبط عينة البحث.

يندرج موضوع دراستنا ضمن الدراسات الوصفية ، و يستخدم هذا الاسلوب لدراسة الواقع أو ظاهرة ما ، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كفيًا أو كميًا ، اذ التعبير الكيفي يعطينا وصفا للظاهرة موضحا خصائصها ، في حين يعطينا التعبير الكمي وصفا رقميا موضحا مقدرا هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى¹

¹ د ذوقان عبيدات ،د عبد الرحمان عدس وكايد عبد الحق: مذكرات عن مناهج البحث عن كتاب البحث العلمي ، مفهومه و أدواته و أساليبه،(دار مجد لاوي للنشر والتوزيع ،عمان- الأردن، بدون تاريخ نشر) ص13.

كما أنها تلك البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما هو الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤثرات وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة اجراءات البحث¹.

ونظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في وصف ومعرفة مدى ترويج الفيس بوك للثقافة المحلية. ومساهمته في الترويج لها، فان تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهج المسح الوصفي بالعينة .

المطلب الرابع : ادوات الدراسة

أولا :الملاحظة

وتعد الملاحظة أساس الدراسة الميدانية، وهي " توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة، وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه". ويعرفها البعض على أنها: " توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر، رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها، بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر

والملاحظة البسيطة تسمى أيضا؛ الملاحظة بغير المشاركة، فهي لا تتطلب أكثر من النظر أو الاستماع، ومتابعة موقف اجتماعي معين دون مشاركة فعلية فيه.

ومن خلال ملاحظتنا (استماعنا) للبرامج الرياضية المبثثة عبر إذاعة الاغواط المحلية؛ برزت لدينا مجموعة من التساؤلات والتي عبرنا عنها في إشكالية البحث، وظهرت الرغبة

¹ عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات : مرجع سابق ، ص 66

في الكشف عن خصائصها كظاهرة، انطلاقاً من علاقتها بالسلوك الرياضي للمستمعين، وذلك ما يتجلى بوضوح من خلال الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة¹.

ثانياً : الاستمارة:

الاستمارة أو الاستبيان هي: " وسيلة للاتصال بالمبحوثين واستفسارهم واحداً واحداً، وبشكل مماثل، وهي تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من الأشخاص تسمح باستفسارهم مباشرة، قصد الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية

وتعرف أيضاً بأنها: " مجموعة من الأسئلة المرتبة، حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين، يجري تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، و بواسطة يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها، لكنها غير مدعومة بحقائق. ولأن الأسلوب المثالي أن يملأ الاستبيان بحضور الباحث، ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث، فقد طبقناها كذلك على عينة بحثنا والمقدرة بـ 100 فرد من جمهور إذاعة الاغواط².

ثالثاً : المقابلة

إضافة إلى الاستمارة اعتمدنا على أداة المقابلة التي تعتبر من الوسائل المهمة للحصول على البيانات في دراسة الأفراد والجماعات البشرية، كما أنها تعد من

¹ عبد الباقي زيدان : قواعد البحث الاجتماعي ، (مصر، مكتبة الأنجلو المصرية، 1974)، ص 191.
² محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته (الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية) ، 1988، ص292.

أكثر الوسائل شيوعاً لجمع المعلومات، وفعالية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث، وبصفة خاصة في منهج المسح الميداني.

حيث قومنا بإجراء مقابلات علمية غير مقننة مع صحفيين رياضيين في إذاعة الأغواط و حتى الصحفيين الاحرار و بعض المستمعين لبرامج إذاعة الأغواط

وكانت اسئلة المقابلة مع قطشة مولاي حسان كالاتي :

ماهي البرامج الرياضية المبرمجة في إذاعة الاغواط ؟

ماهي ابرز هذه البرامج واكثرها شعبية ؟

ماهي اوقات بث هذه البرامج ؟

ماهي الصعوبات التي تواجهك خلال طرح او التعليق على المباريات او سرد الاخبار

الرياضية

اما الصحفي ياسين رهيوي فكانت الاسئلة الموجه له كالاتي :

تعريف ونشأة إذاعة الاغواط ؟

المبحث الثاني : نتائج الدراسة الميدانية
 المطلب الاول : تحليل ومناقشة نتائج صحيفة الاستبيان
 جدول رقم 01 : يبين توزيع العينات حسب الجنس

يبين توزيع العينات حسب الجنس		المتغيرات
النسبة %	التكرار	الفئات
90.36%	75	ذكور
09.64%	08	اناث
100%	83	المجموع

تحليل وتفسير نتائج الجدول 01 :

يمثل الجدول أعلاه توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجنس ، حيث وجدنا بعد تفرغ صحيفة الاستبيان 83 عينة بعد حذف 17 عينة من جنس الاناث بسبب الاستثمارات الشبه فارغة والاجابات العشوائية والمتناقضة .

حيث فصلنا العينة المتبقية الى :

75 ذكور بنسبة 90.36% و 08 اناث بنسبة 09.64% وهذا راجع الى ان موضوع بحثنا تتوافق اكثر مع فئة الذكور ، بصفتهم اكثر دراية بالمواضيع المتعلقة بالرياضة .

جدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة %	المجموع	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الفئات
62.65%	52	87.05%	07	60%	45	من 20 الى اقل من 30
32.54%	27	12.05%	01	34.67%	26	من 30 الى اقل من 40
04.81%	04	00%	00	5.33%	04	من 40 الى اقل من 50
00%	00	00%	00	00%	00	من 50 فما فوق
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

تحليل الجدول رقم 02 :

يمثل الجدول أعلاه أفراد العينة حسب السن حيث نجد من مجموع 52 عينة بين اناث وذكور من العينة الاجمالية في سن من 20 الى اقل من 30 ، 45 عينات ذكور بنسبة 60% ، اما الاناث في نفس الفئة (من 18 الى اقل من 25) فكان 07 عينة بنسبة 87.05%، حيث ان مجموع الجنسين من العينة في نفس الفئة يمثل 62.65% من المجموع الكلي لعينة بحثا المقدرة ب 81 فرد .

اما في فئة من "30 الى اقل من 40" فكانت مجموع الذكور 26 اشخاص بنسبة 34.67% ، اما الاناث 01 عينة بنسبة 12.05% ، بنسبة كلية للجنسين 32.54%
اما في فئة من "40 الى اقل من 50" وكان العدد الكلي للجنسين هو 04 اشخاص بنسبة 04.81% ، كان عدد الذكور 04 شخص فقط وكانت النسبة المئوية تقدر بي 05.35% اما الاناث معدومة

وفي فئة من 50 الى ما فوق فكانت معدومة

تمثل فئة الشباب الاكثر فئة في عينتنا كونها الاكثر متابعة لرياضة

جدول رقم 03: يبين المستوى التعليمي لافراد العينة.

النسبة %	المجموع	يبين المستوى التعليمي لافراد العينة				المتغيرات
		اناث		ذكور		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
00 %	00	00 %	00	00 %	00	متوسط
81.92 %	68	00 %	00	90.67 %	68	ثانوي
18.08 %	15	100 %	08	9.33 %	07	جامعي
100 %	83	100 %	08	100 %	75	المجموع

تحليل الجدول رقم 03 :

يبين الجدول أعلاه توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي حيث نجد من خلال

تفريغ بيانات الاستمارة ان في فئة المتوسط نجد 00 مفردة من مجموع الكلي

اما في فئة الثانوي فكان مجموع الجنسين 68 عينة 68 ذكور بنسبة 81.92 % و معدومة

اما النسبة الاجمالية للجنسين في فئة الثانوي هي 81.92 % من المجموع الكلي للعينة .

اما فئة الجمعي فكان مجموع الجنسين 15 شخص مقسمة الى 07 ذكر بنسبة 09.33 % و 08 اناث بنسبة 100% وكانت النسبة الكلية للجنسين في فئة الجامعي 18.08% من النسبة المئوية الكلية لعينة الدراسة

جدول رقم 04: يبين المستوى المعيشي لأفراد العينة.

النسبة %	المجموع	يبين المستوى المعيشي لأفراد العينة				المتغيرات
		اناث		ذكور		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
27.71%	23	62.05%	05	24%	18	جيد
72.29%	60	37.05%	03	76%	57	متوسط
00%	00	00%	00	00%	00	ضعيف
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

تحليل الجدول 04 :

يبين توزيع افراد العينة حسب المستوى المعيشي حيث ان 23 مفردة من اصل 81 لديها مستوى معيشي جيد بنسبة 27.71 % مقسمة الى 18 مفردة ذكر بنسبة 24% و 05 مفردة اناث بنسبة 62.05%.

وفي فئة المستوى المعيشي المتوسط يوجد 60 مفردة من اصل 81 موزعة على 57 مفردة ذكر بنسبة 76 % ، و 03 اناث بنسبة 37.05 %.

وفي فئة المستوى المعيشي الضعيف معدومة

ومنه نستنتج ان اغلب مجتمع العينة من الطبقة المتوسطة وهذا راجع الى المستوى

الاقتصادي المتوسط للمجتمع الجزائري عموما ولأغواطي خصوصا

جدول رقم 05: يبين توزيع أفراد العينة حسب المهنة.

النسبة %	المجموع	توزيع أفراد العينة حسب المهنة				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
57.83%	48	75%	06	56%	42	طالب
16.87%	14	25%	02	16%	12	استاذ
25.30%	21	00%	00	28%	21	موظف
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

يبين الجدول توزيع العينة المبحوثة حسب المهنة حيث نجد 48 مفردة اصل 81 من فئة

الطلاب مقسمة الى ذكور واناث بنسبة 57.83% من النسبة المئوية الكلية للعينة حيث

نجد 42 ذكور بنسبة 56% واناث ب 06 مفردة تحت نسبة 75%.

اما في فئة الاساتذة نجد 14 مفردة من اصل 81 بنسبة 16.87% من النسبة المئوية

الكلية مقسمة الى 12 ذكور بنسبة 16% ، 02 اناث بنسبة 25%.

اما في فئة الموظفين نجد 21 مفردة من اصل 81 بنسبة % 25.30 من النسبة المئوية الكلية مقسمة الى 21 ذكور بنسبة 28 % ، والاناث معدومة وهنا نرى ان اغلب العينة طلاب كونهم الاكثر متابعة للرياضة

جدول رقم 06: يبين مدى تتبع أفراد العينة لإذاعة الاغواط.

النسبة	المجموع	يبين مدى تتبع أفراد العينة لإذاعة الاغواط.				المتغيرات
		اناث		ذكور		الفئات
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
%04.81	04	%00	00	%5.33	04	دائما
%80.73	67	87.05	07	%80	60	أحيانا
%14.46	12	12.05	01	%14.67	11	نادرا
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 04 عينات من اصل 83 عينة من المجتمع الاصلي تتابع اذاعة الاغواط بنسبة %04.81 مقسمة على 04 ذكور بنسبة %05.33 والإناث معدومة، و 76 عينة من مجموع العينة الاصلية (83) يتابعون اذاعة الاغواط بنسبة %80.73 مقسمة على 60 عينة ذكور بنسبة %80 و 07 اناث بنسبة %87.05 ، اما من نادرا ما يستمعون لإذاعة الاغواط هناك 12 عينة من اصل 83 بنسبة %14.46 مقسمة على 11 ذكور بنسبة %14.67 و 01 اناث بنسبة 12.05

ومنه نستنتج ان اغلب العينة تتابع اذاعة الاغواط لكن ليس دائما وهذا راجع لان اذاعة

الاغواط لا تعطي قدر كافي للرياضة في برامجها

جدول رقم 07: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
07.23%	06	00%	00	08%	06	دائما
53.01%	44	00%	00	58.67%	44	أحيانا
39.76%	33	100%	08	33.33	25	نادرا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 06 عينات من اصل 83 عينة من المجتمع الاصلي تتابع البرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط بنسبة 07.23% مقسمة على 06 ذكور بنسبة 08% و اناث معدومة ، و 44 عينة من مجموع العينة الاصلية (83) يتابعون البرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط احيانا بنسبة 53.01% مقسمة على 44 عينة ذكور بنسبة 58.76% و اناث معدومة% ، اما من نادرا ما يتابعون البرامج والحصص

الرياضية لإذاعة الاغواط هناك 33 عينة من اصل 83 بنسبة 39.76% مقسمة على 25

ذكور بنسبة 33.33% و 08 اناث بنسبة 100%

من خلال النتائج نجد ان العينة لا تتابع البرامج الرياضية دائما هذا راجع الى ان الوسائل

الجماهرية تعطيهم تفاصيل ومعلومات اكثر

جدول رقم 08 : يبين توزيع العينة حسب مراعات البرامج الرياضية كل احتياجات وميول العينة

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب مراعات البرامج الرياضية كل احتياجات وميول العينة				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
46.99%	39	00%	00	52%	39	احيانا
53.01%	44	100%	08	48%	36	نادرا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان 00 عينات من اصل 83 عينة من المجتمع الاصلي

يرون ان البرامج الرياضية لا تراعي كل احتياجاتهم وميولهم بنسبة 00.00 %

ويوجد 39 عينة يرون ان احيانا البرامج الرياضية لا تراعي كل احتياجاتهم وميولهم بنسبة

46.99% مقسمة الى 39 ذكور بنسبة 52% و 00 اناث معدومة اما من يرون انه نادرا

ما تراعي البرامج الرياضية كل احتياجاتهم وميولهم 44 عينة بنسبة 53.01% مقسمة الى

36 ذكور بنسبة 48% و 08 اناث بنسبة 100% .

نجد هنا ان البرامج نادرا ما تراعي كل احتياجات وميول العينة لانها لا تخصص برامج

لدوريات العالمية او الجزائري فقط المحلي و باختصار

جدول رقم 09 : يبين توزيع العينة حسب الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافية لاكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة للعينة

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافية لاكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة للعينة				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
18.07 %	15	%00	00	%20	15	نعم
81.93	68	%100	08	%80	60	لا
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

من خلال تفريغ الجدول اعلاه نجد ان 15 عينة من اصل المجتمع الاصلي (83) بنسبة 18.07% يرون ان الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافي لاكتساب اخبار ومعلومات مقسمة الى 15 ذكر بنسبة 20% و اناث معدومة اما من يرون انها غير كافية لاكتساب اخبار كافية 68 عينة بنسبة 81.93% مقسمة الى 60 ذكور بنسبة 80% و 08 اناث بنسبة 100%

وهنا نلاحظ ان الوقت المخصص للبرامج الرياضية في اذاعة الاغواط كونها مختصرة وليست يومية

جدول رقم 10 : يبين توزيع العين حسب تحدث البرامج الرياضية عن تاريخ الأنشطة الرياضية

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العين حسب تحدث البرامج الرياضية عن تاريخ الأنشطة الرياضية				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	دائما
%61.44	51	%00	00	%68	51	احيانا
%38.56	32	%100	08	%32	24	نادرا
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان لا احد من عينة الدراسة المقدرة ب 83 عينة يرون ان البرامج الرياضية لا تتحدث عن تاريخ الانشطة الرياضية اما من يرون انها احيانا 51 عينة من اصل 83 بنسبة 61.44 مقسمة الى 51 ذكور بنسبة 68% و اناث معدومة اما من يرون انه نادرا ما تتحدث البرامج الرياضية تتحدث عن تاريخ الانشطة الرياضية 32 عينة بنسبة 38.56% مقسمة الى 24 ذكور بنسبة 32% و 08 اناث بنسبة 100%

نستنتج ان اذاعة الاغواط لا تقدم تاريخ الانشطة الرياضية على حسب العينة لان الرياضة

المحلية ضعيفة

جدول رقم 11 : يبين توزيع العينة حسب طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في إذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في إذاعة الاغواط				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
01.20%	01	12.05%	01	00%	00	حواري
93.98%	78	37.05%	03	100%	75	اخباري
04.82%	04	50%	04	00%	00	اشهاري
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

يبين الجدول طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في إذاعة الاغواط حيث وجدنا 01 عينة اجابة بحواري بنسبة 01.20% مقسمة على 00 ذكور بنسبة 00% و 01 اناث بنسبة 12.05% اما من اجابوا ب اخباري 78 عينة من اصل 83 بنسبة اجمالية 93.98% مقسمة الى 75 ذكور بنسبة 100% و 03 اناث بنسبة 37.05% اما من اجابوا بان طبيعة البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط اشهاري كانوا 04 عينات بنسبة 04.82% مقسمة الى 00 ذكور بنسبة 00.00% و 04 اناث بنسبة 50%

نستنتج ان طبيعة البرامج الرياضية المفضلة اخبارية لكون الاذاعة تمتاز بميزة الصوت

جدول رقم 12 : يبين توزيع العينة حسب البرامج الأكثر تفصيلا للأخبار الرياضية في إذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب البرامج الأكثر تفصيلا للأخبار الرياضية في إذاعة الاغواط				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
43.38%	36	12.05%	01	46.66%	35	حواري
54.21%	45	62.05%	05	53.34%	40	اخباري
02.41%	02	25%	02	00%	00	اشهاري
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول التالي يبين البرامج الأكثر تفصيلا للأخبار الرياضية في إذاعة الاغواط نجد 36

اجابوا حواريا بنسبة 43.38% مقسمة الى 35 ذكور بنسبة 53.34% و 01 اناث بنسبة

12.05% اما من اجابوا اخباريا 45 بنسبة 54.21% مقسمة الى 40 ذكور بنسبة

53.34% و 05 اناث بنسبة 62.05% اما من يرون ان البرامج الأكثر تفصيلا للأخبار

الرياضية اشهارية 02 من اصل 83 بنسبة 02.41% مقسمة الى 00 ذكور و 02 اناث بنسبة 25% ونلاحظ هنا ان الطابع الاخباري هو الطابع المفضل للعينة كونه اكثر تفصيل

جدول رقم 13 : يبين توزيع العينة حسب معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي التي تقدمها الإذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي التي تقدمها الإذاعة الاغواط				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
51.81%	43	50%	04	52%	39	احيانا
48.19%	40	50%	04	48%	36	نادرا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول اعلاه ما ان كانت الاذاعة تقدم معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي حيث ان 00 من العينة اجابة دائما و 43 بنسبة 51.81% اجابوا ب احيانا مقسمة الى 39 عينة بنسبة 52% و 04 اناث بنسبة 50%

اما نادرا كان هناك 40 عينة بنسبة 48.19% مقسمة على 36 ذكور بنسبة 48% و
04 اناث بنسبة 50%

نلاحظ ان اذاعة الاغواط لا تقدم معلومات لزيادة الوعي الرياضي للعينة لان جا اخبارها
وبرامجها تهتم بالرياضة المحلية الاغواطية

جدول رقم 14 : يبين توزيع العينة حسب البرامج الرياضية الاذاعية وما تعكسه من قيم وعادات الجمهور

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب البرامج الرياضية الاذاعية وما تعكسه من قيم وعادات الجمهور				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	دائما
%81.92	68	%75	06	%82.66	62	أحيانا
%18.08	15	%25	02	%17.34	13	نادرا
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين ما ان كانت الاذاعة تعكس البرامج الرياضية الاذاعية قيم وعادات

الجمهور حيث ان 00 من العينة اجابة دائما و 68 بنسبة %81.92 اجابوا ب احيانا

مقسمة الى 62 عينة بنسبة %82.66 و 06 اناث بنسبة %75

اما نادرا كان هناك 15 عينة بنسبة %18.08 مقسمة على 13 ذكور بنسبة %17.34

و 02 اناث بنسبة %25

نلاحظ ان جمهور العينة يرى ان اذاعة الاغواط احيانا ما تعكس قيم وعادات الجمهور لان الجمهور يهتم برياضة العالمية اكثر

الجدول رقم 15 : يبين توزيع العينة حسب استماع العينة لبرامج رياضية في اذاعات أخرى عدى إذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب استماع العينة لبرامج رياضية في اذاعات أخرى عدى إذاعة الاغواط				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
30.66 %	23	00 %	00	30.67 %	23	نعم
69.34	52	00	00	69.33 %	52	لا
100 %	75	100 %	00	100 %	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين استماع العينة للبرامج الرياضية في اذاعة اخرى وجدنا 23 عينة بنسبة 30.66 % اجابوا ب نعم مقسمة الى 32 عينة بنسبة 30.67 % و 00 اناث بنسبة 00 %

ومن اجابوا ب لا 52 عينة بنسبة 69.34 % مقسمة الى 52 عينة بنسبة 69.33 % و 00 اناث بنسبة 00 %

تلاحظ ان العينة اغلبها لا تتابع برامج رياضية في اذاعات اخرى وهذا يرجع الى ان الوسائل الجماهيرية الاخرى مثل التلفاز اكثر تأثير

جدول يمثل الإجابات ب " نعم "

يبين توزيع العينة حسب المبحوثين الذين اجابوا ب نعم		المتغيرات
ذكور		الفئات
النسبة %	التكرار	
100%	23	نعم
100 %	23	المجموع

هذا الجدول يشرح الذين اجابوا ب نعم حيث وجدنا 23 عينة من اصل 83 اجابوا ب نعم

بنسبة 100% ، وهو مجموع العينة التي تتابع برامج الرياضية في اذاعات اخرى

جدول رقم 16 : يبين توزيع العينة حسب لمقترحات لبرامج الرياضية لإذاعة الاغواط من طرف المبحوثين

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب لمقترحات لبرامج الرياضية لإذاعة الاغواط من طرف المبحوثين				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%08.43	07	%00	00	%9.33	07	اخبار عن الكرة العالمية
%3.62	03	00%	00	%04	03	الدور المحلي الجزائري
%2.40	02	%00	00	%2.67	02	تخصيص حصة لمختلف الأنشطة الرياضية
%85.55	71	100	08	%84	63	لا يوجد
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

تحليل معطيات الجدول:

يبين الجدول ما ان كان هناك مقترحات من طرف العينة للبرامج الاذاعية في اذاعة الاغواط حيث كانت الاقتراحات كالتالي:

07 عينة بنسبة 08.43% قالوا اخبار عن الكرة العالمية مقسمين الى 07 ذكور بنسبة

9.33% و اناث معدومة اما من اقترح اخبار الدوي المحلي الجزائري 03 عينات بنسبة

03.62% مقسمة على 03 ذكور بنسبة 04% و 00 اناث اما من اقترح حصة

لمختلف الانشطة الرياضية كانوا 71 عينة بنسبة 85.55% مقسمة الى 63 ذكور بنسبة

84% و 08 اناث بنسبة 100%

ونسنتج من خلال هذا الجدول انه لا توجد برامج مقترحة لان الاذاعة لا تقدم للمبحوثين

ما يشبع رغباتها الرياضية

جدول رقم 17 : يبين توزيع العينة حسب اعتمادهم على إذاعة الاغوط في التحصل على الاخبار الرياضية

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب اعتمادهم على إذاعة الاغوط في التحصل على الاخبار الرياضية				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
00%	00	00%	00	%	00	دائما
14.45%	12	00%	00	12%	12	احيانا
85.55	71	100%	08	82%	63	نادرا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين ما ان كانت العينة تعتمد على إذاعة الاغوط في التحصل على

الاخبار الرياضية حيث ان 00 من العينة اجابة دائما و 12 بنسبة 14.45% اجابوا ب

احيانا مقسمة الى 12 عينة بنسبة 12% و 00 اناث بنسبة 00%

اما نادرا كان هناك 71 عينة بنسبة 85.55% مقسمة على 63 ذكور بنسبة 82% و

08 اناث بنسبة 100%

نستنتج ان العينة لا تعتمد على اذاعة الاغوط في التحصل على اخبار رياضية لانها لا

تشمل كل الرياضة في العالم وليست مباشرة او لديها تغطية اعلامية سريعة وفي وقتها

جدول رقم 18 : يبين توزيع العينة حسب الأوقات التي يرونها مناسبة في سد احتياجاتهم الرياضية في إذاعة الاغوط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب الأوقات التي يرونها مناسبة في سد احتياجاتهم الرياضية في إذاعة الاغوط				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
67.47%	56	00%	00	74.68%	56	صباحا
08.44%	07	62.05%	05	02.66%	02	زولا
24.09%	20	37.05%	03	22.66%	17	مساء
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول التالي يبين الاوقات التي يراها المبحوثين مناسبة في سد احتياجاتهم الرياضية حيث

ان 56 عينة من المجتمع الاصلي يرى انا صباحا بنسبة 67.47% مقسمة الى 56 ذكور

بنسبة 74.68% و 00 اناث اما من يرون ان الوقت المناسب لسد احتياجاتهم الرياضية

07 عينة بنسبة 08.44% مقسمة الى 02 ذكور بنسبة 02.66% و 05 اناث بنسبة 62.05% اما مساء فكان هناك 20 عينة بنسبة 24.09% مقسمة الى 17 ذكور بنسبة 22.66% و 03 اناث بنسبة 37.05%

نستنتج ان اغلب العينة ترى ان الفترات الصباحية هي افضل الاوقات في سد احتياجاتهم الرياضية لان هذه الأوقات يكون فيها المبحوثين في فراغ من جميع العمال

جدول رقم 19 : يبين توزيع العينة حسب تقديم إذاعة الاغواط ما يحتاجه المبحوثين من برامج الرياضية

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب تقديم إذاعة الاغواط ما يحتاجه المبحوثين من برامج الرياضية				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
22.90 %	19	25%	02	22.67%	17	نعم
77.10%	64	75%	06	77.33%	58	لا
100%	83	100%	08	100 %	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين ما ان كانت إذاعة الاغواط تقدم ما يحتاجه المبحوثين من برامج الرياضية حيث 19 عينة اجابة نعم بنسبة 22.90% مقسمة الى 17 ذكور بنسبة

22.67% و 02 اناث بنسبة 25% اما الاجابة ب لا 64 بنسبة 77.10% مقسمة الى 58 بنسبة 77.33% و 06 اناث بنسبة 75%

نستنتج ان العينة لا ترى اذاعة الاغواط تقدم لهم احتياجاتهم من برامج رياضية

جدول رقم 20 : يبين توزيع العينة حسب استخدام المذيع في البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط أسلوب بسيط في التقديم

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب استخدام المذيع في البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط أسلوب بسيط في التقديم				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
83.14%	69	87.05%	07	82.67%	62	نعم
16.86%	14	12.05%	01	17.33%	13	لا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين ما ان كان مذيع البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط يستخدم أسلوب

بسيط في التقديم حيث 69 عينة اجابة نعم بنسبة 83.14% مقسمة الى 62 ذكور بنسبة

82.67% و 07 اناث بنسبة 87.05% اما الاجابة ب لا 14 بنسبة 16.86% مقسمة

الى 13 بنسبة 17.33% و 01 اناث بنسبة 12.05%

نلاحظ ان المذيع يستعمل اسلوب بسيط وسهل لان المذيع من مجتمع الدراسة اي من الاغواط ويستعمل اسلوب يفهمه اغلب الجمهور

جدول رقم 21 : يبين توزيع العينة حسب تفاعل العينة مع طريقة تقديم البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب تفاعل العينة مع طريقة تقديم البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط				المتغيرات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
31.33%	26	00%	00	34.67%	26	نعم
68.67%	57	100%	08	65.33%	49	لا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين تفاعل العينة مع طريقة تقديم البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط حيث 26 عينة اجابة نعم بنسبة 31.33% مقسمة الى 26 ذكور بنسبة 34.67% و 00 اناث بنسبة 00% اما الاجابة ب لا 57 بنسبة 68.67% مقسمة الى 49 بنسبة 65.33% و 08 اناث بنسبة 100%

نستنتج ان العينة لا تتفاعل مع طريقة تقديم البرامج كونها لا تأثر فيه مثل الوسائل الاخرى
جدول رقم 22 : يبين توزيع العينة حسب تقييم لبرامج الرياضية في إذاعة الاغواط

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب تقييم لبرامج الرياضية في إذاعة الاغواط				المتغيرات
		اناث		ذكور		الفئات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49.40	41	%00	00	%45.67	41	مقبول
%00	00	%00	00	%00	00	جيد
%50.60	42	%100	08	%45.33	34	ضعيف
%100	83	%100	08	% 100	75	المجموع

الجدول اعلاه تقييم العينة للبرامج الرياضية في اذاعة الاغواط حيث وجدنا 42 عينة بنسبة 50.60% مقسمة الى 34 عينة بنسبة 45.33% و 08 اناث بنسبة 100% اجابوا مقبول و 00 عينة بنسبة 00% اجابوا جيد و 41 عينة بنسبة 49.40% مقسمة الى 41 ذكور بنسبة 54.67% و 00 اناث بنسبة 00% اجابوا ضعيف

نستنتج هنا ان العينة انقسمت بين مقبول وضعيف بنسبة تقريبا متساوية تميل الى ضعيف نظرا لشحة البرامج في الاذاعة

جدول رقم 23 : يبين توزيع العينة حسب تحقيق إذاعة الاغواط التوافق النفسي للعينة من خلال البرامج الرياضية

النسبة %	المجموع	يبين توزيع العينة حسب تحقيق إذاعة الاغواط التوافق النفسي للعينة من خلال البرامج الرياضية				المتغيرات الفئات
		اناث		ذكور		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
00%	00	00%	00	00%	00	دائما
43.37%	36	37.05%	03	44%	33	احيانا
56.63	47	62.05%	05	56%	42	نادرا
100%	83	100%	08	100%	75	المجموع

الجدول اعلاه يبين ما ان كانت العينة تعتمد على إذاعة الاغواط في التحصل على

الاخبار الرياضية حيث ان 00 من العينة اجابة دائما و 36 بنسبة 43.37% اجابوا ب

احيانا مقسمة الى 33 عينة بنسبة 44% 03 اناث بنسبة 37.05%

اما نادرا كان هناك 47 عينة بنسبة 56.63% مقسمة على 42 ذكور بنسبة 56% و 05

اناث بنسبة 62.05%

نستنتج من خلال الجدول 23 ان العينة لا تشبع رغباتها في تحقيق التوافق النفسي لان

العينة من خلال الجداول السابقة ليست مهتمة بكثرة بالرياضة الازاعية

المطلب الثاني: تفسير محاور الدراسة

الفرع الاول : تحليل محاور الدراسة

تحليل وتفسير نتائج المحور الاول

في ما يخص طبيعة برامج الرياضية المذاعة بإذاعة الاغواط

وجدنا في هذا المحور ان اغلب افراد العينة قلما يستمعون الى اذاعة الاغواط بنسبة

80.73% حيث ان تتبعهم للبرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط يكونوا احيانا

بنسبة 53.1%

كما وجدنا ان البرامج الرياضية بإذاعة الأغواط لا تراعي احتياجات وميول العينة وهذا

واضح من خلال نسبة 53.1 التي كانت نسبة لإجابة المبحوثين (نادرا) كما لاحظنا ان

الوقت المخصص للبرامج الرياضية غير كافي لاكتساب اخبار ومعلومات مقدمة وهذا

واضح من خلال الإجابة ب (لا) بنسبة 81.93% كما كانت الإجابة عن السؤال العاشر

الذي محتواه هل البرامج الرياضية تتحدث عن تاريخ الانشطة الرياضية كانت اغلب اجاباته

(احيانا) بنسبة 61.44%

من خلال استجواب المبحوثين لسؤال ما طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في اذاعة الاغواط

كانت اغلب الاجابات البرامج الرياضية الاخبارية بنسبة 93.98% كما جاء البرنامج

الاخباري كأفضل برنامج لدى عينة الدراسة بنسبة 54.21%

وهنا نستنتج ان الفرضية الخاصة بهذا المحور :طبيعة البرامج الرياضية المذاعة بإذاعة الاغواط لا تخدم دراستنا اذا فهي غير صحيح

في هذا المحور مدى حرص المستمعين لإذاعة الاغواط على البرامج الرياضية

وجدنا من خلال تحليل المحور الثاني ان اذاعة الاغواط لا تقدم معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي وهذا واضح من خلال اجابات المبحوثين التي جاءت اقله (احياناً) بنسبة 51.81 كما ان اذاعة الاغواط لا تعكس قيم وعادات الجمهور هذا من خلال اجابة العينة بالأغلبية احيانا بنسبة %81.92 كما وجدنا اقلية العينة لا تستمع للبرامج الرياضية في اذاعات اخرى بنسبة 69.34 %.

ومن خلال سؤال السادس عشر الذي يستفسر ان كان هناك اقتراحات لبرامج رياضية لإذاعة الاغواط وجدنا اقلية العينة لم تعطي اقتراحاتهم بنسبة 85.55 ومن هنا نستنتج اننا فرضيتنا الثالث لا تخدم دراستنا.

و المحور التالي الذي يرى طبيعة اعتماد جمهور المستمعين على البرامج الرياضية لإذاعة الاغواط

والذي هو بعنوان طبيعة اعتماد جمهور المستمعين على البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط حيث استنتجنا انه نادرا ما يعتمد جمهور الدراسة على اذاعة الاغواط في تحصل على اخبار رياضية بنسبة %85.55 وأنا الاوقات التي يراه المبحوثين مناسبة في سد احتياجاتهم الرياضية في اذاعة الاغواط هي الفترات الصباحية بنسبة %67.47 كما نلاحظ اقلية المبحوثين لا تقدم لهم الاذاعة ما يحتاجونه من اخبار رياضية وذلك من

خلال سؤال رقم التاسع عشر ان اغلب المبحوثين اجاب ب (لا) بنسبة %77.10 كما انهم لا يتفاعلون مع طريقة تقديم البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط بنسبة %68.67 ومنه نستنتج ان الفرضية الرابعة لا تخدم دراستنا

وفيما يخص رضى جمهور المستمعين على طريقة تقديم البرامج الرياضية

الذي يتناول رضى جمهور المستمعين على طريقة تقديم البرامج الرياضية حيث اعطتنا نتائج المحور ان تفاعل عينة مع طريقة تقديم البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط ضعيف وان اذاعة الاغواط نادرا ما تحقق التوافق النفسي للعينة

ومنه نستنتج ان الفرضية الخامسة لا تخدم دراستنا ومنه نستنتج ان فرضيتنا التي طرحناها لا تتوافق مع الاستبيان الموزع على عينة الدراسة.

الخطمة

الخاتمة :

ان الفكرة الرئيسية والهامة التي نستوحىها من خلال بحثنا المتواضع هذا واستنادا على الدراسة التطبيقية التي قمنا بها من خلال توزيع صحيفة الاستبيان على عينة تمثل مجتمعنا الكلي ومضامين البرامج الرياضية في اذاعة الاغواط هي ان الاعلام الاذاعي المحلي في الاغواط ليس في المستوى الحقيقي المنوط به في التغطية الاذاعية اللازمة لكل ما يخص الرياضة سواء المحلية او الوطنية او الدولية خاصة وانها مهمة لنشر الوعي الرياضي بين الشباب ، لكن لا ننكر ان هناك محولات ولو محتشمة لتطوير اسلوب وامكانيات التغطية الاذاعية الا انها غير كافية مقارنة بالاعلام الاذاعي العربي ، اضافة الى كل هذا فان ادراكنا لأي تغيير لتطوير مستوى الاعلام الرياضي الاذاعي لن يتحقق الا بالاهتمام العقلي والفعلي لهذا النوع من الاعلام وتقديمه في احسن صورة ، ثم ان التغيير الجذري لنهوض بالاعلام الرياضي الاذاعي لا يتحقق الا بخلق طرق جديدة في العمل اهمها :

وضع سياسة واضحة تعطي الاعلام الرياضي الاذاعي حقه وقيمه .

مراعات حق الجمهور في اختيار ذوقه وميوله الرياضي لجذبهم لا سيما انها ظهرت بدائل

اخر منافسة

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- 1- أحمد بدر : الاتصال بال جماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية ، القاهرة ، مصر، دار قباء للنشر والتوزيع ، 1998
- 2- أحمد بن مرسل : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، بن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
- 3- أحمد شاکر العسكري : التسويق مدخل استراتيجي ، عمان الأردن ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2000.
- 4- أحمد عادل راشد: الإعلان، بيروت ، لبنان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1981.
- 5- إسماعيل السيد: الإعلان، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، 2002.
- 6- حسن عماد مكايي: إنتاج البرامج للراديو النظرية والتطبيق، القاهرة ، مصر، دار النشر والتوزيع، 1983.
- 7- خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، 2001.
- 8- خليل صابات: الإعلان تاريخه أسسه وقواعده، القاهرة ، مصر، مكتبة الأنجلو مصرية، ط3 1997.
- 9- هالة منصور: الاتصال الفعال، الإسكندرية، مصر، المكتبة الجامعية- 2000.
- 10- زهير إحدادن: المدخل لعلوم الإعلام والاتصال، عكنون- الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، بن 2001.
- 11- سيد صبحي: تصرفات سلوكية، مصر، مكتبة إبراهيم حلبي ، ط2، 1988.

- 12- عاطف العبد: الاتصال والرأي العام، القاهرة ، مصر، دار الفكر العربي،1993.
- 13- عبد الباقي زيدان: قواعد البحث الاجتماعي، مصر، المكتبة الأنجلو مصرية ، 1974.
- 14- عبد العزيز شرف: مدخل إلى وسائل الإعلام، القاهرة- مصر، دار الكتاب المصري، ط2 1989 .
- 15- عبد المجيد شكري: الإذاعات المحلية لغة العصر، القاهرة ، مصر دار الفكر العربي، 1987.
- 16- عمار بوحوش: دليل الباحث من المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990.
- 17- عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث وطرق إعداد البحوث، بن عكنون ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 1999.
- 18- غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002.
- 19- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، بن عكنون ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 1998.
- 20- فضيل دليو وآخرون: الاتصال في المؤسسة، قسنطينة ، الجزائر، الزهراء للفنون المطبعية، 2003.
- 21- ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، القاهرة ، مصر، نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب، 2002.
- 22- ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد: الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة ، مصر، دار الفكر العربي ، 1987.

- 23- محمد عبيدات: مبادئ التسويق، عمان، الأردن، دار المستقبل للنشر والإشهار، 1989.
- 24- محمد فريد الصحن وإسماعيل السيد: التسويق، الإسكندرية- مصر، الدار الجامعية ، 2000.
- 25- مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، الرياض- السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1997.
- 26- منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية ، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2002.
- 27- منى الحديدي: الإعلان، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 1999.
- 28- ناجي فوزي خشبة: الإعلان رؤية جديدة، المنصورة، مصر، المكتبة العصرية، 2003.
- 29- الزاوي احمد المهدي : الاعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري (قسم التربية البدنية ، جامعة الجزائر ،) 2007-2008.
- 30- مبروك بريهمي : دور الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة ، (قسم التربية البدنية والرياضية ،كلية العلوم إنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة) 2011-2012.
- 31- مصطفى محمد عيسى فلاتة : الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم الرياض ، السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1997 .

القواميس والمعاجم:

1- ابن المنظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر- بيروت- لبنان،
1956.

3- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة-
مصر، 2004.

4- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر،
2003.

5- المنجد في اللغة و الإعلام، دار المشرق- بيروت- لبنان، ط1، 1986.

الملاحق

جامعة عمار ثليجي الاغواط

قسم العلوم انسانية والاسلامية والحضارات

قسم علوم الاعلام والاتصال



استمارة استبيان بعنوان :

فاعلية البرامج الرياضية في الاعلام الاذاعي المحلي

اخي (تي) الفضل (ة) :

نقوم الان بدراسة علمية بعنوان : فاعلية البرامج الرياضية في الاعلام الاذاعي المحلي

مشروع بحثي مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماستر تخصص اتصال

وعلاقات العامة ، لذا ارجو التكرم بالإجابة على جميع فقرات الصحيفة المطروحة وذلك

علما بان هذه الإجابات ستبقى سرية ولن تستخدم الا لغرض البحث العلمي.

ولكم منا فائق الشكر والتقديرالباحث

اعداد الطالب :

قطشة عطاء الله

ميلودية محمد

2017-2016

المحور الأول البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى:
- 2- السن: من 20 الى اقل من 30 من 30 الى اقل من 40
- من 40 الى اقل من 50 من 50 فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
- 4- المستوى المعيشي: جيد متوسط ضعيف
- 5- المهنة:

المحور الثاني : طبيعة البرامج الرياضية المذاعة بإذاعة الاغواط

- 6- هل أنت من متبعي إذاعة الاغواط ؟
- دائما أحيانا نادرا
- 7- هل تتابع البرامج والحصص الرياضية لإذاعة الاغواط؟
- دائما احيانا نادرا
- 8- هل تراعي البرامج الرياضية كل احتياجاتك وميولك ؟
- دائما احيانا نادرا
- 9- هل الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافية لاكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة؟

دائما احيانا نادرا

10- هل البرامج الرياضية تتحدث عن تاريخ الأنشطة الرياضية؟

دائما احيانا نادرا

11- ما طبيعة البرامج الرياضية المنبثة في إذاعة الاغواط ؟

حوارية اخباري اشهارية

أخرى تذكر

12- ماهي البرامج الأكثر تفصيلا للأخبار الرياضية في إذاعة الاغواط ؟

حوارية اخباري اشهارية

المحور الثالث : مدى حرص جمهور المستمعين إذاعة الاغواط على البرامج الرياضية

13- هل تقدم لك الإذاعة معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي لديك ؟

دائماً أحياناً نادراً

14- هل تعكس البرامج الرياضية الاذاعية قيم وعادات الجمهور ؟

دائماً أحياناً نادراً

15- هل تستمع لبرامج رياضية أخرى عدى إذاعة الاغواط ؟

نعم لا

16- هل لديك مقترحات لبرامج رياضية إذاعية ؟

المحور الرابع : طبيعة اعتماد جمهور المستمعين على البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط

17- ما مدى اعتمادك على إذاعة الاغواط في التحصل على اخبار الرياضية ؟

دائماً أحياناً نادراً

18- ماهي الأوقات التي ترها مناسبة لسد احتياجاتك الرياضية ؟

صباحاً زولاً مساءً

19- هل تقدم الإذاعة كل ما تحتاجه من البرامج الرياضية ؟

نعم لا

المحور الخامس : مدى رضا جمهور المستمعين على طريقة تقديم البرامج الرياضية لإذاعة الاغواط

20- هل تجد المذيع البرامج الرياضية يستخدم أسلوب بسيط في التقديم ؟

نعم لا

أخرى تذكر :

21- هل تتفاعل مع طريقة تقديم البرامج الرياضية في إذاعة الاغواط ؟

نعم لا

22- ما مدى تقييمك للبرامج الرياضية لإذاعة الاغواط ؟

مقبول جيد ضعيف

23 - هل تعمل البرامج الرياضية بإذاعة الاغواط على تحقيق التوافق النفسي ؟

دائما أحيانا نادر