

التخطيط الإعلامي الإذاعي ودوره في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية  
(إذاعة الجزائر من المسيلة نموذجا)

Radio media planning and its role in the success of the Algerian sports programs (Radio  
Algeria from M'sila model)

بشير عبد الحق<sup>1</sup> دحماني نعيمة<sup>2</sup> زحاف محمد<sup>3</sup>

1- جامعة المسيلة/ مغبر التعلم والتحكم الحركي / abdelhak.bachir@univ-msila.dz

2- جامعة المسيلة /مغبر التعلم والتحكم الحركي / naima.dahmani@ univ-msila.dz

3- جامعة المسيلة / مغبر التعلم والتحكم الحركي / mohamed.zahaf@ univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2019/06/09

تاريخ القبول: 2019/04/29

تاريخ الاستلام: 2020/01/06

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية دور التخطيط الإعلامي الإذاعي بإذاعة الجزائر بمحطة المسيلة الجهوية في الرفع من كفاءة ومستوى البرامج الرياضية و إنجاحها من خلال الشبكة البرمجية المعتمدة والاساليب المنتهجة و لتحقيق ذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لهذه الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 20 صحفي أبن وزعت عليهم استمارة استبيان , وتوصل بناء على آراء الصحفيين بالإذاعة إلى انه للتخطيط الإعلامي الإذاعي دور كبير وفعال لإنجاح البرامج الرياضية الجزائرية وفي ضوء ما سفرت عليه نتائج الدراسة يوصي الباحث بضرورة تهيئته المناخ التنظيمي أكثر داخل الإذاعة المحلية لضمان تخطيط ناجح يتماشى ويرتبط باحتياجات الجمهور و ميوله .

الكلمات الدالة: الإعلام الرياضي، التخطيط الإعلامي، البرامج الرياضية

**Abstract:**The aim of this study is to highlight the importance of the role of radio media planning in the Algerian radio station in M'sila Regional station in raising the efficiency and level of sports programs and their success through the established goals and the approved

program network and the methods and types of artistic expressionist press. To achieve this, the researcher used the descriptive approach to suit this study On a target sample of 20 workers where a questionnaire form was distributed and based on the opinions of the radio workers that the media planning plays a large and effective role for the success of the Algerian radio programs. The researcher needs to prepare the climate of coordination more in the local radio to ensure the successful planning responds to and consistent with the goals that must be related to the needs of the public and his inclination.

**Key words:** sports media, media planning, sports program

#### \* مقدمة واشكالية الدراسة

يتميز العمل الإداري في العصر الراهن بالرغبة في تحقيق أهداف إنتاجية في ظل ظروف متغيرة و غير مستقرة أين أصبح التأكد من نجاح المشاريع و البرامج و الأنشطة في عصرنا الحالي لا يتوقف على توفر المورد المالي فقط وهو عنصر محل انتقاد وشك بمعظم الأحوال لان النتائج الجيدة و الأهداف المحققة في أي مجال هي نتاج لتضافر جهود منسقة ومجمعة و وفق اطر واضحة و أساليب حديثة عمودها الأساسي التوظيف العلمي و الدقيق للمتاح من الإمكانيات وبرمجتها أخذا بالحسبان القيود و المعوقات ( عدلي رضا ,2009, ص 09 ) القيود و المعوقات التي جاءت حوصلة لتدخل و وتشارك هاته العمليات سابقة الذكر , وبالتالي استحالة التحكم فيها عشوائيا حيث لا بد لها من تخمينات وحسابات مسبقة , بمعنى آخر إن العمل الناجح و المدروس هو نتاج الخطة وتخطيط منهج ومدروس في أي قطاع ويعتبر قطاعا رياضة و الإعلام إحدى أهم هاته القطاعات التي ليستا بمنأى عن ذلك باعتبارهما وجهتان لعملة واحدة ذلك ان الرياضة جزء من العمل الإداري و مفهوم له علاقة وطيدة بالمجتمع مقارنة بالإعلام الذي يعد المرأة العاكسة و النظرة أكثر تعمق وشمولية حيث أضحت تسعى جل وسائل الإعلام الرياضية بمختلف منظوماتها الصحفية و الإذاعية هاته الأخيرة إلى كسب مصداقية وتفاعل لدى الجمهور الذي تستهدفه انطلاق من

مستوى برامجها الرياضية هذا الأخير لا يمكن الحكم والحديث عليه بالنجاح و الفشل دون التعرّيج عن ما سبقه من تحضير و كولسة و إعداد وإخراج وتسجيل و إرسال وبرمجة وإمكانيات و مهارات إعلامية متخصصة ... الخ أو ما أصبح يعرف حديثا بالتخطيط الإعلامي للبرنامج الرياضي و الذي أضح الأسلوب و المبدأ الذي تبنى وتقيم عليه مختلف البرامج و الحصص الرياضية وتتبناه كبريات المحطات الإذاعية المحلية لان نجاح هاته البرامج من أشكالها و مضامينها وتأثيرها لا بد أن يقوم على تخطيط علمي إعلامي مسطر وبناءا على ذلك : هل للتخطيط الإعلامي الإذاعي دور في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية؟. وهل الشبكة البرمجية المعتمدة ضمن التخطيط الإعلامي الإذاعي دور في إنجاح البرامج الرياضية و هل للأساليب المنتهجة دور في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية؟.

#### فرضيات الدراسة :

- الشبكة البرمجية المعتمدة ضمن التخطيط الإعلامي الإذاعي لها دور في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية.

- الأساليب المنتهجة ضمن التخطيط الإعلامي الإذاعي لها دور في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية.

#### أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور التخطيط الإعلامي في الإذاعة لإنجاح البرامج الرياضية الجزائرية من خلال :

- معرفة واقع التخطيط ودوره في إنجاح البرامج الرياضية و الكشف عن دور الشبكة البرمجية بالإذاعة في إنجاح البرامج الرياضية.

- تنبيه القائمين على مختلف البرامج الرياضية للدور الذي يلعبه التخطيط الإذاعي المسطر في الرفع من كفاءة البرامج الرياضية .

- التعرف على المعوقات التي تحول دون استمرار التخطيط والبرامج الرياضية معا.

#### أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراسة موضوع التخطيط الإعلامي الإذاعي و دوره في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية من خلال إبراز الأثار الايجابية لهذا الأخير في تحضير البرامج من خلال مواجهة عنصر المفاجئة و إحداث البدائل و بالتالي سرعة الاحتواء . إن وجود تخطيط إذاعي فعال يتضمن التنسيق بين مختلف المصالح يؤدي إلى إنجاح الرسالة الإعلامية الرياضية و بالتالي

كسب رضي الجمهور ، كما تسهم هذه الدراسة في التعرف على الآثار الايجابية بإدارة العلاقات العامة بالإذاعة في وضع الخطط وتحضير البرامج الرياضية من خلال التعرف على العوائق التي تحول دونها تسهم بفاعلية في توجيه العاملين قبل أثناء وبعد التخطيط لغرض وضع سيناريوهات عملية إعلامية مسبقة لكيفية إعداد البرامج الرياضية و بالتالي استثمار عاملا الوقت و الجهد و التكلفة .

### الكلمات الدالة

#### 1- الإعلام الرياضي:

التعريف الاصطلاحي: هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب و أوجه النشاط الرياضي و ذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع. (براهيمي عيسى ، صلحاوي حسناء 2019 ص234)

التعريف الإجرائي: عبارة عن عملية مد الجمهور بالأخبار و المعلومات و الحقائق التي لها علاقة بالرياضة و توضيح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية .

#### 2- البرنامج :

التعريف الاصطلاحي: ((هو مجموعة من النشاطات أو الخطوات اللازمة لتحقيق خطة ذات غرض محدد)) (دروازي مصطفى ،بوسكرة احمد 2019 ص 113 )

التعريف الإجرائي: هو بالأساس مجال زمني لمضمون خاص تعني بالمواضيع و الاهتمامات ذات الشأن الرياضي تبث في مواعيد محددة وثابتة، تعرض وتقدم عن طريق الحوار تتخللها ريبورتاجات و تحقيقات في ذات المجال .

#### 3- التخطيط الإعلامي الإذاعي:

التعريف الاصطلاحي: هو التخطيط الأمثل للموارد و الطاقات المتاحة للإذاعة من أجل تحقيق أهداف محددة في إطار زمني معين. (طارق الشاري، 2010 ص 153).

التعريف الإجرائي: كواليس العمل الإعلامي الرياضي الإذاعي أو جميع مراحل تحضير البرنامج الرياضي (قبل أثناء وبعد) انطلاقا من فكرة وصولا إلى لحظة البث المباشر .

## الدراسات السابقة:

### 1- الدراسة الأولى:

علي جرمون (2013) محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي رسالة ماجستير في جامعة (الجزائر) والتي تهدف الى محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الجزائري الرياضية لنشر الوعي الرياضي وسط تلاميذ المتوسط متبعا المنهج الوصفي المسحي على عينة قدرت (100) تلميذ بالمتوسط مستعملا تحليل المضمون وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية أسلوب تقديم البرامج لا يساعد على جذب المشاهد وبرامج رياضية غير متنوعة لا تلي أذواق واحتياجات تلاميذ المتوسط رغم إقبالهم عليها موصيا بتخصيص قناة رياضية تقدم كل الأنشطة الرياضية.

### 2- الدراسة الثانية:

عيسى الهادي (2008) البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي هدفت إلى تحليل مضمون برامج التلفزيون الجزائري رسالة ماجستير في جامعة (الجزائر) مستخدما أسلوب تحليل المضمون (الشكل القيم الأسلوب) ومن أهم النتائج : البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد

### 3- الدراسة الثالثة:

بودريالة محمد (2006) شروط وضع إستراتيجية إعلامية على ضوء واقع الإعلام في المدرسة الجزائرية هدفت إلى مد الجهات الفاعلة بحقائق عن واقع استخدام وسائل الإعلام في المدارس أطروحة دكتوراه جامعة المسيلة مستخدما المنهج الوصفي المسحي على عينة قصديه من تلاميذ ثانويات المسيلة (37 ثانوية) من خلال أداة الاستبيان والملاحظة وخلص إلى أن وسائل الإعلام بالعملية التعليمية تفتقر لها الثانويات ولا تعتمد على طرق إستراتيجية عند استعمالها.

### 4- الدراسة الرابعة:

عبد العزيز بن سلطان الضويحي (2004) التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات أطروحة (ماجستير)--جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية ، تهدف إلى التعرف على الدور الإعلامي لإدارة العلاقات العامة بالدفاع المدني في مواجهة الكوارث والتنسيق بينها وبين وسائل الإعلام مستخدما المنهج لوصفي التحليلي بأسلوب المسح

الاجتماعي على عينتين قوامهما (40%) على الترتيب بكل العاملين بالمديرية العامة للدفاع المدني والعاملين بوزارة الإعلام بالطريقة العشوائية وباستعمال أداة الاستبيان وتوصل إلى أن للإعلام دور مهم في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث وهذا من خلال التنسيق بين إدارة العلاقات العامة للدفاع المدني وأجهزة الإعلام.

### 5- الدراسة الخامسة:

دراسة زامل عبد الله مخلف الزيد (2000) في دراسة وصفية حول التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات أطروحة (ماجستير)--جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية هدفت إلى إبراز أهمية التخطيط الإعلامي في الوقاية من المخدرات مستخدما المنهج الوصفي ومعتمدا على أداة الاستبيان ومن بين أهم النتائج لوسائل الإعلام دور كبير في مجال التوعية بالمخدرات وإضرارها عن طريق الحملات الإعلامية.

### مناقشة الدراسات السابقة :

من خلال الدراسات السابقة نجد الاهتمام بالتخطيط الإعلامي وكان منصب على مؤسسات مختلفة النشاطات منها المؤسسات التعليمية (مدارس تعليمية بالجزائر ) وإعلامية ( التلفزيون الجزائري والإذاعة الجزائرية ) وقد تم تناول الموضوع على عينات مختلفة ومتنوعة عشوائية وغير عشوائية إلى إن أغلبها اعتمدت المنهج الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي معتمدة الاستبيان وتحليل المضمون كما أن معظمها ركزت أهمية التخطيط الإعلامي في معالجة ودراسة الظواهر العلمية المختلفة إلى أن هناك دراسات أضافت المقابلة والملاحظة. لذلك إن هاته الدراسات تم تناولها في بيئات مختلفة جزائرية وعربية وكانت مختلفة في الأهداف بسبب اختلاف الموضوعات ومن خلال مناقشة وتحليل هاته الدراسات نستنتج أن التخطيط الإعلامي تم تناوله في مختلف المؤسسات وحتى المدنية منها ولكن ليس الإذاعة كمؤسسة إعلامية محلية والتي تعتبر المصدر الرسمي لإنتاج البرامج الرياضية. هذا كله شجع الباحث على محاولة التعرف على التخطيط الإعلامي ودوره في إنجاح البرامج الرياضية من خلال القيام بدراسة على الإذاعة المحلية بالجزائر (ولاية المسيلة).

## الجانب التطبيقي

### 1. الدراسة الاستطلاعية:

قمنا باستطلاع أولي تمثل في زيارة ميدانية لإذاعة المسيلة المحلية بالجزائر بهدف التعرف على المكان ومدى إمكانية إجراء هذه الدراسة والتقرب أكثر من أفراد العينة.

### 2. المنهج المتبع في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة و البرهنة على فرضياتها اعتمدنا المنهج الوصفي المناسب لطبيعة الموضوع الذي يهدف إلى جمع بيانات وأوصاف دقيقة علمية للظواهر الاجتماعية في وضعها الراهن وإلى دراسة العلاقات التي توجد بين الظواهر الاجتماعية ومن أهم طرق المنهج الوصفي، الملاحظات العلمية، التي تعتبر موردا خصبا للحصول على معلومات وبيانات دقيقة. (محمد حسن علاوي ، أسامة كامل راتب 1987 ص 217)

### 3. مجتمع وعينة الدراسة:

له مجموعة من التعاريف نذكر منها:

- تعريف (grawitz) مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحدد مسبقا التي تركز عليها الملاحظات (موريس انجرس ، 2004، ص 29)

- ومجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها التقصي (رشيد زرواتي، 2002، ص 119)

حيث تكون مجتمع الدراسة الحالية من 42 صحفي بإذاعة المسيلة الجهوية بالجزائر أما عينة الدراسة فهي النموذج الذي يمثل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الاصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له ، بحيث تحمل صفاته المشتركة ، وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات المجتمع الاصلي(عامر ابراهيم قنديلجي ، 1983، ص 143)، وتتكون عينه الدراسة الحالية من 20 صحفي بإذاعة المسيلة المحلية تم اختيارهم بطريقة عشوائية، موزعين حسب سمات السن والجنس والخبرة المهنية وفق الجداول التالية

• الجدول (أ): يمثل خصائص أفراد العينة حسب سمة السن

## التخطيط الإعلامي الإذاعي ودوره في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية

النسبة المحسوبة	النسبة المئوية	أفراد العينة	التكرارات	السن
70%	100%	20	14	ما بين 30-39 سنة
30%	100%	20	06	ما بين 40-45 سنة

انطلاقاً من الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة والتي تمثل 70% من الصحفيين أعمارهم لا تتجاوز 39 سنة، في حين نجد 30% منهم أعمارهم تتراوح بين الفئة 40-45 سنة يفوق 40 سنة وهذا ما يفسر أن معظمهم من عنصر الشباب ومنه نستنتج أن معظم صحفي الإذاعة الجزائرية من محطة المسيلة المحلية يمثلون الفئة بين {30-39 سنة} لنخلص بالأخير إلى اعتماد إذاعة المسيلة الجهوية على صحفيين شباب يتمتعون بالقوة والقدرة على تحمل مشاققة العمل وهو ما ينعكس ايجابيا على نجاح البرامج الرياضية

● الجدول (ب): يمثل خصائص أفراد العينة حسب سمة الجنس

النسبة المحسوبة	مجموع أفراد العينة	النسبة المئوية	التكرار	الجنس
75%	20	100%	15	ذكر
25%	20	100%	5	أنثى
100%	40	%100	20	المجموع

انطلاقاً من الجدول نلاحظ عدد أفراد عينة الدراسة من جنس الذكور قد بلغ 15 صحفياً أي بنسبة 75% مقارنة بنسبة 5% صحفيات من جنس الإناث وهذا ما يفسر اعتماد الإذاعة على العنصر الرجالي أكثر من النسائي نظراً لخصائص معينة قد نجدها في المذيع الرياضي مقارنة بالمذيعات كالصوت الرجالي مثلاً. و البنية الجسدية التي يتطلبها العمل الميداني الرياضي خاصة ما إذا صاحبه عنف أو تعصب بالميادين الرياضية في سبيل



الوصول للمعلومة الرياضية وهذا بدوره يمثل جانبا ايجابيا في إنتاج البرامج الرياضية ونجاحها

• الجدول (ج): يمثل خصائص أفراد العينة حسب سمة الخبرة المهنية:

النسبة المحسوبة	مجموع أفراد العينة	النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة المهنية
10%	20	100%	2	أقل من 05 سنوات
30%	20	100%	6	أكبر من 05 سنوات و اقل من 10 سنوات
60%	20	100%	12	أكبر من 10 سنوات
100%	مجموع أفراد العينة		20	المجموع

انطلاقا من الجدول (ج) نلاحظ أن عدد الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم المهنية اقل من 5 سنوات قد كان 02 صحفيين أي بنسبة 10% في حين أن الذين خبرتهم تتراوح بين 5-10 سنوات قد بلغ 06 صحفيين بنسبة 30% أما الصحفيين الذين كانت لهم خبرة طويلة بالإذاعة لأكثر من 10 سنوات فقد بلغ 12 صحفيا بنسبة 60% وهي النسبة الأكبر وهذا ما يفسر اعتماد الإذاعة المحلية على عنصر التجربة والخبرة لتقديم البرنامج الرياضي وقد يتجلى ذلك ربما في التعامل مع المستجدات الآنية والمباشرة والبداهة وحسن التصرف بالمواقف الطارئة و إيجاد الحلول، وهي سمة تضاف إلى عملية التخطيط الإعلامي لنجاح البرامج الرياضية

#### IV. أدوات جمع البيانات والمعلومات:

يعتبر المحور الذي ينشد إليه البحث وتوظيفه يكون قصد الوصول إلى كشف الحقائق التي تبني عليها الدراسة وقد تم الاعتماد على:

#### (1) طريقة التحليل البيبليوغرافي:

وهي أول الطرق المستعملة وتتمثل في جمع المعلومات النظرية من المراجع التي لها صلة بموضوع الدراسة وذلك لإعطائها صيغة علمية.

(2) استمارة الاستبيان:

يستخدم الاستبيان لجمع البيانات الميدانية التي لا يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات البحث الأخرى، وكانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة وتضم مجموعة من الأسئلة التي تخدم فصول البحث و فرضيات الدراسة، وتتضمن عبارات من (1-5) حول الشبكة البرنامجية بالإذاعة، و(6-12) حول أساليب التخطيط بالإذاعة و تتضمن بدلين (نعم/لا).

(3)

لمقابلة:

كما استعنا في دراستنا على أداة المقابلة مع معدي ومقدمي البرامج الرياضية و مسؤولي البرمجة على رأسهم مدير المحطة كذلك حضرنا إلى الأستوديو لبعض البرامج الرياضية كبرنامج الأستوديو الرياضي أمسية الثلاثاء وكان لنا لقاء مع طاقم الحصة.

(4) الخصائص السيكمترية:

- الشروط العلمية للأداة:

للتحقق من صلاحية أداة الدراسة، والتأكد من توفرها على الخصائص السيكمترية تم تطبيقها على عينة تتكون من 20 صحفيين وذلك بعد الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان تم الشروع في توزيعها على عينة البحث وقد دامت العملية حوالي أسبوع وقد تم التوزيع بالمقابلة الشخصية لكل الاستمارات وذلك للإجابة على أي استفسار أو غموض يكتنف ----  
- صدق الأداة:  
الأسئلة.

هو قياس مدى تمثيل لأداة الدراسة لنواحي الجانب المقاس، عن طريق تحليل عناصر الاستبيان تحليلًا منطقيًا لتحديد الأبعاد والمحاور ، والجوانب المتمثلة فيه، وسنة كل منها إلى الاستبيان بأكمله، وقد اعتمد الباحث على ما يلي لتقنين هذا النوع من الصدق. من خلال حكم الخبراء والمتخصصين من اجل معرفة مدى التوافق بين أسئلة الاستمارة الإستبائية و إشكالية وفرضيات البحث، وبغية تحري الصدق وموضوعية الأداة العلمية قمنا بعرض الاستمارة على بعض أساتذة معهد التربية البدنية و الإعلام والاتصال الذين اعتبروا كمحكمين، وبعد موافقة الأستاذ المشرف والأخذ بالاعتبار ملاحظات وتوجيهات الأساتذة المحكمين قمنا بعملية توزيع الاستمارة الإستبائية على أفراد العين

### إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

بعد توزيع أسئلة الاستبيان على الأساتذة المحكمين، ابدوا أراهم في تلك الأسئلة بالإضافة إلى إعادة الصياغة لبعضها مع التركيز على عدة نصائح وإرشادات وبعد الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان والحصول على ترخيص من المعهد، اتجهنا مباشرة لتوزيعها شخصيا على أفراد العينة بهدف شرح أي غموض قد يلف أسئلة الاستمارة بالنسبة لأفراد العينة وبعد الانتهاء من توزيع الاستمارات والحصول على الإجابات، تم الشروع مباشرة في عملية تفرغ البيانات وتحليل نتائجها.

### الأساليب الإحصائية:

قمنا بجمع البيانات عن كل سؤال ومطابقتها في الجدول ومراعاة تحليل الأسئلة حسب مطابقتها للفرضيات، حيث استخرجنا النسب المئوية لتحليل المعطيات العددية على القاعدة الثلاثية كما هو موضح في القانون التالي:

$$س = \frac{ك \times 100}{مج}$$

س: النسبة المئوية لكل سؤال

مج: مجموع التكرارات.

ك: تكرارات الصحفيين

عرض النتائج وتحليلها:

❖ تحليل النتائج : دور الشبكة البرمجية بالتخطيط الإذاعي في نجاح البرامج الرياضية

• جدول يمثل ايجابات لعبارات استبيان

النسبة المئوية%	التكرارات	الإجابات	
100%	20	نعم	1
0	0	لا	
55%	11	نعم	2
45%	09	لا	
55%	11	نعم	3
45%	09	لا	
55%	11	نعم	4

## التخطيط الإعلامي الإذاعي ودوره في إنجاح البرامج الرياضية الجزئية

45%	09	لا	
55%	11	نعم	5
45%	09	لا	
95%	19	نعم	6
05%	01	لا	
95%	19	نعم	7
05%	01	لا	
50%	10	نعم	8
50%	10	لا	
100%	20	نعم	9
00%	00	لا	
100%	20	نعم	10
00%	00	لا	
60%	12	نعم	11
40%	08	لا	
60%	12	نعم	12
40%	08	لا	

انطلاقاً من الجدول نلاحظ:

- عبارة رقم 01 يتضح لنا أن مانسبته 100% من الصحفيين يرون أن ربط البرامج الرياضية باحتياجات الجمهور يساعد في تحديد الخطة الإعلامية وهذا ما تطرقت له نظريه الاستخدام والإشباع وبالتالي نستنتج أن الجمهور عنصر مشارك في وضع الخطة الإعلامية وبالتالي تحقيق الأهداف ونجاح البرامج الرياضية في ان واحد ، من العبارة رقم 02 نلاحظ أن نسبه 55% من مجموع نسب أفراد العينة ترى أن الحصص الرياضية بالإذاعة كافيه ، في حين ما نسبته 45% ترى عكس ذلك نستنتج أن الحصص او البرامج الرياضية كافية لاحتواء مختلف المواد الإعلامية الرياضية ، أما عن دور الجنس في التقديم والتنشيط الرياضي بالإذاعة فانه مهم بالنسبة لأفراد العينة وهذا ما دلت عليه النسبة 55% على عكس 45% ترى غير ذلك وهذا كله

من العبارة رقم 03 أين نستنتج أن للأصوات الإعلامية الرجالية والنسائية في التقديم الرياضي لها دور مهم في التخطيط وبالتالي فهو نقطه فعالة ضمن البرمجه والتخطيط الإعلامي

أما عن الأساليب المستخدمة ضمن التخطيط الإذاعي الإعلامي وانطلاقا دائما من الجدول: ومن العبارة رقم 06 نلاحظ أن مانسبته 95% من أفراد عينه الدراسة يؤيدون فكرة مراعاة المساحة الزمنية للبرامج الرياضية شريطه لنجاح وصول المعلومة الرياضية على عكس نسبه 5% لها نظرة مخالفة

ومنه نستنتج أن الوقت أو المساحة الزمنية للحصص الرياضية و أخذها بعين الاعتبار يساهم في وصول المعلومة الرياضية خاصة فيما تعلق بالمضمون وهو عنصر لنجاح في التخطيط والبرمجه لنجاح البرامج الرياضية

من العبارة رقم 07 نلاحظ ان تطوير البرامج الرياضية وتحسينها فان معظم أفراد العينة اجابو بنعم وهو ما أكدته النسبه 95% مقارنة بنسبة 5% لها نظرة معاكسة

ومنه نستنتج أن الأخذ باتجاهات وأفكار و آراء الصحفيين مهم جدا في عملية البرمجة وبالتالي لهاته النقطة مساهمه فعالة في تحسين البرامج من خلال الآراء وابدأ وجهات النظر والنقد وبالتالي ضمان تطويرها ونجاحها ،

اما عن اعتماد الأسلوب الموضوعي في عرض الرسالة الإعلامية الرياضية فقد أكدت أفراد العينة ذلك بالإجابة الساحقة بنسبة 100% وهذا ما تطرقت له العديد من الدراسات حول سمة الموضوعية في عرض الرسالة

ومنه نستنتج أن اعتماد الموضوعية دون الحياد أو التحيز والذاتية ضمن التخطيط والبرمجة أثناء عرض الرسالة الإعلامية الرياضية يساهم بقدر كبير في نجاح البرامج الرياضية

وانطلاقا من العبارة رقم 11 حول الصفات المميزة والواجب توفرها لمقدمي البرامج الرياضية فقد أكدت نسبه 60% على ذلك من أفراد العينة كالنشاط والحركية والآتية والسرعة في أثناء تناول الخبر الرياضي مقارنة بأقراهم الآخرين ببقية الأقسام الإعلامية الأخرى في حين كانت 40% من أفراد العينة ترى عكس هذا

ومنه نستنتج أن الصحفي الرياضي ذو المهارات الحركية الرياضية والسرعة والآتية في عرض الخبر ومواصفات أخرى يجب أن يتميز بها مقدمي الأخبار الرياضية لها دور في نجاح البرنامج الرياضي

### ❖ مناقشة نتائج الفرضية

والتي تنص على أن الشبكة البرمجية بالتخطيط الإعلامي الإذاعي في دور بنجاح البرامج الرياضية

و انطلاقا من النتائج المحصل عليها نلاحظ أن نسبة الإجابة بنعم كانت كالآتي :

- يرى أغلبية المبحوثين أن ربط البرامج الرياضية باحتياجات الجمهور . يساعد بنسبة كبيرة في تحديد الخطة الاعلامية و هو ما تؤكد نسبة 100% بالعبارة رقم( 1 ) وهو ما يتوافق مع قول الكاتب عبد الرزاق محمد الدليمي حينما ذكر بضرورة إشراك الجماهير المعنية بالبرامج الرياضية المتخصصة عامل من عوامل نجاح الخطة البرمجية .
- معظم أفراد العينة الدراسة يرون أن الحصص الرياضية بالإذاعة كافية وهذا ما تؤكد نسبة 55% بالعبارة رقم (2) وهذا ما يعكسه الملحق رقم (03) الممثل للنسب المثوية لبرامج الشبكة العادية أين تأخذ البرامج الرياضية و باعتبارها برامج ترفيهيه بنسبة 36% وهي أعلى نسبة مقارنة ببقية البرامج الأخرى
- يرى اغلبيه أفراد العينة أن نوع الجنس له أهمية في التقديم وهذا ما أكدته النسبة 55% بالعبارة رقم(3) وهو ما يعكسه الملحق رقم (2) الذي يبين أن العنصر الرجالي هو الغالب في تقديم البرامج الرياضية ( الشبكة العادية الحالية لإذاعة مسيلة ).
- كما أكدت أفراد العينة إن الحجم الساعي للبرامج الرياضية كاف لاستيعاب المادة الإعلامية الرياضية وهو ما ترجمه النسبة 55% بالعبارة رقم(5). وهو ما يثبته الملحق رقم(3) الممثل لنسب البرامج الشبكة العادية اين احتلت البرامج الرياضية نسبة 36% كأكبر نسبة مقارنة ببقية البرامج بتصنيفها وحدة من البرامج الترفيهية . ومنه يمكن القول أن الفرضية الثانية قد تحققت.
- و انطلاقا من العبارة رقم (06) أكد معظم أفراد العينة ان مراعاة المساحة الزمنية للبرامج الرياضية ساهم بشكل كبير في نجاح وصول المعلومة وهذا ما تؤكد نسبة 95 % وهذا ما أكده طارق الشاري حين قال: " انه من بين الخطوات الأساسية للتخطيط الإذاعي هو

تحديد موعد لإذاعة البرنامج و الالتزام به حتى يستطيع المتابع متابعته باستمرار ". كما أكد عبد الرزاق محمد الديلي على تحديد الجدولة أي تحديد وقت كل برنامج بدقة وان يكون التوقيت مناسب مع الوضع العام و الأحداث الاجتماعية .

• كما أن أفراد العينة أكدوا بالتساوي على انه على المؤسسة الإعلامية أن تتوفر على اختصاصين بالتخطيط مهمتهم اقتراح برامج و مقدمين وهذا ما تعكسه نسبة 50% العبارة رقم (08) وهذا ربما ما أكد عليه كلا من عبد الرزاق محمد الديلي و طارق احمد محمود الذين أكد على المخطط الإعلامي واهم السمات الواجب توفرها كالخبرة و التخصص وغيرها . كما ذكر طارق احمد محمود السودود عندما قال : "انه على مخطط الإعلامي العمل مع عدة مساعدين يعملون بأمره وهو ما يعرف بالتخطيط الجماعي .

• وانطلاقا من العبارة رقم (09) أكدت أفراد العينة على اعتمادها الأسلوب الموضوعي في عرض الرسالة الإعلامية.

• ومن العبارة رقم (10) أكدت العينة على استخدام أساليب فنية جديدة لتطوير الأداء الإعلامي وهو ما نسبته 100% وهذا ما يتوافق مع آليات تنفيذ الخطة الإعلامية حينما ذكر عبد الرزاق محمد الديلي حين قال:" بالابتعاد عن الأساليب الغير خلاقة كالكذب و المبالغة و التلميح و الغمز ... " , كما أكد على ضرورة تحديد الأسلوب الفني الذي يناسب تقديم المادة المعنية بالبرنامج وهذا تحت عنصر عوامل نجاح الخطة البرمجية .

• انطلاقا من العبارة رقم (11) فان معظم أفراد العينة كانت لهم نظرة حول الموصفات المميزة لمقدمي برامج الرياضة وهذا ما عبر عليه بنسبة 60% وهذا ما يوافق بما تطرق له الكاتب محمود فهبي عند وضع شروط نجاح البرنامج الإذاعي و التي من بينها : التحكم بالمعلومات من قبل المقدم , الصوت الجميل , والتواضع والسلاسة والتسيير عند انتقال من موضع إلى آخر .

• وانطلاق من العبارة الأخيرة رقم (12) أكدت أفراد العينة على قيامها بإجراء دراسات و سبر آراء على الجمهور للبرامج الرياضية و الأخذ بأرائهم و هو ما عبرت عليه النسبة 60% وهو كذلك ما ذهب إليه كلا من طارق احمد محمود و عبد الرزاق محمد الديلي حين أكدوا على ضرورة دراسة الجمهور , و البرامج ضمن خطوات ومراحل التخطيط الإعلامي.

### استنتاجات عامة

انطلاقاً من هاته النتائج و ما تضمنته الدراسة من عناوين نستنتج في الأخير أن للتخطيط الإعلامي الإذاعي دور في إنجاح البرامج الرياضية, وهذا انطلاقاً من الشبكة البرمجية والتي تعتبر عمود أساسي في ذلك خاصة عند ربطها باحتياجات الجمهور و استنادها إلى دراسات و بحوث علمية .

ولا يأتي هذا طبعاً إلا من خلال جملة من الأساليب الموضوعية والمتوازنة, التي تكون مواتية لتقديم المادة المعنية في البرامج الرياضية و عرض الرسالة الإعلامية سواء من ناحية الشكل أو المضمون لان الاهتمام بالمضمون دون سواه قد يعزف الجمهور عن متابعتها. لنخلص في الأخير إلى أن التخطيط الإعلامي الإذاعي دور كبير في نجاح الحصص و البرامج الرياضية و هذا ما يؤكد صحة الفرضية العامة .

### الاقتراحات

من خلال مما سبق من نتائج واستنتاجات, يمكن اقتراح التالي:

- 1- الحرص على تخصيص مختصين في التخطيط الإعلامي لضمان وضع الخطط والياتها .
- 2- وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية ممنهجة.
- 3- النهوض بالبرامج الرياضية كما وكيفا
- 4- التنوع في محتوى البرامج الرياضية .
- 5- تكوين أحسن لطلبة الإعلام الرياضي في مختلف الكليات والمعاهد للوصول بهم إلى صحفيين ذو مرتبة راقية في المستقبل.
- 6- يجب ان تساير البرامج الرياضية الإذاعية التطور العلمي الحاصل .
- 7- يجب تأهيل مسؤولي البرامج الرياضية
- 8- توفير كل الإمكانيات المادية و البشرية و المحيطة بالعمل من اجل إعلام رياضي هادف
- 9- فتح قنوات اتصال مباشرة بين المرسل و المستخدم .
- 10- اهتمام أكثر بالأبحاث المتخصصة في الرياضة و الإعلام .
- 11- تهيئته المناخ التنظيمي داخل الإذاعة مع توفر عنصر ي المرونة والواقعية استجابة للأهداف المسطرة



- 12- لتنوع في محتويات البرامج الرياضية من خلال إدخال فقرات خاصة بالترفيه والتحفيز على المنافسة الفكرية
  - 13- القيام بدراسات حول الجمهور لمعرفة آرائهم والسماح للقائمين على الإعلام الرياضي المحلي بوضع سياسات هادفة تتماشى وآراء الجمهور المستهدف واتجاهاته
  - 14- مراعاة المساحة الزمنية للبرنامج الرياضي وتناسبها مع الأحداث الراهنة الرياضية لضمان وصول المعلومة بشكل أدق
- قائمة المراجع :

#### الكتب

- عدلي رضا (2009): إدارة المؤسسات الإعلامية ، دار الفكر العربي، القاهرة.
- طارق الشري (2010): الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان.
- محمد حسن علوي، أسامة كامل راتب (1987): البحث العلمي في المجال الرياضي، ط1، دار الفكر العربي، مصر.
- موريس انجرس 2004، البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي واخرون ، دار القصة للنشر، الجزائر
- رشيد زرواتي 2002، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ط1 دار هومة للنشر الجزائر
- عامر ابراهيم قنديجلي 1983 البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات دار الشؤون الثقافية العامة العراق

#### المذكرات

- علي جرمون (2013): محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- عيسى الهادي (2008) البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر.
- بودربالة محمد (2006) شروط وضع إستراتيجية إعلامية على ضوء واقع الإعلام في المدرسة الجزائرية ، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- عبد العزيز بن سلطان الضويحي (2004) التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات ، رسالة ماجستير ، جامعة نايف للعلوم العربية و الأمنية ، الرياض

- زامل عبد الله مخلف الزيد (2000) في دراسة وصفية حول التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات

#### المقالات

- دروازي مصطفى طالب ،بوسكرة احمد،اقتراح برنامج إعلامي رياضي يلي أولويات الجمهور الجزائري، مجلة الإبداع الرياضي المجلد رقم 10 العدد رقم 02 مكرجاء03 ، 2019 .
- براهيمي عيسى ، صلحاوي حسناء ، دور العالم الرياضي التربوي في تعديل اتجاهات تلاميذ المرحلة المتوسطة نحو الأنشطة البدنية والرياضية، مجلة الإبداع الرياضي المجلد رقم 10 العدد رقم 02 مكرجاء02 ، 2019 .