

## البرامج الرياضية الإذاعية ودورها في استقطاب الجمهور

## برنامج " أستوديو الكرة" بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية أنموذجا

دراسة ميدانية لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة

عمرون مفتاح

جامعة المسيلة (الجزائر)

## ملخص الدراسة

هذه الدراسة تهدف الى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام الجزائرية في استقطاب الجمهور الرياضي من خلال برامجها الرياضية التي تعتمد على اختيار المواضيع المناسبة والضيوف المؤثرين في الجمهور .لأن البرامج الرياضية في الإذاعة الجزائرية بصفة عامة والقناة الوطنية الأولى بصفة خاصة ،أصبحت 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، 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 للمشاهدين والمتابعين.

## Résumé de l' étude

cette étude vise à savoir le rôle des médias algériens dans la polarisation du public sportif à travers ses programmes sportifs qui comptent sur la sélection et led discussions ouvertes appropriés et les clients influents dans le public. parce que les programmes sportifs dans la radio et l'algérien en général et des chaines nationales en premier lieu et en particulier, est devenu visant des différentes catégories de téléspectateurs, diverses marques et dans toutes les étapes de la production, et à travers les formes de rapporté, n'est pas dans l' isolement de ces transformations et les dimensions, et les intervention au cœur du conflit met des médias, et sur la base de ce sont venus à notre attention sur cette étude des programmes de sports radio, nous evoquerons l' importance et la nécessité de ces derniers, de ma part l'emetteur ou les chargés de contact ou de réception et les différentes catégories téléspectateurs et observateurs.

## Summary of the Study

This study aims to find out the role played by the media in the Algerian attract sports fans through their athletic programs that depend on the choice of appropriate subjects and guests are influential in the audience. Because sports programs in Algerian radio in general and the channel of the first national, in particular, has become a target different categories of viewers , diverse kinds and at all stages of production, and through the forms to inform, not in isolation from these transformations and dimensions, they are at the core of the conflict the media, and based on this came our attention in this study for the athletic programs of radio, which we feel the importance of the need list them, in terms of both points of the transmission or the existing contact electrodes and the reception of the different categories of viewers and followers

## 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 الإعلامية في كل المجالات .

ومع التحولات التي طرأت على المشهد السمعي البصري عالميا وعربيا والتي لا تتحصر 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، وتتوع 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 والأخطر 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 للمشاهدين والمتابعين. وشهدت العشر سنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالتحليل للرسالة في وسائل الإعلام وفي التغطية الإخبارية وفي الإشهار وفي الأفلام السينمائية وفي الإنتاج الخيالي في التلفزيون.

وتمارس وسائل الإعلام قوتها في التأثير من خلال الرسائل التي تنقلها إلى الجماهير المستهدفة، ولذلك فإن المهمة المركزية للرسالة الإعلامية ليس فقط أن توجد وأن ترسل بل أيضا أن تصل وأن تثار. وذلك نظرا لأن الإعلام ممارسة غائية ومن أجل أن تصل الرسالة وأن تؤثر لابد أن تقوم على أسس وقوانين ونظريات علم الإعلام .

## 1 - إشكالية البحث:

لقد أصبحت وسائل الإعلام المسموعة والمتمثلة في الإذاعة 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 الاذاعة بجمهور متنوع وغير متجانس في الإمكانيات الاجتماعية والاقتصادية، والمستوى الثقافي والتعليمي، حيث يعتبر هذا الأخير من أهم مجالات الإعلام الإذاعي لما يلقي من اهتمام وتجارب 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، حيث يعتبر طلبة الجامعات من الجمهور المتابع للبرامج الرياضية الإذاعية بالقناة الأولى.

فالبرامج الرياضية في الإذاعة الجزائرية بالقناة الأولى لها جمهورها الذي يتابعها ويقبل عليها، ومن بين هذا الجمهور نجد الطلبة الجامعيين، نظرا للأهمية التي تكتسبها وهامش الحرية المتاحة 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 القناة الأولى برنامج «أستوديو الكرة».

لذا تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية أستقطاب برنامج استوديو الكرة لهذه الفئة والمتمثلة في جمهور الطلبة الجامعيين من خلال المواضيع و ضيوف هذا البرنامج بالإضافة الى أداء مقدم برنامج استوديو الكرة ، وعليه وفي سياق كل ذلك يمكن تحديد التساؤل العام للدراسة كالاتي :

**هل استطاع برنامج أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين ؟**  
تتفرع عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل المواضيع التي يعالجها برنامج استوديو الكرة تستقطب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين ؟
2. هل اسلوب الطرح المنتهج في الحوار أثناء برنامج استوديو الكرة يستقطب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين ؟
3. هل نوعية ضيوف برنامج استوديو الكرة تساهم في استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين ؟

## 2 - الفرضيات:

**الفرضية العامة:** استطاع برنامج أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية ان يستقطب جمهورا رياضيا عريضا من الطلبة الجامعيين.

## الفرضيات الفرعية:

- 1 - المواضيع التي يعالجها برنامج استوديو الكرة استقطب جمهورا رياضيا معتبرا من الطلبة الجامعيين.
- 2 - اسلوب الطرح المنتهج في الحوار أثناء برنامج استوديو الكرة ساهم في استقطاب جمهور رياضي هام من الطلبة الجامعيين.
- 3 - نوعية ضيوف برنامج استوديو الكرة ساهمت بشكل ايجابي في استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين
- 3 - أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع حيث أن البرامج الرياضية هي ذات أهمية تربوية ترفيهية وإعلامية، وأن فئة الطلبة هي فئة جد هامة في المجتمع، حيث تعتبر واعية، وهي من يعمل على التغيير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة مدى استقطاب هذا البرنامج وأهميته ومدى إقبال الطلبة الجامعيين بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة من خلال المواضيع المقدمة واسلوب الحوار المنتهج واختيار الضيوف.

## 4 - أهداف البحث:

هناك هدف عام وهو يتمثل في الكشف عن مدى استطاعت برنامج أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية ان يستقطب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين.

وهناك أهداف عملية هي:

- معرفة المواضيع التي يعالجها برنامج استوديو الكرة في استقطب الجمهورا الرياضي من الطلبة الجامعيين.
- معرفة الطرح المنتهج في الحوار أثناء برنامج استوديو الكرة الذي ساهم في استقطاب جمهور رياضي هام من الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن نوعية ضيوف برنامج استوديو الكرة التي ساهمت بشكل ايجابي في استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين.

## 6 - تحديد المفاهيم:

إن من أهم مفاهيم الدراسة ما يلي:

الاستقطاب - استقطاب:

الاستقطاب: حالة وجود قطبين متضادين كما في المغناطيس ( شمالي ، وجنوبي ) ، والكهربا ( سالب وموجب ) و الاستقطاب ( في الكيمياء ) : عدم تكافؤ توزيع الشحنات على ذرتين مرتبطتين بوصلة كيميائية المعجم: المعجم الوسيط  
استقطاب:

1- مصدر استقطب .

2- أسلوب سياسيّ تتبعه دولة كبيرة لتجذب نحوها مجموعة من الدول الصغيرة .

3- الطبيعة والفيزياء حالة وجود قطبين متضادين كما في المغناطيس ، شماليّ وجنوبيّ ، والكهرباء سالب وموجب .

4- الكيمياء والصيدلة عدم تكافؤ توزيع الشحنات على ذرتين مرتبطتين بوصلة كيميائية.

5- استقطاب بطارية : ( الكيمياء والصيدلة ) نقص القوة المحركة الكهربائية بسبب التفاعلات الكيميائية التي تحدث في المسار.

المعجم: اللغة العربية المعاصر

1- استقطاب الموظفين :

مجموعة الإجراءات والأساليب الخاصة باجتذاب الأفراد لشغل الوظائف الخالية .

المجال : الادارة

التعريف الاجرائي : نعني بالاستقطاب في دراستنا هذه مجموع العمليات التي تستهدف جذب جمهور وسائل الاعلام عن طريق الأداء والمضامين التي تقدمها الاذاعة الجزائرية عبر برامجها الرياضية وتحديد برنامج استوديو الكرة .  
و في بحثنا الحالي، نقصد بالاستقطاب معرفة مجموع العمليات التي تستهدف جذب جمهور وسائل الاعلام عن طريق الأداء والمضامين التي تقدمها الاذاعة الجزائرية عبر برامجها الرياضية وتحديد برنامج استوديو الكرة .

## • الطالب:

يقصد بالطالب الجامعي هو الطالب الذي أتحت له الفرصة لمتابعة الدراسة بمرحلة التعليم العالي والجامعي، فالطلبة يمثلون فئة اجتماعية وليس طبقة خاصة، و ذلك لأنهم لا يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي، وإنما بمجموعهم هم الاختصاصيون الذين سيشغلون في الإنتاج المادي والعلمي والتطبيقي ولثقافي وإدارة الدولة والمجتمع<sup>(1)</sup>.  
ونقصد في بحثنا هذا بالطالب الجامعي كل من يدرس بمعهد التربية البدنية والرياضية بسيدي عبد الله جامعة الجزائر، وبالضبط طالب السنة الرابعة في كل التخصصات ومن الجنسين.

(1) منجد الطلاب: دار الشوق، بيروت، 1977 ص609.

### • البرنامج الرياضي:

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 أو أسبوعيا أو نصف شهريا أو شهريا لعرض مادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية"<sup>(2)</sup>. ونقصد في بحثنا هذا بالبرنامج الرياضي حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية.

وهو برنامج رياضي أسبوعي في الإذاعة الوطنية القناة الأولى يهتم بموضوعات الرياضة والرياضيين ويقدم كل جمعة على الساعة العاشرة.

### • 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<sup>1</sup>.

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات، يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان، وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية، وتشكيله الثقافي، و نفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع، ويوجهها 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<sup>2</sup> في دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

### 6- الدراسات السابقة:

إن البحوث في مجال الاتصال الجماهيري وخاصة الدراسات الميدانية تساهم إلى حد كبير في تحديد الأهداف والمعطيات لتخطيط وبرمجة السياسة الإعلامية، بالإضافة إلى كونها أداة فعالة في تقييم البرامج والمواد لقياس أثرها، يقول «محمد طلال» لم تعد بحوث الاتصال بوجه عام وبحوث المستمعين والمشاهدين بوجه خاص شرفا علميا وإنما هي ضرورة أساسية لاستكمال وطنية الاتصال بهدف إنجاح العملية الاتصالية وبلورة النظرية الإعلامية في تطبيقها لغرض وإنجاح خطط التنمية<sup>3</sup>.

لقد تزامنت أهمية بحوث المشاهدين والمستمعين في العالم بوجه عام والدول العربية بوجه خاص نتيجة لتزايد أجهزة الاستقبال والإقبال الكبير على اقتنائها فلم يعد الراديو والتلفزيون من الكماليات وإنما من الضروريات، كما أن اتساع وقت الفراغ الذي تمدده التشريعات الاجتماعية بتحديد ساعات العمل بشيء من الرغبة في شغله، وتمثل أجهزة الاستقبال أقرب الوسائل لملا هذا الفراغ.

ولقد شكلت وسائل الإعلام عامة والإذاعة خاصة موضوع اهتمام الباحثين الجزائريين، ولقد استندت دراستنا إلى هذه الدراسات بهدف الاستفادة من تراكم المعرفة في المواضيع المشابهة لموضوعنا، إلا أن اهتمام الباحثين قد صب أساسا في علاقة الإذاعة بحدث ما (خاصة السياسة أو الاقتصاد) وافقار دراسات سابقة تهتم بالحصص الرياضية. وفيما يلي أهم الدراسات في الوطن العربي، والتي تركز في طبيعة الحال على رأي المستمعين والمشاهدين.

(2) محمد فهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص20.

<sup>1</sup> أنيب خضور: الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.

<sup>2</sup> خير الدين علي عويس، عطا حسن عيد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998، ص 15.

<sup>3</sup> محمد طلال و آخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي، السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982، ص33.

## \* الدراسة الأولى:

تناول الدكتور عاطف عدلي العبد في كتابه : "بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي"<sup>4</sup> 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.

إن هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التحليلية، يسعى إلى التعرف على بحوث المستمعين والمشاهدين. واستخدم 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 المجراة 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 بإيجاز عن الدراسة الأولى، حيث يمكن التعرف على مكانة الإذاعة بين وسائل الإعلام الأخرى في الوطن العربي كذلك التعرف على جمهورها من حيث الخصائص والصفحات.

(4) سحر محمد وهيبي: بحوث في الاتصال، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص 62.

**\* الدراسة الثانية:**

دراسة ماجي الحلواني<sup>(5)</sup> 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؟
- 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 الثالثة:**

قام حسام رफी<sup>(1)</sup>. 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: أ- أن هناك تأثير من الصحف والإذاعة والتلفزيون على كل من المدرب والمشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية.

ب- عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة.

ج- البرامج الرياضية تهتم بالنشاط الرياضي دون الاهتمام بالنواحي التربوية.

(5) المرجع نفسه، ص 62.

(1) حسام رफी: وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على إكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية،

1980 م، في سحر محمد وهيبي، مرجع سابق، ص 63 .

**الدراسة الرابعة :**

وهي دراسة عادل حسن<sup>(2)</sup> . سنة 1991، الهدف منها التعرف على الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدى تلميذات جامعة المنيا، واتبعت 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.

**علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية:**

بعد عرض البحوث والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة في مجال اتجاهات الطلبة نحو الحصص الرياضية بالإذاعة، وبالرغم من اختلافها في الأهداف والأدوات ومجتمعات البحث، إلا أن هناك مجموعة من النقاط بإمكاننا التعليق عليها.

- 1- ركزت أغلب الدراسات على عينة متمثلة من طلبة وطالبات كليات التربية البدنية والرياضية.
- 2- اعتمدت اغلب الدراسات على المنهج الوصفي في إجراء التجربة أو الدراسة.
- 3- ركزت أغلب الدراسات على دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون كوسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية دون الوسائل الأخرى.

**توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية :**

لقد تمكنا بفضل الاطلاع على مختلف الدراسات السابقة من :

- 1- اختيار عينة مجتمع البحث من طلبة وطالبات معهد التربية البدنية والرياضية.
- 2- اختيار المنهج الوصفي.
- 3- اختيار وسائل الإعلام ومنها الإذاعة، ودورها في استقطاب عينة الدراسة.
- 4- طريقة صياغة بعض أسئلة الاستبيان.
- 5- اختيار الطرق الإحصائية المناسبة.

**منهج الدراسة:**

إن الهدف من هذه الدراسة هو معرفة دور البرامج الرياضية بالإذاعة الوطنية في استقطاب الجمهور المتمثل في الطلبة الجامعيين ، واستجابة لطبيعة الموضوع والإشكال القائم المطروح، ويمكن القول أن الكثير من بحوث الإعلام ووسائله تعتبر من نوع البحوث الوصفية، حيث نسعى إلى التعرف على آراء شريحة مهمة في المجتمع حول الحصص الرياضية بالإذاعة الوطنية، ووصف علاقة هذا الجمهور بالإذاعة، ومدى اهتمامه بمادته الإعلامية، ومن ثم مدى إقباله على البرامج الرياضية من خلال المنهج الوصفي الذي يمكننا من كشف ملامح الظاهرة محل الدراسة.

**2- ميدان ومجتمع الدراسة:**

تم تحديد ميدان الدراسة بجامعة المسيلة، وبالضبط معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة ، وتم اختيار طلبة الاعلام الرياضي في مستويي اللبسانس md والماستر سواء عند الذكور أو الإناث. وكان

<sup>(2)</sup> عادل حسن: الوعي الرياضي وعلاقته بالممارسة الرياضية لدي طلاب جامعة المنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، 1991م، في

سحر محمد وهي، مرجع سابق، ص 64 .



اختيارنا لطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من خلال وجود طلبة متخصصين في مجال الاعلام الرياضي وهو الأول على المستوى الوطني، ولاحتوائه على أكبر عدد من الطلبة من كل جهات الوطن في هذا الاختصاص مقارنة بالمعاهد الموجودة في الولايات الأخرى ، في حين كان اختيارنا لطلبة تخصص الاعلام الرياضي لعدة أسباب أهمها :

أ - المستوى العالي للطلاب بعد الخبرات التي اكتسبها من خلال دراسته للسنوات الماضية في المجال الرياضي وتمتعه بمعلومات واهتمامات رياضية خاصة وانه في التخصص.

ب - إن الطالب المتخصص له يتابع البرامج الرياضية بمختلف انواعها المسموعة والمرئية والمكتوبة. لقد تعمدنا هذا الاختيار أيضا لضمان الموضوعية، بحكم إدراك العينة المبحوثة لمدى أهمية هذه الدراسة، وكونهم من شرائح المجتمع المثقفة ومن شباب يعشق كرة القدم ويتابع أخبارها باستمرار، وهو ما يدفعه إلى متابعة البرامج الرياضية، وخاصة حصة أستوديو الكرة وذلك مهما كان تخصصه.

### 3- عينة الدراسة :

قبل التطبيق الفعلي لاستمارة البحث، قمنا بدراسة استطلاعية أولى، حتى تمكنا من تحديد إشكالية البحث، ومدى امتدادها، ومعرفة الطلبة الذين يتابعون الحصة من نفس مجتمع الدراسة، الذي يبلغ 120 طالب بمساعدة فريق من المعاونين، أساتذة، وطلبة سنة أولى تحضيري الماجستير، وكانت التعليمات المحددة لفريق المعاونين ، أن يسجلوا بالإضافة إلى إجابات المبحوثين كافة ملاحظاتهم على أسئلة الاستمارة، ومن خلال مراجعة هذه الإجابات والملاحظات، تم تنقيح الاستمارة، وإدخال تعديلات أخرى، ثم صياغة الاستبيان في صورته النهائية، ثم كانت فترة ثانية من الدراسة والتي تتمثل بالالتقاء بالطلبة الذين يتابعون حصة أستوديو الكرة والمقدر عددهم 100 طالب من مجموع 120 طالبا أي بنسبة 83.33 بالمائة واستعملنا لمعالجة هذا الموضوع العينة العمدية أو القصدية

### 4- أدوات جمع البيانات:

#### أ- استمارة الاستبيان

كان اعتمادنا في قياس وجمع المعلومات بنسبة كبيرة على أداة الاستبيان، واستعملنا استمارة متكونة من أربع محاور مرتبطة بجوانب الدراسة وتحتوي هذه المحاور على 35 سؤال وكل سؤال له علاقة بالآخر لضمان الإجابة على فروض البحث المقدمة آنفا، وهذا بمساعدة مجموعة من الدكاترة وأساتذة متخصصين في مجال علم النفس وعلم الاجتماع وكذلك التربية البدنية والرياضية ومن قسم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر والمسيلة. ولقد قسمت أسئلة الاستمارة إلى أربعة محاور تمثلت فيما يلي :

المحور الأول : متعلق بمعلومات عامة عن أفراد عينة الدراسة

المحور الثاني : متعلق بمعرفة بيانات حول متابعة المبحوثين لحصة "أستوديو الكرة" .

المحور الثالث : متعلق بمعرفة المواضيع التي يعالجها برنامج أستوديو الكرة استقطب جمهورا رياضيا معتبرا من الطلبة الجامعيين.

المحور الرابع : متعلق بمعرفة نوعية ضيوف برنامج أستوديو الكرة التي ساهمت بشكل ايجابي في استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين.

المحور الخامس : متعلق بمعرفة اسلوب الطرح المنتهج في الحوار أثناء برنامج أستوديو الكرة ساهم في استقطاب جمهور رياضي هام من الطلبة الجامعيين.

**ب- المقابلة**

كما استعنا في بحثنا هذا على أداة المقابلة مع رئيس القسم الرياضي بالقناة الأولى وكل طاقمه بما فيهم مقدم الحصة وهو حاليا رئيس قسم الأخبار بعد ترقيته من رئيس القسم الرياضي إلى رئيس قسم الأخبار بالإذاعة وهذا باستعمال مسجل.

كذلك حضرنا إلى الأستوديو الذي تبث فيه الحصة يوم الجمعة وكان لنا بعض اللقاءات مع ضيوف الحصة.

**نتائج الدراسة****1- مناقشة وتحليل النتائج:**

- نستنتج من خلال الدراسة التي قمنا بها ، أن نسبة استقطاب الذكور أكثر من نسبة الإناث من الطلبة الذين يتابعون برنامج أستوديو الكرة، حيث أنهم يمثلون 95.5% من مجموعها، في حين أن نسبة الإناث بلغت 4.5% فقط من مجموع أفراد عينة الدراسة، وأغلب الطلبة المبحوثين الذين يتابعون برنامج أستوديو الكرة يتراوح سنهم ما بين 21 سنة و 22 سنة وهو ما تؤكد نسبة 65% ومن خلال الدراسة تبين بأن أغلبية الطلبة المبحوثين يقطنون في الأحياء الجامعية. وهذا ما أكدته نسبة 82.5%، من خلال الدراسة اتضح لنا بأن أغلب المبحوثين يتابعون برنامج أستوديو الكرة في الغرفة بسبب مكان إقامتهم بالحي الجامعي وهو ما أكدته نسبة 82.5%، واستنتجنا من خلال الدراسة أن نسبة 43.5% من الطلبة يتابعون برنامج أستوديو الكرة ليس دائما بل أحيانا، وهي تمثل أكبر نسبة في عينة الدراسة و يرجع أغليبتهم دائما إلى توقيت البرنامج الغير مناسب

و توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين من الطلبة يتابعون نصف الحصة، ويرجعون سبب عدم متابعتها كاملة إلى توقيتها الذي لا يناسب أغلبية أفراد عينة الدراسة المقيمين بالأحياء الجامعية، أوضحت لنا الدراسة أن أفراد عينة الدراسة كانت متابعتهم للحصة بعد سنوات من انطلاق تقديمها في القناة الأولى، وهذا ما تؤكد نسبة 48.5% من مجموع الطلبة المبحوثين، وأغلبهم يرجع ذلك إلى التحاقهم باختصاصهم الاعلام الرياضي بفرع بالجامعة والذي لم يتعد أكثر من ثلاث سنوات في أغلب الحالات .

**الفرضية الأولى فيما يلي : المواضيع التي يعالجها برنامج أستوديو الكرة تستقطب جمهورا رياضيا معتبرا من الطلبة الجامعيين**

- أغلبية الطلبة المبحوثين يرون بأن مواضيع برنامج أستوديو الكرة إخبارية ومادة اعلامية تستقطب الطلبة المبحوثين وأنهم يميلون وينجذبون أكثر للموافقة على المواضيع الإخبارية المقدمة، وهو ما أكدته نسبة 70.5% على أن الحصة تهتم أكثر بالمواضيع الإخبارية ، وأن نسبة 56% من الطلبة يرون بأن المواضيع التي تقدمها الحصة هي تتراوح بين درجتي هامة جدا وهامة ، وتوضح لنا نتائج الدراسة أن نسبة 30% من أفراد عينة الدراسة ترى أن برنامج أستوديو الكرة لا يهمل المواضيع المهمة ، وأعاب الطلبة المبحوثين على برنامج أستوديو الكرة من خلال المواضيع المقدمة عدم اهتمامها بالأقسام الدنيا، مثل قسم ما بين الرباطات والأقسام الجهوية وكذلك الرياضة النسوية وكرة القدم في الجنوب، وكذلك الأصناف الصغرى، كما أكد أغلب أفراد عينة الدراسة أن هناك ارتباطا بين المواضيع التي يقدمها البرنامج والأحداث على الساحة الرياضية، ويرجعون ذلك لاهتمامات الحصة بالجانب الإخباري للجمهور، خاصة المنتبغ لرياضة كرة القدم، وهذا ما تؤكد نسبة 65% من أفراد عينة الدراسة ، كما بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون بأن المواضيع التي تقدمها حصة أستوديو الكرة تساهم في تشخيص المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر، وهو ما تؤكد نسبة 73.5% من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهي من بين الأسباب التي تجعل أفراد العينة يتابعون برنامج أستوديو الكرة .

- ويرى أغلبية الطلبة المبحوثين أن الحصة تساهم في علاج المشكلات التي تعاني منها الرياضة في الجزائر وأنها تعالج مواضيع ذات أهمية وتساهم في نشر الروح الرياضية. ومحاربة العنف في الملاعب وهو ما تؤكد نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة .

- من النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة أوضح المبحوثون أن أهم الأسباب التي تجعلهم يتابعون برنامج أستوديو الكرة هي وفقا للترتيب التالي:

- الحصول على معلومات تزودهم بتقافة رياضية، وهو ما تؤكد نسبة 43.5% من أفراد عينة الدراسة.
- الرغبة في التعرف على أخبار الفرق وهو ما تؤكد نسبة 60% من أفراد عينة الدراسة.
- المواضيع التي تروّج عن النفس، وهو ما تؤكد نسبة 53% من أفراد عينة الدراسة.
- لأنها تعالج المواضيع ذات أهمية، وهو ما تؤكد نسبة 73% من أفراد عينة الدراسة.
- لأن نوعية الحوار تجعلهم يتابعون حصة أستوديو الكرة، وهو ما تؤكد نسبة 40% من أفراد عينة الدراسة.
- لأنها تساهم في نشر الروح الرياضية، وهو ما تؤكد بنسبة 85% من أفراد عينة الدراسة.
- مساهمة مواضيع برنامج أستوديو الكرة في محاربة العنف في الملاعب، وهو ما تؤكد نسبة 58% من أفراد عينة الدراسة.
- رغبة المبحوثين في تنمية الجانب المعرفي في التخصص، وهو ما تؤكد نسبة 87% من أفراد عينة الدراسة.
- لها دور في التعريف بالشخصيات الهامة، وهو ما تؤكد نسبة 55.5%. من أفراد عينة الدراسة.
- لأنها تقوم بدور تعريفي لقوانين كرة القدم، وهو ما تؤكد نسبة 41.5% من أفراد عينة الدراسة.

ومن خلال ما سبق من نتائج يتأكد لنا بأن المواضيع التي يعالجها برنامج أستوديو الكرة تستقطب جمهورا رياضيا معتبرا من الطلبة الجامعيين.

تمثلت الفرضية الثانية فيما يلي:

الطرح المنتهج في الحوار أثناء برنامج أستوديو الكرة ساهم في استقطاب جمهور رياضي هام من الطلبة الجامعيين.

- يرى أغلبية المبحوثين أن برنامج أستوديو الكرة يتميز بمستوي حوار بين عال جدا وعال أحيانا وهو ما تؤكد نسبة 66.5% من أفراد عينة الدراسة ، كما أقر أغلبية أفراد عينة الدراسة أن الحصة تتميز بالموضوعية في الحوار وهو ما تؤكد نسبة 60% ممن يقولون أن الحوار يتميز بالموضوعية ويرجعون ذلك إلى أسئلة مقدم البرنامج للضيوف و إلى طبيعة الموضوع، ويرى أغلبية الطلبة المبحوثين أن تحليل الضيوف يتميز بالدقة وهو ما تؤكد نسبة 55.5% من أفراد عينة الدراسة ويرجع أغلبية المبحوثين ذلك إلى طريقة مقدم الحصة في النقاش والوقت الكافي للتعبير عن آرائهم، كما جاءت أغلب النتائج نستنتج بأن اقبال الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن حصة أستوديو الكرة تتميز بالدقة، وهو ما تؤكد نسبة 55.5% و يقيم أغلب الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة بأن طريقة طرح المواضيع في حصة أستوديو الكرة جيدة بنسبة 60% ، و توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون بأن برنامج أستوديو الكرة يتميز بحوار بناء، وهو ما تؤكد نسبة 56% ويرجعون ذلك إلى حرية التعبير التي يمنحها مقدم الحصة للضيوف، والوقت الكافي لهم للتعبير عن آرائهم.

و من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن نوعية الحوار بناء وطريقة طرح المواضيع جيدة وتحليل الضيوف يتميز بالدقة والموضوعية في الحوار، بالإضافة إلى أن مستوى الحوار عال جدا وعال أحيانا، وهو ما ساهم في استقطاب جمهور رياضي هام من الطلبة الجامعيين.

## تمثلت الفرضية التالية فيما يلي:

نوعية ضيوف برنامج استوديو الكرة ساهمت بشكل ايجابي في استقطاب الجمهور الرياضي من الطلبة الجامعيين.

- ومن خلال الدراسة نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن لضيوف حصة أستوديو الكرة حرية كاملة في التعبير، وهو ما تؤكدته نسبة 62.5% على أن البرنامج تتميز بحرية التعبير، ويرى أغلبية الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة أن مقدم البرنامج أستوديو الكرة يعطي وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم وهو ما تؤكدته نسبة 79.5% ممن يقولون أن مقدم برنامج أستوديو الكرة يعطي وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم، ويرجعون ذلك إلى مقدم البرنامج وإلى المستوى الثقافي للضيوف وطريقة طرح المواضيع، كما أوضح أغلبية الطلبة المبحوثين بأن اللغة التي يستعملها ضيوف الحصة تتميز بالوضوح حسب أفراد عينة الدراسة، وهو ما تؤكدته نسبة 73.5% ممن يقولون أن اللغة المستعملة تتميز بالوضوح. ويرجعون ذلك إلى المستوى العالي للضيوف و إلى طبيعة الموضوع ونوعية الحوار، و من خلال الدراسة استنتجنا بأن الطلبة أكثر موافقة على أن حوار برنامج أستوديو الكرة يتميز بتفكير نقدي، وهو ما تؤكدته نسبة 68.5% ، ويرجعون ذلك إلى طريقة طرح المواضيع لمقدم البرنامج ، و إلى طبيعة الموضوع ،كما اوضحت لنا الدراسة بأن اللغة التي يستعملها ضيوف البرنامج تتميز بالوضوح، وهو ما تؤكدته نسبة 38.5%. ويرجع الطلبة المبحوثون ذلك إلى الدقة في التحليل لضيوف الحصة والمستوى العالي للحوار، زيادة على تفتحهم العقلي ،كما توصلنا من خلال الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين قالوا بأن ضيوف برنامج أستوديو الكرة لهم علاقة بالمواضيع المثارة، وهو ما تؤكدته نسبة 82.5%. ويرجعون ذلك إلى الاختيار الموفق لمقدم الحصة لضيوفه، و الاختيار المناسب للموضوع الذي يكون حدث الأسبوع ،وكشفت الدراسة أن ضيوف برنامج أستوديو الكرة على دراية بالقوانين الرياضية الجزائرية دائما، وهو ما تؤكدته نسبة 79.5% من أفراد عينة الدراسة. ويرجعون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي للضيوف، والروح الرياضية التي يتمتعون بها، بالإضافة إلى التفتح العقلي الذي يتميزون به، ويرى أغلبية الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة أن ضيوف حصة أستوديو الكرة يتميزون دائما بالروح الرياضية، وهو ما تؤكدته نسبة 95% من أفراد عينة الدراسة. ويرجعون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي، ومكانتهم في الحركة الرياضية وتفتحهم العقلي، ومن خلال الدراسة نستنتج بأن ضيوف الحصة يتميزون بالتفتح العقلي دائما، وهو ما تؤكدته نسبة 67% من أفراد عينة الدراسة. ويرجعون ذلك إلى المستوى الثقافي العالي وإلمامهم بالقوانين الرياضية.

و من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن لضيوف حصة أستوديو الكرة حرية كاملة في التعبير، ولهم الوقت الكافي للتعبير عن آرائهم، و باستعمالهم لغة واضحة في الحوار بالإضافة إلى علاقتهم بالمواضيع المثارة، وأنهم على دراية بالقوانين الرياضية الجزائرية دائما و يتميزون بالروح الرياضية والتفتح العقلي دائما - يقيم أغلبية أفراد عينة الدراسة مختلف الجوانب المحددة في دراسة الحصة بتقدير يتراوح بين جيد وممتاز وهذا ما يؤكد أن اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو حصة أستوديو الكرة هي ايجابية جدا نظرا لما تتميز به في مختلف الجوانب.

## 5- النتيجة العامة للدراسة:

من خلال النتائج المتوصل إليها نقول بأن برنامج أستوديو الكرة بالقناة الأولى للاذاعة الوطنية استطاع ان يستقطب جمهورا رياضيا عريضا من الطلبة الجامعيين.

## - توصيات الدراسة

1- وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية منهجية والمتبعة من طرف الدول المتقدمة في ميدان العمل الصحفي الرياضي.

2- النهوض بالبرامج الإذاعية الرياضية كمّا وكيفا.

3- توفير كل الإمكانيات والوسائل المادية والبشرية والصحفية الضرورية للعمل من أجل إعلام رياضي هادف.

4- الأخذ بعين الاعتبار كل الرياضات الأخرى إلى جانب كرة القدم.

5 - تقسيم العمل على الصحفيين، وتشجيع التخصص في نوع معين من الرياضة، وذلك قصد متابعتها وتغطيتها باستمرار.

6- خلق حصص رياضية خاصة بكل رياضة.

7- الإكثار من البرامج الرياضية الإذاعية الهادفة والجادة التي تقوم على أسس علمية وتقنية.

8- إعطاء صورة واضحة لعمل الأسر الرياضية المتابعة في العمل الميداني.

9- وضع إستراتيجية في العمل تتناسب مع مختلف البرامج الرياضية.

10- التنويع في محتوى البرامج الرياضية.

11- زيادة عدد الصحفيين المختصين في الإعلام الرياضي، مع الاعتماد على عنصر الكفاءة والتجربة الميدانية من أجل توزيع أكثر فعالية للعمل الصحفي.

12- الابتعاد عن سياسة الاحتكار لنوع واحد من الرياضة، وإعطاء الفرصة لكل الرياضات مثلها مثل كرة القدم، وذلك من حيث وقت البث.

13- توسيع العلاقة مع أهل الرياضة.

14- خلق إذاعات متخصصة في الرياضة.

15- توسيع التغطية الإعلامية لمختلف النشاطات الرياضية المقامة في مختلف مناطق الوطن.

16- إشراك الجمهور في الحوار بالبرنامج .

17- الاختيار النوعي لضيوف البرنامج.

18- ربط مواضيع الحصة بالأحداث الرياضية .

19- اختيار توقيت مناسب للبرنامج .

20- استعمال لغة واضحة حتى يتمكن المتتبع للبرنامج من فهم الموضوع.

21- وضع بريد الكتروني للبرنامج.

22- الاهتمام بالمواضيع التي تتحدث عن الرياضة في الجنوب والأقسام السفلى.

23- اختيار الضيوف يكون حسب المواضيع المثارة.

24- التنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بأراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.

25- التركيز على المواضيع التربوية المتعلقة بنشر الروح الرياضية ومكافحة العنف في الملاعب الجزائرية.

## الخاتمة

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطاً كبيرة من التطور الإيجابي، خاصة في السنوات الأخيرة، من حيث زيادة العاملين من الصحفيين، التقنيين والإداريين، وكذا التحسن النسبي في ظروف العمل. إلا أنه وبالرغم من كل ذلك مازال يعاني واقعا مليئا بالمشاكل التي حالت دون بلوغه المستوى الحقيقي، ولحاقه ومسايرته للإعلام الرياضي في الدول الأجنبية، وما يقوم به من دور.

وما هذا إلا نتيجة عدم توفر بعض الشروط الضرورية التي أدت بالإعلام الرياضي بكل فروعه إلى عدم القيام بالدور المنوط به، وحالت دون تحسين كبير في كمية ونوعية الإنتاج الرياضي المقدم للجمهور.

ومن خلال دراستنا، واللقاءات الأخيرة التي أجريناها مع السادة الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي في إذاعة القناة الأولى، فإنه لا بد من تكثيف الجهود لإنتاج برامج رياضية أخرى، وتحسين مضمون البرامج الرياضية الخالية، لأن الرياضة أصبحت تشكل جسراً للحوار والتقارب والتفاهم والاحترام وقبول الآخر، والمساهمة الفاعلة في حل مشاكل الإنسانية، وصنع السلم العالمي، وأن الوصول إلى ذلك يتطلب درجة عالية من المهنية والعصرنة، والموضوعية، والانفتاح والحيادية والالتزام، وتوظيف آخر ما توصلت إليه التقنية الحديثة في المجال الإعلامي المختص في الرياضة.

فالنتائج المتحصل عليها أكدت ان من البرامج الرياضية المقدمة لها دور في استقطاب الجمهور وهذا من خلال المواضيع الجيدة ونوعية حوارات سهل وصول المعلومة وكذا الى ضيوف البرنامج، بشكل يجعلنا نعطي أكثر اهتماما لهذه البرامج، والأخذ بعين الاعتبار كل ما يمكن أن يجعل المتابع لها يستفيد إخباريا، تربويا و ترفيهيا.

## قائمة المراجع باللغة العربية

- (1) سحر محمد وهبي: بحوث في الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ج1، 1996.
- (2) فرج الكامل: تأثير وسائل الإعلام الاتصال- الأسس النفسية والاجتماعية-، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1985م.
- (3) إسماعيل إبراهيم: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2001 م.
- (4) رابح تركي: مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1984.
- (5) محمد موسى: أسس ومناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984، الجزائر .
- (6) محمد طلال وآخرون: ملاحظات منهجية حول البحوث الإعلامية في الوطن العربي السنة الثانية، العدد 2 سبتمبر 1982.
- (7) أديب خصور: الإعلام الرياضي، ط1، دمشق المكتبة الإعلامية، 1994.
- (8) منجد الطلاب: دار الشرق، بيروت، 1977 م.
- (9) محمود فهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، سنة النشر غير واردة.
- (10) عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية 1987.
- (11) زهير احداث: تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1987.
- (12) محمد عليان المشوط: علم النفس الإعلامي، مطبعة الداودي، دمشق، 1988.
- (13) خليل صابات: وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991.
- (14) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 14/01/1990 .
- (15) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد 4- ل 1992.
- (16) محمود السيد أبو النبل: علم النفس الصناعي، بحوث عربية وعالمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1985.
- (17) إبراهيم نجيب إسكندر مليكة لويس كامل ومنصور رشدي: الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة، القاهرة 1961 .
- (18) خير الدين علي عويس عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، القاهرة، 1998
- (19) عيساوي عبد الرحمان: دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط1، بيروت: دار النهضة العربية، 1974.
- (20) أبو النبل محمود السيد: علم النفس الصناعي، ط4، بيروت، 1985.
- (21) سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، بنغازي: منشورات جامعة قار يونس، 1989.
- (22) سويف مصطفى: مقدمة لعلم النفس، ط.2، القاهرة: المكتبة الأنجلو مصرية، 1966.
- (23) إبراهيم نجيب إسكندر و مليكة لويس كامل و منصور رشدي: الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعي، ط3، دار النهضة، القاهرة.
- (24) مصطفى فهمي محمد القطان: علم النفس الاجتماعي، ط 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1979 .
- (25) عباس محمود عوض: علم النفس، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1944.
- (26) زيدان محمد مصطفى: علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- (27) محمد علي شهيبي: السلوك الإنساني في التنظيم، القاهرة، 1976.
- (28) أحمد زكي صالح: علم النفس في إدارة الصناعة، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1979.

- (29) حمدي حسن: مقدمة في دراسة و أساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1989 .
- (30) محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.
- (31) أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، دار المعارف ، القاهرة، 1976.
- (32) خضور أديب : "أدبيات الصحافة"، دمشق ، جامعة دمشق، 1986.
- (33) نيل . د ، و تايلور: "في غرفة الأخبار"، ترجمة: حمدي عباس، الدار الدولية، القاهرة، 1990م.

#### قائمة مراجع باللغة الفرنسية

1- Hocine mazali : une réflexion sur l'audio visuel, petite écran , N° 7 juillet , 1995, Algérie.

#### قائمة المعاجم :

- 1- معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة 1985.
- 2- معجم المصطلحات الإعلامية، إنجليزي-عربي، دار الشروق العربي، بدون تاريخ .
- 3- منجد الطلاب: دار الشرق، بيروت، 1977 م