

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

تخصص : نظرية ومنهجية التربية البدنية و الرياضية

اقترح برنامج رياضي يلبي أولويات الجمهور و يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري

إعداد الطالب

إشراف الأستاذ الدكتور :

- دروازي مصطفى

- بوسكرة احمد

لجنة المناقشة

الدكتور	براهيمي عيسى	رئيساً	جامعة المسيلة
الأستاذ الدكتور	بوسكرة احمد	مشرفاً ومقرراً	جامعة المسيلة
الدكتور	بوساق أسماء	ممتحناً	جامعة المسيلة
الدكتور	جلال صلاح الدين	ممتحناً	جامعة المسيلة
الدكتور	بطاط نور الدين	ممتحناً	جامعة المسيلة
الدكتور	جوادي ابراهيم	ممتحناً	جامعة باتنة
الدكتور	فنوش نصير	ممتحناً	جامعة بسكرة

السنة الجامعية : 2020/2019

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

تخصص : نظرية ومنهجية التربية البدنية و الرياضية

اقتراح برنامج رياضي يلبي أولويات
الجمهور و يتماشى مع أجندة التلفزيون
الجزائري

إشراف الأستاذ الدكتور :

- بوسكرة احمد

إعداد الطالب

- دروازي مصطفى

السنة الجامعية : 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى روح أبي الطاهرة الزكية رحمه الله

- إلى التي علمتني النجاح والصبر والصمود وزرعت في نفسي حب العلم والعمل فصار عنوان لنجاحي وحفتني بتراتيل دعواتها وكان دعاؤها سر نجاحي "أمي الحبيبة" القلب الناصع بالبياض ورمز الحب وبلسم الشفاء
- إلى التي اخترتها شريكة حياتي ورفيقة دربي عزيزتي الغالية .
- إلى أغلى ما أملك وأجمل ما أرى وبسمة حياتي أسأل ربي أن يحفظهما

ابنتاي الغاليتين عائشة وتالة

- إلى من شاركوني كل ظروف حياتي وكانوا سندي دائما ومعهم تحلو الأوقات والكلام وبقرهم أشعر بالأمن والأمان إخوتي وأخواتي
- إلى الأهل والأقارب والأصدقاء
- إلى الذي أضاءني بنور عقله وأخلاقه وأدبه " الأستاذ فضيلي الحسين"

كلمة شكر

أتوجه بالحمد والشكر للمولى تبارك وتعالى الذي أعانني على اتمام هذا العمل من

غير حول مني ولا قوة

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذي

المشرف : أ.د. : بوسكرة أحمد

الذي لم ييخل على بتوجيهاته وملاحظاته القيمة

والتي كانت منارة طريق في ضبط

معالم الموضوع ومنهجية التحليل والمعالجة

هذا جهد له فيه بصماته الدالة على صدق ما يشتغل به

في مجال البحث العلمي

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

I	الإهداء
II	كلمة شكر
III	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة		
5	1- الخلفية النظرية
5	1-1 نظريات التأثير الاعلامية
5	1-1-1 نظرية وضع الأجندة
9	1-1-2 نظرية حارس البوابة
10	1-1-3 نظرية الاستخدامات و تلبية الاحتياجات
11	1-1-4 نظرية الاعتماد
12	1-1-5 نظرية الغرس الثقافي
13	1-1-6 نظرية العنف المتلفز
14	2-1 تأثيرات الاعلام
14	2-1-1 التأثيرات المعرفية
15	2-1-2 التأثيرات الوجدانية
16	2-1-3 التأثيرات السلوكية
17	3-1 الاعلام الرياضي المتلفز
19	3-1-1 خصائص الرسالة الإعلامية ذات المحتوى الرياضي
20	3-1-2 المبادئ الاساسية للإعلام الرياضي المتلفز
21	3-1-3 وظائف الإعلام الرياضي المتلفز
23	3-1-4 ابعاد الدور الوظيفي للإعلام الرياضي المرئي في المجتمع
24	4-1 البرامج الرياضية التلفزيونية
25	4-1-1 أنواعها
26	4-1-2 أهم قوالب البرامج التلفزيونية
26	4-1-3 مكونات البرامج التلفزيونية
27	4-1-4 معايير تصنيف البرامج التلفزيونية
28	5-1 القائم بالإعلام

- 28 خصائص القائم بالإعلام..... 1-5-1
- 30 علاقة القائم بالإعلام بالمؤسسة الإعلامية (التلفزيون) .. 2-5-1
- 31 تأهيل القائم بالإعلام 3-5-1
- 32 6-1 جمهور الاعلام الرياضي .. 6-1-1
- 32 مفهوم الجمهور..... 1-6-1
- 34 أنماط الجمهور..... 2-6-1
- 35 خصائص الجمهور.. 3-6-1
- 37 السمات الديمغرافية والاجتماعية للجمهور..... 4-6-1
- 39 تشكيل اتجاهات الجمهور..... 5-6-1
- 41 الدراسات السابقة 2-2-1
- 42 1-2-1 الدراسة الأولى :دراسة بعنوان : نظرية Agenda setting
- 43 2-2-2 الدراسة الثانية :دراسة بعنوان فعالية الرسالة التلفزيونية في ادارة الازمات
- 45 3-2-3 الدراسة الثالثة :دراسة بعنوان : العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن
- 46 4-2-4 الدراسة الرابعة : دراسة بعنوان : دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني
- 47 5-2-5 الدراسة الخامسة :دراسة بعنوان :دور الصحافة المصرية في ترتيب اولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي
- 48 6-2-6 الدراسة السادسة :دراسة بعنوان:دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر
- 49 7-2-7 الدراسة السابعة :دراسة بعنوان : دور التلفزيون و الصحف في ترتيب اولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية
- 50 8-2-8 الدراسة الثامنة :دراسة بعنوان : دور الصحافة العمانية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور العماني
- 51 9-2-9 الدراسة التاسعة دراسة بعنوان :دور الصحافة النسوية في ترتيب اولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة
- 52 10-2-10 الدراسة العاشرة :دراسة بعنوان : دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية
- 53 11-2-11 التعليق على الدراسات السابقة وإمكانية الاستفادة منه.....
- 55 12-2-12 الاستفادة من الدراسات السابقة و المشابهة

56 13-2- تمييز الدراسة الحالية على الدراسات السابقة
	الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة
58 1- الكلمات الدالة في الدراسة
61 2- إشكالية الدراسة
63 3- أهداف الدراسة
63 4- أهمية الدراسة
64 5- فرضيات الدراسة
64 5-1- الفرضية العامة
64 5-2- الفرضيات الجزئية
	الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
66 1- الدراسة الاستطلاعية
66 2- المنهج المتبع في الدراسة
66 3- مجتمع وعينة الدراسة
67 4- أدوات جمع البيانات والمعلومات
69 4-1- البرنامج المقترح
69 4-1-1- برنامج يلبي أولويات الجمهور الرياضي
71 4-1-2- برنامج يلبي أجندة التلفزيون -الثقافة الرياضية -
73 4-1-3- برنامج يلبي أجندة التلفزيون - العنف الرياضي -
76 4-1-4- برنامج يلبي أجندة التلفزيون - المواطنة -
78 4-2- الخصائص السيكومترية للأداة
78 4-2-1- الصدق
78 4-2-2- الثبات
81 5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
81 6- الأساليب الإحصائية للدراسة
	الفصل الرابع : عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها
83 1- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى
84 2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية
86 3- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة
91 4- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة
95 5- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الخامسة

98	6- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية السادسة
108	7- عرض ومناقشة الفرضية العامة
		الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات
110	1- استنتاجات عامة
111	2- الاقتراحات
115	3- الافاق المستقبلية
		4- قائمة المصادر والمراجع
		5- الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
67	توزيع أفراد العينة حسب الجنس والسن والمهنة	1
79	ثبات البرنامج بطريقة الاختبار واعادة الاختبار خاص بأولويات الجمهور	2
79	ثبات البرنامج بطريقة الاختبار واعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون . الثقافة الرياضية -	3
80	ثبات البرنامج بطريقة الاختبار واعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون- العنف الرياضي -	4
80	ثبات البرنامج بطريقة الاختبار واعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون- المواطنة -	5
83	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أولويات الجمهور	6
84	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أولويات الجمهور	7
86	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أولويات الجمهور	8
91	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أولويات التلفزيون - الثقافة الرياضية -	9
92	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية -	10
93	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية -	11
95	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أجندة التلفزيون - العنف الرياضي -	12
96	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجندة التلفزيون - العنف الرياضي -	13
97	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجندة التلفزيون - العنف الرياضي -	14

98	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أجندة التلفزيون - المواطنة -	15
99	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجندة التلفزيون - المواطنة -	16
101	عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجندة التلفزيون - المواطنة -	17

مقدمة

مقدمة :

في الوقت الذي يعيشه العالم عصر المعلومة وسرعة وتكنولوجيا الاتصال نجد أنفسنا بحاجة إلى الاندماج في ذلك بما يتطلب استعمال وسائل الاعلام والاتصال في مختلف مجالات الحياة بالقدر الذي يساهم في ادارة المتابع أو المشاهد لتلك الوسائل .

وبذلك فإن وسائل الإعلام تؤدي دورا فعالا في خدمة المجتمع بما تنتجه من أفكار وقيم وما تطرحه من مشاريع استشرافية تستهدف بها معرفة خصائص الجمهور قصد تطوير الاداء الاعلامي خصوصا التلفزيون منه، والذي هو أكثر متابعة باعتباره يجمع بين السمعي والبصري .

فقد اوضحت وسائل الاعلام الرياضي ذات دور جوهري في اثاره اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة مع العمل على معالجة ذلك ويأتي التلفزيون كأهم وسيلة اعلامية من حيث التأثير باعتباره يخاطب الفئات الأكثر في المجتمع مما جعل له النصيب الأوفر في تحديث المجتمع بتوجيهاته من خلال أجهنته الخاصة وذلك برزنامة متنوع يتم اعداده بغرض عرض مشروع الأجنده وتلبية طلب المشاهد .

ومن الطبيعي أن تبرز الأجنده في الاعلام الرسمي - خصوصا - التلفزيون وبناء على هذا فإننا تناولنا موضوع بحثنا في معرفة أولويات الجمهور الرياضي ومدى دور أجنده التلفزيون الجزائري فهم تلك الاولويات وقدرتها على تلبيتها بما يخدم الاجنده ذاتها وشعورا منا بأهمية ذلك فإننا اخترنا عنوان بحثا بما يلي :

اقترح برنامج رياضي يلبي أولويات الجمهور ويتماشى مع أجنده التلفزيون الجزائري .

ويتضمن البحث من الناحية النظرية مدخلا هاما لفهم نظريات التأثير الاعلامية خصوصا ما يتعلق بنظرية الأجنده والتأثيرات الناجمة عن ذلك معرفيا ووجدانيا وسلوكيا مع العمل على تحليل ذلك قصد التوصل إلى ما يمكن أن نستشفه من علاقة وظيفية بين الجمهور في أولوياته والأجنده في توجهها .

أما الناحية التطبيقية فتمثل ذلك في اعداد مشروع برنامج بأهدافه ومحتوياته وآليات تنفيذه (طريقة عرضه) كل ذلك في علاقة مع الأطر المكونة معرفيا ووجدانيا وسلوكيا وتم تقديم هذا البرنامج لعينة من الموظفين التلفزيون الجزائري قصد معرفة مدى فاعلية ذلك البرنامج .

و اشتملت خطة البحث على ما يلي :

- الفصل الأول : سمي بالخلفية النظرية والدراسات السابقة

فعلى مستوى الخلفية النظرية فتضمن ما يلي نظريات التأثير الاعلامية نجد فيها بالأخص نظرية وضع الأجندة والنظريات الأخرى المفسرة منها نظرية حارس البوابة ونظرية الاعتماد ونظرية الغرس الثقافي ونظرية العنف المتلفز

اضافة إلى ذلك تطرقنا في هذا الفصل إلى تبين تأثيرات الاعلام منها التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية

إبراز الاعلام الرياضي المتلفز من خلال وتوضيح مفهومه وخصائصه والمبادئ الأساسية للإعلام الرياضي ووظائفه وابعاد الدور الوظيفي للإعلام الرياضي المرئي في المجتمع تبين البرامج الرياضية التلفزيونية بالتطرق وذكر أنواعها وأهم القوالب الفنية لإعدادها ومكوناتها ومعايير تصنيفها .

توضيح دور القائم بالإعلام والتطرق إلى خصائصه وعلاقته بالمؤسسة التلفزيونية وأهم مؤهلاته الاعلامية إظهار مفهوم الجمهور الرياضي وذكر أنماطه وخصائصه وتشكيل اتجاهاته بواسطة التعرض للتلفزيون أما على مستوى الدراسات السابقة فتتضمن أهم الدراسات السابقة والمشابهة فتمثلت في عشر دراسات أجريت من قبل حيث اهتمت بتأثيرات نظرية وضع الأجندة عن طريق وسائل الاعلام في اتجاهات الجمهور

الفصل الثاني : سمي بالإطار العام للدراسة وتضمن الكلمات الدالة في الدراسة واشكالها الدراسة

وأهداف الدراسة وأهمية الدراسة وفرضيات الدراسة

وفي الفصل الثالث حيث سمي بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

حيث يتناول ما يلي:

الدراسة الاستطلاعية ونوع المنهج المستخدم في الدراسة وتوضيح المجتمع والعينة في الدراسة وتبين أداة جمع البيانات والمعلومات

وتوضح اجراءات التطبيق الميداني للأداة والأساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة

الفصل الرابع : وفيه تم عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضيات

الفصل الخامس : فاختص بعرض استنتاجات عامة وتقديم اقتراحات وآفاق مستقبلية وذكر المراجع المعتمدة في الدراسة ورافق هذا الفصل بالملاحق

و في الختام اننا نقدم هذه الدراسة ونأمل أن تساهم في تقديم صورة موضوعية وصادقة ونرجو أن تكون بداية لدراسة أخرى أعمق و اشمل تسترشد هي الاخرى بالأسلوب الميداني ونتائجه العلمية .

الفصل الأول : الخلفية النظرية

والدراسات السابقة

1- الخلفية النظرية

1-1 نظريات التأثير الاعلامية

2-1 تأثيرات الاعلام

3-1 الاعلام الرياضي المتلفز

4-1 البرامج الرياضية التلفزيونية

5-1 القائم بالإعلام

6-1 جمهور الاعلام الرياضي

2- الدراسات السابقة

1- الخلفية النظرية

1-1- نظريات التأثير الإعلامية

1-1-1- نظرية وضع الأجندة (ترتيب الأولويات)

1-1-1-1- مفهومها

تقدم بما ماكسويل ودونالد بحيث تؤكد على قدرة وسائل الإعلام و الاتصال على التركيز على اهتمامات الجمهور ببعض الأحداث و الرهانات من دون أن تملى عليه الآراء ، بحيث تطرح له الأخبار و المعلومات الأكثر أهمية و عليه تقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز قضايا و إهمال أخرى فيستجيب الجمهور وييدي اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها .

(عبد الحميد، 1993، ص 85)

كما عرفها stephen Batrosan بأنها تعتبر العملية التي تبين وتظهر فيها وسائل الإعلام قضايا معينة بدرجة كبيرة على أساس أنها قضايا مهمة تنتظر ردود الحكومة و الجمهور عن طريق استشارة انتباههم ، و بالتالي تصبح ذات اولوية تدخل في اجندة الجمهور المتعرض دائما لوسائل الإعلام حيث يكيف إدراكه وفقا لتدرج أهميته المنسوبة لتلك القضايا و موضوعاتها المعروضة و بشكل ما يتوافق و اتجاه عرضها بسبب الوقت الممنوح لها في تلك الوسيلة.

(منال المزاهرة ، 2012 ، ص 332)

و عرفها ايضا james watson بأنها مجموعة من الموضوعات في الغالب يكون ترتيبها حسب أهميتها

(James watson,2006 P35)

كما جاء في تعريفها Robert La Rose ، joseph straubhaur بأنها قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا المهمة

(joseph straubhaur Robert La Rose ,2000,p 35)

وترتكز النظرية على ان وسائل الإعلام تنجح بكفاءة في تعريف الجمهور فيما يجب ان يفكرون لأن هذه الرسائل تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور و اتجاهه بموضوعات معينة أو إحداث أو قضايا و بالتالي تعمل وسائل الإعلام على خلق علاقة ارتباطية قوية موجبة طردية و هذا بين ترتيب و أهمية الموضوع و أهميته لدى الجمهور

(Michael J Muin , 2011,p1)

وجاء في مفهوم هذه النظرية من يرى الفكرة الأساسية في هذه النظرية أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية أو الصحافة بشكل عام أي التي تتضمن الصحف ، و الإذاعة و التلفزيون الموضوعات في أثناء حملة انتخابية و يبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار

(محمود حسن إسماعيل ، 1998 ، ص 272)

ومنهم من يرى ان هذه النظرية تعتمد في إعداد خطة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة التي تشكل قوة كبيرة في تحديد و تشكيل الرأي العام حول القضايا التي يواجهها المجتمع من خلال حجم الطرح لهذه القضايا و تسليط الضوء عليها في وسائل الإعلام فيستثار اهتمام الجمهور بها

(عصام سليمان موسى ، 2009 ، ص 203)

و عليه فإن طرح مواضيع رياضية معينة و إهمال مواضيع أخرى تحدد جدول تفكير الجمهور من حيث درجة الأهمية و الأولويات.

و قد حدد ماكسويل مستويين من أنواع بحوث وضع الأجندة .

المستوى الأول : و يفيد انتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور .

المستوى الثاني : و هو يكمل المستوى الأول و يهتم بأولويات الموضوعات من عناصر و سمات في التغطية الإعلامية لموضوع معين بالنسبة للجمهور وجعله يحظى بالاهتمام بين الأولويات بالإضافة إلى ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور على المستوى الكلي و العام .

(Maxwell McCombs and others. Without a year, p 704)

و إضافة إلى ذلك نجد من يفترض بالنظرية تفيد بأن وسائل الإعلام هي من تقوم بترتيب اهتمامات الجمهور و هذا من خلال إبراز قضايا معينة دون أخرى من اجل توجيه الجمهور للقضايا المهمة .

(Daniell charron,2009,p 32)

وعلى ضوء ما سبق ذكره فإن فكرة هذه النظرية بتحديد هو ترتيب الموضوعات المعالجة حسب الهرم المعتدل لصياغة الخبر الصحفي اي الانتقال من الأهم إلى المهم و أخيرا إلى الأقل اهمية حيث يقوم جدول أعمال الإعلام في مجاله الثقافي والرياضي خاصة في ترتيب للموضوعات حسب درجة الأهمية وبتها حتى يبدو لجمهور المشاهدين ان هذه البرامج و الموضوعات أولى بالاهتمام من غيرها .

وبالتالي فإن الإعلام خاصة المرئي يهيمن على خلق الصور في أذهان الجمهور فالإعلام المرئي يحدد للجمهور فيما يجب أن يفكر و حول ماذا يقلق.

وبلغة اخرى فإن نظرية الأجندة تعمل من خلال المضامين الإعلامية إلى إعادة هيكلة الأحداث المحيطة و ترتيبها حسب درجة الأهمية و هذا ما يوافق السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية بهدف توجيه تفكير الجمهور إلى ما يراه مناسباً و إقناعه بذلك .

1-1-1-2- إستراتيجية نظرية وضع الأجندة :

توجد استراتيجيتان لوضع الأجندة و هما :

1-1-1-2-1 - الإستراتيجية الأولى :

وتقوم بدراسة مجموعة من القضايا الهامة من وسائل الإعلام وعند الجمهور و ذلك إما على فترة زمنية واحدة او على فترتين .

1-1-1-2-2 - الإستراتيجية الثانية :

وتدرس قضية واحدة على فترة زمنية واحدة او على فترات زمنية مختلفة و بالتالي دراسة ممتدة وتستخدم أسلوب تحليل المحتوى او المضمون لاحتواء تلك الموضوعات و حصرها التي تؤكد عليها وسائل الإعلام و الدراسات الميدانية للتعرف على أجندة الجمهور من خلال الاستمارة

(Mccombs ، Donald L Shaw ،1993 ،P58)

1-1-1-3 - مكونات عملية وضع الأجندة**- أجندة الجمهور**

بدأ هذا الاتجاه على Ma Ccombs Shaw . وهي تعني أن لوسائل الإعلام تأثير على أجندة الجمهور ، وهي ترتيب الجمهور للقضايا و الموضوعات التي يرى أنها مهمة ، وتتكون من الأجندة الذاتية و الأجندة الشخصية و الأجندة الخاصة بالمجتمع .

-أجندة وسائل الإعلام Media Agend

وهي ترتيب الموضوعات و القضايا التي يتم طرحها وعرضها عبر وسائل الإعلام وتتكون من أجندة التلفزيون وأجندة الصحف ... الخ

- وضع أجندة السياسة العامة :

ترتيب الموضوعات و القضايا وفق ما يخدم السياسة العامة و صناع القرار او تتخذ من أولويات القضايا السياسة العامة وأولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا لها ، في حين تمثل اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل .

(سعاد جبر سعيد ، 2008 ، ص ص 101-102)

1-1-1-4- مراحل وضع الأجندة:

يتم وضع الأجندة في عدة مراحل وهي كالاتي :

- إلقاء الصحافة الضوء على بعض الإحداث و إبرازها .

- تغطية بعض القضايا بشكل مكثف لإثارة الانتباه .

- إدراج القضايا و الإحداث المهمة في إطارها الذي يضيف عليها المعنى و يسهل فهمها و إدراكها.

- يجب أن تؤثر اللغة المستخدمة على مدركات الجمهور لأهمية القضية .

- ربط الوقائع و الأحداث مع بعض الرموز الثانوية التي تسهل التعرف عليها على مواقع الخريطة السياسية .

(نسرین حسونة ، 2015، ص ص 9 - 10)

1-1-1-5- أجندة جماهير وسائل الإعلام

يؤثر الجمهور في وضع أجنداته وذلك عن طريق محددات منها الوقت وعليه فوقت المشاهدة المتاح خلال اليوم هو المجال التنافسي بالنسبة لوسائل الإعلام ، أما المحدد الثاني فيكمن في قدرة وسائل الإعلام إلى وصولها للمشاهد ، وأخيرا يفيد المحدد الأخير إلى الطاقة النفسية فإن اهتمام المشاهد بقضايا معينة يهمل القضايا الأخرى

(مُجَّد عبد الحميد 2004 ، ص 299)

1-1-2- نظرية حارس البوابة:

جاءت فكرة هذه النظرية من الحارس او الحاجب الذي يقف أمام البوابة فيدخل من يشاء و يمنع من يشاء فمثلا المتتبع لبرامج التلفزيون يرى هناك تباين في نشر المعلومات و اختلاف في الترتيب من حيث أهميتها.

(خير الدين علي عويس . عطا حسن عبد الرحيم ، 1998 ، ص 36)

ويبين العالم الأمريكي الجنسية كيرت لوين انه يرى على طول الرحلة التي تجتازها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط عبارة عن بوابات عليها يتم اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج .

(مكاوي حسن السيد ، 1998 ، ص 176)

ونجد ذلك حسب التوجه السياسي لأجندة وسائل الإعلام منها أجندة التلفزيون التي تشمل أيضا في شخصية رئيس التحرير أو الصحفي من خلال السياسة الإعلامية التي تهدف إلى إحداث تغيير اجتماعي او ثقافي بالجمهور الرياضي المشاهد ، و بالتالي فالحارس الإعلامي يمرر ما يشاء من معلومات عبر التلفزيون و يحجب الباقي ، يسبب هذا إحداث هذا الأخير تأثيرات سلبية تعود إلى التلفزيون و إلى الجمهور وبذلك نسهل كلامنا بمقولة إعلامية مشهورة تقول بأن الأهم ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل ذلك الذي لم يتم عرضه .

1-1-3- نظرية الاستخدامات و تلبية الاحتياجات

يرى هذا المنظور ان الجمهور المتلقي في العملية الإعلامية هو عامل أساسي بحيث ان المتلقي هو الذي يختار ما يريد من الرسائل الإعلامية المتنوعة و الكثيرة في مواجهة التوجيه الإعلامي المسلط عليه ، و بالتالي فإن الجمهور المتلقي نشط و فعال و يختار ما يناسب رغباته الشخصية و هو صاحب المبادرة في تقرير الأساليب التي يتلقى بها الإعلام فهذا الأخير لا يلبي جميع حاجات الجمهور المتعددة .

(عصام سليمان الموسى ، 2009، ص 204)

وان تنوع الحاجات النفسية و الاجتماعية للجمهور لا يمكن لوسائل الإعلام أن تلبيها كاملة فالرسائل الإعلامية تلي جزء من هذه الاحتياجات و هذا الطرح يستند إلى هذا المنظور .

(Danis M c quail , 1983 , P71)

وترى أيضا نظرية الاستخدام و الإشباع ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغباته قد تكون معلوماتية او ترفيهية او رياضية الخ .

(مُجَّد عبد الرحمان الحضيف ، 1998 ، ص 28)

وعليه فالإشباع ينطلق من مفهوم شائع و معروف في علم الاتصال و هو التعرض الاختياري حيث نشأت هذه النظرية في الغرب الأمريكي و هي متأثرة بالجو الليبرالي او مناخ الحرية السائدة الذي نادي به المفكر الانجليزي جون ستيوارت مل.

(محمود حسن اسماعيل ، 2003 ، ص 287)

توجه الاهتمام شكل كبير بما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام و بالتالي دراسة الاستعمال من طرف الجمهور وذلك من اجل تلبية حاجياتهم و ميولاتهم ورغباتهم من اختيارات تمنحها لهم الوسيلة الإعلامية في خد ذاتها

(Rêmy Rieffel, 2001, p119)

ومن جانب آخر ركزت النظرية على الأسباب الخاصة بالتعرض لوسائل الإعلام بغية التعرف على كيفية استعمال الجمهور لوسائل الإعلام ، فالمتلقي فاعل حقيقي يختار ما يتماشى معه انطلاقاً من مبدأ التعرض و الإدراك و يلجأ إليها من اجل تحقيق رغباته و حل مشاكله اليومية و التخفيف من أعباء الحياة اليومية و من اجل تحقيق التوازن النفسي .

(مُجَّد عبد الحميد ، 2004 ، ص 237)

وتنظر هذه النظرية إلى علاقة الإعلام الرياضي وجمهوره فيتخذ الجمهور هنا نوع الرسالة الإعلامية التي يفضلها وبالتالي يتلقاها فهي تؤدي إلى إشباع رغباته حسب ميوله الشخصي ، فالشخص الميل إلى العنف تستهويه مشاهدة أحداث العنف في الملاعب وتؤدي إلى راحته .

فهذه النظرية تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال هو مبدأ التعرض الإخباري وبالتالي يعني ان المشاهد هو يختار الوسيلة الإعلامية المقدمة بحيث تتفق مع تفكيره وتلبي رغباته وهذا التعرض الاختياري يأتي باسم حرية التفكير وعلى أساس المحتوى الإعلامي الهادف يكون له تأثير ايجابي في المجتمع .

(خير الدين علي عويس،عطا حسن عبد الرحيم، 1998، ص ص 38-39)

1-1-4 - نظرية الاعتماد

تستند هذه النظرية بشكل خاص على وجود علاقة قوية بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي ، فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام من خلال تزويده بالمعلومات وذلك لتلبية حاجاته وتحقيقها، ويقوم الإعلام بتحقيق ثلاث تأثيرات من اعتماد الجمهور عليه فنجد التأثيرات المعرفية تدفع الجمهور للبحث عن معلومات جديدة لإزالة بعض الغموض لقضايا معينة ، وفي مرحلة ثانية تشكيل الوجدان والاتجاهات فاتخاذ الجمهور لمواقف معينة من قضية معينة ، والمرحلة الثالثة يعمل الإعلام من خلال مبدأ إعداد الخطة أي طروحات الإعلام لقضايا على دفع الجمهور إلى اختيار وانتقاء المعلومات التي تتناسب مع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية ، أما في المرحلة الرابعة فيعمل الإعلام بالتأثير على المخزون المعرفي عند الجمهور وبالتالي ساعد الإعلام إلى تحديد مواقفهم النهائية من المواضيع المختلفة .

(عصام سليمان الموسى، 2009، ص 28)

وعليه فإن هذه النظرية ترى بأن الإعلام يقوم بتأثيرات من خلال اعتماد الجمهور عليه، فالتأثير يكون بداية معرفيا من خلال المعارف والمعلومات ومجموعة من الخبرات ووجهات نظر نحو موضوع معين التي تطرحها وسائل الإعلام خاصة

المرئية والتي آلت الى الجمهور عن طريق المشاهدة ، اما المرحلة الثانية من التأثير الإعلامي فتكمن في تشكيل الوجدان والاتجاهات للجمهور وتتمثل في درجة القبول أو الرفض أو اتخاذ موقف معين للمادة الإعلامية المقدمة ، أما التأثير الإعلامي في مرحلته الثالثة فيكمن في الجانب السلوكي للجمهور باختيار الجمهور للمعلومات والمواضيع التي تهمهم ، وأخير يعمل الإعلام بالتأثير على المخزون المعرفي عند الجمهور لتحديد مواقفهم النهائية من المواضيع المختلفة .

1-1-5- نظرية الغرس الثقافي

ترتبط هذه العملية بالباحث الأمريكي جورج جرينز الذي خلص الى تأثير وسائل الاعلام على البيئة الثقافية وتقوم هذه النظرية على ان التلفاز خاصة يعمل على خلق واقع للحقيقة و الوجود يتقبله الجمهور في عقولهم رغم ان الواقع في الحقيقة قد يكون صحيحا او غير صحيح لا يعكس الواقع الحقيقي ، ولذلك تكون الاحكام والأعمال التي تصدر عن الجمهور مرهونة بالواقع التي تتكون في عقولهم ، وترتكز هذه النظرية على خمس افتراضات هي :

- يختلف التلفاز في الجوهر عن باقي وسائل الاعلام وهو متاح للجميع ومتوفر لجميع الفئات العمرية .
- التلفاز هو الذراع الثقافي المركزي للمجتمع الأمريكي فهو يحدد لما يجب ان تكون عليه الامور .
- ان الحقائق التي يغرسها التلفاز تكون هدفها بالدرجة الاولى ايجاد معرفة عامة .
- وظيفة التلفاز بالدرجة اولى هو ايجاد توازن بين انماط المجتمع.
- أن اسهامات التلفزيون في الثقافة التي يمكن ملاحظتها وقياسها محدودة جدا رغم ان هذه التأثيرات تحدث باستمرار وتعمل الى تغيير الثقافة تغييرا كبيرا.

(عصام سليمان موسى، 2009، ص ص 205-206)

وتشير نظرية الغرس الثقافي الى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع وكثرة المشاهدة التلفزيونية لها تأثير على ثقافتهم و للتنشئة الاجتماعية

(George Gerbener , Larry cross, without a year,p175)

1-1-6 - نظرية العنف المتلفز

نجد في ذلك عدة نظريات من أهمها :

- نظرية اثارة الحوافز العدوانية

تكشف هذه النظرية ان مشاهدة العنف عبر التلفزيون ترفع من حدة الاثارة النفسية والعاطفية عند الجمهور مما يؤدي الى احتمال حدوث السلوك العدواني ويزر مدى تشابه بين خبرة المشاهدة الواقعية والعنف المتلفز.

- نظرية التعلم من خلال الملاحظة

تبين هذه النظرية ان الجمهور يمكن ان يتعلم السلوك العدواني من خلال مشاهدة برامج العنف ، والتعرض المستمر للعنف يعمل على تقسية وتصلب عواطف الجمهور ويقوده الى ممارسة العنف كأسلوب في الحياة الناجحة لمواجهة المشكلات الاجتماعية والنفسية التي قد يتعرض لها .

- نظرية التعزيز

ترى هذه النظرية ان معظم المشاهدين من الجمهور للعنف لا يتأثرون به إلا القليل فقط من الذين يتصفون بعدم ثبات شخصيتهم وبالتالي يحركهم العنف الذي يشاهدونه فيقلدونه .

(عصام سليمان موسى، 2009، ص ص 208-209)

ومع تكرار مشاهدة العنف المتلفز في كثير من البرامج ، تحاول دراسات أخرى عن الانصهار الاجتماعي أخذ عاتقها مسؤولية التنبيه لأثار الذي يمكن أن يحدثها التلفزيون على المشاهدين.

(Mireille chalvon and others, 1991, p45)

1-2- تأثيرات الإعلام

يقصد بالتأثير على انه التغيير الذي يحدث في سلوك المشاهد و هذا نتيجة للمادة الإعلامية التي يستقبلها و تؤثر عليه بتفاعلها مع المخزون المعرفي و عليه تدفعه للقيام بتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه

(كامل فور شيد ، 2011، ص 130)

وتبرز دراسات تأثيرات الإعلام عدة صعوبات يواجهها الباحثون في مدى التحكم بحجم تأثير الإعلام على الجمهور بصورة واضحة و قاطعة و ذلك بسبب المتغيرات الديمغرافية الخاصة بالجمهور وغياب رجوع الصدى في اغلب الاحيان و نقص الانتباه للمضمون الإعلامي ، و عليه فإن حقيقة ان الاهتمام بتأثير الإعلام سيبقى مسألة ملحة ، و هذا راجع إلى ضرورة استعمال وسائل الإعلام في نقل المحتوى الإعلامي لدى الجمهور في هذا العصر ، و يشير مصطلح التأثير إلى التغيير في السلوك نتيجة لاستقبال المحتوى الإعلامي

وتفاعلها مع وحدات المخزون المعرفي (القيم و المعتقدات ، الافكار ، المعارف) و يخلص هذا التفاعل إلى انتقاء و تحديد الصورة العقلية التي تحدد بدورها الاستجابة الظاهرية المباشرة المؤجلة و التي تخلص إلى قيام المتلقي بعمل او قول يبين مدى استجابة للمحتوى الإعلامي تؤدي في المحصلة النهائية إلى تشكيل الآراء و الاتجاهات و ما يليها من تغيير في سلوك ذلك المتلقي و عليه توجد ثلاث مراحل من التأثير الذي ينجم عن الإعلام و هي:

1-2-1- التأثيرات المعرفية

ان قضية المعرفة تقوم على اسس و جذور ممتدة في اعماق النفس الانسانية و تمر بعمليات تحول بطيئة قد تستغرق زمنا طويلا بعكس عملية تغيير المواقف

(ابو زيد فاروق ، 1986، ص 120)

وتكمن هذه التأثيرات المعرفية في المعلومات التي يستقبلها المتلقي عن طريق الحواس المختلفة و بالتالي ينتقي ما يقبل و ما يرفض بواسطة الاطار المرجعي الخاص به .

(عصام سليمان الموسى ، 2009، ص154)

فالمحتوى الإعلامي الرياضي يزود الجمهور بقدر كبير من المعارف و المعلومات و تتناول هذه المعلومات كل جوانب المجال الرياضي المختلفة حيث جزء كبير منها يلبي احتياجاته و رغباته و ميوله .

وفي صياغ آخر تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للجمهور وهذا من خلال عملية التعرض للمادة الإعلامية بصفة مطولة يحدث عملية إبعاد اصول معرفية قائمة لقضية او لمجموعة من القضايا لدى المشاهد و احلال اصول معرفية جديدة بدلا منها .

و ان تأثير وسائل الإعلام في طريقة تفكير المشاهد و اسلوب تقييمه للأشياء يحدث تولد قناعات و معتقدات

(مُجَّد بن عبد الرحمان الحضيف ، 1998، ص 32)

نجد ايضا في التأثيرات المعرفية بما يعرف بالغموض وذلك عندما تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة او معلومات متضاربة بخصوص تلك الاحداث مثل اقالة الناخب الوطني رابح ماجر فجأة و تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد للمعلومة

(منال هلال المزاهرة ، 2012، ص 227)

وان كشف الغموض وذلك عن طريق تقديم التفسير الواضح وزيادة المعلومات للحدث الرياضي و هذا يفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و من خلال تنوع مصادر المعلومات يلجأ الجمهور بالاعتماد على المراسلين و وكالات الانباء

(مُجَّد خليل الرفاعي ، 2011، ص 687)

ينتج من ذلك تكوين اتجاه الجمهور الرياضي مع عدم اغفال الدور الانتقائي للمشاهد في تكوين الاتجاه لديه بسبب المضمون الإعلامي المتراكم على فترة طويلة تظهر اثاره على المشاهد ، بترتيب اولوياته حيث ان وسائل الإعلام المرئية تبرز قضايا و تسلط الضوء عليها و تخفي اخرى مما يشكل اهمية لدى الجمهور بالنسبة للقضايا البارزة دون أخرى

(حازم الحمداني ، 2009، ص 42)

اتساع الاهتمامات ناتج عن عمل وسائل الإعلام بإعلام المشاهدين لمعلومات لم يعرفوها من قبل مما توسع لديهم دائرة الاهتمامات

1-2-2- التآثيرات الوجدانية

يقيم الجمهور الرياضي المتلقي المعلومة المقدمة و المطروحة عبر الإعلام المرئي عند استقبالها ثم يقرر بواسطة مخزونه المعرفي بالقبول او القبول الجزئي او الرفض او الرفض الجزئي و هذا على حسب درجة توافقه مع المخزون المعرفي للمتلقي

(منال هلال المزاهرة ، 2012، ص 227)

فالمتلقي يسعى دائما في استقبال المعلومات و المعارف التي تتفق مع معتقداته و قيمه و معارفه المخترنة

ونجد في التأثيرات الوجدانية الفتور العاطفي حيث يرى الباحثون ان التعرض المكثف إلى موضوعات العنف الرياضي في وسائل الإعلام يولد عدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين أو الجهات الوصية وبرود في المشاعر و العواطف و ينظر المتلقي لما يحدث من عنف في الملاعب كأنه عنف تلفزيوني و المشاهدة المتكررة للعنف الرياضي في التلفزيون يؤدي في النهاية إلى الفتور العاطفي اي النظر إلى تلك الظاهرة بشكل عادي بدون تفاعل

(سناء مُجَّد الجبور ، 2010 ، ص 148)

و قد تؤثر وسائل الإعلام على معنويات الجمهور بالسلب او الايجاب و عليه اذا كانت وسائل الإعلام تقوم فيها بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور الرياضي نتيجة الشعور الجمعي و التوجه و الاندماج و تعكس الفئات الاجتماعية الي ينتمي اليها المتلقي

(منال هلال المزاهرة ، 2012 ، ص 229)

و يساهم التلفزيون على تعريف المواطنين ببعضهم البعض و يحثهم على التعاون في جماعات و منظمات يشتركون فيها مما يبيث فيهم الاحساس و الشعور بالمواطنة و بالشخصية الوطنية بين الجماهير و الاحساس بالانتماء القومي و نجد في ذلك دور الإعلام الرياضي المرئي في غرس قيم المواطنة .

(مُجَّد صالح ياسين ، دون سنة ، ص 88)

1-2-3- التأثيرات السلوكية

يعتبر السلوك العمل او القول الظاهر الذي يصدر من الانسان و عليه فالتأثيرات السلوكية تنتج لاستقبال الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية و تحديد مدى الاستجابة و ارتباطها بالسلوك ، فالجمهور الرياضي المتلقي يتزود من المضمون الإعلامي ، و بعدها ذلك المضمون او الرسائل الإعلامية تتفاعل مع المخزون المعرفي للمتلقين و ينتج عن ذلك استجابة قولية او فعلية بالقبول او الرفض و تكون الاستجابة مباشرة و آنية و قد تستغرق وقت طويلاً

(عصام سليمان الموسى ، 2009 ، ص 157)

نجد في التأثيرات السلوكية التنشيط و هو نتيجة التعرض الإعلامي الرياضي للمتلقي فيعمل هذا الاخير إلى اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة او معارضة و يتمثل ذلك في ممارسة النشاط الرياضي للحصول على الصحة الجيدة وقد تعمل وسائل الإعلام بإحداث الحمول بالنسبة للمتلقي بسبب التعرض لوسائل الإعلام و تدفع به إلى عدم المشاركة نتيجة الملل

(منال هلال المزاهرة ، 2012 ، ص 229-230)

يؤثر التلفزيون في تعديل السلوك فنجد النوع الأول التعديل السلوكي الطوعي اي انه عند القيام بعرض نماذج او امثلة من السلوك في قالب ملائم من خلال التلفزيون فإن المشاهد يمكن ان يقلد ذلك السلوك

اما النوع الثاني التعديل السلوكي القصري فالمشاهد يستجيب بطريق لا يمكن توقعها بحيث تعمل وسائل الإعلام نتيجة التعرض بإحداث تغيير من السلوك غير مقصود

(ابراهيم مصعب الدبلجي ، 1981، ص ص 52,53)

1-3- الإعلام الرياضي المتلفز

إذا كان الإعلام ((هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و اتجاهاتها في نفس الوقت)) كما عبر عنها العالم الألماني أترون

(عبد اللطيف حمزة ، 1984، ص 23)

فالإعلام الرياضي ((هو عملية نشر الاخبار و المعلومات و الحقائق و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية من افراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي))

(حسن احمد الشافعي 2003 ص 37)

ويرى مُجد الحماسي ((ان الإعلام الرياضي في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تتم بنشر الاخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة لهذا المجال الرياضي و يعرض و يفسر القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الرياضات و الألعاب المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية ...))

(ابراهيم امام ، 1995، ص 79)

و عليه فالإعلام الرياضي هو ((نشر الاخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و نشر القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور و يهدف إلى نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع لتنمية و توعية الرياضي و هو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا و اخبار الرياضيين))

(أديب خضور ، 1994، ص 77)

اذن الاعلام الرياضي المتلفز يخاطب الجمهور الرياضي لم يقتصر على تزويد المشاهد اخبار و معلومات و حقائق واضحة و افكار منطقية في المجالات الرياضية بل تعدى أكثر من ذلك ، ويعني هذا الدور إلى صياغة الوعي الرياضي و تشكيل الرأي العام و الاسهام في تطوير و توسيع ما ينتجه التلفزيون الامر الذي ادى إلى خدمة الثقافة الرياضية و توسيع مجالها و محاربة كل اشكال العنف الرياضي و غرس حب الانتماء إلى الوطن و عليه فإن التلفزيون من الوسائل الاعلامية الثقافية تعمل على تزويد الجماهير بزد ثقافي عن طريق المعارف و تفسيرها و التعليق عليها و بالتالي نلمس وجود علاقة بين

التلفزيون و المعارف الرياضية حيث تتحدد هذه العلاقة المكملة و تتحدد في بعض الاحيان لعلاقة الحد و الحاجز فالتلفزيون يمثل الجانب التطبيقي من المجال الرياضي و بالتالي يساهم على نشر المعارف الرياضية و توسع مجالها.

حيث يعمل التلفزيون دور الناقل الذي يمرر من خلاله الزاد المعرفي في المجال الرياضي فهو اداة ثقافية يساهم في دعم المواقف الرياضية و التأثير فيها و على تحفيز و تعزيز و نشر الانماط السلوكية الجيدة و تحقيق التكامل الاجتماعي و الثقافي

فالإعلام الرياضي المتلفز هو الإعلام الذي يغلب على مجاله البرامج الرياضية و المحتويات الرياضية ناتجة من شغل انساني .

وعليه فإن التلفزيون باعتباره ناقل حيث للبرامج الرياضية ووسيلة اتصالية فإنه لا يخاطب حاسة البصر و السمع كلا على حدى و لا ينحصر على العقل و الوجدان كما هو الحال بالنسبة للوسائل المقروءة بل يخاطب الشعور و العاطفة و الحاجات النفسية ، و يعمل على ربط الشعور ببعضها البعض ، اذ لا يقف على حدود جغرافية او ثقافية او سياسية ، لذي سماه مارشال ماكلوهان بامتداد لجهازنا العصبي

(نبيل العارف الجروي ، 1985، ص ص 189-190)

وعلى ضوء ذلك فالتلفزيون من انجح الوسائل السمعية البصرية ، و جعله هذا يحتل مكانة مرموقة من حيث الفاعلية الشديدة فهو لا يسمح للمتلقي بالانصراف بل يسيطر عليه و يشل حركته و يهدف إلى رفع المستوى الثقافي ، و الفكري ، و بث الثقافة الجماهيرية و على ربط المجتمعات ببعضها البعض ، فأصبحت المشاكل العالمية محل اهتمام كل الدول في المعمورة ، لذلك نسمي هذا متطلبات العصر بعصر الانفتاح و الذي ساعده على هذا التطور وسائل الإعلام الرهيبة بسبب حاجات ، و متطلبات العصر ،فالتلفزيون له دور كبير في رسم منحى توجه الجمهور إلى جانب بث كل ألوان البرامج الرياضية مما ساهم في خدمة الرياضة و الارتقاء و النهوض بالمستوي الرياضي ، كما لا ننسى اسهامه في بث و دعم البرامج الرياضية .

1-3-1- خصائص الرسالة الإعلامية ذات المحتوى الرياضي

بما ان الرسالة هي قلب العملية الإعلامية و حلقة وصل بين المرسل و المستقبل فلنجاحها لا بد ان تتوفر فيها بعض الخصائص وهي

- **الصراحة** (عدم التحيز) : يجب ان تكون الرسالة الإعلامية صريحة لا لبس فيها كما يجب ان تقول الحقيقة و ليس نصف الحقيقة حتى تصل إلى القلب و العقل و تؤدي إلى تغيير معلومات و اتجاهات المستقبل

- **الصحة** (الضبط) : يجب ان تكون الرسالة الإعلامية خالية من الاخطاء النحوية و الإملائية ، كما يجب اختيار الكلمات المناسبة ووضعها في جمل صحيحة ، و فقرات معبرة فالكلمات هي الوسيلة التي تصبح بها الافكار مسائل اعلامية و ثم اتجاهات و سلوك

- **الوضوح** (الجلاء) : يجب ان تكون معنى الرسالة الإعلامية واضحاً بمعنى الا يكون هناك سوء فهم لمعنى الرسالة ، كما يجب فحص كل كلمة و جملة و عبارة من عبارات الرسالة الإعلامية حتى تحمل نفس المعنى للمرسل و المستقبل و يعتمد وضوح الرسالة على فهم عميق للغة المستقبل و حاجاته و ثقافته

الكامل : يجب ان تغطي الرسالة الإعلامية معنى كامل عن طريق تزويد المستقبل بجميع المعلومات التي يطلبها و هذا يتطلب من المرسل معرفة جمهوره حق المعرفة كما يجب على المرسل ان يراجع رسالته عند اكتمالها ليعرف مدى التوافق بين الافكار و الكلمات و الاسلوب الوارد فيها

- **الإيجاز** (الاختصار) : يجب على المرسل ان يوجز رسالته الإعلامية ، بحيث تكون خالية من الحشو و المبالغة و التعقيد ، كما يجب ان يدخل في صلب الموضوع مباشرة حتى يسمح للمستقبل بتلقي رسالته بسرعة و اشتياق

- **الالطاف** : يجب على المرسل ان يستخدم الكلمات الطيبة و اللطيفة التي تضفي جو من الاحترام و التقدير و المحبة على الجو الإعلامي و بالتالي تحقيق الهدف من الإعلام

- **الاحساس** : يجب ان تكون كلمات الرسالة الإعلامية محسوسة لأن الكلمات المحسوسة اكبر تحديد للمعنى من الكلمات المجردة فهي تؤثر على المستقبل بصورة ذهنية بأشياء و ترسخ في ذهنه عكس الكلمات المجردة

(ابراهيم ابو عرقوب ، 1993 ، ص ص 159-160-161-162)

1-3-2- المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي المتلفز

يمتاز الإعلام الرياضي المتلفز بانتشاره و تغطيته الكبيرة اذ انه يصل إلى كل بيت في المجتمع ، و هناك شبه اتفاق حول اساسيات العمل الإعلامي في المبادئ و الاسس التي يقوم عليها وهي :

- الجانب الانساني و الاهتمام بالإنسان : ان الانسان هو العنصر المستهدف في البرنامج الإعلامي الرياضي ، سواء كان مواطنا في مجتمع او عضو في جماعة و ذلك من اجل تغيير اتجاهاته و تعديلها او تصحيح افكاره و تكوين اتجاهات جديدة كما ان الهدف الأسمى الذي تسعى اليه برامج الإعلام في رفاهية المشاهد و صالحه العام بحيث تترك الجماهير ما يقدم لهم من معلومات و حقائق تضمن النفع و الفائدة لهم و مجتمعهم بالدرجة الاولى

- ملائمة الوسائل الإعلامية المستخدمة للجماهير : يجب ان تكون الوسيلة الإعلامية المستخدمة ملائمة لطبيعة الجمهور المستهدف و مثال ذلك قد لا تفيد رسالة اعلامية مكتوبة لجمهور رياضي غير ملم بالقراءة و الكتابة بل الافضل في هذه الحالة استخدام التلفزيون في نقل المحتوى الرياضي

- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية : يجب ارسال الرسالة الإعلامية في الوقت المناسب ، فإذا ما وصلت الرسالة للمستقبل قبل وقتها فإنه قد لا يكون مستعداً لاستقبالها و الانتباه لها و التفاعل معها ، و اذا وصلت متأخرة فقد تفقد اهتمام و انتباه المستقبل لذلك فإنه من الضروري جداً اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة الإعلامية و اختيار الوقت المناسب يعني الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف

- صدق ووضوح الرسالة الإعلامية : فالرسالة الإعلامية الناجحة هي التي تتميز بالصدق و الوضوح و البعد عن الالفاظ المعقدة و الغامضة فتكون الافكار واضحة و الالفاظ سهلة و الاسلوب سلس و ان تتجرد من الذاتية و تتحلى بالموضوعية

- الاعتماد على المصادر الموثوقة فيها : ان المصادر العالية المصدقية أكثر تأثيراً في تغيير اتجاه المستقبل من المصادر المنخفضة المصدقية ، لأن المعلومات مهما بلغت من الاهمية لا يكتب لها النجاح اذا كان مصدرها غير موثوق فيه

- الجمهور الموجه اليه الرسالة : يجب معرفة طبيعة الجمهور الموجه اليه الرسالة و هذا يتعدى احيانا معرفة الخصائص الديمغرافية من العمر ، الجنس، العرق ، مكان السكن ، المستوى التعليمي ، المهنة ... إلخ إلى معرفة الخصائص النفسية و الاجتماعية مثل موافقة اتجاهاته ، ميوله ، و اسرته و اصدقائه و اقاربه ... إلخ

(حسن عبد الحميد رشوان ، 1997، ص ص 249-252)

- العلاقة المتبادلة بين التلفزيون (المؤسسة الإعلامية) و الجماهير : ان مصداقية و مكانة المرسل (التلفزيون) لدى الجمهور تساعد في تحقيق اهدافه بسرعة و بأقل جهد ، اما اذا كان غير معروف لديهم فإن عليه ان يحاول كسب ثقتهم

او لا حتى يتمكن من استقطابهم ومن هنا يجب على المؤسسة التلفزيونية معرفة كيف يفكر الجمهور وهذا لتحقيق اولوياته

- **التكرار و تأكيد المكاسب** : ان من شروط نجاح البرامج الإعلامية الرياضية تكرار المادة الإعلامية بحيث لا يكون هذا التكرار مملا و ان تعرض الرسالة الإعلامية في اشكال و طرق مختلفة و بأسلوب اكثر جذبا لانتباه الجماهير

- **التقييم** : تهدف عملية التقييم إلى التعرف على اوجه النجاح و الفشل و التقصير كما تعرفنا بالجمهور ، ومن اكثر انواع التقييم تأثيرا هو التقييم المستمر كالمسوحات السنوية لاتجاهات الجماهير و كذلك عن طريق استقبال رسائل الجمهور المستهدف ، و قراءتها و المكالمات الهاتفية و المقابلات و غيرها

(حسن عبد الحميد رشوان ، 1997 ، ص ص 249-252)

1-3-3- وظائف الإعلام الرياضي المتلفز :

إن التقدم المشهود الذي عرفه الإعلام الرياضي المتلفز اعطى دفعا كبيرا في ترقية المجال الفكري و الرياضي للجمهور الرياضي ، و عليه يظفي لنا الإعلام الرياضي المتلفز وظائف متعددة

وظيفة توجيه و تكوين المواقف : يقوم التلفزيون بتوجيه الجمهور الرياضي بشكل مباشر و غير مباشر على السواء و عليه فكما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور في اللغة و المحتوى بحيث تخاطب الجمهور الذي له القدرة على الاستيعاب متماشية مع قدراتهم ،

(عبد الرزاق الديلمي ، 2012 ، ص 218)

وظيفة التوجيه و تكوين المواقف : يستطيع الإعلام الرياضي المتلفز اكساب الجمهور اتجاهات جديدة أو تعديلها و هذا ما نجده من خلال التأثير على الرأي العام ، بحيث هذه التوجهات تتماشى و اهداف المؤسسة الإعلامية (التلفزيون) ، اذ تعمل على غرس قيم و ممارسات اجتماعية و تدعيم افكار و مواقف مرغوبة في الجمهور تتواءم مع السياسة العامة .

وظيفة اعلامية : يهدف الإعلام الرياضي المتلفز إلى تزويد الجمهور بالمعلومات النافعة لهم في شتى مجالات الرياضة

(فيصل حمدان العازل ، 2006 ، ص 112)

و تزويدهم بالأخبار و المجتمع الذي يعيشون فيه ، و تعتبر الوظيفة الإعلامية من جمع و معالجة و تخزين و نشر المعلومات و الحقائق من اهم وظائف الإعلام ، اذ بواسطتها يمكن الجمهور من تحديد معلوماته و اثرائها و توسيع افاقه و مدركاته و اتخاذ القرارات الصائبة

وظيفة تثقيفية : يقصد بالتثقيف هو زيادة المعرفة بغير الاسلوب الاكاديمي ، و التثقيف هنا هو عن طريق التلفزيون دون قصد او تخطيط سابق

(فيصل حمدان العازل ، 2006 ، ص 112)

و يفيد التثقيف في القاموس السياسي الانجليزي - الامريكي - بمعناه الاصلي جميع وسائل الإعلام و هي وسائل نشر الثقافة منها التلفزيون التي توجه إلى قطاعات واسعة من الجمهور

(عبد الوهاب الكيالي و آخرون ، 1994 ، ص 289)

و يعني التثقيف تزويد الافراد و الجماعات بعناصر معرفية جديدة ، و التثقيف لمعناه الواسع المتعارف عليه يتناول النواحي العامة التي تعجز الاساليب الأكاديمية المتبعة في المؤسسات التعليمية عن القيام بها بهذا المعنى يمكن ان يقوم به الافراد بأنفسهم ، و قد يكون في هذه الحالة اكثر فاعلية من التثقيف المفروض على الافراد من الخارج

(خيرى خليل الجميلي ، 1997 ، ص 33)

وظيفة تربوية : التربية هي عملية تظم الافعال و التأثيرات المختلفة التي تستهدف نمو الفرد من جميع جوانب شخصيته و تسيره نحو كمال و وظائفه عن طريق التكيف مع ما يحيط به ، و من حيث ما تحتاجه هذه الوظائف من انماط سلوك و قدرات

(المركز الوطني للوثائق التربوية ، دون سنة ، ص 18)

اذن فالإعلام الرياضي المتلفز يلعب دورًا كبيرًا في مجال التربية و التعليم فهو يعمل على تعميم المعارف و القضايا المعرفة ومقاومة الافكار المسبقة

وظيفة ترفيهية : يعتبر عنصر الترفيه مهما و ضروريا في المجتمع الحديث بفضل ما يؤديه للأفراد و المجتمعات ، فهو ينشلهم و لو لوقت محدد من الضغوطات النفسية و الاجتماعية التي يتعرضون لها اثر قيام نشاطاتهم اليومية لذا نجد الإعلام الرياضي المتلفز يلعب دورًا بارزًا في تسلية الجماهير ز الترفيه عنهم لزيادة استمتاع الجمهور بأوقات فراغهم و التنفيس عن مكبوتاتهم .

1-3-4- ابعاد الدور الوظيفي للاعلام الرياضي المرئي في المجتمع

يمكن تلخيص اهم ابعاد الدور الوظيفي للاعلام الرياضي المرئي في المجتمع إلى العناصر التالية

مقاومة الشائعات و القضاء عليها : الشائعات هي الاحاديث و الاقوال و الاخبار و الروايات التي يتناقلها الجمهور دون التأكد من صحتها و دون التحقق من صدقها و يميل كثير من الجمهور إلى تصديق كل ما يسمعون له دون محاولة التأكد من صحته ... و يفعل كثير من الجمهور ذلك دون ان يعلموا انهم بذلك يساعدون على نشر الاشاعات الكاذبة و الاخبار المضللة التي تخدع الجمهور ... و تثير فيهم الشكوك و الريبة و تحطم معنوياتهم وتفقدتهم الثقة بأنفسهم و المؤسسة الإعلامية

(عبد الفتاح مُجَّد دويدار ، 1999، ص 339)

القضاء على الرواسب الثقافية المعوقة : الراسب الثقافي هو مركب ثقافي تغيرت فيه وظيفته الاصلية بمرور الزمن و اصبح استعماله مجرد اتفاق شكلي ، و التمسك بهذه الرواسب البالية يؤدي إلى كبح تطور و تقدم البلدان ، لذا فإن من وظيفة الإعلام الرياضي المرئي مواجهة الرواسب و الكشف عن جذورها التاريخية و قصفها و تفسيرها حتى يدرك الجمهور عدم ملائمتها لاتجاهات الحاضر و تطلعات المستقبل

ابراز الشخصية الوطنية و انماؤها : الشخصية الوطنية هي مجموعة تلك المقومات و المميزات التي تشمل في اللغة التي يعرف بها ، و يتأدب بأدبها ، وهنا تكمن بث الرسالة الإعلامية في تعزيز اللغة و اعطائها المكانة المناسبة

(وزارة الشؤون الدينية ، 1951، ص 325)

وظيفة الإعلام هي البحث عن الابعاد المؤلفة للشخصية الوطنية و محاولة بعثها و تحديد اطارها و تجسيد اهدافها .

ضبط اتجاه الرأي العام و توجيهه : إن من وظيفة الإعلام الرياضي المتلفز معرفة اتجاهات الرأي العام و اهتماماته و استجاباته و ذلك قصد تنويره و تبصيره و توجيهه الوجهة التي تتماشى ومصالحة السياسة العامة و الجماهير

(مُجَّد حقيق عواشنة ، 1994، ص ص 177 - 176)

تطوير القيم الاجتماعية وادخال اخرى جديدة :

ان من وظيفة الإعلام الرياضي المرئي في المجتمع تطوير القيم الاجتماعية السائدة و ادخال اخرى جديدة مما يتفق و اتجاه السياسة العامة و تحقيق التوازن بين الفرد و المجتمع

(مُجَّد حقيق عواشنة ، 1994، ص ص 177 - 176)

1-4- البرامج الرياضية التلفزيونية

و بإعتبار التلفزيون وسيلة هامة من وسائل نشر الثقافة الرياضية يختلف عن الوسائل التقليدية كونه متاح و في متناول الجميع ، استعماله سهل يشاهده الجميع بجميع اصنافه ، و بالتالي اختلفت النظرة حول التلفزيون بإعتباره وسيلة اعلامية هادفة و يربطنا بالعالم و يجعله قرية صغيرة ويزودنا بالمعلومات و التحليلات الرياضية ، اما الرأي الآخر فينظر اليه نظرة سلبية هدامة من حيث فك لروابط الاسرة و اواصر القرابة ، و يجعل المشاهد يعيش علمه الخاص ، و يستغرق جل وقته وحده

(مؤنس كاظم ، 2008، ص 117)

بينما في الغالب يؤكد الباحثون دائما في مجال الإعلام و الاتصال على قيمة التلفزيون الذي اضحى وسيلة اعلامية قوية في التأثير على الجمهور في عدة ميادين ومجالات الرياضة و الثقافة و الترفيه و الإعلام و التعليم و يرجع هذا لتطور التلفزيون و انتشاره بسرعة

(سهير جاد واخرون ، دون سنة ص 43)

وما يمرره من منتج اعلامي رياضي هادف عن طريق البرامج الرياضية فالبرنامج لغة يعبر عن الميزانية او لائحة المنهاج او خطة لما يتم القيام به و اما اصطلاحا فهو عبارة عن مادة سواء كانت صوتية او مصورة او كلاهما يقدم ضمن فترة معينة ولها هدف معين و هو مخاطبة الجمهور كما تتميز هذه البرامج عن بعضها من لحن المقدمة و النهاية و الزمن المخصص لعرضها و موعد عرضها على الجمهور

(مُجَّد الجفيري 2015، ص 11)

وعلى ضوء ذلك فالبرامج الرياضية التلفزيونية تقدم كل ما يخص الشأن الرياضي من اخبار و نتائج و تحليلات رياضية و استضافة لاعبين و عرض مباريات مسجلة او حية مباشرة ... إلخ

حيث تعبر البرامج الرياضية عن فكرة او عدة افكار عن طريق مزج الصورة بالصوت مع فنيات الاخراج لتحقيق هدف معين

1-4-1- أنواعها

- البرامج الحوارية مع نفسه او الحديث المباشر

وهو من ابسط البرامج الحوارية الرياضية ، فيقتصر على متحدث واحد ، بحيث يوجه المنشط الحديث إلى جمهور الشاشة او الحضور في الاستديو ، وهذا يعتمد على شخصية المتحدث او الصحفي و قدراته على الالتقاء الجيد و مواصفاته الإعلامية ، و عرض الموضوع ببساطة و ووضوح و جذب الانتباه الدائم و عدم التكلف و البعد عن التصنع

(معوض مُجَّد ، 1986، ص200)

- برامج المقابلة والحوار :

حيث يعرض هذا البرنامج محادثة بين شخصين ويصنف هذا الحوار من حيث الهدف الى ثلاثة أقسام .

حوار المعلومات : والهدف من ذلك الحصول على معلومات من الشخصية المستضافة حول قضية أو حدث بإعتباره مصدرا للمعلومات او مطلعا عليها.

حوار الرأي : وهذا من اجل معرفة رأي ضيف الحصة.

حوار الشخصية : والهدف من ذلك معرفة جوانب شخصية الضيف ومن اجل نجاعة ونجاح الحوار تتدخل عدة عناصر تتعلق بالمقدم والضيف والموضوع والاسئلة والزمن والمكان ، واللغة المقدمة والجمهور .

(مُجَّد الجفيري ، 2015 ، ص 223)

- برنامج التحقيق التلفزيوني :

يتسم بالعمق في عرض موضوعاته حيث يعتمد على التحليل الواقعي ، ولقاء الاشخاص أصحاب العلاقة ، والمعاشه الحقيقية في المكان والزمان والظروف والاشياء ذات الدلالة ، وهو ثلاثة أنواع أساسية :

التقرير الاخباري : وهو يمتاز بالحيوية والسرعة والعرض المختصر .

تحقيق الحدث : يبحث عن ما وراء الأحداث اللحظية ، ويبين الخلفيات والأسباب غير الظاهرة ، هو مثل التحقيق

الصحفي . (فهد بن عبد الرحمان الشميري، 1431 هـ، ص 58).

تحقيق المعالم : يشمل أنواع متعددة مثل تحقيق المشكلات ، تحقيق الانجازات ، تحقيق الشخصية ، تحقيق المكان ، التحقيق التاريخي ، لا يشترط وجود حدث بيني عليه البرامج .

(فهد بن عبد الرحمان الشميري، 1431 هـ، ص 58).

1-4-2- أهم قوالب البرامج التلفزيونية

تعددت قوالب البرامج التلفزيونية كل حسب الهدف المنشود اليه وكل قالب له خصائص معينة نذكر منها :

- قالب الحدث المباشر
- قالب الحوار والمقابلة
- قالب المائدة المستديرة (الندوة)
- قالب جمهور المشتركين
- قالب المحاكمة
- قالب الفيلم ومقدم البرنامج
- قالب المسابقات
- قالب المنوعات
- قالب التحقيق
- قالب المعالم أو البرنامج الخاص
- قالب المجلة التلفزيونية

(طارق سيد احمد الخليلي، 2008، ص 100)

1-4-3- مكونات البرامج التلفزيونية

تتكون البرامج التلفزيونية من عدة مكونات هي :

- المحتوى : وهو الموضوع أو المعلومات المقدمة
- طبيعة المستقبل : هذا المحتوى يقدم من المرسل الى المستقبل (الجمهور)
- الأهداف : أي محتوى مقدم يجب أن يتضمن هدف أو أهداف يريد المرسل تحقيقها في المرسل
- الطريقة : تقدم المادة الاعلامية وفق متطلبات وميول واشباع حاجات الجمهور بحيث تتم بطريق وأساليب تتناسب وتوائم قدرة الاستقبال .

(فاروق ناجي محمود، 2007، ص 22)

1-4-4- معايير تصنيف البرامج التلفزيونية :

من بين المعايير التي يتم الاعتماد عليها في التصنيف، وذلك حسب الوظيفة أو الهدف : حسب الهدف الرئيسي للبرنامج، قد يكون هدفه التعليم، التثقيف، الترفيه، الاعلان .

المحتوى والمضمون : رياضي إلخ

الجمهور : يكون موجه الى الشباب ، الاطفال ، النساء ، نخبة، مجتمع إلخ

دورية البث : يومي ، ، اسبوعي ، شهري.....إلخ
وقت البث : منها برامج الصباح، برامج الظهر، برامج المساء ، برامج لسهرة
اللغة : يقدم بلغة عربية فصحي ، لهجة عامية، لغة أجنبية ...إلخ
الشكل أو القالب الفني الذي يبنى عليه البرنامج : حديث، حوار، تحقيق،مجلة.....إلخ
(بركات عبد العزيز،2000،ص54)

1-5 - القائم بالإعلام

من أجل ان تؤتي العملية الاتصالية ثمارها المرجوة وتحدث ضمن الإطار المطلوب وتحقق الأهداف المنشودة يجب على الذي يدير الحوار او القائم بالإعلام ان تتوفر فيه شروط ومواصفات مطلوبة.

وعليه فالقائم بالإعلام او الإعلامي هو الشخص المسؤول عن العملية الإعلامية ويقوم بتوصيل المعلومات والحقائق والإخبار مشروحة مبسطة بطريقة علمية فنية مؤثرة إلى جمهوره ، ولا بد أن يكون لديه مهارات إعلامية في التفكير والكلام والاستماع والمشاهدة والكتابة والقراءة والفهم والتحليل لتساعده على إنتاج رسالة إعلامية مناسبة وارسالها للمستقبل في الوقت المناسب والمكان المناسب والوسيلة المناسبة .

ويصنف القائمون بالإعلام إلى نوعين وهذا حسب طبيعة الإعلام وطبيعة مدها ولذلك نجد نوعين :

- القائمون بالإعلام الجماهيري من المحترفين عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وهم يعملون بها.

- القائمون بالاتصال الشخصي أي الأشخاص الذين يسهمون في إيصال الرسالة عن طريق الاتصال الشخصي .

(سمير حسين،1984،ص153)

فالمقصود من بحثنا هم القائمون بالإعلام في المؤسسات الإعلامية الذين يستخدمون الإعلام المرئي منبرا لإيصال المضمون الإعلامي والتأثير على الجمهور والإقناع .

1-5-1- خصائص القائم بالإعلام

لاحظ الباحثات شولمان واثيل أن الجمهور يؤثر على القائم بالإعلام والعكس صحيح ، إذ يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالإعلام ونوعية الأخبار التي يقدمها .

(مكاوي حسن السيد،1998،ص183)

القائم بالإعلام هو في الأصل يعمل على طرح الفكرة وتقديم رسالة مصممة في الأصل لأهداف مدروسة ومخطط لها، ولكن دوره في كيفية الإقناع وتوصيل الرسالة ولذلك يجب أن يتسم القائم بالإعلام بشخصية القدرة على الإقناع والوصول إلى المبتغى، وإنشاء علاقة خاصة، ونجد في شخصية القائم (المرسل) الاتقاعية أنها موهبة فطرية غالبا، حيث خلقت معه ملكات إيجابية من أهمها سرعة الفهم وحدة الذكاء ودقة الملاحظة .

(اسماعيل سليمان أبو جلال،2012،ص 176-177)

إنه يتسلح بنوعين أساسيين من مهارات الاتصال ، الأولى مهارة الإنصات والثاني مهارات التحدث ونجد أن مهارة الإنصات تتقدم في الحوار لان منشط البرنامج او القائم بالإعلام يركز على مضمون حديث الضيف وبلتقط أفكاره

الأشد اثراء، كما يتمكن أيضا من مقاومة مختلف عمليات التشويش صناعيا او طبيعيا على الموقف الإعلامي ويتميز أيضا القائم بالإعلام بالاعتدال في الحماس والاتزان الانفعالي والتزامه بالحوار والمرونة الذي يجعله يتعامل بكفاءة مع المشكلات التي تقف عثرة امام حصوله على حوار ممتاز بعقل مفتوح مع الضيوف ، وتعتمد مهارات التحدث بالنسبة له على الحصيلة اللغوية وقدرته على التوظيف الصحيح لهذه الحصيلة في سياقها الاجتماعي ويجب على القائم بالإعلام أن يكون معاشا لواقع عصره ، ملما بأحداثه وتطوراته ملتحما بجمهوره حيث يمكن توجيه اهتمامات الجمهور .

(بركات عبد العزيز،2000،ص ص 116-117-118)

وهناك من يرى خصائص اخرى خاصة بالقائم الإعلامي نلخصها فيما يلي:

- المهوبة الخلاقة والميول والاستعداد التام لممارسة العمل في هذا المجال .
- الثقافة العامة والخبرة المهنية في حقل الإعلام .
- الذكاء والمقدرة الواسعة على حسن التصرف فيما يواجهه من مواقف .
- الصدق والأمانة فيما يقول وإلا فقد ثقة الجمهور به .
- الموضوعية وعرض وجهات النظر دون تحيز .
- خلق الأصدقاء من مختلف المجالات ، وذلك بحسن الخلق .
- القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم .
- معاينة المجتمع والتفاعل مع مشكلاته لمعالجتها مع جهات الاختصاص وإيجاد الحلول الناجعة .
- الوطنية والإخلاص في العمل وأدائه على الوجه الأكمل ، و المبادرة و المبادرة واقتحام المشاكل .
- الصبر والعفو والتسامح ذلك لأن الإعلامي كثيرا ما تواجهه العديد من المشاكل والصعوبات .

(علي حسن مصطفى،دون سنة،ص91)

1-5-2- علاقة القائم بالإعلام بالمؤسسة الإعلامية (التلفزيون)

في إطار نظرية وضع الأجندة التي تستند إلى افتراض بأن المؤسسة الإعلامية هي التي تقوم بانتقاء المواضيع والأخبار وترتيبها حسب درجة الأهمية انطلاقاً من توقعاتها لاهتمامات الجمهور ، وتفيد النظرية أيضاً في قدرة المؤسسة الإعلامية في نقل أجندتها الإعلامية إلى أجندة الجمهور بالتركيز على اخبار دون غيرها مع عمل القائمين بالإعلام على ذلك .

(McCombs Maxwell,2004,p1)

ويعتبر McCombs هو المؤسس الفعلي لهذه النظرية وتعرض العديد من المنظرين لنظرية وضع الأجندة وأكد على قوة المؤسسة الإعلامية على تحديد أولويات الجمهور وأبرزهم Lippman ولقيت هذه النظرية رواجاً في سبعينات القرن الماضي

وتقوم نظرية الأجندة على مجموعة من الفروض وتفيد في ذلك ان الإعلام لا يظهر الواقع كما هو بل يركز على جزء منه حيث يركز على بعض أحداثه لتشكيل الوعي العام، وهذا التركيز على أحداث معينة من شأنه أن يكسبها أهمية متنامية لدى الجمهور تختلف عن مستوى أهميتها في الواقع، ويتم بناء الأجندة من طرف المؤسسة الإعلامية انطلاقاً من عدة متغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية وان وضع الأجندة عملية دائرية تقوم على ربط الأحداث المستقبلية باستجابات الجمهور

وتسعى المؤسسة الإعلامية إلى توجيه الجمهور دائماً إلى ما يحقق التماسك الفكري والمعرفي .

وعليه فإن علاقة القائم بالإعلام بالمؤسسة الإعلامية في إطار النظرية حيث تتحرك في ممارساته الإعلامية وفق قيود ومعايير تفرضها المؤسسة الإعلامية فتحدد له ما ينبغي التركيز عليه وما ينبغي إهماله حيث القرار الأخير لطرح الأجندة بيد المؤسسة الإعلامية حيث تؤكد على قدرة القائم بالإعلام في توجيه اهتمامات الجمهور وخاصة في الجانب الرياضي لتحقيق إجماع جماهيري نحو قضية رياضية ما في اعلائها وجعلها قضية رأي عام ، ويجب التوصل إلى حل في اقرب وقت أو إهمال القضية وإزالتها.

وبالتالي فان خصائص ومهارات القائم بالإعلام كما ذكرنا سابقاً مع توجيه أجندة المؤسسة الإعلامية معا تصنع أجندة خاصة من خلالها تعكس لدى الجمهور الواقع المختار لتشكيل الوعي العام المأمول ويقضي أسلوب انتقاء فرض الأجندة بانتقاء منظومة الأخبار والتحليلات في أي مجال إلى توافق الاتجاه الرئيسي للجهات الإعلامية المنفذة ، ووجه المخادعة يتمثل في إن الوسيلة الإعلامية المرئية تنشر مواد إعلامية حقيقية أو موثوقة لكنها تغفل عن قصد أخبار ومواد أخرى أكثر أهمية.

(عزام أبو الحمام، 2011، ص ص 128-129)

1-5-3- تأهيل القائم بالإعلام

لا تستطيع المؤسسات الإعلامية أن تلبى أوليات الجمهور من معلومات وأخبار على أكمل وجه ما لم يكن هناك الإعلامي القادر على انتقاء المعلومات وتنظيمها وتحليلها ومعالجتها ليتمكن الاستفادة منها بأقصى درجة ممكنة ، ذلك أن فعالية المؤسسات الإعلامية ونجاحها في تحقيق أهدافها يتوقفان إلى حد كبير على الكفاية المهنية لقائمين بالإعلام لها ونقصد بالكفاية المهنية الإعداد المهني الإعلامي وتدريبه على انتقاء المعلومات، والقدرة على المقارنة والموازنة، والحكم على القيمة النسبية لك منهما وتنظيمها وتحليلها ومعالجتها وبثها وتقسيم كل ذلك، وأن تتوفر فيه مهارات الاتصال وهي خمس:

- مهارات الكتابة
- التحدث
- القراءة
- الإنصات والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال واتجاهاته نحو المتلقي.
- الموضوعية بإيجابية تزيد من فعالية الاتصال والتخصص للقائم بالإعلام واجب ضروري.

(سيد حبيب الله، سعد محمد الهجرسي، 1995، ص 162)

ولتأهيل القائم بالإعلام والمؤسسات الإعلامية التلفزيونية هناك شكلين من التأهيل هما التعليم والتدريب ، أما التعليم هو النمط السائد في برامج التأهيل المفضية إلى درجة علمية، ويهتم أساسا بتزويد القائم بالإعلام أو المرسل بالرصيد المعرفي الأساسي والمهارات الإلقائية وتنمية قدراته وملاكاته المعرفية، فضلا عن تنمية الاتجاهات والأنماط السلوكية الشخصية والاجتماعية المطلوبة، أما التدريب فهو تلك البرامج قصيرة الأجل ذات الأهداف المحددة تحديدا واضحا وتركز بشكل أساسي على الممارسة المهنية.

(عبد الحافظ محمد سلامة، 1997، ص 154-155)

1-6-1- جمهور الإعلام الرياضي :

تصل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الرياضي المتلقي وهو بدوره الهدف الأساسي والنهائي في العملية الاتصالية .

1-6-1- مفهوم الجمهور :

يرى Zaden ((إن تجمع من الناس الذين يشتركون في الاهتمام بقضية معينة يثار حولها الجدل والخلاف))

ويعرف الدكتور أحمد كمال الجمهور بأنه ((جماعة من الناس قد تكون جماعة صغيرة في بعض الأحيان إلا أنها في غالب الأمر جماعة كبيرة وفي كلتا الحالتين تجمعهم مواقف معينة يتأثرون بها ويؤثرون فيها)) ويبين هذا التعريف أن الجمهور جماعة غير محدودة العدد فتارة يكثر عددهم وتارة أخرى ينقص إلا أن الشيء الذي يجمعهم هو موقف أو قضية أو مصلحة مشتركة .

(الدسوقي وجيه مرسي، 2009 ص ص 71-72)

أما مفردة MASS يقابلها بالعربية كلمة جمهرة وحشد مستمدة من الكلمة الإغريقية MAZA وتعني وجبة الشعير، تعبر عن كمية كبيرة غير قابلة للعدد .

(سعاد جبر سعيد، 2008، ص 21)

فالجمهور في العلاقات العامة يختلف عن الحشد ، فجمهور العاملين الموردين أو المستهلكين أو الخرجين ، الأطباء ... يختلف عن جماعة المحتشدين لمشاهدة كرة القدم أو لحضور اجتماع أو احتفال توزيع الجوائز وعليه فالحشد اجتماع مؤقت وغير منظم نسبيا وله مكان معين يتسع له ويوجد في الحشد تفاعل مباشر يدرك ويسمع ويرى والاحتشاد في مكان واحد لا يدل على صفة الجمهور .

(مُحَمَّد منيب حجاب، 2007، ص ص 80-81)

إن مصطلح الجماهير أكثر شيوعاً و استعمالاً في أدبيات الدراسات الإعلامية والثقافة الشعبية العامة ويحمل هذا المصطلح (الجماهير) دلالات معقدة متناقضة تبعاً للسياقات الاجتماعية والثقافية ، فقد يعني مجموع الأشخاص الذين يفقدون قيم الثقافة السائدة لهم ، أما الجانب الإيجابي للمصطلح ونجدّه في التقاليد الاشتراكية فمعنى القوة والتضامن بين أفراد الطبقة الشغيلة عندما ينتظمون معاً بغية تحقيق أهداف سياسية والوصول إلى غايات إيديولوجية وتعرف بعض المعاجم

الجماهير بـ ((المجموعة التي تخفي فيها صفة الفرد))، أما هربوت بلومر Herbert Blumer فقد أعطى تعريفاً لمصطلح الجماهير مبيناً الاختلاف والأشكال الأخرى لتجمعات الحياة الاجتماعية مثل الجماعة والحشد والجمهور العام ، فيرى الجماعة (group) بأنها جماعة تعرف بعضها البعض لهم قيم مستمرة وأهداف مشتركة والعمل على تحقيقها، أما الحشد crowded يكون أعضاؤه محدودي الهوية يتقاسمون نفس الاهتمامات ولا توجد عادة بينية ولا تنظيم اجتماعي أو معنوي وأعضاء الحشد متساوون ومدركون أن تجمعهم مؤقتة ويمكن أن يحقق الحشد هدفاً ولكن عمله يتصف غالباً بالعاطفة والانفعال أحياناً عفوية .

(علي قسايسية وآخرون، دون سنة، ص ص 52-53)

فيرتكز مفهوم جمهور وسائل الإعلام على جملة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع وخاصة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة أما فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموعة المتفرجين على عرض درامي أو لعبة ، أي استعراض عام يستقطب عدد من الناس في أشكال مختلفة في كل الحضارات عبر مراحل التاريخ .

(علي قسايسية، 2007، ص 43)

فالجمهور حسب المفهوم العددي هو بدوره مجموعة من الأشخاص أو الأفراد التي تصلهم وحدة إعلامية لمحطة تلفزيونية وهم التي تتوفر فيهم خصائص متميزة من شأنها أن تهم المرسل أو القائم بالإعلام للرسالة الإعلامية وهذا الجمهور يمكن أن يكون من المثقفين أو الشباب أو ربات البيوت ... إلخ وعند الأخذ بعين الاعتبار عند تحليل جمهور وسيلة إعلامية معينة تحليلاً عددياً نجد أن هناك عدة أنماط من الجمهور .

(علي قسايسية، العدد 18، ص 157)

1-6-2- أنماط الجمهور

- **الجمهور العام** : يشمل الجماهير النوعية في منطقة معينة فسكان المجتمع الجزائري مثلا يمثلون جمهور عام تربطهم روابط مختلفة منها اللغة ، المصالح والآمال المشتركة

(الدسوقي وجيه مرسى، 2009، ص 79)

- **الجمهور النوعي** : يقصد به مجموعة من المشاهدين تربطهم روابط معينة وتجمعهم مصالح وميول فهناك جمهور كرة القدم وجمهور المسرح أما من الناحية العمرية فهناك جماهير متعددة ، نجد جمهور الأطفال ، جمهور الشباب ... إلخ وكذلك تحدد أنماط الجماهير من حيث الجنس يوجد جمهور الذكور وجمهور النساء ، وتوجد عدة جهات تحدد أنماط الجماهير منها جهة المهنة جمهور الأطباء وجمهور المهندسين ، ومن حيث درجة التعليم فيوجد جمهور المتعلمين وجمهور الأميين ومن حيث الناحية الاقتصادية يوجد جمهور المستهلكين وجمهور الموزعين .. إلخ وعليه يمكن القول أن المشاهد يمكن أن يكون عضوا في أكثر من جمهور واحد وهذا يعني أن الجماهير النوعية متداخلة .

(الدسوقي وجيه مرسى، 2009، ص 78-79)

- **الجمهور المفترض** : هو مجموعة السكان المستعدين لاستقبال أو عرض وحدة اتصال وذلك بتوفر أو امتلاك الجمهور للوسائل المادية و التقنية التي تمكن من استقبال الرسائل الاعلامية ، فالجمهور الذي يمتلك استقبالا تلفزيونيا يشكل الجمهور المقترض لها .

- **الجمهور الفعلي** : هو مجموع الاشخاص والافراد الذين استقبلوا فعلا العرض الاعلامي كالمشاهدين لبرامج تلفزيونية

- **الجمهور المستهدف** : وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الاعلامية بغض النظر عن ادراكها والموقف الذي يتخذ منها فنجد أن هناك أفراد الجمهور الذين يستجيبون للرسالة وهناك أفراد آخرين يتجاهلوها ، وهذا تماشيا مع احتياجاتهم ومصالحهم المادية واهتماماتهم الفكرية والاعلامية والقيم الثقافية والروحية ومعتقداتهم الدينية .

(علي قسايسية، 2007، ص 93)

• **الجمهور النشط** : وهو الجزء من الجمهور الذي يتفاعل وبالتالي يستجيب للرسالة الاعلامية وهذا من ناحيتين فقد تكون بالإيجاب وهو الجمهور المستهدف عن طريق الدعوات و الانتخابات والاعلانات التجارية ، أما الناحية الثانية فبالسلب ويعد الجمهور الذي يحاول المرسل جاهدا كسب وده وتأييده أو على الأقل ضمان حياده .

وبالإضافة إلى تلك الاعتبارات التي يخفيها الكم العددي للجمهور فإن فهم وتغير السلوك الذي يقدم عليه أفراد الجمهور الفاعل يجب الأخذ بعين الحسبان أن هناك جمهور الذي فهم الرسالة واستجابة لها عن وعي وإدراك وعليه فقد عبث معظم الباحثين والكتاب في ميدان دراسات الاتصال الجماهيري على أن المفهوم العادي للجمهور لا يقدم تغييرا شاملا لواقع الجمهور .

(علي قسايسية، 2007، ص93)

وهناك من يرى أن الجمهور رغم عدم تجانسه فهو متداخل في علاقته مع الوسيلة المكتوبة وهناك ثلاث أنواع للجمهور

- **الجمهور الايجابي والجمهور النوعي** : لديه القدرة على كشف اللعبة الاعلامية ، له شخصية قوية ، خبرة غنية في كيفية تلقي المعلومة .
- **الجمهور السلبي** : الذي يعرض نفسه بشكل سهل وعشوائي للرسائل الاعلامية ، يتأثر بمضمونها الذي يحدده المرسل .
- **الجمهور المراوغ والعنيد** : يقف على أرضية فكرية صلبة ويقف موقفا نقديا في مواجهة ما يتعرض له ، فعملية اقناعه تكون صعبة .

(حسن احمد الشافعي، 2003، ص89)

1 - 6 - 3- خصائص الجمهور :

المشاهد في جمهور وسائل الاعلام المرئية يقبل أو يرفض ، يجتذب أو يبتعد أو يتجنب ، يتعرض أو لا يتعرض ، وهذا انطلاقا من قرار اختياره ومستوى التفضيل أو شدته .

لذا وجب معرفة أسباب التفضيل أو الاهتمام وشدة التفضيل في استخدام المشاهد لوسائل الاعلام المرئية ، مما دعا للتأكيد على البناء النفسي للمشاهد في علاقته بقرار الاستخدام .

يمكن تقسيم الجمهور إلى فئات مختلفة منها :

- أصحاب الاتجاه العلمي : فالمشاهد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض الاستخدام بالمعايير العلمية ، وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل بالمعرفة الانسانية .
- أصحاب الاتجاه المادي أو العلمي : والمشاهد يصدر أحكامه بصفة المنفعة المباشرة والعائد المادي وأيضا لمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام المرئية.
- اصحاب الاتجاه المعنوي : تتأثر أحكام المشاهد بالمنفعة أو العائد المعنوي الذي يتأثر بالتوافق والانسجام والإشباع الوجداني ومعايير هذا الاتجاه هو المعاني والرموز التي تدعم الحب والخير و السلام .
- أصحاب الاتجاه الاجتماعي : يستمد هذا الاتجاه بإطار الاحكام التي تتوارثها الجماعات والمجتمعات لنمط سائد من التقاليد والأعراف والعادات التي توجه المشاهد بغيره داخل جمهور وسائل الاعلام .

(سامي محسن ختاتنة،2010،ص ص 173-174)

إن هذا الجمهور يتحدد لمصلحته المشتركة التي تجمعهم وتتميز بالوعي والادراك مما يساعد ذلك انبثاق رأي عام حول قضية ما ، حيث يتشكلون فجأة فهم لا يعرفون بعضهم بل القضية أو الموقف الذي يجمعهم .

(الدسوقي وجيه مرسي،2009،ص73)

ويعتبر مفهوم الجماهير من حيث الخصائص أنه يشترك مع خصائص جمهور التلفزيون بأنه أوسع من الجماعة والحشد فنقصد من مصطلح الجماهير في هذا السياق بأنه عنصر أساسي في الشكل الجماعي لجمهور وسائل الاعلام ويتضمن عدة خصائص وهي :

- الحجم الواسع : فتشكل الجماهير يتخذ حينها أوسع بكثير من الأشكال الأخرى .
- التشتت : فعناصر الجماهير يتواجدون في أوضاع وأماكن متباعدة ومع تطور وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة ، اكتسب الجمهور بعدا كونيا كبيرا فتحدى الزمان والمكان و أصبح العالم قرية صغيرة .

(علي قسايسية وآخرون،بدون سنة،ص ص 56-57)

- عدم التجانس : فأفراد الجمهور غير متجانسين وبالتالي متميزين في احتياجاتهم ومصالحهم ودوافعهم واهتماماتهم وفي سلوكهم .

- عدم التعارف أو الجهولية : فنجد أن عناصره غير معروفة بذواتهم وأيضا مجهولون لبعضهم البعض وكذلك لدى القائم بالاتصال .
- غياب أي تنظيم اجتماعي : فتباعد عناصره وعدم معرفة بعضهم ببعض ومن خلال ذلك يفقدون القدرة على التوحد أو الدخول في تنظيمات اجتماعية باعتبارهم أفراد الجمهور .
- وجود اجتماعي غير مستقر في الزمان والمكان : وهذا لا يخدم أصحاب المؤسسات الإعلامية الذي يطمحون دائما إلى جذب الاهتمام لأهمية الوسيلة الإعلامية بحسب جمهورها الخاص .

(علي قسايسية و آخرون ، بدون سنة، ص ص 56-57)

1 - 6 - 4 - السمات الديمغرافية والاجتماعية للجمهور

باعتبار الجمهور خاصة الرياضي هو الهدف الأساسي والنهائي في العملية الاتصالية وعليه فيجب على القائم بالإعلام أخذ فكرة عامة عن خصائص الجمهور والمتمثلة في القدرات العقلية والخصائص النفسية والعاطفية ... إلخ وهذا من أجل إقناعه ومرور الرسالة على أحسن وجه وبالتالي مهارة القائم بالإعلام ، والمحتوى الإعلامي المصمم والموضوع بدقة عالية إلا أن هناك عوامل ديمغرافية تؤثر في تصميم المضمون . ومع اتساع حجم الجمهور بفضل تعدد دور وسائل الإعلام وتوفرها ومع تنوع الاحتياجات للجمهور واهتماماته ومصالحه أصبحت هذه الدراسات تهتم بدراسات الجمهور بشكل دقيق ومع تجزئة الجمهور إلى فئات اجتماعية يشترك أفرادها بمجموعة سمات ديمغرافية مثل السن، النوع..... تتفاعل مع عناصر سيكولوجية وإدراكية ومعرفية وثقافية تؤثر وتقرر نمط السلوك الاتصالي.

(عبد الله محمد عبد الرحمان ، بدون سنة ، ص

(343

وعليه فإن توضح تلك السمات وتعددتها يمكن تصنيفها إلى نوعين أساسيين :

السمات الأولية : وهي خصائص غير قابلة للتغيير أي ثابتة وهي مثل تاريخ الميلاد ، الجنس ، الانتماء العرقي والسلالات

السمات المكتسبة والقابلة للتغيير : وهي سمات متغيرة مثل اللغة والدين والسن ومستوى التعليم ، الوظيفة ، الإقامة ، الحالة المدنية ، الدخل وهذه السمات دلالات اجتماعية وهذا ما وصل إليه **روبرت ميرتون** (Merton 1957) على أن عناصر بعض الفئات نجد فئات السن والنوع والدخل تتداخل و تتماثل في سلوكياتها تجاه الرسائل الاعلامية في إطار العلاقة جملها أو بعضها بهذا السياق.

(حسن عماد مكاوي وليلى حسين ،2006،ص156)

ونظرا لاستخدام الدراسات الاعلامية في المجال الواسع في الأبحاث التي تخص الجمهور نتطرق إلى هذه الفئات الأربع وعلاقتها بطبيعة المواقف التي من شأنها وإمكانيتها اتخاذها اتجاه الرسالة الاعلامية .

النوع : يقسم الجمهور بحسب سمة النوع إلى (ذكور ، إناث) للدلالة على النوع غير مبرزا الفئات العمرية ، والتخصص فيها وهذا التقسيم وفق عوامل بيولوجية و فيسيولوجية تخضع سمة النوع لاختلاف ومصالح وحاجيات الذكور والإناث ، وأما البحوث الأكثر دقة في هذا المجال الاعلامي تقترن النوع بصفات شخصية أكثر تماثلة في المهنة ومستوى التعليم والعمر والوضعية الاجتماعية والسياسية... إلخ لتجزئة الجمهور أكثر دقة .

وهذه السمات وحدها غير كافية فيجب النظر إلى سمات لعلاقته معها حيث تعكس مجتمعه مثله في المستويات الوجدانية والمعرفية والسلوكية التي يلجأ إليها الفرد في تكوين آراءه ومواقفه .

السن : إن الفئات العمرية في تقسيم الأفراد وحدها لا تقدم دلالات علمية من شأنها أن تعمل على تفسير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف المراحل العمرية .

(الطاهر بن خلف الله،2004،ص78)

مستوى التعليم : من خلال هذه السمة يتمكن من تحديد مستوى المعارف والخبرات التي قد يتحصل عليها الفرد من أسلوب التعليم المنظم في الدولة، ونجد أيضا دور المدرسة في التأثير على الفرد من حيث التعليم والتربية والتنشئة الاجتماعية التي توجه السلوك تجاه الرسائل الاعلامية .

الحالة الاقتصادية (الدخل): تخصص هذه الفئة من قدرة الفرد على امتلاك الوسيلة الاعلامية التي تتماشى مع وضعهم الاقتصادي وبالتالي تنال اهتماما كبير في وصف الجمهور باقتراها الوثيق بتخطيط الحملات الاشهارية حيث أنها تعكس الوقت المتاح للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع .

(زكي الجابر،1992،ص101)

تعتبر هذه السمات السابقة الذكر من النوع والعمر والتعليم والدخل وهي بدورها من أكثر السمات استخداما و شيوعا في علاقاتها بأنماط السلوك الاتصالي ، ولكنها ليست الوحيدة فقد يلجأ الباحث إلى سمات أخرى تتوافق مع طبيعة البحث وأهدافه مثل الحالة العائلية (أعزب ، متزوج ، أب ، أم) أو مكان الإقامة (مدنية ، ريف) أو اللغة أو مكان الميلاد وغيرها من السمات التي تهتم بها الاحصائيات ومراجع الاجتماع والسكان وعليه فإن السمات الاجتماعية بوجه الخصوص تتعلق أساسا بالزاوية التي ينظر منها الجمهور وسائل الاعلام باعتبار مجرد حصيلة لعدد معلوم من الأفراد أو غير معلوم من الأفراد وحيث يشتركون في تعرضهم لوسائل اعلامية معينة مجموعة من الافراد وتتميز ببعض السمات الخاصة بهم وتتحكم في سلوكياتهم ضوابط ومعايير اجتماعية أكثر منها فردية .

1-6-5- تشكيل اتجاهات الجمهور :

تعمل وسائل الإعلام خاصة المرئية . كمنبهات للجمهور نتيجة التعرض المستمر لمحتواها فيستجيب الجمهور باستجابات مختلفة طبقا لنوع التأثير ودرجته مع الخبرات والمعارف المكتسبة فيتكون بذلك الاتجاه نحو موضوع ما .

وعليه اختلف علماء النفس وعلماء الاجتماع في تعريف دقيق للاتجاه، فنجد تعريف عالم النفس ألبور بأن ((الاتجاه هو حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي ينتظم من خلال خبرة الشخص ، وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع المواضيع والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة)).

(Yves Rayand,1978 ,p21)

ويركز كانز على أن الاتجاه ((أنه استعداد سابق لدى الفرد لتقدير فكرة أو رمز أو ظاهرة معينة في عالمه بطريقة تجعله يقبل هذه الفكرة أو يرفضها)).

(علي عوجة، 2003، ص50)

وبالتالي فإن وسائل الاعلام المرئية تساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور المتعرض لمضامينها ، فإنها تختار الطريقة التي تراها مناسبة من بين عدة طرق لعرض المضمون الاعلامي الذي يؤثر بشكل كبير فيوجه التفكير إلى ما يجب أن يكون حول هذه القضية .

(Beth Johnson Anderson, 2003, p8)

ويتحدد وضع القضية على الأجنحة الاعلامية بروز القضية في أجنحة الجمهور حيث أكدت الدراسات المقامة دور وسائل الإعلام خاصة المرئية في التأثير وتشكيل الاتجاهات وهذا ما تؤكدته نظرية وضع الأجنحة واهتمت هذه الاخيرة بدراسة العلاقة بين أولويات وسائل الإعلام من قضايا تطرحها وأولويات القضايا التي تشغل تفكير الجمهور و اهتماماته وهي علاقة تبادلية .

(حسن عماد مكاوي، 1991، ص121)

وعلى ضوء ذلك فإنه كلما زاد تركيز وسائل الاعلام المرئية على قضايا وموضوعات معينة أدرك الجمهور أن هذه القضايا والموضوعات بالغة الاهمية حيث أن تدرج الاهتمامات والاولويات انتقل من أجنحة الوسيلة الاعلامية إلى أجنحة الجمهور وأثبتت الدراسات أن الأجنحة الجماهيرية تتبع أجنحة الاخبار لوسائل الاعلام ، والتغير في أجنحة الاخبار يتبعه تغير في أجنحة الجمهور .

(Kara chem, 1999, p145)

2- الدراسات السابقة و المشابهة

بعد استعراض ملامح الخلفية النظرية بعرض بعض الدراسات السابقة والمشابهة ، الا اننا في الواقع نجد الدراسات التي تناولت صلب الموضوع بشكل مباشر قليلة او تكاد منعدمة على حسب علمنا، إما تناولها لجزء منها فهي كثيرة لا تسمح مساحة البحث بإدراجها أو تقديمها كلها وعليه تناولنا نماذج منها حيث وقفنا على بعض الدراسات التي اهتمت بتأثيرات وضع الأجندة عن طريق وسائل الاعلام على التأثير في اتجاهات الجمهور ومنها التأثير على سلوك الجمهور حيث الاهتمامات و المعارف و القضايا عند الجمهور وضعتها وسائل الاعلام حسب درجة الاهمية لديها بما يقضي ذلك الى زيادة الوعي و الادراك بها .

حيث تعتمد دراستنا في إطارها النظري على نظرية وضع الأجندة *Agenda setting* بوصفها تحولا مهما في دراسة التأثيرات الناتجة في التعرض لوسائل الإعلام ، اما الجانب التطبيقي فنقتح نموذج لبرنامج إعلامي يحمل أهداف و أفكار من شأنها تزيد من قابلية التعرض .

2-1- الدراسة الأولى :

دراسة بعنوان : نظرية Agenda setting

دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة، دراسة في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، جامعة الجزائر 2004/2005 ، إعداد الطالب يوسف تمار

وتمحورت مشكلة الدراسة حول الاجابة على السؤال البحثي الذي يكمن في:

- إلى أي مدى يمكن أن تساعد فرضية جدول الأعمال في دراسة واقع العلاقة بين الصحافة المكتوبة الجزائرية و جمهورها أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 ؟
- ماهي السياقات النظرية التي تطرحها هذه الفرضية ؟ وكيف يمكن أن تستعين بها لتفسير هذه العلاقة ؟
- وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الصحف الجزائرية و جمهورها في الجزائر و تقديم وجهة نظر عملية مبنية على دراسة شاملة ، و ليس على إسقاطات بعض النظريات التي صيغت في سياقات مختلفة .
- وضع فرضية جدول الأعمال Agenda setting موضع دراسة وفحص و نقد في السياق الجزائري.
- و تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي و أسلوب المقارنة لعينة تمثلت في 300 فرد يمثلون سكان الجزائر العاصمة موزعين على 4 بلديات (باب الواد ، السمار ، الدار البيضاء ، العاشور) و مقارنة جدول قضايا الجمهور بجدول قضايا الصحافة المكتوبة، أما أدوات التحليل فقد استعانت الدراسة بأداتين اساسيتين ، سبر الآراء لاستخلاص جدول قضايا الجمهور عن طريق توزيع استمارة استبائييه و أداة تحليل مضمون ما نشرته الصحف لتحديد جدول اهتماماتها (يومية الشروق ، يومية الخبر ، يومية le matin ، يومية liberté)
- وتوصلت الدراسة الى ان نظرية جدول الاعمال تنطلق من مسلمات ليست في نفسها في المجتمع و الثقافة الجزائرية .
- ركزت نظرية جدول الاعمال على ثنائية الفرد و وسائل الإعلام لدراسة العلاقة بينهما ، دون الاشارة إلى السياق الذي تتفاعل فيه العلاقة .
- تنطلق نظرية جدول الأعمال من الفرد الواعي بالأمور السياسية ودرجة مشاركته الكبيرة - السياسة الخاصة ما يجعل منه مواطنا مشاركا في الحياة السياسية وصنع للقرار .

- لا تناقش نظرية جدول الاعمال المكانة التي تحتلها وسائل الاعلام في المجتمعات التي طبقت فيها ، باعتبار ان المكانة تنصدر منابع المعلومات لدى الرأي العام ، حيث سيق الفرد معظم معلوماته - السياسية الخاصة - منها ما يجعلها طرفا فعالا في تكوين وجهات النظر و الرأي .
- لنظرية جدول الاعمال حدود اصطدمت بها نتائج الدراسة التي لم تجد ذلك الاعتماد المطلق و الوحيد للفرد على وسائل الاعلام في تكوين آرائه حول القضايا المعروضة للنقاش اثناء الحملة الانتخابية على وسائل الاعلام فهي ترى ان الصحافة المكتوبة تلعب دورا هاما في تحديد معظم ما يتحدث عنه الناس و ما يعتقدده الناس حقيقة و ما يعتبره الناس مشكلات يجب التعامل معها . والى حد كبير فإن الصحافة تضع أجندة المواطنين .
- اظهرت النتائج ان الجمهور الجزائري لا يسعى باستمرار للتوحد السياسي بدليل ان الميدان لا يهمه .

2-2- الدراسة الثانية

دراسة بعنوان : فاعلية الرسالة التلفزيونية في ادارة الازمات

- دراسة تطبيقية على أزمة دارفور بتلفزيون السودان، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الاعلام ، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي، جامعة الرباط ، 2011 ، إعداد الطالب : ناجي حسن محمد نور الطيب.
- وتمحورت مشكلة الدراسة في التناول السالب للإدارة الإعلامية الأجنبية عمداً و التي تصورت المشكلة بأنها عملية تطهير عرقي مرتبة وتعدي و تجاوز لمواثيق حقوق الإنسان، وعليه هنا جاءت تساؤلات البحث
- ما هي الخصائص الاتصالية التي يتمتع بها التلفزيون كظاهرة عالمية و التي جعلت منه وسيلة الاتصال الجماهيرية الواسعة الانتشار و القدرة على لعب الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري في إدارة الأزمات ؟
- ما هي نوعية البرامج و الرسائل الاعلامية التي تبناها تلفزيون السودان لإدارة أزمة دار فور بمهنية ؟
- ما هي الأجندة و الموضوعات و الأساليب الإقناعية التي ركزت عليها الرسائل الإعلامية بالتلفزيون فيما يتعلق بإدارته لأزمة دار فور؟
- ما هي الكيفية التي تناولت بها الرسائل الاعلامية بتلفزيون السودان أزمة دارفور و إدارتها ؟
- ما هي الاستراتيجيات و الإستimalات و القوالب و الأقيسة الإقناعية المستخدمة التي ركزت عليها الرسائل الإعلامية التلفزيونية لإحداث التأطير المطلوب عل المشاهدين؟

- الي اي مدى ينسجم مضمون الرسالة الإعلامية التي أدارت أزمة دارفور مع سياسات النظام الاعلامي الموجه لدى الدولة؟
- هل تتلاءم هذه الرسائل الإعلامية مع القضايا الوطنية و القومية وهل تساهم في الوحدة الوطنية و التماسك الاجتماعي في مواجهة الاختراق الاعلامي القادم بقوة ؟
- هل نجحت الرسائل الإعلامية في ادارة ازمة دارفور بصورة موضوعية و متوازنة ؟

وهدفت الدراسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف بشكل مباشر في الآتي :

- بيان فاعلية المضامين الاتصالية للرسائل الاعلامية التلفزيونية من ادارة الازمات .
- دراسة مضمون الرسائل الاعلامية (البرامج) التي تناولت ازمة دارفور في تلفزيون السودان .
- التعرف على الدور الذي يقوم به تلفزيون السودان في ادارة الازمات من خلال الرسائل الاعلامية بهدف تعميق و تقوية الصلة الوثيقة بينه و الجمهور عند ادارة الازمات اعلاميا .
- التعرف على دور الرسائل الاعلامية لتلفزيون السودان ومدى نجاحها في تحقيق الوظيفة البرمجية و تقويم رؤية علمية يمكن من خلالها التأكد من مدى تأثير مضامين هذه الرسائل التلفزيونية على الرأي العام .

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي وتحليل لمضمون البرامج التلفزيونية عن طريق منهج تحليل المحتوى النقدي للموقف الاعلامي من ازمة دارفور في كل حلقة من حلقات البرامج التي تمثل عينة البحث و اتخذ الباحث برامج تلفزيون السودان كمجتمع كلي للبحث و البرامج التلفزيونية التي اهتمت بإدارة ازمة دارفور عينة البحث .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة النتائج نذكر منها :

- التلفزيون ومن خلال وسائله الإعلامية يعتبر جامعة شعبية ، يخاطب كل المجتمع المتعلم منه و الأمي فضلاً عن قيامه بنقل الثقافات المتنوعة و الترفيه بالفن و الأدب و التراث الشعبي المرئي وذلك باستخدام القوالب و الأساليب الافناعية الجاذبة .
- هناك تأثير قوي و فاعل لمضمون الرسالة الإعلامية منه التلفزيونية في ادارة الازمات .
- اهداف البرامج بتلفزيون السودان من خلال الرسائل المتعددة تتحدد وفق الاستراتيجية القومية الشاملة مع التركيز على نشر الدعوة و اثراء ثقافة السلام و اظهار التنوع الثقافي و إعلاء القيم الفاضلة وتعزيز قيم التدين و الوحدة و تقوية الشعور الوطني و التكافل و الترابط بين أبناء المجتمع وجماعاته مما ييسر التمازج و التوادد وربما يفضي إلى وحدة وطنية اصيلة وموحدة .

- واهم مقترحات الدراسة تقضي بـ
- التخطيط لإدارة الأزمات إعلامياً يعد من المسلمات في المؤسسات الناجحة فهو يساهم في التخفيف من آثار الأزمة .
- النهوض بمستوى الاعلام الوطني من خلال الحقائق و المعلومات بصورة جاذبة للجمهور بما لا يتيح المجال للتعرض للمحطات الاجنبية الوافدة و تحصين المواطن فكرياً و سياسياً بما يضعف من التأثير السلبي للرسائل الغزيرة التي ستصل الى المتلقي وهذا يستدعي تطويرا للرسائل الاعلامية التلفزيونية بحيث تكون ثراءً وتنوعاً و أعمق مضموناً و اسرع حركة .

2-3- الدراسة الثالثة

دراسة بعنوان : العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن ، اعداد الباحث محمد بن علي القعاري أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، كلية الدعوة و الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية 1430 هـ .

وتتمحور مشكلة الدراسة في دور انتقال أولويات المعلومات على مرحلتين في اطار نظرية ترتيب الاولويات و العلاقة بين الصحافة و قادة الرأي و الجمهور في ترتيب اولويات القضايا المحلية في اليمن .

وهدفت الدراسة في اطارها النظري الى تأصيل البعد التفاعلي لنموذج انتقال اولويات المعلومات على مرحلتين في ظل نظرية ترتيب الاولويات و ابراز جوانب الاتفاق و الاختلاف بينهما .

وتعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي هدف الى معرفة العلاقة بين الصحف اليمنية لمختلف اتجاهاتها وقادة الرأي و الجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن أثناء الانتخابات الرئاسية و المحلية و ذلك من خلال دراسة اولويات الصحف للقضايا المحلية و مقارنتها بأولويات قادة الرأي وأولويات الجمهور من خلال دراسة فترتين زمنيتين مختلفتين لمعرفة اتجاه التأثير من يؤثر في الآخر وفي الاطار التطبيقي من الدراسة تم اختيار عينة من سبع (7) صحف و 1000 مفردة من قادة الرأي و الجمهور من منطقتي صنعاء و ريمة وقد تم تحديد القضايا عن طريق تصنيف الموضوعات الفرعية الى قضايا رئيسية جامعة .

وقد تم تصنيف اهتمامات قادة الرأي و الجمهور في اطارها قبل الانتخابات و بعدها للوصول الى قاسم مشترك .

وتوصلت الدراسة الى النتائج الآتية :

- ان الصحف الحزبية قد استطاعت قبل الانتخابات ان تجذب اهتمامات قادة الرأي و أن تؤثر فيه و في المقابل عجزت كل من الصحف الاهلية و الصحف الرسمية عن تحقيق ذلك .
- كشفت نتائج الدراسة ان قادة الرأي هم القوة المؤثرة في المجتمع .

2-4- الدراسة الرابعة :

دراسة بعنوان : دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ، اعداد محمد فوزي

شهاب الدين

أطروحة دكتوراه في الإعلام ، معهد البحرين للتنمية الشاملة، سلسلة دراسات 2017 .

وتمحورت مشكلة الدراسة إلى بحث و تحليل دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ومن ثم فإن السؤال البحثي الرئيسي الذي تحاول الدراسة الإجابة عليه يتمثل في - ما هو دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ؟

وعليه جاءت التساؤلات الجزئية :

- ما مدى وجود قضايا سياسية في البرامج الحوارية بالقنوات البحرينية الرسمية ؟

- ما المحور الرئيسي لهذه القضايا ؟ - ما موضوعاتها ؟ - ما أساليب معالجتها ؟

- ما أولويات القضايا السياسية في البرامج عينة الدراسة ؟

وهدفت الدراسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف منها - التعرف على مستوى تعرض الجمهور البحريني لتلك البرامج السياسية ومدى تأثيرها على ترتيب أولويات الجمهور البحريني.

- التعرف على التأثيرات الايجابية و السلبية للتلفزيون و تحليل القضايا السياسية التي تتناولها خلال فترة اجراء الدراسة وتحليل الاهداف التي يسعى التلفزيون الى تحقيقها و تقسيم المداخل التي اعتمد عليها التلفزيون في عرض و تقديم القضايا السياسية .

وتهدف الدراسة ايضا التعرف على الاوصاف الدقيقة للظاهرة .

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة لعينة من البرامج السياسية بالتلفزيون البحريني ونظرا لصعوبة المسح الشامل سواء للمضمون الإعلامي أو في المسح الميداني للجمهور البحريني عن طريق الاستمارة (384 فرد) كما استعان الباحث بأداة المقابلة حيث تمت عدة مقابلات مع عدد من القائمين على البرامج السياسية محل الدراسة .

وتوصلت الدراسة إلى كون اجندة القضايا السياسية في البرنامجين الحواريين بين- قبة البرلمان - كلمة أخيرة - عيني الدراسة في ست (6) قضايا رئيسية ، وقد جاء ترتيب القضايا إبتداءً من قضية العنف السياسي بنسبة 28.9٪ الى غاية آخر قضية أمن البحرين و الخليج 8.9٪

- معرفة مستويات المشاهدة للجمهور البحريني .

- معرفة مستويات القضايا المطروحة .

- يوجد ارتباط دال بين ترتيب الجمهور للقضايا السياسية وترتيب القضايا في البرامج الرياضية المحددة

أهم المقترحات نذكر منها :

- التخفيف من حدة التركيز على قضايا معينة في التلفزيون البحريني .

- اعادة النظر في طبيعة وحجم المواد الاخبارية التي يجب التركيز عليها بما يلبي حاجات و توقعات الجمهور .

- زيادة مساحة مشاركة الجمهور في المواد الاعلامية و الاخبارية .

- العمل على انتقاء وجوه اعلامية جديدة للعمل بالتلفزيون الرسمي مع امكانية الاستعانة ببعض الشخصيات ذات التأثير المجتمعي (قادة الرأي)

2-5- الدراسة الخامسة

دراسة بعنوان : دور الصحافة المصرية في ترتيب اولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي

اعداد الباحث عبد الجواد سعيد محمد ربيع ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ،المجلد الثالث و العشرون ، العدد الواحد و الثلاثون ،2008،ص ص 343-393 .

وتمحورت مشكلة الدراسة في رصد و دراسة العلاقة بين حجم معالجة الصحف القومية و الحزبية و الخاصة للموضوعات و القضايا التي تتصل بالرأي العام الريفي خلال فترة زمنية محددة وبين ادراك جمهور الريف المصري للقضايا التي تهتمه من جهة اخرى وعليه تحدد المشكلة ما دور الصحافة في ترتيب اولويات القضايا التي تهتم الرأي العام الريفي.

وهدفت الدراسة من خلال سعيها الى تطبيق نظرية الاجندة لدراسة العلاقة بين حجم تغطية و معالجة الصحافة (قومية حزبية، خاصة،) للقضايا التي تهم الرأي العام الريفي في مصر خلال فترة زمنية محددة مدتها خمسة اسابيع من ناحية ادراك الجمهور بين الريفيين لبروز القضايا من ناحية أخرى.

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي حيث اعتمدت على اسلوب تحليل مضمون الصحف و الاستمارة و المقابلة اما العينة فكان الاعتماد و الاختيار بنسبة 10% ب 300 مفردة من العينة العشوائية للفئة العمرية من 25 حتى أكثر من 50 سنة لمحافظة المنوفية .

وتوصلت الدراسة الى :

- التوصل الى معرفة القضايا الهامة و الخاصة بالمجتمع الريفي و التي شكلت اجندتها خلال الفترة الزمنية للبحث
- معرفة مستويات التعرض للصحف بالنسبة للمبحوثين .
- معرفة ترتيب الصحف بالنسبة للمبحوثين من حيث درجة الثقة .

2-6- الدراسة السادسة

دراسة بعنوان: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر إعداد الباحثة : ندى القاضي، دراسة مقدمة للمؤتمر العالمي الخامس عشر، الإعلام و الإصلاح، الواقع و التحديات ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، مصر الجزء الأول 7_6 ، 2009 ، ص ص 443 - 498

وتمحورت مشكلة البحث في دراسة دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر .

وهدفت الدراسة الى التعرف على الذي تؤديه الصحافة المصرية على اختلاف توجهاتها (القومية ، حزبية ، خاصة) في تحديد اولويات اهتمام الجمهور المصري بقضايا الإصلاح الاجتماعي المصري في ضوء اقتراح نظرية الأجندة.

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث اعتمدت على أسلوب تحليل المحتوى لمسح عينة صحف (الأخبار ،الوفد،الدستور) لمعرفة أجندة الصحف ، ومسح الجمهور باستمارة استقصاء لعينة عشوائية طبقية من سكان محافظة القاهرة و الشرقية متمثلة في 300 مفردة

وتوصلت الدراسة إلى مايلي :

- من القضايا التي جاءت في المقدمة في أجندة الصحف المصرية قضية إصلاح التعليم بنسبة 19.85% تلتها قضية محاربة الفساد بعدها إقامة العدل الاجتماعي .

- ادى اختلاف ترتيب قضايا الإصلاح الاجتماعي بكل صحيفة بسبب تأثير الأنماط الملكية و الانتماءات للصحف بشكل كبير على استخدام فنون التحرير الصحفي .
- وجود ارتباط ايجابي وذلك بين اجندة الصحف المصرية و اجندة الجمهور .

2-7- الدراسة السابعة

دراسة بعنوان : دور التلفزيون و الصحف في ترتيب اولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية

إعداد الطالب : سالم عيسى بالحاج ، أطروحة دكتوراه في الإعلام ، كلية الاعلام . جامعة القاهرة . 2003 .

وتمحورت مشكلة الدراسة في دراسة دور التلفزيون و الصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية

وهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين وسائل الاعلام الليبية و ما تقدمه من قضايا خارجية من ناحية ، وادراك جمهور تلك الوسائل للقضايا المطروحة من ناحية اخرى مستخدمة الصحف و التلفزيون بالإضافة إلى سعيها لبحث مدى تأثير المتغيرات الوسيطة من قوة العلاقة او ضعفها بين طرفيها وسائل الاعلام و الجمهور ولقياس تلك العلاقة يجب التعرف الى الدور الذي يؤديه التلفزيون و الصحف الليبية و عليه ابراز القضايا المثارة فيها ، معرفة الوظيفة التي يقوم بها كل من التلفزيون و الصحف خلال فترة الدراسة .

وتعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث اعتمدت على أسلوب تحليل المحتوى (المضمون) لمسح عينة من الصحف و التلفزيون خلال فترة معينة لمعرفة أجندة و المواضيع المطروحة و مسح الجمهور وقادة الرأي باستمرار استقصاء .

و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- مثل التلفزيون حسب نتائج الدراسة اهم مصدر معلومات يعتمد عليه الجمهور الليبي في عينة الدراسة ، حيث بلغت النسبة 60.2% ثم الاصدقاء بنسبة 43.2% و الاذاعة المحلية 24.7% ، الاذاعة الليبية المسموعة 25.5% ثم صحيفة الجماهيرية 13% ، و الشمس بنسبة 11.6% و الزحف الاخضر 7.5% ثم الصحف المهنية بنسبة 2.2% .

- وجود فروق ذات معنوية بين ارتباط اجندة الجمهور العام مع اجندة وسائل الاعلام من ناحية ، و ارتباط أجندة الجمهور العام مع أجندة وسائل الإعلام من ناحية اخرى و ارتباط اجندة الجمهور مع اجندة الرأي من ناحية ثالثة .

- من اهم القضايا التي يرغب الجمهور العام في التركيز عليها من قبل وسائل الاعلام على المستوى العربي ، نجد توضيح أسباب العداء الامريكى و الغربي للعرب و المسلمين .

-8-2- الدراسة الثامنة

دراسة بعنوان : دور الصحافة العمانية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور العماني دراسة تحليلية ميدانية ، إعداد الطالب : خالد الغيلاني ، أطروحة دكتوراه في الإعلام ، جامعة عين شمس . القاهرة . 2012 .

و تمحورت مشكلة الدراسة في دراسة دور الصحافة العمانية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور العماني .

وهدفت الدراسة : الى التعرف على دور الصحافة العمانية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم في سلطنة عمان و التعرف على العلاقة بين اجندة الصحافة العمانية و اجندة الجمهور فيما يخص بقضايا التعليم .

- معرفة ترتيب اولويات الجمهور العماني لقضايا التعليم وفقا للمتغيرات الديمغرافية (الجنس ، العمر ، التعليم ، الحالة الاجتماعية ، المستوى الاقتصادي)

وتعمد هذه الدراسة بوصفها دراسة وصفية تحليلية على منهج المسح الإعلامي ، و استخدمت تحليل المحتوى لخمس (5) صحف يومية وهي يومية الوطن ، يومية عمان ، يومية الزمن ، يومية الرؤية بواقع 348 ومسح الجمهور بصحيفة الاستبيان على عينة من الجمهور العماني قوامها 500 مفردة وذلك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2011/1/1 إلى غاية 2011/12/31 .

و توصلت الدراسة الى النتائج التالية :

- في قوالب التحرير الصحفي احتل الخبر البسيط المرتبة الاولى بين الانماط التحريرية بنسبة 63.3% يليه الخبر المركب ثم المقال التحليلي .

- وجود ارتباط ذي دلالة احصائية بين ترتيب اولويات قضايا التعليم لدى الجمهور و ترتيبها لدى الصحافة العمانية .

- وجود فروق ذات دلالة احصائية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور بالنسبة لمتغيرات النوع و المستوى التعليمي و الحالة الاجتماعية و السن ، بينما لا يوجد تأثير للمستوى الاقتصادي .

2-9- الدراسة التاسعة

دراسة بعنوان : دور الصحافة النسوية في ترتيب اولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة

إعداد الباحثة : شكريه كوكز السراج ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 26 ، 2014 ، ص ص 77 - 107 .

وتمحورت مشكلة الدراسة : في معرفة مكانة الصحافة النسوية في العراق و المتمثلة بالصفحات و الابواب و الزوايا و المجالات الخاصة بالمرأة لغرض معرفة دورها في التأثير على معارف و ادراك المرأة و لفت انتباهها ازاء القضايا المهمة في المجتمع عن طريق الكشف عن العلاقة بين اولويات اهتمامات المجالات النسوية و ابواب و زوايا المرأة في الصحف و اولويات اهتمامات الجمهور النسوي العراقي ،

وهدفت الدراسة إلى معرفة دور الصحافة النسوية في ترتيب اولويات اهتمامات المرأة العراقية اي الجمهور النسوي نحو القضايا العامة .

و تعتمد هذه الدراسة بوصفها من الدراسات الوصفية على اسلوب تحليل المضمون لجريدة الصباح و مجلة نرجس لعدد معين و في فترة زمنية محددة ، اما جمهور العينة فتمثلت في النساء العراقيات الذين يزيدن عن عمر 18 في مدينة بغداد و تمثلت ب 400 ووزعت عليهن استمارة تم تصميمها لمعرفة اجندة الجمهور .

وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- احتلت قضايا العلاقات الزوجية و الأسرية في المرتبة الأولى وقابلتها قضايا العنف ضد المرأة في مجلة نرجس .
- وجود علاقة ارتباطية بين عمر المبحوثات وبين قراءة الصحف وتقدم الوظائف من غيرهن .
- وجود علاقة ارتباطية بين مكان السكن و اجندة الصحف .
- وجود علاقة ارتباطية بين عينة الدراسة و اجندة جمهور المرأة في القضايا الاجتماعية و الثقافية .

وخلصت إلى وجود ارتباط ايجابي بين اجندة الصحف النسوية و اجندة جمهور المرأة على مستوى القضايا العامة وعدم وجود اتفاق بين الصحف اعلاه في ترتيب اولويات القضايا الفرعية عند جمهور المرأة .

- معرفة المشاكل التي تعاني منها ، المرأة العراقية .

- يعد التقرير و التحقيق الصحفي من اهم الفنون الصحفية المعتمدة .

- تعد الصحافة من اهم الرسائل الاعلامية الخاصة بمصادر معلومات جمهور المرأة في مدينة بغداد .

2-10- الدراسة العاشرة

دراسة بعنوان : دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية

إعداد الباحث : عدلات عبد المعطي الشيخ، رسالة ماجستير في الصحافة ، كلية الادب قسم الصحافة و الاعلام
الجامعة الاسلامية - غزة - 2015-

وتمحورت مشكلة الدراسة :

وذلك بناء على نتائج الدراسة الاستكشافية التي اظهرت اهتمام الصحف الالكترونية الفلسطينية بالقضايا الاقتصادية المحلية بنسب متفاوتة يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التعرف على دور الصحف الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية ودرجة الاهتمام التي توليها الصحف الالكترونية للقضايا الاقتصادية المحلية و مدى اهتمام الجمهور الفلسطيني بالقضايا الاقتصادية المحلية بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين ترتيب الصحف الالكترونية الفلسطينية للقضايا الاقتصادية المحلية و ترتيب الجمهور لهذه القضية من ناحية اخرى .

وهدفت الدراسة الى ما يلي :

- التعرف على اهم الموضوعات التي طرحتها الصحف الالكترونية الفلسطينية بشأن القضايا الاقتصادية المحلية
- التعرف على ترتيب اولويات القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية الفلسطينية .
- الكشف عن الأساليب المتبعة في تقديم القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية الفلسطينية .
- معرفة اتجاه معالجة القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية الفلسطينية .
- التعرف على الاشكال الصحفية المستخدمة غي عرض القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية الفلسطينية .
- التعرف على عناصر إبراز القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية الفلسطينية .

وتعتمد هذه الدراسة باعتبارها من البحوث الوصفية لأنها الاقدر على تقديم وصف دقيق لدور الصحف الالكترونية نحو القضايا الاقتصادية المحلية و التعرف على ترتيب هذه القضايا فيها و عليه منهج المعتمد هو المنهج المسحي الاعلامي على عينة وزعت لها 163 استبيان و اسلوب تحليل المضمون للكشف عما تريد الصحف الالكترونية الفلسطينية ان تبلغه لجمهورها حول القضايا الاقتصادية المحلية وتوضيح ترتيبها لها وعلى استمارة تحليل المضمون للخروج بأفضل النتائج و الاستنتاجات و استخدم كذلك منهج دراسة العلاقة المتبادلة حيث استخدم اسلوب المقارنة المنهجية و هي اداة من ادوات الاستقراء .

و توصلت الدراسة الى ما يلي :

- تفاوت اهتمام صحف الدراسة بالقضايا المحلية المختلفة حيث ظهر في التحليل اهتمام صحيفة فلسطين متزايدا لقضايا إغلاق المعابر التجارية وقضايا الفقر وقضايا الرواتب عن صحيفة الحياة الجديدة .
- اختلاف صحف الدراسة في ترتيب اولويات الاهتمام بالقضايا الاقتصادية المحلية التي تهتم المبحوثين وفقا للسياسة التحريرية التي تتبناها كل صحيفة و اختلاف البيئة المحيطة بالقرار في كل من الضفة الغربية و قطاع غزة .
- ابداء مزيد من الاهتمام بالقضايا الاقتصادية المحلية ووضعها كأولوية ضمن ترتيب الصحف ، الى جانب القضايا السياسية من خلال زيادة المساحات التي تخصصها الصحف الالكترونية الفلسطينية عن القضايا الاقتصادية المحلية .
- التنوع في استخدام الاشكال الصحفية المختلفة في معالجة الموضوعات الاقتصادية المحلية التي تهتم بالمعالجات التفسيرية مثل التحقيقات ومواد الرأي .
- تحسين اساليب معالجة عرض القضايا الاقتصادية المحلية في الصحف الالكترونية و الاهتمام بالقضايا التي أعطاها المبحوثين أولوية في الاهتمام لزيادة نسبة المتابعة .
- اهتمام الخبراء الاقتصاديين و حملة الشهادات العليا بالقضايا الاقتصادية المحلية و الضغط على الصحف للاهتمام بها .
- تعزيز الوعي بالقضايا الاقتصادية المحلية موضع اهتمام الشاب الفلسطيني من خلال تغطية نتائج الدراسات العلمية الاقتصادية و الاحداث الاقتصادية التي تهتم حياة المواطن بدرجة عالية .

2-11- التعليق على الدراسات السابقة وإمكانية الاستفادة منها

بعد عرض مختلف الدراسات التي اجريت كلها في بيئة عربية و كانت تعتمد دائما في طرحها على نظرية وضع الاجندة حيث اهتمت بدراسة العلاقة بين القضايا و الاهتمامات و الاتجاهات الموجودة نحو مواضيع مختلفة ، فهذه الوسائل الاعلامية (التلفزيون ، الصحافة المكتوبة و الالكترونية) تنمي المعارف و توضح القضايا للجمهور و هذا الأخير يعرف كيف يختار القضايا و ينتقي المعارف .

يتضح لنا جليا من خلال عرض ملخصات من الدراسات السابقة و المشابهة على بعض النقاط التي نجدها هامة يمكن الاستفادة منها وهي كالآتي :

من حيث الهدف

لقد هدفت الدراسات السابقة المعروضة جملة الى :

- تطوير الرسائل الاعلامية بحيث تكون اكثر اثناء و تنوعا و اعمق مضمونا من اجل تكوين السلوك و الاتجاه المرجو .
- ايجاد اهم القوالب الصحفية و الاعلامية الاكثر تأثيرا بالنسبة للجمهور .
- معرفة العلاقة بين حجم التغطية و المعالجة من طرف المؤسسة الاعلامية و كمية التأثير بالنسبة للجمهور المتلقي .
- النهوض بمستوى الاعلام من خلال تقديم الحقائق و المعلومات بصورة جذابة تخص الجمهور فكريا .
- معرفة تأثير قادة الرأي على الجمهور .

من حيث المنهج

استخدمت الدراسات السابقة في مجملها المزوجة بين المنهج المسحي الوصفي لمعرفة أجندة الجمهور و منهج تحليل المحتوى (المضمون) لمعرفة الموضوعات المطروحة و أجندتها وبالتالي المقارنة بين الأجندين .

من حيث العينة

جاءت عينات الدراسات السابقة و المشابهة على شكل مواضيع مطروحة نشرت في صحف يومية محددة بمدة زمنية أو برامج و رسائل اعلامية تلفزيونية بثت في فترة محددة مع عينة من الجمهور المتابع لتلك الوسيلة الاعلامية او الاكتفاء بشكل واحد من العينة .

اما من حيث المعاينة بالنسبة للجمهور فتم اختيار المعاينة الإحتمالية فنجد مثلا الطريقة العنقودية و المعاينة الحصصية في بعض الدراسات و في البعض الآخر من الدراسات فاكتفوا بإعطاء رقم العينة او عددها حيث جاء بطريقة غير مفصلة اما الاختيار فكان عشوائيا .

من حيث ادوات جمع البيانات :

اعتمدت الدراسات السابقة و المشابهة عموما في طريقة جمع البيانات على الاستمارة لمسح الجمهور المتابع مع تحليل المحتوى للرسالة الاعلامية المطروحة سواء في الصحف اليومية او عن طريق البرامج في التلفزيون اما اداة المقابلة فكان اعتمادها قليل.

من حيث المعالجة الاحصائية :

نجد اعتماد الدراسات السابقة و المشابهة على الوسائل الاحصائية في العموم على استخدام

- النسبة المئوية

- الانحراف المعياري

- ألفا كرونباخ

من حيث النتائج

اقدمت معظم الدراسات السابقة و المشابهة على نتائج نذكر اهمها و هي كالتالي :

- تعمل الرسائل الاعلامية المطروحة عبر رسائل الاعلام (التلفزيون ، الصحف) على تكوين الاتجاه و السلوك .

- اجندة الجمهور تختلف عن اجندة المؤسسة الاعلامية (الصحف ، التلفزيون) .

- وجود خصائص ديمغرافية خاصة بالجمهور من شأنها أن تصعب عملية تلقين الاجندة من طرف المؤسسة الاعلامية وذلك بتحديد ما يجب يفكر به المشاهد ، و بالتالي هناك فرق في ترتيب الاولويات و الاهتمامات بالنسبة للمتغيرات الديمغرافية .

- المؤسسة الاعلامية تنجح دائما في توجيه تفكير المشاهدين ولكن لا تنجح في اجندتها كيف يفكر المشاهد .

- المؤسسة الاعلامية الخاصة أو الحزبية تنجح دائما عن المؤسسة الاعلامية العمومية في التأثير على الجمهور و تحديد اجندته .

- كل جمهور و له خصائصه خاصة في البلدان العربية و بالتالي اجندته الخاصة به .

2-12- الاستفادة من الدراسات السابقة و المشابهة

تكمن استفادتنا من الدراسات السابقة و المشابهة في النقاط التالية :

- فهم نظرية وضع الاجندة والتي ركزت على الموضوعات و القضايا السياسية و الاجتماعية .

- معرفة اجندة المؤسسة الاعلامية من خلال حصر الموضوعات و الرسائل الاعلامية لفترة زمنية .

- معرفة أجندة الجمهور من خلال الاستمارة .

- مقارنة اجندة المؤسسة الاعلامية مع اجندة الجمهور .
- دور قادة الرأي في وضع الاجندة و خصائص كل جمهور .
- ضبط الاشكالية و الفرضيات لموضوع بحثنا .
- تحديد عينة البحث
- تحديد المنهج المناسب
- بناء و تصميم البرنامج المقترح

2-13- تمييز الدراسة الحالية على الدراسات السابقة

يمكن تمييز دراستنا على الدراسات السابقة و المشابهة فيما يلي :

- الدراسات السابقة عملت على تحديد اجندة الجمهور من خلال الاستمارة و ابراز اجندة المؤسسة الاعلامية عن طريق تحليل المضامين الاعلامية عبر الصحف اليومية و التلفزيون و معرفة اهم القوالب الصحفية و الاعلامية تأثير و معرفة خصائص الجمهور .
- اما دراستنا الحالية فهي تنطلق من نهاية الدراسات السابقة و المشابهة و بالتالي هذه الدراسات أعطت حافزا لنا من اجل اقتراح برنامج اعلامي يعبر عن اجندة الجمهور الرياضي متماشيا مع اجندة المؤسسة الاعلامية متمثلا في افكار و اهداف في الحاضر تمر بعدة مراحل لمرور الرسالة الاعلامية بالنسبة للمشاهد انطلاقا من المكون المعرفي و يليه المكون الوجداني و أخيرا المكون السلوكي و كل مكون يقابله اهداف البرنامج و كيفية تعيينها (محتواها) و أخيرا آلية لتنفيذها (طريقة العرض) .
- فدراستنا تبحث مباشرة في اقتراح برنامج اعلامي رياضي يكون اعتدالي يعبر عن اجندة الجمهور الرياضي و يراعي اجندة المؤسسة الاعلامية في نفس الوقت ..

الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة

1- الكلمات الدالة في الدراسة

2- إشكالية الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أهمية الدراسة

5- فرضيات الدراسة

1- الكلمات الدالة في الدراسة :

سنحاول من خلال ذلك تحديد المفاهيم والمصطلحات من خلال رفع الغموض والالتباس وتعريفها تعريفا لغويا واصطلاحيا وإجرائيا لنبين المقصود من وراء ذلك ؛ وهي كالآتي :

- برنامج :

إجرائيا : هو عبارة عن فقرات تمت دراستها للوصول إلى معرفة أولويات الجمهور مع أجندة التلفزيون الجزائري .

- أولويات :

إجرائيا : الأولوية أو الأسبقية لمواضيع بعينها دون غيرها في المجال الرياضي . وهذا بناء على مبدأ الأهمية أي ما هو محل تقديم دون غيره . او هو ما كان أهم من غيره

- برنامج اعلامي رياضي

اجرائيا:

هو عبارة عن أفكار تمت صياغتها بزمن الحاضر تمر بعدة مراحل انطلاقا من المكون المعرفي ويليه المكون الوجداني (العاطفي) و أخيرا المكون السلوكي وكل مكون يقابله اهداف البرنامج وكيفية تعيينها (محتواها) و أخيرا آلية تنفيذها (طريقة العرض)

يهدف الى تمرير الرسالة الإعلامية ذات المحتوى الرياضي بحيث تعبر عن توجه و ارضاءات الجمهور الرياضي ويراعي اجندة المؤسسة التلفزيونية في نفس الوقت

- الجمهور :

اصطلاحا : ((مجموعة من الأشخاص أو الأفراد الذين تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو القناة التلفزيونية أو الصحفية أو لمواقع الكترونية أو جمهور لوسائل الإعلام المذكورة جملة واحدة)) (علي قسايسية . العدد 18 ص 157)

إجرائيا : الفئة الاجتماعية الأكثر اهتماما لمتابعة البرامج الرياضية .

- الأجندة :

اصطلاحا : تعني كلمة الأجندة تصنيف القضايا تبعا للأهمية .

وهي وضع الأولويات من خلال وسائل الإعلام لتوجيه انتباه الجمهور إلى موضوعات معينة . وهي قائمة من الأحداث والقضايا والموضوعات التي يتم ترتيبها وفق أهميتها . وتعتبر الأحداث وقائع محدودة المساحة .

(jan vane 2013 p 292)

إجرائيا: تسمى الفكرة أو التوجيه وهي الأساس تحدد على ضوءه مشاريع البرامج خدمة لهذه الوسيلة الإعلامية ؛ وهي التلفزيون الجزائري لتؤدي دورها في صناعة وتأطير الرأي الجماهيري المتابع .

- التلفزيون :

لغة : تتكون كلمة تلفزيون (television) من جزئين وهما:

Tele وتعني بعيد .

Vision وتعني الرؤية .

ومعنى الكلمة كاملة هو النظر من بعيد أو الرؤية .

(عبد الفتاح أبو معال ، 1990 ، ص 40)

كلمة مركبة من مقطعين : tele وهي تعني : عن بعد و vision مفادها الرؤية ؛ وعليه يكون المعنى لكلمة تلفزيون هي الرؤية عن بعد .

(خليل عبد الرحمان المعايطه، 2000 ، ص: 250)

تعني كلمة تلفزيون : الجهاز الذي يستقبل البرامج المبتوثة

(محمد براقن ؛ 2007 ، ص 686)

- التلفزيون الجزائري :

إجرائيا : هو التلفزيون الرسمي المملوك بالكامل للدولة منذ 28 أكتوبر 1962 او هو هيئة إعلامية رسمية تقدم من خلال مشروعها المتناسق مع السياسة العامة .

- المكون المعرفي :

إجرائيا : مستوى الإدراك الحاصل بالاكْتساب لدى عينة الدراسة من خلال موضوع الدراسة .

- المكون الوجداني :

إجرائيا : الحالة النفسية الانفعالية المترتبة عن وضع الادراك الموضوع الحاصل .

- المكون السلوكي :

إجرائيا : التصرفات التي يبديها الفرد العينة كتعبير عن تصوره للموضوع وانفعاله به وهو ما كان متمثل من ردود أفعال اتجاه الموضوع الباعث على تلك الردود .

- الثقافة الرياضية :

إجرائيا : المكتسبات المعرفية ذات خاصية المضامين الرياضية والحاصلة عن طريق المتابعة الإعلامية لبرنامج رياضي .

- العنف :

إجرائيا : هو سلوك ضاغط من شخص على آخر . أو من جهة ما على فرد او جماعة يستهدف تحطيم الإرادة ، ويتجلى العنف في أشكال مختلفة منها عنف مادي أو عنف معنوي .

و هو السلوك التخريبي الملازم لنشاط رياضي أو عرض برنامج رياضي بحيث يكون ذلك النشاط أو البرنامج سببا في إثارة السلوك العنيف .

- المواطنة :

اصطلاحا : تفيد المواطنة بالمعنى الحقيقي أنها عبارة عن التزامات متبادلة بين الأشخاص والدولة وعليه الشخص يحصل على حقوقه المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية نتيجة انتمائه لمجتمع معين ؛ فيتعين على الشخص واجبات يتحتم عليه أداؤها .

(ميشل مان ، ترجمة عادل الهواري 1984 ، ص 110)

والمواطنة هي علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من حقوق وواجبات في تلك الدولة .

(سعيد عبد الحفيظ . 2007 . ص : 10)

إجرائيا : صفة تتحقق في المشاهد تضي عليه قناعة بالمحافظة على مقدرات مجتمعه والحفاظ عليها.

2 - إشكالية الدراسة :

تشهد المجتمعات المعاصرة تطورا مذهلا في مختلف وسائل الإعلام والاتصال ؛ غير أن أهم هذه الوسائل ما تعلق بالسمعي البصري ، وبذلك أضحت الفضائيات محل تأثير في الشعوب والنخب من حيث قوة المعلومة التي تبثها والبرامج التي تعتمد عليها والنتائج التي تحققها بصرف النظر عن ماهية كل ذلك ؛ سواء كان اقتصاديا او سياسيا او رياضيا .

وبالموازاة مع هذا فإن مستوى الوعي الجماهيري - واستنادا إلى الميول والرغبات والحاجات - يتصف بالزيادة المطردة ؛ ولعل هذا ما جعل الفضائيات والقنوات التلفزيونية المحلية خاصة تستهدف مختلف الفئات الاجتماعية عن طريق وضع برامج على شكل مشاريع خدمة للتوجيه الإعلامي التلفزيوني من حيث بناء أولويات الجمهور .

وأمام هذا الوضع الإشكالي للتلفزيون الوطني فإنه يتحدد لدينا : أن أجندة التلفزيون الوطني تتضح معالمها من خلال وضع برنامج رياضي في كل مرة يهدف إلى تلبية أولويات الجمهور الرياضي وهذا مدعاة الى دراسة ما اصطلح على تسميته ب:الجمهور الرياضي قصد معرفته من حيث رغباته واهتماماته وتفاعلاته وحاجياته في الاشباع الرياضي ومن حيث العمل على توجيهه .

وبذلك فإن علاقة الأولويات للجمهور هنا بالأجندة للمؤسسة الإعلامية تشير ضمنا إلى دور الأجندة بالنسبة للأولويات ويتجلى ذلك من خلال برنامج رياضي يراعى فيه التنوع وطريقة العرض والشمولية ونوعية خطاب الاتصال .

فالتلفزيون الجزائري واع بأهمية الجمهور الرياضي ولذلك نجده يعمل على حمايته وصناعة رأيه وتوظيف إمكانياته وتنمية مهاراته كل ذلك وفق أجندة ترسم بياناتها من خلال السياسة العامة للدولة وتندرج ضمن المنظومة الإعلامية .

وإذا ما تعلق الأمر بتفعيل الجمهور الرياضي وفق برنامج رياضي فإن حصص العرض الإعلامية لتلك البرامج قد تكون إخبارية أو حوارية أو عرض مباريات ، ذلك ان تنوع مضامين حصص البرامج الرياضية يستند إلى التحكم في الذوق الرياضي لدى المشاهد المستهدف وحينئذ يكون التلفزيون الوطني على قدر كبير من معرفة أولويات الجمهور ؛ فإن ذلك يُسهّل وضع أجندة بالمعنى الإعلامي والاستراتيجي تلبية اولويات الجمهور .

كل هذا يشعرا بحتمية وضرورة أجندة الإعلام المحلي في مواجهة عولمة الإعلام لتشكيل الرأي الجماهيري في الرياضة ومن أجل ضبط الانفتاح الإعلامي .

ولتحقيق ذلك نجد البرامج الرياضية مع النفقة المالية والنخب في هذا الشأن... كل ذلك في خدمة الأجنحة مما يعني أهمية ومشروعية الأجنحة .

ومع ذلك نجد المؤسسة الإعلامية التلفزيونية مع تسخير كل الطاقات البشرية والموارد المادية لخدمة أجنحتها إلا أنها لا تنجح دائما في تبليغ الجمهور كيف يفكر وإنما تنجح في تبليغ الجمهور فيما يجب أن يفكر.

(حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد ، 2006 ، ص 198).

وعليه يشجع هذا على تقديم أطروحة تعالج اقتراح برنامج في هذا السياق . ومنه يكون التساؤل العام لإشكالية الدراسة هو :

- هل ان البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي ويتماشى مع أجنحة التلفزيون الجزائري ؟

اما التساؤلات الجزئية فهي :

- 1 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون المعرفي ؟
- 2 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون الوجداني ؟
- 3 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون السلوكي ؟
- 4 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجنحة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضية ؟
- 5 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجنحة التلفزيون الجزائري من حيث نبذ العنف ؟
- 6 . هل أن البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجنحة التلفزيون الجزائري من حيث بث روح المواطنة ؟

3- أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى ما يلي :

- معرفة مدى مساهمة البرنامج الرياضي المقترح في تلبية أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون المعرفي والوجداني والسلوكي .
- معرفة مدى مساهمة البرنامج الرياضي المقترح في التماشي مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضية ونبذ العنف وبث روح المواطنة.

4- أهمية الدراسة :

يمكن عرض دراستنا لعدة اعتبارات أهمها :

- التطور الهائل والمذهل لوسائل الإنتاج خصوصا المرئية منها.
- حرص النظام السياسي في الدول على صناعة وقولبة الجمهور الرياضي وفق منطلقاته .
- مساهمة التلفزيون الوطني في تنوع البرامج الرياضية .
- خيار الأجندة من منظور سياسي في مشاريع العولمة الواعية كل هذه الاعتبارات هي أطر ومحددات تبرر دراستنا .

وعليه تندرج أهمية الدراسة فيما يلي :

الناحية العلمية :

- تندرج هذه الدراسة في حقل الدراسات المعنية التي تهتم ببحث وتحليل نظرية وضع الأجندة .
- تطرح الدراسة إطارا نظريا يتناول تحديد المفاهيم لمتغيرات الدراسة وخلفية نظرية ومقاربات نظرية تصب كلها في موضوع الدراسة .
- تضيف الدراسة بحثا جديدا وهو محل إثراء للمكتبة .
- تأتي دراسة هذا الموضوع في الوقت الذي تنوعت فيه البرامج و الحصوص الرياضية في التلفزيون الجزائري وغلبت على الجمهور الرياضي متابعتها ؛ وفي ذلك تلبية لأولوياته وتحقيق لطموحاته ؛ ومنه فإن ذلك يطلعنا على اتجاهات هذا الجمهور كما يجعل التلفزيون الجزائري يوظف ذلك أو يلبيه وفق اهتماماته.

الناحية التطبيقية :

- تأتي أهمية الدراسة من حيث العمل على اقتراح برنامج عمل في الإعلام الرياضي عليه يكرس وظيفة الأجندة بالنسبة للتلفزيون الجزائري في الوقت الذي يضمن تلبية حاجيات واولويات الجمهور الرياضي .
- رصد وتحليل البرنامج المقترح للدور الذي يقوم به في تلبية أولويات الجمهور وتماشيه مع اجندة التلفزيون الجزائري

5- فرضيات الدراسة :

5-1- الفرضية العامة

البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي ويتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري .

5-2-الفرضيات الجزئية

- البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور من حيث المكون المعرفي .
- البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور من حيث المكون الوجداني .
- البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور من حيث المكون السلوكي .
- البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضية .
- البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث نبذ العنف .
- البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث بث روح المواطنة .

الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية

للدراة الميدانية

- 1 الدراسة الاستطلاعية
- 2 المنهج المتبع في الدراسة
- 3 مجتمع وعينة الدراسة
- 4 أدوات جمع البيانات والمعلومات
- 5 إجراءات التطبيق الميداني للأداة
- 6 الأساليب الإحصائية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية والمتمثلة في التوجه الميداني لمقر التلفزيون الجزائري بالعاصمة والتي دامت من 8 ماي 2016 إلى غاية 22 ماي 2016 خطوة أساسية نقوم بها قبل الشروع في إجراءات البحث الميداني وعليه تم التعرف والاطلاع على المؤسسة الإعلامية ميدانيا والتوجه إلى القسم الرياضي بالمؤسسة والتعرف على نوعية الأفراد الذين سيتم عرض البرنامج الرياضي المقترح عليهم من مقدمين ومخرجين وصحفيين الذين لهم علاقة بالبرامج الرياضية المعروضة ومدى استجابتهم ورضاهم ورؤيتهم حول البرامج الرياضية من حيث أساس تقديم تلك البرامج وهل فكرة تقديم البرامج ناتجة عن البيئة المحيطة ام هي نتاج ذاتي؟ وهل الغرض من البرامج الرياضية المعروضة الترفيه أم التوجيه؟ وما الأساليب والقوالب التي يتم اعتمادها في الإقناع؟ وما هي المواضيع الرياضية التي يرونها ذات أهمية وما هي الطرق والأساليب العلمية التي تستخدمونها لمعرفة تلك المواضيع وهل البرامج الرياضية في قنواتكم تعتمد على مبدأ الأولويات؟

وعليه سمحت لنا الدراسة الاستطلاعية باستطلاع كافة الظروف التي تحيط بمشكلة البحث، ومراجعة الفرضيات، ومدى إمكانية تجربتها، وتحديد وضبط حجم العينة، وتحقيق الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة .

2- المنهج المتبع في الدراسة

ان طبيعة البحث تتطلب اختيار المنهج الوصفي وهذا من خلال تقديم بيانات مفصلة وتفسير العوامل المرتبطة عن الواقع الميداني لهذا البحث العلمي .

ويعرف المنهج الوصفي بأنه ((أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة او موضوع محدد من خلال فترة او فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تعبيرها بطريقة موضوعية ولما ينسجم من المعطيات الفعلية للظاهرة))

(محمد عبيدات وآخرون، 1997، ص 47)

3- مجتمع وعينة الدراسة

إن مجتمع بحثنا يتعلق بالمؤسسة الإعلامية وهي التلفزيون الجزائري مملوك من طريق الدولة الجزائرية فكل العاملين فيه الذين لهم علاقة بالبرامج الرياضية المعروضة من مقدمين وصحفيين ومخرجين ومعدنين .

وعليه كان اختيار العينة مقصودا وبسبب خصوصية المؤسسة كانت المعاينة للاحتمالية اقتضت عينة البحث على العينة العرضية حيث كلما سمحت لنا الفرصة في اختيار العينة المتمثلة في ستة (6) من عمال التلفزيون الجزائري منهم أربع صحفيين ومخرجين .

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس والسن والمهنة

المجموع	مخرج				صحفي				المهنة الجنس السن
	إناث		ذكور		إناث		ذكور		
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	
49.99	3	16.66	1	0	0	0	0	33.33	36 إلى 39
49.99	3	0	0	16.66	1	0	0	33.33	40 إلى 45
100	6	16.66	1	16.66	1	0	0	66.66	المجموع

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات :

نحن نعلم أن أدوات جمع البيانات والمعلومات هي عديدة ومتنوعة تخص بالذكر منها المقابلة والاستمارة والملاحظة وكل عنصر له انواع كثيرة .

أما في بحثنا اعتمدنا على طريقة البرنامج المقترح في المجال الرياضي فهو أداة من خلاله يستعين به كل ما له علاقة في إعداد وانتاج وتقديم وإخراج البرامج الرياضية المعروضة في التلفزيون الجزائري .

من أجل تقديم رؤية واضحة، وفهم أولويات الجمهور باعتباره متغيرا تابعا يؤثر فيه من خلال نسبة التعرض باعتبار هذا الأخير متغيرا مستقلا ودور العوامل الديموغرافية للجمهور حيث تمثل متغيرا وسيطيا في التأثير على رسم أجندة التلفزيون الجزائري من خلال إبراز الأهداف السامية الرياضة.

فالبرنامج المقترح يبحث في العوامل والخصائص من أجل زيادة التعرض وفهم أولويات الجمهور .

وبالتالي تم بناء البرنامج المقترح من خلال ما يلي :

- الاستفادة من الدراسات السابقة .

- الاطلاع والبحث في أدبيات البحث

- الزيارة الميدانية للتلفزيون ومناقشة العاملين الذين لهم علاقة بالبرنامج .

-توجيهات وإرشادات الأستاذ المشرف .

اما الصورة المبدئية للبرنامج المقترح فإنها تحتوي على قسمين من خلال فرضيات البحث .

القسم الأول : يشمل البرنامج أولويات الجمهور وتتضمن ما يلي :

المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي وكل مكون يتضمن أهداف وتعيينات (محتوى) وآلية التنفيذ (طريقة العرض)

القسم الثاني : يتمثل في برنامج أجندة التلفزيون ويتضمن ما يلي :

برنامج أجندة التلفزيون (الثقافة الرياضية) : ويتضمن ما يلي المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي، وكل مكون يتضمن أهداف وتعيينات وآلية التنفيذ .

برنامج أجندة التلفزيون (العنف الرياضي) : ويتضمن ما يلي المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي، وكل مكون يتضمن أهدافه وتعيينات وآلية التنفيذ .

برنامج أجندة التلفزيون (المواطنة) : ويتضمن ما يلي المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي، وكل مكون يتضمن أهداف وتعيينات وآليات تنفيذه .

1-4- البرنامج المقترح

1-1-4- برنامج يلي أولويات الجمهور الرياضي

اولويات الجمهور			برنامج يلي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	الأطر المكونات
يتفاعل مع المناسبات و المواعيد الرياضية	يصنف الرأي الجماهيري	يعرف كيف يفكر المشاهد	المكون المعرفي
يواكب الاحداث الرياضية	يقدم ما يلائم الذوق يغطي كل النشاطات الرياضية		
يفعل قدرات المشاهد لتحقيق الرغبة	يدفع الى ابراز القدرة على البحث		
يعتمد على مشاهير الشخصيات الرياضية لنجاحه	يطلع على مشاهير الرياضة	يوسع مدارك المشاهد	
يستعرض ابرز و اهم الاحداث الرياضية	يعمق الفهم بالواقع الرياضي		
يعمل على تنوع الافتتاحيات لخدمة مشاريعه	يقنع بأهمية المشاريع الرياضية		
يتميز بمهارة العرض	يتميز بالموضوعية والحيادية	يعرف بالذوق المعرفي	
يتصف اداء منشطيه بالجرأة			
يحظى بمساحة واسعة من الحرية لعرض فقراته			
يستعين بمصادر اعلامية اخرى			
يتحسن في ادائه حين يكون مستقلاً			
يتميز بطريقة عرض جذابة	يقدم ما يلائم الذوق الوجداني	يشعر المشاهد بحاجته للثقافة الرياضية	المكون الوجداني
يساعد توقيت عرضه المشاهد	يعرس الرضى بما يتم تقديمه		

يشعر بالارتياح اثناء العرض	يشعر بالارتياح اثناء العرض	يشعر المشاهد بالترفيه	تابع المكون الوجداني
يشعر بعمق معالجة المواضيع	يشعر بعمق معالجة المواضيع		
يعتمد غالباً في عرض الحدث على الصور لتعزيز الثقة	يتجلى الصدق في عرض مواضيعه	يعمق الثقة بينه و بين المشاهد	
يستغرق الوقت الكافي في عرضه	يقنع المتتبع له بجدية العرض		
يعتمد على بث مقاطع موسيقية لتجنب الملل	يغطي اوقات المشاهد بما يلي رغبته	يملاً الفراغ	
يستعرض مظاهر التسامح	يعرف بالعنف و مخاطره	يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف	المكون السلوكي
ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد	يشجع المشاهد على دعوة الآخرين للمتابعة	يغرس في المشاهد القيم الرياضية	
ينتهج التواصل مع المتتبع	يفرض ذاته على المشاهد		
يوظف الصور و الرسومات البيانية	يتماشى مع التغييرات الحاصلة على الساحة الرياضية	يولد في المشاهد فناعمات رياضية	
يقترح الضيوف بما يتناسب مع متطلبات الجمهور	يقرب الى تحقيق الاجماع الرياضي		
يستقطب المشاهد من خلال تنوع فقراته	يدفع للبحث انطلاقاً من مختلف مواضيعه	يحقق مختلف استجابات المشاهد	

4-1-2- برنامج يلبي أجندة التلفزيون -الثقافة الرياضية -

اجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية-		برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف
		الأطر المكونات
يعتمد في عرض الاخبار الطريقة العلمية الحديثة	يقدم معرفة خاصة بشأن المفاهيم والمصطلحات	يعرف بالقوانين الرياضية و نظمها وتواريخها
	يقدم دراسات وبحوث علمية متخصصة في المجال الرياضي	
	يبرز العلاقة بين الرياضة و العلوم الأخرى	
	يعلم الاسعافات الأولية من خلال الحوادث الرياضية	
	يصحح الرؤية الخاطئة في المجتمع عن الرياضة	
	يطلع على مخاطر المخدرات والتدخين والمنشطات على الرياضي	
يعرض فلاشات رياضية	يكشف عن مختلف انواع الرياضات	يطلع على أهم الاخبار و الاحداث الرياضية
	يبرز تاريخ الالعاب الرياضية	
	يعرف بالشخصيات الرياضية و انجازاتها	
يعتمد على الخبراء و المختصين	يفيد في بعث رياضات شعبية	
	يعرف الأمكنة التي جرت بها الاحداث الرياضية الكبرى	
ينظم ندوات ومشاريع حوارية	يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب	يكرس القيم الاجتماعية مع العمل على نقلها للآخر
	يعمق العلاقات بين البلدان	

المكون
المعرفي

يقوم بعرض اعلامي لتقريب الرياضات من المرأة والطلبة	يחסس بأهمية الرياضة النسوية والمدرسية والجامعية	يعرف بالرياضات النسوية والمدرسية و الجامعية	تابع المكون المعرفي
يشجع على القيام بحملات تحسيسية			
يחסس بأهمية تطوير الرياضة	يجذب المشاهد لحال الرياضة بين الواقع و المأمول	ينمي الوعي بأهمية الرياضة مع ما يمكن ان تكون عليه	المكون الوجداني
يجب الرياضات بتنوع نشاطه	يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي	يولد الطموح نحو الرياضات	
يثير المشاهد بالتعبئة الاعلامية	يشيد بقيمة الشعور الجمعي في الرياضة	يولد الحس الجماعي	
يقوم على عناصر التشويق اثناء عملية العرض	يلبي ميل المشاهد في الرياضات	يولد الميل في الانتماء الى نادي او فريق	
يشوق الى متابعيه بندوات وتدريبات خاصة	يدفع الى الشعور بضرورة الرياضة في عالم المرأة لتحقيق الرشاقة	يضيف على المرأة الرشاقة والجمال	
يساهم في توجيه النظام الغذائي	يكيف العلاقة بين الرياضة و ممارستها	يفيد في معرفة الصحة البدنية الجيدة	
يخصص اختبارات للانتقاء			المكون السلوكي
يستضيف أشخاص ذوي ابداع رياضي	يولد التقليد لنقل المهارات	يطلع على مختلف المهارات الرياضية	

يعتمد على عرض المنافسات	يشجع على ممارسة الرياضة	يوجه المشاهد نحو أهداف نافعة ومفيدة	تابع المكون السلوكي
يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة	يعرف برياضات المعاقين	يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها	
يقدم بدائل عملية للفرد والمجتمع	يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي	يقوم السلوك الفردي و الجماعي	

4-1-3- برنامج يلبي أجندة التلفزيون - العنف الرياضي -

اجندة التلفزيون - العنف الرياضي -			البرنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعمين)	الاهداف	الأطر المكونات
يقدم عرض الاحداث الرياضية بنزاهة	يعرض كل ما يتضمن السلوكات الحسنة للاقتداء بها	يحترم اسرار المهنة الرياضية	المكون المعرفي
ينشئ بنك معلوماتي من الصور و الاحداث الرياضية	ينتقي من الارشيف الرياضي ما يساهم في التقليل من العنف الرياضي	يوظف الامجاد الرياضية	

<p>يعرض نماذج من الشخصيات الرياضية الناجحة للاقتداء بها</p>	<p>يخصص ندوات يشرف عليها اخصائيون للتحسيس من مخاطر العنف</p> <p>يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع ايجاد حلول له</p> <p>يرز ويعرف بالقوانين و الاجراءات الخاصة بالعنف و العقوبات الناجمة عن ذلك</p>	<p>يعرف بالأخلاق الرياضية و قوانينها</p>	<p>تابع المكون المعرفي</p>
<p>يقوم بتحقيقات ميدانية</p>	<p>ينتقي المداخلات المتضمنة كل دعوة الى التسامح</p>		
<p>يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف و تدعو للإخاء و النوادد</p> <p>يستعمل الاغاني الوطنية و الرياضية و المقاطع المسرحية</p>	<p>يتبنى مشروع اشباع الجمهور بالروح الوطنية</p>	<p>يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي</p>	<p>المكون الوجداني</p>
<p>يستعين بنجوم الرياضة لنشر ثقافة نبذ العنف</p>	<p>يعرض نشاطه وفق الاعتبارات المحلية و العالمية في نبذ العنف</p> <p>يحقق بشأن الجهات الضالعة في العنف مع قدرته على كشف نتائج السلوك اللارياضي</p>	<p>يتجنب السب و الشتم و التشهير و الاتهامات</p>	<p>المكون السلوكي</p>

<p>يهيئ الجمهور لما يخدم المباراة و يعمل على تهادته بتقبل النتيجة برفع معنويات الروح الرياضية وتقبل النتيجة اخلاقيا</p>	<p>يشجع على نشر الروح الرياضية في اماكن النشاط الرياضي يساهم في تكوين النشئ يرتقي بسلوك الرياضي الى مستوى الانسانية و العالمية</p>	<p>يولد ثقافة تقبل الآخر و التفاعل معه</p>	<p>تابع المكون السلوكي</p>
<p>يدفع الجميع الى تثمين الجهد الرياضي يوظف الكفاءات في انتاج المادة الاعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف</p>	<p>يخصص مواضيع ذات صلة بثقافة السلم</p>	<p>يولي اهتمام بتقديم الجوائز و الهدايا التشجيعية للمشجعين اصحاب الروح الرياضية</p>	

4-1-4- برنامج يلبي أجندة التلفزيون - المواطنة -

اجندة التلفزيون - المواطنة-			برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	الأطر المكونات
يستضيف خبراء رياضيين محليين و دوليين	يعرف بأحوال البلاد من خلال النتائج الرياضية المحققة	يقدم عرض نتائج ايجابية على المستويين المحلي و الدولي	المكون المعرفي
يعتمد على عرض تجارب الحملات التطوعية الرياضية	يطلع على اهمية الحملات التطوعية الرياضية	يخبر بأهم المشاريع الرياضية	
يلتزم بالروح النقدية و الحوار للتقرب من الآخر	يقوم على تقبل النقد والرأي الآخر	يعلم مبدأ المطالبة بالحق و القيام بالواجب	
يقدم تقارير دورية	يدفع الى الاطلاع على تاريخ الرياضة و مجادها وهياكلها	يعرف بالهياكل الرياضية	المكون الوجداني
يشعر بقضايا رياضية عامة	يعمق قيم الثقافة الرياضية في نفسية المواطن	يعزز وعي المواطن بأهمية الرياضة	
ينتقي الاناشيد الرياضية و الوطنية التي تحدث انفعالا	يقوي مشاعر المواطنة بفعل التقارب بين الانصار	يعمق مفاهيم الهوية و الانتماء الحضاري	
يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية	ينمي العاطفة الوطنية والقومية	يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية	المكون السلوكي
يحث على الحملات التطوعية لخدمة الهياكل و الجمهور	يكرس قيم التعاون والتضامن	يعزز صور التماسك بين المواطنين	

<p>يبرز النشاطات الرياضية بأحداث و تقارير</p>	<p>يعمق الاحترام للشخصيات الرياضية في حياة المشاهد التي تحدث انفعالاً</p>	<p>يعمق القيم الاصيلة لدى الجمهور في مواجهة التغريب</p>	<p>تابع المكون السلوكي</p>
<p>ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن</p>	<p>يغرس معنى التفاعل مع الآخر وتنمية العلاقات الاجتماعية</p>	<p>يؤكد على ترسيخ القيم الاخلاقية مثل التسامح و المحبة بين ابناء المجتمع</p>	
<p>يمنح فرص ابداء الرأي و الحوار</p>	<p>يفعل المشاهد للمشاركة</p>	<p>يمزج بين الثقافات المحلية و يخلق مفهوم الوحدة الوطنية</p>	
<p>يفعل القوانين و اللوائح من خلال مختصين</p>	<p>يحترم استقلالية المشاهد</p>	<p>يشجع على احترام القانون و العمل به</p>	
<p>يقدم مقترحات و يتلقى اتصالات</p>	<p>يخدم كل فئات المجتمع</p>	<p>ينوع جهات الاتصال</p>	

4-2-4- الخصائص السيكمومترية للأداة

تحتوي الخصائص السيكمومترية على التحقق من صدق وثبات البرنامج المقترح .

4-2-4-1- الصدق: يعتبر الصدق عاملا رئيسا في تقدير صلاحية الأداة وعليه نجد :

- الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

من الطرق التي يمكن إتباعها الحصول على صدق المحتوى هو اللجوء إلى عدد من المحكمين يقومون بالحكم على ما اذا كان كل بند يمثل تمثيلا صادقا ما وضع له وما إذا كان يقيسه .

و عليه تم عرض البرنامج على مجموعة من المحكمين في الاختصاص على مرحلتين :

المرحلة الأولى : وهي وضع رأي الخبير لكل عبارة من عبارات البرنامج من حيث التعديل أو الإضافة أو التأكيد وبعد أخذ البرنامج من طرف المحكمين والعمل على رأيهم من خلال الملاحظات المقدمة وإعادة صياغة البرنامج من جديد.

المرحلة الثانية : يتم إرجاع البرنامج مرة أخرى للمحكمين لإعطاء معامل التأثير لكل عبارة وبناء على نقطة معامل التأثير لكل عبارة يتم اختيار العبارات الأكثر من 10/6 وعليه تم صياغة البرنامج في مرحلته النهائية.

4-2-2- الثبات :

يعتبر الثبات هو إجراء اختبار على مجموعة من الأفراد ورصد درجات كل فرد في هذا الاختبار ثم إعادة نفس الاختبار على نفس المجموعة ثم رصد درجات الأفراد وعليه نستنتج أن نتائج الاختبار ثابتة لأن نتائج القياس لم تتغير تقريبا في المرة الثانية

وعليه تم عرض البرنامج على ثلاث صحفيين بالتلفزيون لتقديم معامل التأثير لكل عبارة وبعد 15 يوم تم إرجاع البرامج على نفس الصحفيين الثلاثة لإعطاء قيمة معامل التأثير لكل عبارة مرة أخرى وبذلك قمنا بحساب معامل الثبات حسب طريقة الاختبار وإعادة الاختبار والجداول التالية توضح ثبات البرنامج

$$R = \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad , \quad \alpha = \frac{2R}{R+1} \quad \text{حيث } R \text{ معامل الارتباط بيرسن}$$

أولويات الجمهور						برنامج يلي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)		المحتوى (التعيين)		الأهداف		الأطر
معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	المعاملات المكونات
0.95	0.92	0.97	0.95	0.84	0.73	المكون المعرفي
0.95	0.91	0.94	0.90	0.93	0.87	المكون الوجداني
0.95	0.91	0.98	0.97	0.90	0.83	المكون السلوكي
0.91	0.84	0.96	0.94	0.84	0.73	البرنامج

الجدول رقم (2) يوضح ثبات البرنامج بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار خاص بأولويات الجمهور

أجندة التلفزيون-الثقافة الرياضية -						برنامج يلي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)		المحتوى (التعيين)		الأهداف		الأطر
معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	المعاملات المكونات
0.90	0.82	0.92	0.86	0.97	0.95	المكون المعرفي
0.94	0.89	0.95	0.92	0.97	0.95	المكون الوجداني
0.79	0.66	0.99	0.99	0.96	0.94	المكون السلوكي
0.92	0.86	0.93	0.87	0.94	0.90	البرنامج

الجدول رقم (3) يوضح ثبات البرنامج بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون -الثقافة الرياضية -

أجندة التلفزيون- العنف الرياضي -						برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)		المحتوى (التعيين)		الأهداف		الأطر
معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	المعاملات المكونات
0.87	0.78	0.90	0.83	0.83	0.71	المكون المعرفي
من الملاحظة يكون معامل الثبات ذو قيمة عالية						المكون الوجداني
0.90	0.82	0.94	0.89	0.98	0.98	المكون السلوكي
0.88	0.79	0.88	0.79	0.96	0.93	البرنامج

الجدول رقم (4) يوضح ثبات البرنامج بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون -العنف الرياضي -

أجندة التلفزيون-المواطنة -						برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)		المحتوى (التعيين)		الأهداف		الأطر
معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الارتباط	المعاملات المكونات
0.92	0.86	0.69	0.53	0.97	0.96	المكون المعرفي
0.98	0.98	0.97	0.96	0.66	0.50	المكون الوجداني
0.92	0.86	0.81	0.71	0.75	0.60	المكون السلوكي
0.94	0.89	0.76	0.62	0.90	0.82	البرنامج

الجدول رقم (5) يوضح ثبات البرنامج بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار خاص بأجندة التلفزيون -المواطنة -

وعليه من خلال قراءتنا للجدول من حيث قوة الارتباط فكانت كلها قوية موجبة وبالتالي معامل الثبات في أعلى مستوياته .

5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة

شملت الدراسة عينة من عمال التلفزيون الجزائري من معدي ومنتجي وصحفي ومخرجي البرامج الرياضية حيث طبقت الدراسة على مستوى التلفزيون الجزائري التابع لقطاع الدولة وجرت مرحلة البحث إلى ثلاث مراحل :

المرحلة الأولى : جمع المادة العلمية من أدبيات تخص الخلفية النظرية والدراسات السابقة. استغرقت سنتين من بداية أول تسجيل

المرحلة الثانية: وتمثلت في الدراسة الاستطلاعية ، من 8 ماي 2016 إلى غاية 22 ماي 2016 وذلك لتحديد معالم الإشكالية و الفرضيات وصياغة البرنامج المقترح .

المرحلة الثالثة : تمثلت في التطبيق الميداني في خلال الموسم الدراسي 2017/2018

5- الأساليب الإحصائية للدراسة :

اشتملت الدراسة على أساليب إحصائية وهي :

- النسبة المئوية

- المتوسط الحسابي

- معامل الارتباط

- معامل الثبات

الفصل الرابع : عرض النتائج

وتفسيرها ومناقشتها

1. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى
2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية
3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة
4. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة
5. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الخامسة
6. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية السادسة
7. عرض ومناقشة الفرضية العامة

1- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى

حيث نصت الفرضية على ما يلي :

- البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون المعرفي

جدول رقم (6) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أولويات الجمهور

اولويات الجمهور										
البرنامج يلي	الاهداف	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	المتوسط الحسابي للأهداف	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	المتوسط الحسابي للمحتوى	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	المتوسط الحسابي للمحتوى	
المكونات	الأطر									
المكون المعرفي	يعرف كيف يفكر المشاهد	8.33		يصنف الرأي الجماهيري	8.16	يتفاعل مع المناسبات و المواعيد الرياضية	9.83	8.34	8.27	
				يقدم ما يلائم الدوق	8.16		يواكب الاحداث الرياضية			9.66
				يفضي كل النشاطات الرياضية	9.16		يفعل قدرات المشاهد لتحقيق الرغبة			7.33
	يوسع مدارك المشاهد	8.33		يطلع على مشاهير الرياضة	8.16	يعتمد على مشاهير الشخصيات الرياضية لنجاحه	7.33	8.34	8.27	
				يعمق الفهم بالواقع الرياضي	8.5	يستعرض ابرز و اهم الاحداث الرياضية	8.66			
				يقنع بأهمية المشاريع الرياضية	6.33	يعمل على تنوع الافتتاحيات لخدمة مشاريعه	6.83			
	يعرف بالدوق المعرفي	8		يتميز بالموضوعية والحيادية	9.33	يتميز بمهارة العرض	8.16	8.34	8.27	
				يقدم ما يلائم الجمهور	8.5	يتصف اداء منشطيه بالجرأة	8.66			
						يحظى بمساحة واسعة من الحرية لعرض فقراته	8.66			
						يستعين بمصادر اعلامية اخرى	8.16			
							يتحسن في ادائه حين يكون مستقلاً	8.5		

التحليل :

يبين لنا الجدول رقم (6) إن المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون المعرفي قد تراوحت بين (8.22-8.34) أعلاها بواسطة طريقة العرض بـ 8.34 ثم يليه بواسطة المحتوى (التعيين) بـ 8.27 وأخيراً بواسطة الأهداف بـ 8.22

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدفين

- يعرف كيف يفكر المشاهد

- بوسع مدارك المشاهد ب 8.33

يوضح لنا المحتوى (التعيين) إن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- يتميز بالموضوعية والحيادية بـ 9.33

يتبين لنا طريقة العرض (آلية التنفيذ) أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- يتفاعل مع المناسبات والمواعيد الرياضية بـ 9.83

2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية

حيث نصت الفرضية على مايلي

البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون الوجداني

جدول رقم (7) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أولويات الجمهور

اولويات الجمهور									برنامج يلبي	
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي للمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات	
8.42	8.83	يتميز بطريقة عرض جذابة	7.97	7.66	يقدم ما يلائم الذوق الوجداني	8.78	8.33	يشعر المشاهد بحاجته للثقافة الرياضية	المكون الوجداني	
	8.66	يساعد توقيت عرضه المشاهد		7.5	يغرس الرضى بما يتم تقديمه					
	9	يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد		7.66	يشعر بالارتياح اثناء العرض			9.33		يشعر المشاهد بالترفيه
	8.5	يحدد اختلاف ديكور حصصه روح النشاط في المشاهد		7.5	يشعر بعمق معالجة المواضيع			9.16		يعمق الثقة بينه و بين المشاهد
	8.83	يعتمد غالباً في عرض الحدث على الصور لتعزيز الثقة		9.5	يتجلى الصدق في عرض مواضيعه					
	7.83	يستغرق الوقت الكافي في عرضه		8.83	يقنع المتتبع له بجدية العرض					
	7.83	يعتمد على بث مقاطع موسيقية لتجنب الملل		7.16	يغطي اوقات المشاهد بما يلبي رغبته					

التحليل :

يبين لنا الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون الوجداني قد تراوحت بين (7.97- 8.78) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.78 ثم يليه بواسطة طريقة العرض (آلية التنفيذ) بـ 8.42 وأخيرا بواسطة المحتوى (التعيين) بـ 7.97

تظهر لنا الأهداف ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف

- يشعر المشاهد بالترفيه بـ 9.33

يوضح لنا المحتوى ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- يتجلى الصدق في عرض مواضيعه بـ 9.5

تبين لنا طريقة العرض ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد بـ 9

3- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة

حيث نصت الفرضية على مايلي

البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون السلوكي .

جدول رقم (8) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة المكون السلوكي حسب أولويات الجمهور

اولويات الجمهور									برنامج يلبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات
8.27	8.5	يستعرض مظاهر التسامح	7.60	9.16	يعرف بالعنف و مخاطره	8.53	9.66	يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف	المكون السلوكي
	8.83	ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد		7.66	يشجع المشاهد على دعوة الآخرين للمتابعة		9	يغرس في المشاهد القيم الرياضية	
	8	ينتهج التواصل مع المتتبع		7	يفرض ذاته على المشاهد				
	7.33	يوظف الصور و الرسومات البيانية		7.83	يتماشى مع التغييرات الحاصلة على الساحة الرياضية		8.16	يولد في المشاهد قناعات رياضية	
	8.5	يقترح الضيوف بما يتناسب مع متطلبات الجمهور		7.5	يقرب الى تحقيق الاجماع الرياضي				
	8.5	يستقطب المشاهد من خلال تنوع فقراته		6.5	يدفع للبحث انطلاقا من مختلف مواضيعه				

التحليل :

يبين لنا الجدول (8) ان متوسطات الحسابية المعاملات التأثير المتعلقة المكون السلوكي قد تراوحت بين (7.6-8.53)

أعلاها بواسطة الأهداف ب 8.53 ثم يليه بواسطة طريقة العرض ب 8.27 وأخيرا بواسطة المحتوى ب 7.60

تظهر لنا الأهداف ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف

- يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف ب 9.66

يوضح لنا المحتوى ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- يعرف بالعنف ومخاطر ب 9.16

تبين لنا طريقة العرض ان أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة

- ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد ب 8.83

مناقشة الفرضية الأولى

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون المعرفي .

- اتضح لنا أن ما يتعلق بمجال الأهداف في المكون المعرفي كان الرأي الغالب فيه مساندا للبرنامج المقترح في عبارة -- يعرف كيف يفكر المشاهد.

وهذا فيه إشارة الى قدرة البرنامج في الاطلاع على تفكير الجمهور ونفس الشيء بخصوص عبارة

- يوسع مدارك المشاهد

ومنه اذا كان فعل يعرف يطلعنا على حال المشاهد كيف يفكر فإن فعل يوسع يفيد معنى المساهمة والتفعيل .

- كما أفاد هذا الرأي بخصوص المحتوى أنه يراهن على موضوعية وحيادية هذا البرنامج، وهذا ناتج عما يليه البرنامج للجمهور لإشباع رغبته الرياضية من حيث:

- تنوع الرياضات وبساطة العرض، والإجماع على المضامين ، ومن حيث أهمية ذلك فإن العرض الإعلامي في العالم اليوم يميل إلى الالتزام بالموضوعية على الطريقة العلمية .

- وبخصوص طريقة العرض فإن الفقرة الخاصة

- يتفاعل البرنامج مع المناسبات والمواعيد الرياضية .

كانت هي الأكثر تقبلا من طرف العينة ويعبر عن حقيقة ربط الرياضات بمواعيد ذات أهمية لجلب المتابعة الجماهيرية في محطات زمانية هي محل انتظار ويفهم من هذا البرنامج المقترح أنه يتجلى بالواقعية من خلال حضوره للمناسبات الرياضية

مناقشة الفرضية الثانية

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون الوجداني .

- ومن خلال المكون الوجداني لمجال الأهداف يتبين لنا أن الفقرة .

- يشعر المشاهد بالترفيه، هي العبارة الأهم في نظر العينة الإعلامية وهذا فيه أمران

الأول : هو إن هذا البرنامج مرن إلى الحد الذي يسمح بتلبية خاصية الترفيه لدى الجمهور.

الثاني : إعداد البرنامج بناء على تلك الرغبة .

وإذا كانت المشاريع الرياضية تتميز من حيث كونها ترفيهية فإن البرنامج المقترح جاء استجابة لذلك وهذا خدمة لأولويات الجمهور ويظهر الطابع الترفيهي حيث علاقته بالانفعال من خلال تفاعل الجمهور والإعلام وكذا الملاعب .

- وبملاحظتنا لما يتعلق بالمحتوى في المكون الوجداني فإننا نجد الرأي الغالب في العينة المفحوصة يتفاعل بإيجابية مع الفقرة الدالة على صدق البرنامج المقترح في عرض مواضيعه وهذا التوافق للعينة مع نموذج المحتوى يتضمن واقعية ما اقترحنه من حيث خاصية الصدق في عرض مواضيع البرنامج ، ويساعد ذلك في إضفاء صبغة التأثير على الجمهور لكسب التأييد والمتابعة للإعجاب بالبرنامج .
- يتبين لما يتعلق بطريقة العرض في المكون الوجداني ان الفقرة

- يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد

هي أكثر الفقرات تأييدا من طرف العينة المفحوصة وهذا نظرا لخاصية التأثير التي يبيدها البرنامج مع تنوع فقراته إن آلية التعاقب بفقرات البرنامج تنقل المشاهد إلى دائرة التفاعل وفي ذلك تلبية لرغبته كأولوية.

مناقشة الفرضية الثالثة

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث المكون السلوكي .

- من بين الفقرات المدرجة في جدول المكون السلوكي لمجال الأهداف نجد العبارة المعبرة عن

- مساهمة البرنامج المقترح في نشر ثقافة نبذ العنف هي التي أخذت اهتمام أفراد العينة بشكل لافت للنظر مما يعني أن الناس والجمهور خاصة لا يستهويهم العنف في المجال الرياضي او في غيره وبذلك يكون نشر الوعي لمخاطر العنف من مهام المشاريع المبرجة في الإعلام الرياضي .

- تشيد لنا الفقرة في المكون السلوكي بالمحتوى للبرنامج التي تتضمن التعريف بالعنف ومخاطره هي من أهم العبارات التي أخذت اهتمام عينة الفحص وهذا لاعتبار ما يعرفه المشاهد عن العنف من حيث أنه سلوك كما يفسر ذلك حاجة المشاهد كأولوية إلى الإعلام الرياضي المرئي التحسيسية .

- يتضح لنا في المكون السلوكي مجال طريقة العرض للبرنامج من خلال عينة البحث ان الفقرة المتضمنة

- انتهاج البث الحي للتأثير على المشاهد في البرنامج المقترح، تسجل الاهتمام الأول من بين الفقرات الأخرى في طريقة العرض مما يعني أن الجمهور يميل إلى العرض المباشر في التلفزيون الوطني .

من خلال الجداول المعروضة سابقا التي تخص المكونات الثلاثة المعرفية والوجدانية والسلوكية نجد نتائج المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير بواسطة الأهداف والمحتوى وطريقة العرض قد تراوحت بين (7.6-8.78) وهذا فيه إشادة أن هذه النتائج مرتفعة ومرضية من طرف عينة البحث للبرنامج الرياضي المقترح الذي يلبي أولويات الجمهور وهذا يعني أن الفرضية الأولى و الثانية و الثالثة قد تحققت .

4- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة

حيث نصت الفرضية على ما يلي:

البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضية .

● بالنسبة للمكون المعرفي نجد

جدول رقم (9) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية-

اجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية-									برنامج يلبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر
									المكونات
8.33		يعتمد في عرض الاخبار الطريقة العلمية الحديثة	7.61	7.5	يقدم معرفة خاصة بشأن المفاهيم والمصطلحات	8.16	8.66	يعرف بالقوانين الرياضية و نظمها وتواريخها	المكون المعرفي
				6.5	يقدم دراسات وبحوث علمية متخصصة في المجال الرياضي				
				5.83	يبرز العلاقة بين الرياضة و العلوم الأخرى				
				6.33	يعلم الاسعافات الأولية من خلال الحوادث الرياضية				
				8.33	يصصح الرؤية الخاطئة في المجتمع عن الرياضة				
				8.66	يطلع على مخاطر المخدرات والتدخين والمنشطات على الرياضي				
7.55	8.5	يعرض فلاشات رياضية	7.61	8.83	يكشف عن مختلف انواع الرياضات	8.16	9	يطلع على أهم الاخبار و الاحداث الرياضية	
				8.16	يبرز تاريخ الالعاب الرياضية				
				8	يعرف بالشخصيات الرياضية و إنجازاتها				
				7.66	يفيد في بعث رياضات شعبية				
8.16		يعتمد على الخبراء و المختصين	7.61	8	يعرف الأمكنة التي جرت بها الاحداث الرياضية الكبرى	8.16	9		
				8.33	يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب				
6.66		ينظم ندوات ومشاريع جوارية	7.61	7	يعمق العلاقات بين البلدان	8.16	9		
				8.33	يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب				
6.83		- يقوم بعرض اعلامي لتقريب الرياضات من المرأة والطلبة	7.61	7.5	يجسس بأهمية الرياضة النسوية والمدرسية والجامعية	8.16	7.16	يعرف بالرياضات النسوية والمدرسية والجامعية	

التحليل :

يبين لنا الجدول (9) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون المعرفي قد تراوحت بين (7.55-8.16) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.16 ثم يليه بواسطة المحتوى بـ 7.61 وأخيرا بواسطة طريقة العرض بـ 7.55

تظهر لنا الأهداف أن اعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يطلع على أهم الأخبار الأحداث الرياضية بـ 9

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يكشف عن مختلف أنواع الرياضات بـ 8.83

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يعرض فلاشات رياضية بـ 8.5

● بالنسبة للمكون الوجداني نجد

جدول رقم (10) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجندة التلفزيون

- الثقافة الرياضية-

اجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية-										برنامج بلبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات	
6.89	7.66	يحبس بأهمية تطوير الرياضة	6.89	6.66	يجذب المشاهد لحال الرياضة بين الواقع و المأمول	6.49	7	ينمي الوعي بأهمية الرياضة مع ما يمكن ان تكون عليه	المكون الوجداني	
	6.83	يجيب الرياضات بتنوع نشاطه		7.66	يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي		7.16	يولد الطموح نحو الرياضات		
	7.16	يثير المشاهد بالتعبئة الاعلامية		7	يشيد بقيمة الشعور الجمعي في الرياضة		7	يولد الحس الجماعي		
	7.5	يقوم على عناصر التشويق اثناء عملية العرض		7.5	يلبي ميل المشاهد في الرياضات		6.16	يولد الميل في الانتماء الى نادي او فريق		
	5.33	يشوق الى متابعيه بندوات وتدريبات خاصة		5.66	يدفع الى الشعور بضرورة الرياضة في عالم المرأة لتحقيق الرشاقة		5.16	يضفي على المرأة الرشاقة والجمال		

التحليل :

يبين لنا الجدول (10) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون الوجداني قد تراوحت بين (6.49-6.89) أعلاها بواسطة المحتوى وطريقة العرض بـ 6.89 ثم يليه بواسطة الأهداف بـ 6.49

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يولد الطموح نحو الرياضات بـ 7.16

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي بـ 7.66

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يحسس بأهمية تطوير الرياضة بـ 7.66

• بالنسبة للمكون السلوكي نجد :

جدول رقم (11) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجنحة التلفزيون -

الثقافة الرياضية-

اجنحة التلفزيون - الثقافة الرياضية-									برنامج يلبي	
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات	
7.74	7.66	يساهم في توجيه النظام الغذائي	7.79	7.5	يكيف العلاقة بين الرياضة و ممارستها	7.66	7.5	يفيد في معرفة الصحة البدنية الجيدة	المكون السلوكي	
	6.5	يخصص اختبارات للانتقاء						يولد التقليد لنقل المهارات		يطلع على مختلف المهارات الرياضية
	7.66	يستضيف أشخاص ذوي ابداع رياضي						يشجع على ممارسة الرياضة		يوجه المشاهد نحو اهداف نافعة ومفيدة
	8.5	يعتمد على عرض المنافسات						يعرف برياضات المعاقين		يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها
	8.66	يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة						يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي		يقوم السلوك الفردي و الجماعي
	7.5	يقدم بدائل عملية للفرد والمجتمع								

التحليل :

يبين لنا الجدول (11) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون السلوكي قد تراوحت بين (7.66-7.79) أعلاها بواسطة المحتوى بـ 7.79 ثم يليه بواسطة طريقة العرض بـ 7.74 وأخيرا بواسطة الأهداف بـ 7.66

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها بـ 8.66

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرتين :

- يعرف رياضات المعاقين .

- يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي بـ 8.33

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة بـ 8.66

● بالنسبة لهدف نبذ العنف تنص الفرضية الثانية على ما يلي :

البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث نبذ العنف

5- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الخامسة

حيث نصت الفرضية على ما يلي:

البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث نبذ العنف .

● بالنسبة للمكون المعرفي نجد :

جدول رقم (12) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أجندة التلفزيون -

العنف الرياضي -

اجندة التلفزيون - العنف الرياضي -										البرنامج يلبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات	
8.54	8.83	يقدم عرض الاحداث الرياضية بنزاهة	8.05	8.33	يعرض كل ما يتضمن السلوكات الحسنة للاقتداء بما	8.27	8	يحترم اسرار المهنة الرياضية	المكون المعرفي	
	8.33	ينشئ بنك معلوماتي من الصور و الاحداث الرياضية		7.83	ينتقي من الارشيف الرياضي ما يساهم في التقليل من العنف الرياضي		7.83	يوظف الامجاد الرياضية		
	9	يعرض نماذج من الشخصيات الرياض الناجحة للاقتداء بما		7.83	يخصص ندوات يشرف عليها اخصائيون للتحسيس من مخاطر العنف		9	يعرف بالاخلاق الرياضية و قوانينها		
	8	يقوم بتحقيقات ميدانية		8.16	يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع إيجاد حلول له					
				8.16	يبرز ويعرف بالقوانين و الاجراءات الخاصة بالعنف و العقوبات الناجمة عن ذلك					
8	يقوم بتحقيقات ميدانية	8	ينتقي المداخلات المتضمنة كل دعوة الى التسامح							

التحليل :

يبين لنا الجدول (12) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون المعرفي قد تراوحت بين (8.05- 8.54) أعلاها بواسطة طريقة العرض بـ 8.54 ثم يليه بواسطة الأهداف بـ 8.27 وأخيرا بواسطة المحتوى بـ 8.05

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يعرف بالأخلاق الرياضية وقوانينها بـ 9

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرتين :

- يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع إيجاد حلول له .

- يبرز ويعرف بالقوانين الخاصة بالعنف والعقوبات الناجمة عن ذلك بـ 8.16

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يعرض نماذج من الشخصيات الرياضات الناجحة للإقتداء بها بـ 9

● بالنسبة للمكون الوجداني نجد :

جدول رقم (13) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجددة التلفزيون - العنف الرياضي -

اجندة التلفزيون - العنف الرياضي -									البرنامج يلي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات
9.16	9.16	يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف و تدعو للإخاء و التوادد	9.16	9.16	يتبنى مشروع اشباع الجمهور بالروح الوطنية	9.16	9.16	يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي	المكون الوجداني
	9.16	يستعمل الاغاني الوطنية و الرياضية و المقاطع المسرحية							

التحليل :

يبين لنا الجدول (13) إن المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون الوجداني قد تمثلت كلها في (9.16) بواسطة الأهداف والمحتوى وطريقة العرض.

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي ب 9.16

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يتبنى مشروع إشباع الجمهور بالروح الرياضية ب 9.16

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرتين :

- يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف وتدعو الى الإخاء والتودد .

- يستعمل الأغاني الوطنية والرياضية والمقاطع المسرحية ب 9.16

● بالنسبة للمكون السلوكي نجد :

جدول رقم (14) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجنحة التلفزيون

- العنف الرياضي -

اجنحة التلفزيون - العنف الرياضي-										البرنامج يلي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الأهداف	الأطر المكونات	المكون السلوكي
8.70	8.66	يستعين بنجوم الرياضة لنشر ثقافة نبذ العنف	8.55	8.66	يعرض نشاطه وفق الاعتبارات المحلية و العالمية في نبذ العنف	8.94	9.33	يتجنب السب و الشتم و التشهير و الاتهامات	المكون السلوكي	
				7.83	يحقق بشأن الجهات الصالعة في العنف مع قدرته على كشف نتائج السلوك اللارياضي					
	8.83	يهيئ الجمهور لما يخدم المباراة و يعمل على تهدئته بتقبل النتيجة برفع معنويات الروح الرياضية وتقبل النتيجة اخلاقيا		9	يشجع على نشر الروح الرياضية في اماكن النشاط الرياضي		9.16	يولد ثقافة تقبل الآخر و التفاعل معه		
				8.83	يساهم في تكوين النشى					
		يدفع الجميع الى تثمين الجهد الرياضي		8.66	يرتقي بسلوك الرياضي الى مستوى الانسانية و العالمية					
	9	يوظف الكفاءات في انتاج المادة الاعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف		8.33	يخصص مواضيع ذات صلة بثقافة السلم		8.33	يولي اهتمام بتقديم الجوائز و الهدايا التشجيعية للمشجعين اصحاب الروح الرياضية		

التحليل:

يبين لنا الجدول (14) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون السلوكي قد تراوحت بين (8.55- 8.94) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.94 ثم يليه بواسطة طريقة العرض بـ 8.70 وأخيرا بواسطة المحتوى بـ 8.55 تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يتجنب السب والشتم والتشهير والاتهامات بـ 9.33
- يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :
- يشجع على نشر الروح الرياضية في أماكن النشاط الرياضي بـ 9
- تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :
- يوظف الكفاءات في إنتاج المادة الإعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف بـ 9

6- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية السادسة

حيث نصت الفرضية على ما يلي:

البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث بث روح المواطنة.

- بالنسبة للمكون المعرفي نجد

جدول رقم (15) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون المعرفي حسب أجندة التلفزيون - المواطنة-

اجندة التلفزيون - المواطنة-									برنامج يبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات
8.03	8.16	يستضيف خبراء رياضيين محليين و دوليين	7.91	7.66	يعرف بأحوال البلاد من خلال النتائج الرياضية المحققة	8.16	8.5	يقدم عرض نتائج ايجابية على المستويين المحلي و الدولي	المكون المعرفي
	7.33	يعتمد على عرض تجارب الحملات التطوعية الرياضية		8.16	يطلع على اهمية الحملات التطوعية الرياضية		7.5	يخبر بأهم المشاريع الرياضية	
	8.5	يلتزم بالروح النقدية و الحوار للتقرب من الآخر		8.16	يقوم على تقبل النقد والرأي الآخر		8	يعلم مبدأ المطالبة بالحق و القيام بالواجب	
	8.16	يقدم تقارير دورية		7.66	يدفع الى الاطلاع على تاريخ الرياضة و امجادها وهياكلها		8.66	يعرف بالهياكل الرياضية	

التحليل :

يبين لنا الجدول (15) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون المعرفي قد تراوحت بين (7.91- 8.16) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.16 ثم يليه بواسطة طريقة العرض بـ 8.03 وأخيرا بواسطة المحتوى بـ 7.91

تظهر لنا الأهداف أن اعلي المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يعرف بالهياكل الرياضية بـ 8.66

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرتين :

- يطلع على أهمية الحملات التطوعية الرياضية

- يقوم على تقبل النقد وتقبل الآخر بـ 8.16

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- يلتزم بالروح النقدية والحوار للتقرب من الآخر بـ 8.5

● بالنسبة للمكون الوجداني نجد

جدول رقم (16) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون الوجداني حسب أجندة التلفزيون - المواطنة-

اجندة التلفزيون - المواطنة-									البرنامج يلبي
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات
7.83	7.5	يشعر بقضايا رياضية عامة	8.32	8.16	يعمق قيم الثقافة الرياضية في نفسية المواطن	8.55	8.66	يعزز وعي المواطن بأهمية الرياضة	المكون الوجداني
	8	ينتقي الاناشيد الرياضية و الوطنية التي تحدث انفعالا		8.16	يقوي مشاعر المواطنة بفعل التقارب بين الانصار		8.16	يعمق مفاهيم الهوية و الانتماء الحضاري	
	8	يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية		8.66	ينمي العاطفة الوطنية والقومية		8.83	يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية	

التحليل :

يبين لنا الجدول (16) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون الوجداني قد تراوحت بين (7.83- 8.55) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.55 ثم يليه بواسطة المحتوى بـ 8.32 وأخيرا بواسطة طريقة العرض بـ 7.83

تظهر لنا الأهداف أن اعلي المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الهدف :

- يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية بـ 8.83

يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :

- ينمي العاطفة الوطنية و القومية بـ 8.66

تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرتين :

- ينتقي الأناشيد الرياضية الوطنية التي تحدث انفعالا

- يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية بـ 8

● بالنسبة للمكون السلوكي نجد

جدول رقم (17) يوضح عرض نتائج متوسطات معاملات التأثير بالنسبة للمكون السلوكي حسب أجنحة التلفزيون - المواطنة-

البرنامج									يلبي	
اجنحة التلفزيون - المواطنة-										
المتوسط الحسابي لطريقة العرض	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المتوسط الحسابي للمحتوى	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	المحتوى (التعيين)	المتوسط الحسابي للأهداف	المتوسط الحسابي لمعامل التأثير	الاهداف	الأطر المكونات	
8.44	9	يحث على الحملات التطوعية لخدمة الهياكل و الجمهور	8.35	8	يكرس قيم التعاون والتضامن	8.80	9	يعزز صور التماسك بين المواطنين	المكون السلوكي	
		7.66		يبرز النشاطات الرياضية بأحداث و تقارير	8.16		يعمق الاحترام للشخصيات الرياضية في حياة المشاهد التي تحدث انفعالاً	9		يعمق القيم الاصيلية لدى الجمهور في مواجهة التغريب
		9		ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن	8.66		يفرس معنى التفاعل مع الآخر وتنمية العلاقات الاجتماعية	9		يؤكد على ترسيخ القيم الاخلاقية مثل التسامح و المحبة بين ابناء المجتمع
		8.33		يمنح فرص ابداء الرأي و الحوار	7.83		يفعل المشاهد للمشاركة	8.83		يمزج بين الثقافات الخلية و يخلق مفهوم الوحدة الوطنية
		8.33		يفعل القوانين و اللوائح من خلال مختصين	8.33		يحترم استقلالية المشاهد	8.5		يشجع على احترام القانون و العمل به
		8.83		يقدم مقترحات و يتلقى اتصالات	9.16		يخدم كل فئات المجتمع	8.5		ينوع جهات الاتصال

التحليل :

يبين لنا الجدول (17) ان المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير المتعلقة بالمكون السلوكي قد تراوحت بين (8.35- 8.80) أعلاها بواسطة الأهداف بـ 8.80 ثم يليه بواسطة طريقة العرض بـ 8.44 وأخيرا بواسطة المحتوى بـ 8.35

تظهر لنا الأهداف أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الأهداف :

- يعزز صور التماسك بين المواطنين

- يعمق القيم الأصيلة لدى الجمهور في مواجهة التغريب
- يؤكد على ترسيخ القيم الأخلاقية مثل التسامح والمحبة بين أبناء المجتمع بـ 9
- يوضح لنا المحتوى أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :
- يخدم كل فئات المجتمع بـ 9.16
- تبين لنا طريقة العرض أن أعلى المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كان عند الفقرة :
- ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن بـ 9

مناقشة الفرضية الرابعة

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضية.

- اتضح لنا أن ما يتعلق مجال الأهداف في المكون المعرفي بالنسبة لجدول أجندة التلفزيون - الثقافة الرياضية - أن عينة الفحص تفضل برنامجا يطلعنا على أهم الإخبار والإحداث الرياضية، وهذا يتضمن أهمية ما ينتظره الجمهور ويكون من أولويات الأجندة من عرض جديد الأخبار الرياضية ويكون هذا الاستهداف تعبيرا في نظر الجمهور على واقعية البرنامج المقترح وعلى جدية المتابعة لوسيلة الإعلام.
- أما في المحتوى للمكون المعرفي نجد كون البرنامج المقترح دوره أن يكشف عن مختلف الرياضات كان ذلك هو ميل أفراد عينة الدراسة من بين فقرات أخرى في ذلك فالجمهور يهتم أن يعرف أنواع الرياضات وهذا باعتبار تنوع الميول لدى الجمهور، وإذا كان هذا مطلب جماهيريا فانه يدرج في أجندة التلفزيون خدمة لهذا الجمهور بها وهذا يدعو إلى تحديد محتوى معرفي وفق الأجندة.
- ومن خلال طريقة العرض للمكون المعرفي يتبين لنا الفقرة التي تنص على أن البرنامج المقترح يهتم بعرض فلاشات رياضية هي الفقرة التي تجذب ميل أفراد العينة وهذا يتضمن رغبة المشاهد في اهتمامه بالعنصر القصير أو المحطات الرياضية فالأحداث الرياضية كثيرة وتتسارع وكان أي مشاهد يريد أن يطلع على كل حدث رياضي.
- وبخصوص الأهداف في المكون الوجداني نجد من خلال الفقرة التي نصها - يولد الطموح نحو الرياضات التي كانت أكثر ما استهوت العينة المفحوصة يتضح لنا أن وجود برنامج مقترح يدفع بالطموح اتجاه الرياضات هو يلبي طلبات الجمهور وهذا يساهم في انخراط فئات الجمهور في مختلف الرياضات مما يترتب عنه انتشار السلوك الرياضي والثقافة الرياضية ومن هنا فان الأجندة ومن حيث هي تسخر هذا البرنامج فإنها تحقق أهدافها الوجدانية في خاصية الانفعال والتفاعل مع البرنامج.
- أما من ناحية المحتوى في المكون الوجداني يتبين لنا من خلال عينة البحث أن الفقرة التي تنص على أن البرنامج الذي - يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي هي الأكثر قبول لدى أفراد العينة ويتم تفسير ذلك بحاجة الجمهور إلى حملة تحسيسية تدفعه لكل ما هو رياضي وهنا يكون تأثير البرنامج المقترح الذي تشرف عليه أجندة التلفزيون في تنفيذه
- يتحدد ميل وتوجه عينة البحث في طريقة العرض للمكون الوجداني نحو الفقرة التي نصها - يحسس بأهمية تطوير الرياضة وهذا يفسر بأهمية آلية التحسيس بتطوير الرياضة كمشاريع وممارسات وهنا يأتي دور الأجندة على خلفية اثر التحسيس فضلا عن حاجة الجمهور له وعادة ما يفهم التطوير بالتحسيس فتزداد عملية التحسيس في ثقافة المشاهد

- وبملاحظتنا للأهداف في المكون السلوكي يتبين لنا أن أفراد عينة البحث تستهويهم الفقرة التي نصها- يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها وهذا يهدف إلى دور الأجنحة في دمج فئة المعاقين اجتماعيا بواسطة برنامج مقترح ينشر ذلك النوع من الرياضات وممارستها قصد البناء الوظيفي لأية رياضة، وبما أن الأجنحة تعمل على ذلك فإنما هي توازن بين المتطلبات الرياضية ودعمها.
- نجد في المحتوى للمكون السلوكي أن عينة البحث تميل إلى الفقرتين الأولى ونصها - يعرف رياضات المعاقين أما الثانية ونصها- يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي وعليه يتضح لنا أن التعريف لرياضة المعاقين أمر له أهمية لدى الأجنحة والجمهور من أجل توفير حظ للمعاقين قصد ممارستها والارتقاء بها .
- كما أن البرنامج المقترح هو برنامج توعوي لأنه يتضمن كشف الانحرافات في الوسط الرياضي وهذا يعني انه يعمل على الرفع من السلوك الرياضي إلى مستوى الأخلاقية النبيلة ليكون الفعل الرياضي خال من كل ممارسات سلبية
- أما في طريقة العرض للمكون السلوكي يبين لنا أن عينة الدراسة كان ميلها الأول هو الفقرة التي نصها- يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة مما يعني ذلك انه برنامج قائم على الشفافية والوضوح ويعتمد على التقييم لنشاطاته وهذا الحال بقدر ما يكون أساسيا عند أصحاب أجنحة التلفزيون هو في نفس الوقت مطلب جماهيري باعتبار الشفافية دلالة على الصدق ومتى كان الصدق في التلفزيون من خلال برنامجه الرياضي كان إعجاب المشاهد به و أكثر تصديق لما يطرح إن القراءة التحليلية لأطر هذا المكون تؤكد انسجام وتوافق فقراته المتعلقة بعرض مضامين سلوكية يراعيها البرنامج المقترح من استهداف رياضة المعاقين إلى التعريف بهذه الرياضة وكشف الانحرافات الرياضية إلى الصدق في عرض نتائج الرياضة .

مناقشة الفرضية الخامسة

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث نبذ العنف .

- اتضح لنا ما يتعلق مجال الأهداف في المكون المعرفي بالنسبة لجدول أجنحة التلفزيون-العنف الرياضي- تفوق الفقرة التالية - يعرف بالأخلاق الرياضية وقوانينها وهي الأكثر جذابا لفئة الفحص مما يفسر أن البرنامج المقترح من خصائصه الأخلاقية والمعارية تضمن البعد الأخلاقي وكذا قوانين الرياضة كقيمة تساهم في تقليص دائرة العنف بمختلف أشكاله وبذلك فهو يستهدف التعريف بالأخلاق في كل مناسبة رياضية ولأجنحة التلفزيون أن تدرج في ذلك إطارا أخلاقيا للرفع من المستوى المعرفي.
- نجد عينة البحث في المحتوى للمكون المعرفي تميل إلى فقرتين من محتوى هذا المكون فالأولى تنص على دعم مبادرات تشخيص العنف وحلوله والفقرة الثانية تنص ما يتضمنه البرنامج المقترح من تعريف بالقوانين والإجراءات العقابية التي

- تحد من العنف وهذا يشير إلى انه برنامج تحسيبي بما يكفي للحد من العنف وذلك بإيجاد حلول بديلة وتطبيق الطرق الردعية وفي ذلك أداء لأجندة التلفزيون .
- يبين لنا من خلال الفقرة الأولى في هذا المكون المعرفي بخصوص طريقة العرض والتي تنص على عرض نماذج من الشخصيات الرياضية الناجحة أن عينة الفحص تميل إلى معرفة الشخصيات المشهورة في الرياضة والتي حققت نجاحات لتكون اقتداء وإتباع.
 - يتبين لنا أن الفقرة التي تدرج ضمن الأهداف للمكون الوجداني والتي تتضمن غرس القيم الوطنية في الوسط الرياضي هي الفقرة التي تكون محل اهتمام أساسا من طرف فئة الفحص وهذا يعني أن برنامجا يتضمن ذلك هو يتوافق مع أجندة التلفزيون من حيث استهداف تكريس ما هو قيمة للرياضة .
 - نلاحظ في المحتوى للمكون الوجداني أن الفقرة والمتضمنة - يتبنى إشباع الجمهور بالروح الوطنية هي التي تكون محل إعجاب عينة الفحص وهذا يجعل أجندة التلفزيون على قدر كبير من التكفل بإدراج مضامين ذات تأثير انفعالي بخصوص قيم الوطنية ليتفاعل الجمهور معها .
 - يتبين لنا بخصوص طريقة العرض للمكون الوجداني أن عينة الدراسة تميل إلى الفقرتين التي نصهما - يتخلله ومضات اشهارية لنبد العنف وتدعو للإخاء والتوادد ويستعمل الأغاني الوطنية والرياضية والمقاطع المسرحية بدرجة واحدة مما يفسر ذلك أن أجندة التلفزيون بإمكانها أن تمتص أشكال العنف وتنشر التوافق وهذا بما تملك من آلية في ذلك وهي محل تأثير وتوجيه وبما أن عالم الجمهور يميل إلى الصوت الانفعالي والصورة فان الأغاني الوطنية والمسرح ابلغ لتحقيق ذلك.
 - وبخصوص الأهداف للمكون السلوكي يتبين لنا أن عينة البحث تستهويها الفقرة المعبرة عن برنامج مقترح خال من السب والشتم والتشهير والاتهام أكثر من الفقرات الأخرى في خانة الأهداف وهذا له تفسير بخصوص توجيه السلوك وعلى ضوء ذلك يمكن لأجندة التلفزيون أن تستهدف القضاء على العنف اللفظي لان هذا النوع من العنف هو المدخل لكل أنواع العنف الأخرى والهدف من كل ذلك اتران سلوك الجمهور وانسجامه بما يضمن التوافق والحفاظ على سلامة الهياكل الرياضية والمؤسسات الاجتماعية.
 - نكتشف من خلال الدراسة الميدانية لما يعرضه المحتوى للمكون السلوكي أن الفقرة التي نصها- يشجع على نشر الروح الرياضية في أماكن النشاط الرياضي هي الفقرة التي تستهوي عينة هذه الدراسة وهذا يعني أن أجندة التلفزيون يمكن لها أن تحقق هذا الإطار للجمهور الرياضي لان الأماكن المخصصة للنشاط الرياضي عادة ما تكون مقصدا للجمهور سواء من المحترفين والهواة كما انه يحصل به كثافة للتواجد أين يكون الاحتكاك وبذلك فان نشر الروح الرياضية مما يرفع من معنوياته .
 - نجد في عينة الدراسة بالنسبة لطريقة العرض في المكون السلوكي أن الفقرة التي نصها - يوظف الكفاءات في إنتاج المادة الإعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف هي الفقرة التي كانت محل اختيار لدى أفراد العينة والتفسير في ذلك هو أن آلية الكفاءة في أجندة التلفزيون تكون محل اهتمام بالدرجة الأولى تقديرا لما يمكن أن يترتب عنها من

- قدرتها على إدارة المادة الإعلامية
- كسب ثقة الجمهور بما تحدّثه فيه من اثر
- تحقيق الهدف وهو توجيه السلوك بما يخدم تلك الأجندة

مناقشة الفرضية السادسة

بعد عرض نتائج هذه الفرضية التي تنص على ان البرنامج الرياضي المقترح يلي أولويات الجمهور الرياضي من حيث بث روح المواطنة.

- يتضح لنا ما يتعلق لمجال الأهداف في المكون المعرفي بالنسبة لجدول أجندة التلفزيون- المواطنة- تفوق الفقرة المعبرة عن التعريف بالهياكل الرياضية وهي من أهداف البرنامج نجدها هي الأكثر جذب لعينة الفحص وهذا فيه إشارة إلى ما يستهوي الجمهور من جهة والى ما تهتم به أجندة التلفزيون وفي هذا تأكيد على أهمية الهياكل الرياضية في ثقافة الجمهور وفي وطنيته لان التعريف بالهياكل الرياضية يزيد في نسبة الاهتمام بالرياضة .
- وبخصوص فقرات المحتوى في المكون المعرفي فان الفقرة التي تنص- اطلاق البرنامج المقترح على أهمية الحملات التطوعية الرياضية وكذا الفقرة التي تنص على - انه برنامج يقوم على تقبل النقد والنقد الأخر نجدها الأكثر تقبلا من طرف العينة المفحوصة وهذا نظر لما تتميزان به .
- فالأولى تشير إلى الجانب الميداني التحسيسي .
- الثانية تشير إلى مستوى من الموضوعية والحياد.
- وفي كل ذلك تتجسد حقيقة المواطنة لمحتوى معرفي يساهم في التأكيد على قابلية البرنامج المقترح للممارسة .
- يتبين لنا في طريق العرض للمكون المعرفي أن آلية الروح النقدية والحوار والتقرب من الآخر هي الفقرة التي تجذب أفراد العينة أكثر من غيرها وهذا ينسجم مع هدف المكون المعرفي ومحتواه من له طبيعة ميدانية ويساهم في تعزيز المواطنة وهي القيمة التي تسعى أجندة التلفزيون التي تصديرها للمشاهد وصناعته وفقها .
- يتبين لنا من خلال الأهداف للمكون الوجداني أن الفقرة التي تنص - يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية توضح أن أجندة التلفزيون بإمكانها أن تحقق هدفا بخصوص الوحدة الوطنية كحالة وجدانية تجعل المشاهد مرتبطا بها ويأتي البرنامج المقترح وفي عينة البحث نجد أجندة التلفزيون تحقق هدفها .
- يتضح لنا في المحتوى للمكون الوجداني أن أجندة التلفزيون ومن خلال الفقرة - ينمي العاطفة الوطنية القومية تجعل المشاهد أكثر التصاقا في مشاعره بوطنيته، وهنا يتشكل الوعي الذي أراده التلفزيون الوطني.

- وبخصوص طريقة العرض للمكون الوجداني يتبين لنا أن أجندة التلفزيون هي الأكثر تحقفا في الفقرتين الأولى تنص -
- ينتقي الأناشيد الرياضية والوطنية التي تحدث انفعالا مما يعني أن عينة البحث يستهويها المؤثرات النفسية والأدبية ذات البعد الوطني والرياضي وهذا يجعلنا ندرك أهمية الضخ الإعلامي في المناسبات المحلية والدولية الرياضية في عرض الأناشيد والخطابات الحماسية وبذلك فإن الأناشيد تعتبر آلية مباشرة في تنمية مشاعر الجمهور وتوظيفها أجندة التلفزيون أما الفقرة الثانية والتي تنص - يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية وهي تعطي دافعا نفسيا تشجيعيا للجمهور .
- تبرز لنا الأهداف للمكون السلوكي إن فقرات الاستهداف الثلاثة
- يعزز صور التماسك بين المواطنين.
- يعمق القيم الأصيلة لدى الجمهور في مواجهة التغريب.
- يؤكد على ترسيخ القيم الأخلاقية مثل التسامح والمحبة بين أبناء المجتمع.

أن عينة الفحص تميل إلى الحفاظ على المقوم الوطني ولذلك وجدت رغبتها في برنامج مقترح وهذا يفسر دور مشروع الأجددة في غرس الروح الوطنية من اجل التقريب بين المواطنين من حيث التعامل وانسجام السلوك

- ومن خلال تحليل فقرات هذا المحتوى للمكون السلوكي نجد أن الفقرة المعبرة عن البرنامج المقترح وهي - يخدم كل فئات المجتمع كانت أكثر ميلا لأفراد عينة البحث وهذا يعني ان البرنامج الأكثر تلبية لرغبة مختلف الفئات هو الذي يجد المتابعة والمشاهدة ويزداد بذلك التجانس بين مختلف تلك الفئات وهذا فيه تطابق بينه وبين المحتوى السلوكي السابق المشار إليه.
- يتبين لنا من الفقرة التالية بالنسبة لطريقة العرض للمكون السلوكي والمعبرة عن قدرة هذا البرنامج المقترح في إنشاء توأمة بين مختلف مناطق الوطن إن الجمهور يميل إلى بعث مشاريع ونشاطات صداقة بين جهات الوطن ليستوي كل المواطنين وهذا أمر تراهن عليه الأجددة لتشكيل الرأي الوطني في الجمهور الرياضي ليكون ذلك سلوكا فيه

من خلال الجداول المعروضة سابقا التي تخص المكونات الثلاثة (المعرفية والوجدانية والسلوكية) حسب أجندة التلفزيون نجد النتائج المتوسطات الحسابية لمعاملات التأثير كانت مرتفعة ومرضية من طرف عينة الفحص بالنسبة للبرنامج المقترح وبالتالي نستطيع أن نقول أن الفرضية الثانية قد تحققت.

3- الفرضية العامة

يتبين لنا من خلال عرض نتائج الفرضيات أن الفرضية العامة تحققت، ذلك أن البرنامج المقترح، وباعتبار مضامينه المعرفية والوجدانية والسلوكية ومن حيث أن تلك المضامين هي مطلب في أولويات الجمهور الرياضي ومشروع في الأجندة فإن تحققها صار حقيقة .

وإذا كان البرنامج المقترح بهذا القدر فإنه يلبي رغبة الجمهور ويساهم في نشر الثقافة الرياضية ونبذ العنف وبناء ثقافة المواطنة

ونستطيع أن نقول أن البرنامج المقترح صار مدرسة من حيث التوجيه والتأثير وإشباع رغبة الجمهور الرياضي .

الفصل الخامس : استنتاجات

واقترحات

- 1- استنتاجات عامة
- 2- الاقتراحات
- 3- الافاق المستقبلية
- 4- قائمة المصادر والمراجع

1- استنتاجات عامة

تكمن الاستنتاجات عامة في ما يلي في النقاط الآتية :

- الجمهور الرياضي بحاجة إلى برنامج مقترح يساهم في توسيع مداركه ويفهم طريقة تفكيره .
- تغطية مختلف الأنشطة الرياضية مطلب معرفي لدى الجمهور .
- وجود برنامج حيوي تحييني يتماشى مع كل المواعيد الرياضية والمناسبات .
- رغبة الجمهور في أن يكون البرنامج المقترح يحقق قدرا من الترفيه
- التحسيس بأهمية اقتراح برنامج رياضي يعرف بمخاطر العنف والحث على تجنبه .
- البرنامج الرياضي الحي والمباشر أكثر تأثيرا في المشاهد باعتبار تزامنه مع المشاهد اثناء عرضها.
- انه برنامج يستعرض الأخبار الرياضية الهامة من خلال وضع لقطات رياضية مؤثرة .
- برنامج ينمي الطموح الرياضي مع قدرته على دمج المشاهد في ما يناسب من الرياضات .
- يتضمن الاهتمام بفئة المعاقين من خلال التعريف بأنواع الرياضة الخاصة بهم والإشادة بنتائج نشاطهم الرياضي .
- يجمع بين معرفة القوانين الرياضية وبين الممارسات الأخلاقية وهذا لتحقيق الأداء .
- استناد البرنامج المقترح إلى التجارب الرياضية الناجحة من الماضي قصد امتصاص كل ما يتعلق بالعنف كأفكار مؤثرة سلبا .
- برنامج يجمع بين غرس القيم والإشباع بالروح الوطنية بما هو مؤثرات إعلامية من إشهار وأغاني وطنية .
- يقوم البرنامج على مبدأ الكفاءة الإعلامية والاحترافية المتضمنة و تجنب مظاهر العنف اللفظي لتحقيق سلامة الميادين الرياضية والارتقاء بسلم الروح الوطنية .
- التعريف بمختلف الهياكل الرياضية يشعر المشاهد بان الجهات المشرفة على مشاريع الرياضية حريصة على التكفل بالرياضة .
- الحاجة إلى برنامج رياضي يربط المشاهد بمبدأ التضحية من خلال مشاريع التطوع وهذا توظيف لجهد الجمهور وملاء الفراغ لديه .
- أن يكون البرنامج الرياضي المقترح مساهما في النقد والحوار وهذا لضمان التفهم والتفاهم وتقارب مستوى التفكير بين أفراد الجمهور الرياضي .
- برنامج ينمي معاني الوطنية بكل ما من شأنه أن يحقق ذلك ويربط المواطن بمجتمعه وهذه وظيفة سياسية للبرنامج.
- إنه برنامج يقدم الرياضات على شكل تدرجات لتلائم مختلف فئات المجتمع وهذا يتضمن تفعيل الرياضة من خلال هذا البرنامج .
- إنه برنامج يعمق الرياضة ويعمل على تفاعلها بين المواطنين من خلال نشاطات رياضية مشتركة .

2- الاقتراحات:

إن الاستنتاجات التي توصلنا إليها تدفع بما إلى ذكر بعض المقترحات على مستوى ما نأمل أن تكون وفي هذا اضبط النقاط الآتية :

- إنجاز بحوث متخصصة يشرف عليها خبراء معتمدين لتطوير البرامج الرياضية ليعتمد عليها التلفزيون الوطني لرسم معالم أجندته .
- إنشاء بنك معلوماتي للتزويد وذلك للاتصال بمراكز وجهات ذات اهتمام .
- توظيف المكتسبات الرياضية في تشكيل قوالب فنية ومعرفية من أجل المساهمة في صياغة طرح اعلامي يؤثر في قرار الجمهور وفق الأجندة .
- اقتراح برنامج رياضي يساهم في توسيع مدارك الجمهور الرياضي مع قدرته على تفهم طريقة تفكيره .
- ان تعمل البرامج الرياضية على الرفع من مستوى الثقافة الرياضية وذلك بتنوع العرض واعتماد الكفاءة .
- إيجاد برنامج رياضي يجمع بين معرفة القوانين الرياضية وبين الممارسات الأخلاقية لتحقيق مستوى الطموح الرياضي لمجانبة أشكال العنف .
- برنامج يحرص على ربط المشاهد بمعاني الوطنية. بما يتم برمجته من مشاريع تطوعية تعمل على إشراك الجمهور وسد فراغه .

2-1- الاشراف على اعداد بطاقات فنية تتناسب مع اجندة التلفزيون الجزائري

بطاقة فنية لاقتراح حصة تلفزيونية

الصف : رياضي

الدورية : أسبوعية

النوع : حوار

عنوان الحصة : نقاش رياضي

المدة : 60 دقيقة

موعد البث : كل خميس

الإشكالية : اهتمام المجتمعات المعاصرة بالرياضة جعلها على قدر كبير من التنوع و الاطلاع على اخبارها مما تتطلب وسائل إعلامية ، وبالنظر لذلك فإن التلفزيون يعتبر اهم وسيلة لنقل ذلك و اطلاع الجمهور الرياضي على النتائج الرياضية

الأهداف :

يطلع على اهم الاخبار والاحداث الرياضية

الفئات المستهدفة :

الشباب

فئات مصدر المعلومات :

المراسلون الصحفيون

بطاقة فنية لاقتراح حصة تلفزيونية

الصف : رياضي

الدورية : أسبوعية

النوع : تحقيق

عنوان الحصة : رياضة و اخلاق

المدة : 45 دقيقة

موعد البث : كل جمعة

الإشكالية : تشتكي مختلف الرياضات من ظاهرة العنف بكل اشكاله وهذا يدعو الى التفكير في برامج تحسيسية رياضية تلفزيونية يساهم فيها أصحاب كفاءات في البحث النفسي و الأخلاقي

الأهداف :

يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع إيجاد حلول له

الفئات المستهدفة :

المراهقين و الشباب

فئات مصدر المعلومات :

المراسلون الصحفيون

لجان خاصة بالعقوبات الرياضية

بطاقة فنية لاقتراح حصة تلفزيونية

الصف : رياضي

الدورية : نصف شهرية

النوع : مجلة

عنوان الحصة : رياضة و مواطنة

المدة : 30 دقيقة

موعد البث : يوم السبت مرة كل اسبوعين

الإشكالية : تعتبر الرياضة وسيلة راقية في غرس قيم المواطنة و لذلك تسعى المجتمعات المتقدمة الى ربط الرياضة بروح المواطنة في حياة الجمهور الرياضي حيث بات الحديث عن الرياضة ملازم لقيم المواطنة

الأهداف :

يطلع الجمهور الرياضي على اهم الحملات التطوعية الرياضية

الفئات المستهدفة :

كل فئات الجمهور الرياضي

فئات مصدر المعلومات :

خطابات الرياضية الموجهة

3- الآفاق المستقبلية

يطمح التلفزيون الجزائري إلى أن يكون الجمهور الرياضي شريك فعال مساهم في إعداد مشاريع البرامج الرياضية وهذا خدمة للتلفزيون وهو أجنده في نفس الوقت لأنه بذلك يحقق فعالية الجمهور ويرتقي بالأداء الإعلامي ويتجاوز مشكلة التوجيه التي كانت بمثابة وصاية مفروضة .

ولكي يكون هناك تطور نوعي في رسالة التلفزيون الوطني فإن علاقة الأجنده بالجمهور تتغير من علاقة توجيه إلى علاقة تفاعل متبادل بين الأجنده والجمهور ومن ذلك ندرك أن المشروع ترتقي إليه الأجنده هو إشراك الجمهور الرياضي في إعداد مشاريع واقتراح مشاريع نوعية تحقق مستوى من التوافق الجماهيري يجعلنا نمزج عمليا بين أداء الأجنده ومتطلبات الجمهور وهذا الطرح الاستشراقي هو عين الروح الوطنية لأنها تجعل الجمهور يحافظ على المكتسبات الرياضية مع توفير الجو المناسب لمختلف الهيئات أن تؤدي دورها في تفعيل اي حدث رياضي أو إعلامي رياضي هذا الطرح المتقدم تترتب عنه تطور اهتمامات لنخب الرياضة وأصحاب الكفاءات في الإعلام الرياضي لتصبح أطروحاتهم تعالج قضايا أكثر ديناميكية مع ما تتميز به تقنيا وفنيا .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب بالعربية

1. ابراهيم ابو عرقوب ، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ط 1، 1993
2. ابراهيم امام ، الاعلام الاذاعي و التلفزيوني ، دار الفكر العربي ، مصر ، ط1، 1995
3. ابو زيد فاروق ، مدخل الى علم الصحافة ، عالم الكتابة ، القاهرة ، بدون طبعة، 1986
4. اديب خضور ، الاعلام الرياضي ، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة الاذاعية و التلفزيون ، المكتبة الاعلامية ، دمشق ، ط1، 1994
5. اسماعيل سليمان ابو جلال ، الازاعة ودورها في الوعي الأمني ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ط 1، 2012
6. الدسوقي وجيه المرسي ، الاعلام و علوم الاتصال ، العلاقات العامة و الجمهور ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، بدون طبعة، 2009
7. الطاهر بن خلف الله ، الوسيط في الدراسات الجامعية ، دار هومة للطباعة و النشر ، الجزائر ، ج 5 ، ط 1، 2004
8. بركات عبد العزيز ، اتجاهات حديثة في انتاج البرامج الاذاعية ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، ط 1، 2000
9. حازم الحمداني ، الاعلام الحربي و العسكري ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، بدون بلد ، بدون طبعة، 2009
10. حسن احمد الشافعي ، الاعلام في التربية البدنية و الرياضية ، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ، الاسكندرية ، مصر ، بدون طبعة، 2003

11. حسن عبد الحميد رشوان ، العلاقات العامة و الاعلام من منظور علم الاجتماع ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة ، بدون طبعة، 1997
12. حسن عماد مكاوي وليلى حسين ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط 2، 2006
13. خليل عبد الرحمان المعاينة ، علم النفس الاجتماعي ، دار الفكر الطباعة والنشر ، عمان ، ط 1، 2000
14. خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم ، الاعلام الرياضي ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ط 1، 1998
15. خيرى خليل الجميلي ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة ، بدون طبعة، 1997
16. زكي الجابر ، أثر وسائل الاتصال الجماهيري ، وخاصة الجماهير العربية في وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، تونس ، بدون طبعة، 1992
17. سامي محسن ختاتنة ابو عبد اللطيف سعد ، علم النفس الاعلامي ، دار المسيرة للنشر و الطباعة ، عمان ، الاردن ، ط 1، 2010
18. سعاد جبر سعيد ، سيكولوجية الاتصال الجماهيري جدار الكتاب العالمية ، بدون بلد ، ط 1، 2008
19. سعيد عبد الحافظ ،المواطنة حقوق وواجبات، مركز ماعة للدراسات الحقوقية و الدستورية ، القاهرة ، بدون طبعة، 2007
20. سعيد عبد الحفيظ ، المواطنة حقوق وواجبات ، مركز ماعة للدراسات الحقوقية والدستورية ، القاهرة ، بدون طبعة، 2007
21. سمير حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام ، عالم الكتاب ، القاهرة ، ط 1، 1984
22. سناء محمد الجبور ، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، بدون بلد ، بدون طبعة، 2010

23. سهير جاد وآخرون ، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون ، دار الفجر ، القاهرة ، بدون سنة
24. سيد حبيب الله ، سعد محمد الهجرسي ، تخصص المكتبات والمعلومات ، مدخل منهجي وعائلي ، دار المريخ للنشر ، الرياض ، بدون طبعة، 1995
25. طارق سيد أحمد الخليلي ، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيون ، دار المعرفة ، الإسكندرية ، مصر ، بدون طبعة، 2008
26. عبد الحافظ محمد سلامة ، خدمات المعلومات وتنمية المقتنيات المكتبية ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 1، 1997
27. محمد عبد الحميد ، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام ، عالم الكتاب ، القاهرة ، ط 1، 1993
28. عبد الرزاق محمد الدليمي ، وسائل الاعلام والاتصال ، عمان ، دار المسيرة، 2012
29. عبد الفتاح ابو معال ، اثر استعمال وسائل الاعلام على الطفل ، دار الشروق ، عمان ، ط 1، 1990
30. عبد الفتاح محمد ديويدار ، سيكولوجية الاتصال و الاعلام ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، بدون طبعة، 1999
31. عبد اللطيف حمزة ، الاعلام له تاريخ ومذاهبه ، دار المعرفة ، بيروت ، ط 1، 1984
32. عبد الله محمد عبد الرحمان ، سيكولوجية الاتصال و الاعلام النشأة و التطور ، دار المعرفة الجامعية قناة السويس ، القاهرة ، بدون طبعة ، بدون سنة
33. عزام ابو الحمام ، الاعلام و المجتمع ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ط 1، 2011
34. عصام سليمان الموسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري ، اثناء للنشر و التوزيع ، بدون بلد ، ط 6، 2009
35. علي حسن مصطفى ، الاعلام التربوي ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، القاهرة ، بدون طبعة، بدون سنة
36. علي قسايسة و آخرون ، الوسيط في الدراسات الجامعية ، الجزائر ، الجزء الثاني، بدون سنة

37. فاروق ناجي محمود ، البرنامج التلفزيوني كتابته مقوماته نجاحه ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، بغداد ، ط 1، 2007
38. فضيل دليو ، مدخل الى الاتصال الجماهيري ، مخبر علم الاجتماع و الاتصال ، قسنطينة ، الجزائر ، بدون طبعة ، 2003
39. فهد بن عبد الرحمان الشميمري ، التربية الاعلامية - كيف نتعامل مع الاعلام ، مكتبة الملك فهد ، الرياض ، ط 1، 2010
40. كامل فورشيد ، مدخل الى الرأي العام ، دار المسيرة ، عمان ، بدون طبعة، 2011
41. محمد الجفيري ، البرامج الاذاعية و التلفزيونية ، دار صناعة الابداع للانتاج و التوزيع ، قطر ، بدون طبعة، 2015
42. محمد بن عبد الرحمان الحضيف ، كيف تؤثر وسائل الاعلام ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، السعودية ، ط 2، 1998
43. محمد صاحب سلطان ، وسائل الاعلام و الاتصال دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، بدون طبعة، 2011
44. محمد صالح ياسين ، تأثير التلفزيون على الرأي العام ، دار المعرفة للنشر و التوزيع ، بدون بلد ، ط 1، بدون سنة
45. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، عالم الكتاب ، القاهرة ، ط 2، 2000
46. محمد حقيق عواشة ، الرأي العام بين الدعاية و الاعلام ، الجامعة المفتوحة ، طرابلس ، ليبيا ، بدون طبعة، 1994
47. محمد عبيدات وآخرون. منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات) ، دار وائل للنشر ، عمان ، بدون طبعة ، 1997

48. محمد منيب حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، بدون بلد ، ط 1 ، 2007

49. محمد منير حجاب ، وسائل الاتصال ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، بدون بلد ، بدون طبعة، 2008

50. محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، مكتبة دار العالمية للنشر و التوزيع ، مصر ، ط 1، 1998

51. معوض محمد ، فنون العمل التلفزيوني ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 1، 1986

52. مكاوي حسن السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، بدون طبعة، 1998

53. منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، بدون طبعة ، 2012

54. مؤنس كاظم ، خطاب الصورة الاتصالية وهذيان العولمة ، عالم الكتاب الحديث ، الاردن ، بدون طبعة، 2008

55. نبيل المعارف الجروي ، مقدمة في علم الاتصال ، مكتبة الامارات ، دمشق ، ط 1، 1985، 3

56. نسرين حسونة ، نظريات الاعلام الالوكة ، بدون بلد ، 2015 ص ص 9-10

- 1- James watson ,media communication , An introduction to theory and process , palgrave Mac Milan , London 2 nd 2006

- 2- Jan vane , Frantisek Kalvas , the Agenda setting effect of focusing event
A case study of the church

- 3- Joseph Dstranbhaar , Rebert La Rose Media Now: Communication in the Information Age , wads worth , Australia ,2nd , 2000

- 4- Restitution issue Pilsen , university of west bohemia , vol 45 , N03 , 2013

الكتب بالفرنسية

- 1- Danis mequail , Mc quail s Mass commuicationlheary , sage , london , 1983
- 2- Mireille chalvon , Pierre corest Michal souchon L enfantdevont la Television des ammees 90, Ed Grallun and , Paris , 1991
- 3- Y ves Raj aud , Presis de Psychologie social Le analyse des ingénieurs et des cadres Enterprise moderne edition , Paris , 2ed , 1978

المذكرات و المجلات بالعربية

المذكرات

- 1- محمد بن علي القعاري ، العلاقة بين الصحافة و قادة الرأي و الجمهور في ترتيب اولويات القضايا المحلية في اليمن ، اطروحة دكتوراه في الاعلام ، منشورة ، كلية الدعوة و الاعلام ، جامعة محمد بن سعود الاسلامية ، المملكة العربية السعودية ، 1430 هـ
- 2- محمد فوزي شهاب الدين ، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ، اطروحة دكتوراه في الاعلام ، منشورة معهد البحرين للتنمية الشاملة ، 2017
- 3- العربي بن عودة ، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع المدني ، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال ، غير منشورة ، جامعة وهران ، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، 2006
- 4- خالد الغيلاني ، دور الصحافة العمانية في ترتيب اولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور العماني ، اطروحة دكتوراه في الاعلام ، غير منشورة ، جامعة عين شمس ، القاهرة 2012
- 5- سالم عيسى الحاج ، دور التلفزيون و الصحف في ترتيب اولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية ، اطروحة دكتوراه في الاعلام ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2003
- 6- عدلات عبد المعطي الشيخ ، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الاولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية ، رسالة ماجستير في الصحافة ، قسم الصحافة و الاعلام ، كلية الادب الجامعة الاسلامية غزة ، 2015

- 7- علي قساسية ، المنطلقات النظرية المنهجية لدراسة التلقي ، اطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، قسم علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2007
- 8- ناجي حسن محمود نور الطيب ، فاعلية الرسالة التلفزيونية في ادارة الازمات ، اطروحة دكتوراه في الاعلام ، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي ، جامعة الرباط ، 2012
- 9- يوسف تمار ، نظرية وضع الاجندة ، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الاعلامية في المجتمع الجزائري ، اطروحة دكتوراه دولة في الاعلام ، كلية العلوم السياسية و الاعلام ، جامعة الجزائر ، 2005

المجلات

- 1- ابراهيم مصعب الدلبي ، التلفزيون ومشاهدة من وجهة نظر العلوم الاجتماعية ، مجلة التوثيق الاعلامي العدد 02 ، 1981
- 2- المركز الوطني للوثائق التربوية ومصطلحات ومفاهيم تربوية ، سلسلة من القضايا ، المركز الجزائري ، الملف 33 ، بدون سنة
- 3- شكرية كوكز السراج ، دور الصحافة النسوية في ترتيب اولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة ، مجلة الباحث الاعلامي ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، العدد 26 ، 2014
- 4- عبد الجواد سعيد محمد ربيع ، دور الصحافة المصرية في ترتيب اولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد الثالث و العشرون ، العدد الواحد و الثلاثون ، 2008
- 5- علي قساسية مدخل لإشكالية جمهور الواب ، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 18 ، بدون سنة
- 6- فيصل حمدان العازل ، الاعلام و دوره في تكوين الرأي العام ، مجلة الحوار المتمدن ، العدد 1464 ، 2006
- 7- ندية القاضي ، دور الصحافة المصرية في ترتيب اولويات الجمهور نحو قضايا الاصلاح الاجتماعي في مصر ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر ، الاعلام و الاصلاح الواقع و التحديات ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، مصر ، الجزء 7-9 ، 2009
- 8- محمد خليل الرفاعي ، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية ، مجلة جامعة دمشق المجلد 27 العدد الأول ، 2011

9- وزارة الشؤون الدينية ، آثار الامام عبد الحميد بن باديس ، دار البعث ، الجزائر ، ط 1 ج 5 ، 1951

المذكرات و المجلات بالانجليزية

المذكرات

1- Beth johnsonanderson , visual framing a study of face – ism from the website for the 108 th united states congress , mathesis unpublished , department of communication east Tennesse state university , 2003

المجلات

1- Max wellMccombs and thers , candidate I mages in spamich Election second le velAgend siting Effects , journalism Mass communication , quarterly vol 74 , 1997

2- Mccombs , Maxwell , sitting the Agenda : the mass Media and public opinion , Malden , Ma Black Well publishing imc , 2004

3- MccombsDonldLshaw , the Evolution of Agenda setting Research Twenty Five Years in Market place of Ideas journal of – 19 communication , vol 43 , N02, 1993

4- Michael L Muni , Agenda sitting the ory and Rele of Media in shaping public opinion for the Iraq war , university of central Missouri

5- Kara chan , the Media and environmental Issues in Hong Kong 1983 – 95 , international journal of public opinion Researldr , N02 , 1999

6- Jeorgecerbner , Larry Gross , Living With Television the violence Profile , journal of communication , vol 26 , 1976

المذكرات بالفرنسية

1- Daniell charron , une introduction a la communication presses ,
université du quebec , Canada , 3e edit , 2009

المعاجم العربية

- 1- بن منظور ، لسان العرب ، دار احياء التراث العربي ، بيروت ، ط 2 ، ج 15 ، 1993
- 2- عبد الوهاب الكيالي و آخرون ، موسوعة السياسة ، مطبعة العلوم ، بدون بلد ، ج 7 ، 1994
- 3- محمد براقن ، قاموس موسوعي للإعلام و الاتصال ، الجزائر ط 1 ، 2007
- 4- محمد العدناني ، معجم الاغلاط اللغوية المعاصر ، مكتبة لبنان ، بيروت ، بدون طبعة ، 1994
- 5- ميشيل مان ترجمة عادل الهواري الصوار سعد مصلوح ، موسوعة العلوم الاجتماعية ، مكتبة الفلاح ، الكويت ، بدون طبعة ، 1984

الملاحق

ملحق 01



اسم ولقب الخبير المحكم :

الرتبة الوظيفية:

الدرجة العلمية

معهد :

المؤسسة :

الامضاء:

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقترح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث هو تعديل اول اضافة او تأكيد

و الشكر موصول لسيادتكم

اعداد الطالب

دروازي مصطفى

اولويات الجمهور			برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	الأطر المكونات
<ul style="list-style-type: none"> - يتفاعل مع المناسبات و المواعيد الرياضية - يواكب الاحداث الرياضية - يفعل قدرات المشاهد لتحقيق الرغبة 	<ul style="list-style-type: none"> - يقدم ما يلائم الذوق - يغطي كل النشاطات الرياضية - يدفع الى ابراز القدرة على البحث 	يحدّد كيف يفكر المشاهد	المكون المعرفي
<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - يعتمد على مشاهير الشخصيات الرياضية لنجاحه - يستعرض ابرز و اهم الاحداث الرياضية - يعمل على تنوع الافتتاحيات لخدمة مشاريعه 	<ul style="list-style-type: none"> - يطلع على مشاهير الرياضة - يعمّق الفهم بالواقع الرياضي - يقتنع بأهمية المشاريع الرياضية 	يوسّع مدارك المشاهد	
<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - يتميز بمهارة العرض - يتصف اداء منشطيه بالجرأة - يحظى بمساحة واسعة من الحرية لعرض فقراته - يستعين بمصادر اعلامية اخرى - يتحسن في ادائه حين يكون مستقلاً 	<ul style="list-style-type: none"> - يتميز بالموضوعية والحيادية - يقدم ما يلائم الجمهور 	يعرّف بالذوق المعرفي	
<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - يتميز بطريقة عرض جذابة - يساعد توقيت عرضه المشاهد 	<ul style="list-style-type: none"> - يقدم ما يلائم الذوق الوجداني - يغرس الرضى بما يتم تقديمه 	يشعر المشاهد بحاجته للثقافة الرياضية	المكون الوجداني
<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد - يحدد اختلاف ديكور حصه روح النشاط في المشاهد 	<ul style="list-style-type: none"> - يشعر بالارتياح اثناء العرض - يشعر بعمق معالجة المواضيع 	يشعر المشاهد بالترفيه	
<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	<u>رأى الخبير</u>	

طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	
- يعتمد غالباً في عرض الحدث على الصور لتعزيز الثقة - يستغرق الوقت الكافي في عرضه	- يتجلى الصدق في عرض مواضيعه - يقنع المتتبع له بجدية العرض	يعمق الثقة بينه و بين المشاهد	تابع المكون الوجداني
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يعتمد على بث مقاطع موسيقية لتجنب الملل	يغطي اوقات المشاهدة بما يلبي رغبته	يملاً الفراغ	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يستعرض مظاهر التسامح	يعرف بالعنف ومخاطره	يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد	- يشجع المشاهد على دعوة الآخرين للمتابعة - يفرض ذاته على المشاهد	يغرس في المشاهد القيم الرياضية	المكون السلوكي
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
- يوظف الصور و الرسومات البيانية - يقترح الضيوف بما يتناسب مع متطلبات الجمهور	- يتماشى مع التغييرات الحاصلة على الساحة الرياضية - يقرب الى تحقيق الاجماع الرياضي	يولد في المشاهد قناعات رياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يستقطب المشاهد من خلال تنوع فقراته	يدفع للبحث انطلاقاً من مختلف مواضيعه	يحقق مختلف استجابات المشاهد	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

اجندة التلفزيون – الثقافة الرياضية –			برنامج يلبي الأطر المكونات
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	
يعتمد في عرض الاخبار الطريقة العلمية الحديثة	<ul style="list-style-type: none"> - يقدم معرفة خاصة بشأن المفاهيم والمصطلحات - يقدم دراسات وبحوث علمية متخصصة في المجال الرياضي - يبرز العلاقة بين الرياضة و العلوم الأخرى - يعلم الاسعافات الأولية من خلال الحوادث الرياضية - يصحح الرؤية الخاطئة في المجتمع عن الرياضة - يطلع على مخاطر المخدرات والتدخين والمنشطات على الرياضي 	يعرف بالقوانين الرياضية و نظمها وتواريخها	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	المكون المعرفي
يعرض فلاشات رياضية	<ul style="list-style-type: none"> - يكشف عى مختلف انواع الرياضات - يبرز تاريخ الالعاب الرياضية - يعرف بالشخصيات الرياضية و انجازاتها - يفيد في بعث رياضات شعبية - يعرف بالامنكة التي جرت بها الاحداث الرياضية الكبرى 	يطلع على أهم الاخبار و الاحداث الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
ينظم ندوات ومشاريع جوارية	<ul style="list-style-type: none"> - يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب - يعمق العلاقات بين البلدان 	يكرس القيم الاجتماعية مع العمل على نقلها للآخر	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يقوم بعرض اعلامي لتقريب الرياضات من المرأة والطلبة يشجع على القيام بحملات تحسيسية	يحسس بأهمية الرياضة النسوية والمدرسية والجامعية	يعرف بالرياضات النسوية والمدرسية والجامعية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يحسن بأهمية تطوير الرياضة	يجذب المشاهد لحال الرياضة بين الواقع و المأول	ينمي الوعي بأهمية الرياضة مع ما يمكن ان تكون عليه	المكون الوجداني
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	تابع المكون الوجداني
<u>يحجب الرياضات بتنوع نشاطه</u>	يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي	يولد الطموح نحو الرياضات	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يثير المشاهد بالتعبئة الاعلامية	يشيد بقيمة الشعور الجمعي في الرياضة	يولد الحس الجماعي	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	
يقوم على عناصر التشويق اثناء عملية العرض	يلبي ميل المشاهد في الرياضات	يولد الميل في الانتماء الى نادي او فريق	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يشوق الى متابعيه بندوات وتدريبات خاصة	يدفع الى الشعور بضرورة الرياضة في عالم المرأة لتحقيق الرشاقة	يضي على المرأة الرشاقة والجمال	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
- يساهم في توجيه النظام الغذائي - يخصص اختبارات للانتقاء	يكيف العلاقة بين الرياضة و ممارستها	يفيد في معرفة الصحة البدنية الجيدة	المكون السلوكي
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يستضيف أشخاص ذوي ابداع رياضي	يولد التقليد لنقل المهارات	يطلع على مختلف المهارات الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يعتمد على عرض المنافسات	يشجع على ممارسة الرياضة	يوجه المشاهد نحو اهداف نافعة ومفيدة	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة	يعرف برياضات المعاقين	يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يقدم بدائل عملية للفرد والمجتمع	يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي	يقوم السلوك الفردي و الجماعي	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

اجندة التلفزيون – العنف الرياضي –			برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	الأطر المكونات
يقدم عرض الاحداث الرياضية بنزاهة	يعرض كل ما يتضمن السلوكات الحسنة للاقتداء بها	يحترم اسرار المهنة الرياضية	المكون المعرفي
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
ينشئ بنك معلوماتي من الصور و الاحداث الرياضية	ينتقي من الارشيف الرياضي ما يساهم في التقليل من العنف الرياضي	يوظف الامجاد الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يقوم بتحقيقات ميدانية	<ul style="list-style-type: none"> - يخصص ندوات يشرف عليها اخصائيون للتحسيس من مخاطر العنف - يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع ايجاد حلول له - يبرز ويعرف بالقوانين و الاجراءات الخاصة بالعنف و العقوبات الناجمة عن ذلك - ينتقي المداخلات المتضمنة كل دعوة الى التسامح 	يعمق الاخلاق الرياضية و قوانينها	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	المكون الوجداني
<ul style="list-style-type: none"> - يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف و تدعو للاخاء و التوادد - يستعمل الاغاني الوطنية و الرياضية و المقاطع المسرحية 	يتبنى مشروع اشباع الجمهور بالروح الوطنية	يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	المكون السلوكي
يعرض نشاطه وفق الاعتبارات المحلية و العالمية في نبذ العنف	<ul style="list-style-type: none"> - يستعين بنجوم الرياضة لنشر ثقافة نبذ العنف - يحقق بشأن الجهات الضالعة في العنف مع قدرته على كشف نتائج السلوك اللارياضي 	يتجنب السب و الشتيم و التشهير و الاتهامات	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يهيئ الجمهور لما يخدم المباراة و يعمل على تهدئته بتقبل النتيجة برفع معنويات الروح الرياضية و تقبل النتيجة اخلاقيا	<ul style="list-style-type: none"> - يشجع على نشر الروح الرياضية في اماكن النشاط الرياضي - يساهم في تكوين النشئ - يرتقي بسلوك الرياضي الى مستوى الانسانية و العالمية 	يولد ثقافة تقبل الآخر و التفاعل معه	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يوظف الكفاءات في انتاج المادة الاعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف	يخصص مواضيع ذات صلة بثقافة السلم	يولي اهتمام بتقديم الجوائز و الهدايا التشجيعية للمشجعين اصحاب الروح الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

اجندة التلفزيون – المواطننة –			برنامج يلبي
طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	الأطر المكونات
يستضيف خبراء رياضيين محليين و دوليين	يعرف بأحوال البلاد من خلال النتائج الرياضية المحققة	يقدم عرض نتائج ايجابية على المستويين المحلي و الدولي	المكون المعرفي
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يعتمد على عرض تجارب الحملات التطوعية الرياضية	يطلع على اهمية الحملات التطوعية الرياضية	يخبر بأهم المشاريع الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يلتزم بالروح النقدية و الحوار للتقرب من الآخر	يقوم على تقبل النقد والرأي الآخر	يعلم مبدأ المطالبة بالحق و القيام بالواجب	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يقدم تقارير دورية	يدفع الى الاطلاع على تاريخ الرياضة و امجادها و هياكلها	يعرف بالهيكل الرياضية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يشعر بقضايا رياضية عامة	يعمق قيم الثقافة الرياضية في نفسية المواطن	يعزز وعي المواطن باهمية الرياضة	المكون الوجداني
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
ينتقي الاناشيد الرياضية و الوطنية التي تحدث انفعالاً	يقوي مشاعر المواطننة بفعل التقارب بين الانصار	يعمق مفاهيم الهوية و الانتماء الحضاري	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية	ينمي العاطفة الوطنية والقومية	يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

طريقة العرض (آلية التنفيذ)	المحتوى (التعيين)	الاهداف	المكون السلوكي
يبحث على الحملات التطوعية لخدمة الهياكل و الجمهور	يكرس قيم التعاون والتضامن	يعزز صور التماسك بين المواطنين	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يبرز النشاطات الرياضية بأحداث و تقارير	يعمق الاحترام للشخصيات الرياضية في حياة المشاهد التي تحدث انفعالاً	يعمق القيم الاصيلة لدى الجمهور في مواجهة التغريب	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن	يغرس معنى التفاعل مع الآخر وتنمية العلاقات الاجتماعية	يؤكد على ترسيخ القيم الاخلاقية مثل التسامح و المحبة بين ابناء المجتمع	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يمنح فرص ابداء الرأي و الحوار	يفعل المشاهد للمشاركة	يمزج بين الثقافات المحلية و يخلق مفهوم الوحدة الوطنية	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يفعل القوانين و اللوائح من خلال مختصين	يحترم استقلالية المشاهد	يشجع على احترام القانون و العمل به	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	
يقدم مقترحات و يتلقى اتصالات	يخدم كل فئات المجتمع	ينوع جهات الاتصال	
<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	<u>رأي الخبير</u>	

اسم ولقب الخبير المحكم :

الرتبة الوظيفية:

الدرجة العلمية

معهد :

المؤسسة :

الامضاء:

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقتراح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث اعطاء معامل التأثير
لكل عبارة مما يأتي في الجداول الآتية:

و الشكر موصول لسيادتكم

اعداد الطالب

دروازي مصطفى

اولويات الجمهور				برنامج يلبي		
معامل التأثير 10٪	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10٪	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10٪	الاهداف	الأطر المكونات
	- يتفاعل مع المناسبات و المواعيد الرياضية		- يصنف الرأي الجماهيري		يعرف كيف يفكر المشاهد	
	- يواكب الاحداث الرياضية		- يقدم ما يلائم الذوق			
	- يفعل قدرات المشاهد لتحقيق الرغبة		- يغطي كل النشاطات الرياضية			
	- يعتمد على مشاهير الشخصيات الرياضية لنجاحه		- يطلع على مشاهير الرياضة		يوسّع مدارك المشاهد	المكون المعرفي
	- يستعرض ابرز و اهم الاحداث الرياضية		- يعمّق الفهم بالواقع الرياضي			
	- يعمل على تنوع الافتتاحيات لخدمة مشاريعه		- يقنع بأهمية المشاريع الرياضية			
	- يتميز بمهارة العرض		- يتميز بالموضوعية والحيادية		يعرّف بالذوق المعرفي	
	- يتصف اداء منشطيه بالجرأة					
	- يحظى بمساحة واسعة من الحرية لعرض فقراته		- يقدم ما يلائم الجمهور			
	- يستعين بمصادر اعلامية اخرى					
	- يتحسن في ادائه حين يكون مستقلاً					
	- يتميز بطريقة عرض جذابة		- يقدم ما يلائم الذوق الوجداني		يشعر المشاهد بحاجته للثقافة الرياضية	المكون الوجداني
	- يساعد توقيت عرضه المشاهد		- يغرس الرضى بما يتم تقديمه			
	- يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد		- يشعر بالارتياح اثناء العرض		يشعر المشاهد بالترفيه	
	- يحدد اختلاف ديكور حصصه روح النشاط في المشاهد		- يشعر بعمق معالجة المواضيع			

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	
	- يعتمد غالباً في عرض الحدث على الصور لتعزيز الثقة		- يتجلى الصدق في عرض مواضيعه		يعمق الثقة بينه و بين المشاهد	تابع المكون الوجداني
	- يستغرق الوقت الكافي في عرضه		- يقنع المتتبع له بجدية العرض			
	- يعتمد على بث مقاطع موسيقية لتجنب الملل		يغطي اوقات المشاهد بما يلبي رغبته		يملاً الفراغ	
	- يستعرض مظاهر التسامح		يعرف بالعنف و مخاطره		يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف	المكون السلوكي
	- ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد		- يشجع المشاهد على دعوة الآخرين للمتابعة		يغرس في المشاهد القيم الرياضية	
	- ينتهج التواصل مع المتتبع		- يفرض ذاته على المشاهد			
	- يوظف الصور و الرسومات البيانية		- يتماشى مع التغييرات على الحاصلة على الساحة الرياضية		يولد في المشاهد قناعات رياضية	
	- يقترح الضيوف بما يتناسب مع متطلبات الجمهور		- يقرب الى تحقيق الاجماع الرياضي			
	- يستقطب المشاهد من خلال تنوع فقراته		- يدفع للبحث انطلاقاً من مختلف مواضيعه		يحقق مختلف استجابات المشاهد	

اجندة التلفزيون – الثقافة الرياضية –						برنامج يلبي الأطر المكونات
معامل التأثير 10٪	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10٪	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10٪	الاهداف	
	يعتمد في عرض الاخبار الطريقة العلمية الحديثة		- يقدم معرفة خاصة بشأن المفاهيم والمصطلحات		يعرف بالقوانين الرياضية و نظمها وتواريخها	المكون المعرفي
			- يقدم دراسات وبحوث علمية متخصصة في المجال الرياضي			
			- يبرز العلاقة بين الرياضة و العلوم الأخرى			
			- يعلم الاسعافات الأولية من خلال الحوادث الرياضية			
			- يصحح الرؤية الخاطئة في المجتمع عن الرياضة			
			- يطلع على مخاطر المخدرات والتدخين والمنشطات على الرياضي			
	- يعرض فلاشات رياضية		- يكشف عن مختلف انواع الرياضات		يطلع على أهم الاخبار و الاحداث الرياضية	
			- يبرز تاريخ الالعاب الرياضية			
			- يعرف بالشخصيات الرياضة و انجازاتها			
			- يفيد في بعث رياضات شعبية			
	- يعتمد على الخبراء و المختصين		- يعرف الأمكنة التي جرت بها الاحداث الرياضية الكبرى			
	ينظم ندوات ومشاريع جوارية		- يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب		يكرس القيم الاجتماعية مع العمل على نقلها للآخر	
			- يعمق العلاقات بين البلدان			
			-			

معامل التأثير 10%.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10%.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10%.	الاهداف	
	- يقوم بعرض اعلامي لتقريب الرياضات من المرأة والطلبة - يشجع على القيام بحملات تحسيسية		يحسس بأهمية الرياضة النسوية والمدرسية والجامعية		يعرف بالرياضات النسوية والمدرسية و الجامعية	تابع المكون المعرفي
	يحسس بأهمية تطوير الرياضة		يجذب المشاهد لحال الرياضة بين الواقع و المأمول		ينمي الوعي بأهمية الرياضة مع ما يمكن ان تكون عليه	المكون الوجداني
	يحبب الرياضات بتنوع نشاطه		يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي		يولد الطموح نحو الرياضات	
	يثير المشاهد بالتعبئة الاعلامية		يشيد بقيمة الشعور الجمعي في الرياضة		يولد الحس الجماعي	
	يقوم على عناصر التشويق اثناء عملية العرض		يلبي ميل المشاهد في الرياضات		يولد الميل في الانتماء الى نادي او فريق	
	يشوق الى متابعيه بندوات وتدريبات خاصة		يدفع الى الشعور بضرورة الرياضة في عالم المرأة لتحقيق الرشاقة		يضيف على المرأة الرشاقة والجمال	
	- يساهم في توجيه النظام الغذائي - يخصص اختبارات للانتقاء		يكيف العلاقة بين الرياضة و ممارستها		يفيد في معرفة الصحة البدنية الجيدة	
	يستضيف أشخاص ذوي ابداع رياضي		يولد التقليد لنقل المهارات		يطلع على مختلف المهارات الرياضية	المكون السلوكي
	يعتمد على عرض المنافسات		يشجع على ممارسة الرياضة		يوجه المشاهد نحو اهداف نافعة ومفيدة	
	يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة		يعرف برياضات المعاقين		يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها	
	يقدم بدائل عملية للفرد والمجتمع		يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي		يقوم السلوك الفردي و الجماعي	

اجندة التلفزيون – العنف الرياضي –						برنامج يلبي
معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	الأطر المكونات
	يقدم عرض الاحداث الرياضية بنزاهة		يعرض كل ما يتضمن السلوكات الحسنة للاقتداء بها		يحترم اسرار المهنة الرياضية	المكون المعرفي
	ينشئ بنك معلوماتي من الصور و الاحداث الرياضية		ينتقي من الارشيف الرياضي ما يساهم في التقليل من العنف الرياضي		يوظف الامجاد الرياضية	
	- يعرض نماذج من الشخصيات الرياضية الناجحة للاقتداء بها		- يخصص ندوات يشرف عليها اخصائيون للتحسيس من مخاطر العنف		يعرف بالأخلاق الرياضية و قوانينها	
	- يقوم بتحقيقات ميدانية		- يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع ايجاد حلول له			
			- يبرز ويعرف بالقوانين و الاجراءات الخاصة بالعنف و العقوبات الناجمة عن ذلك			
			- ينتقي المداخلات			
			- المتضمنة كل دعوة الى التسامح			

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	
	- يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف و تدعو للإخاء و التوادد		يتبنى مشروع اشباع الجمهور بالروح الوطنية		يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي	المكون الوجداني
	- يستعمل الاغاني الوطنية و الرياضية و المقاطع المسرحية		- يعرض نشاطه وفق الاعتبارات المحلية و العالمية في نبذ العنف		يتجنب السب و الشتم و التشهير و الاتهامات	
	يستعين بنجوم الرياضة لنشر ثقافة نبذ العنف		- يحقق بشأن الجهات الضالعة في العنف مع قدرته على كشف نتائج السلوك اللارياضي			
	يهيئ الجمهور لما يخدم المباراة و يعمل على تهدئته بتقبل النتيجة برفع معنويات الروح الرياضية وتقبل النتيجة اخلاقيا		- يشجع على نشر الروح الرياضية في اماكن النشاط الرياضي		يولد ثقافة تقبل الآخر و التفاعل معه	المكون السلوكي
			- يساهم في تكوين النشئ			
			- يرتقي بسلوك الرياضي الى مستوى الانسانية و العالمية			
	- يدفع الجميع الى تثمين الجهد الرياضي					
	- يوظف الكفاءات في انتاج المادة الاعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف		يخصص مواضيع ذات صلة بثقافة السلم		يولي اهتمام بتقديم الجوائز و الهدايا التشجيعية للمشجعين اصحاب الروح الرياضية	

اجندة التلفزيون – المواطنة –				برنامج يلبي		
معامل التأثير 10٪	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10٪	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10٪	الاهداف	الأطر المكونات
	يستضيف خبراء رياضيين محليين و دوليين		يعرف بأحوال البلاد من خلال النتائج الرياضية المحققة		يقدم عرض نتائج ايجابية على المستويين المحلي و الدولي	المكون المعرفي
	يعتمد على عرض تجارب الحملات التطوعية الرياضية		يطلع على اهمية الحملات التطوعية الرياضية		يخبر بأهم المشاريع الرياضية	
	يلتزم بالروح النقدية و الحوار للتقرب من الأخر		يقوم على تقبل النقد والرأي الأخر		يعلم مبدأ المطالبة بالحق و القيام بالواجب	
	يقدم تقارير دورية		يدفع الى الاطلاع على تاريخ الرياضة و امجادها وهياكلها		يعرف بالهياكل الرياضية	
	يشعر بقضايا رياضية عامة		يعمق قيم الثقافة الرياضية في نفسية المواطن		يعزز وعي المواطن بأهمية الرياضة	المكون الوجداني
	ينتقي الاناشيد الرياضية و الوطنية التي تحدث انفعالاً		يقوي مشاعر المواطنة بفعل التقارب بين الانصار		يعمق مفاهيم الهوية و الانتماء الحضاري	
	يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية		ينمي العاطفة الوطنية والقومية		يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية	
	يحث على الحملات التطوعية لخدمة الهياكل و الجمهور		يكرس قيم التعاون والتضامن		يعزز صور التماسك بين المواطنين	المكون السلوكي
	يبرز النشاطات الرياضية بأحداث و تقارير		يعمق الاحترام للشخصيات الرياضية في حياة المشاهد التي تحدث انفعالاً		يعمق القيم الاصلية لدى الجمهور في مواجهة التغريب	
	ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن		يغرس معنى التفاعل مع الآخر وتنمية العلاقات الاجتماعية		يؤكد على ترسيخ القيم الاخلاقية مثل التسامح و المحبة بين ابناء المجتمع	

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	تابع المكون السلوكي
	يمنح فرص ابداء الرأي و الحوار		يفعل المشاهد للمشاركة		يمزج بين الثقافات المحلية و يخلق مفهوم الوحدة الوطنية	
	يفعل القوانين و اللوائح من خلال مختصين		يحترم استقلالية المشاهد		يشجع على احترام القانون و العمل به	
	يقدم مقترحات و يتلقى اتصالات		يخدم كل فئات المجتمع		ينوع جهات الاتصال	

ملحق 02

معهد علوم و تقنيات
النشاطات البدنية و الرياضية
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية



اسم ولقب الخبير المحكم : الدكتور: ^{أ.س.ع.ب.} القادر
الدرجة العلمية : أستاذ محاضر "م"

المؤسسة : جامعة زيان عاشور ، لجانة - معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

الامضاء: ^{الأستاذ:}

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقتراح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث هو تعديل اول اضافة او تأكيد

و الشكر موصول لسيادتكم

المشرف :
أ.د. بوسكرة أحمد

مساهم مشرف :

دارزوازي عبد الوهاب

اعداد الطالب

دروازي مصطفى

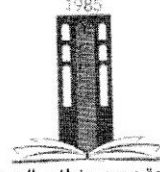
الله في كفا عبيد

معهد علوم و تقنيات
النشاطات البدنية و الرياضية

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

اسم ولقب الخبير المحكم : حمادي عامر
الدرجة العلمية : دكتوراه محاضر
المؤسسة : جامعة زيان عاشور الخلوّة
الامضاء:

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقترح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث هو تعديل اول اضافة او تأكيد

و الشكر موصول لسيادتكم

اعداد الطالب

دروازي مصطفى

اسم ولقب الخبير المحكم : عيسى العادي
الدرجة العلمية أستاذ
المؤسسة : جامعة الجلفة
الامضاء: عيسى العادي

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقتراح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث هو تعديل اول اضافة او تأكيد

و الشكر موصول لسيادتكم

اعداد الطالب

دروازي مصطفى

ملحق 03

ملحق 3-1

ليكن :

X قيم معامل التأثير في الاختبار الاول

Y قيم معامل التأثير في إعادة الاختبار

3-1-1- أولويات الجمهور

3-1-1- الأهداف

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
83.97	87.04	81	9.33	9	
58.31	49	69.38	7	8.33	
214.41	211.03	219.76	24.99	25.66	المجموع

$$P_R=0.73 \quad \alpha= 0.84$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
66.64	69.38	64	8.33	8	
86.94	81	93.31	9	9.66	
83.97	87.04	81	9.33	9	
61.28	64	58.67	8	7.66	
298.83	301.42	296.98	34.66	34.32	المجموع

$$P_R=0.87 \quad \alpha= 0.93$$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
90.12	93.31	87.04	9.66	9.33	
74.97	81	69.38	9	8.33	
77.94	74.99	81	8.66	9	
61.28	64	58.67	8	7.66	
304.31	313.3	296.09	35.32	34.32	المجموع

$$P_R=0.83 \quad \alpha=0.90$$

3-1-2- المحتوى

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
90.12	93.31	87.04	9.66	9.33	
74.97	81	69.38	9	8.33	
83.97	81	87.04	9	9.33	
69.28	74.99	64	8.66	8	
61.05	69.38	53.72	8.33	7.33	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
35.82	40.06	32.03	6.33	5.66	
90.12	93.31	87.04	9.66	9.33	
77.94	81	74.99	9	8.66	
655.40	689.04	624.62	78.3	74.3	المجموع

$$P_R=0.95 \quad \alpha=0.97$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
61.28	64	58.67	8	7.66	
74.97	81	69.38	9	8.33	
69.28	74.96	64	8.66	8	
74.64	87.04	64	9.33	8	
83.97	87.04	81	9.33	9	
77.94	81	74.99	9	8.66	
46.62	49	44.35	7	6.66	
488.7	524.07	456.39	60.32	56.31	المجموع

$P_R = 0.90$

$\alpha = 0.94$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
77.94	81	74.99	9	8.66	
56	64	49	8	7	
53.62	58.67	49	7.66	7	
58.64	64	53.72	8	7.33	
69.28	74.99	64	8.66	8	
53.62	58.67	49	7.66	7	
369.1	401.33	339.71	48.98	44.99	المجموع

$P_R = 0.97$

$\alpha = 0.98$

3-1-3- طريقة العرض

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	X	
96.6	93.31	100	9.66	10	
90.12	87.04	93.31	9.33	9.66	
61.28	64	58.67	8	7.66	
53.62	58.67	49	7.66	7	
74.97	81	69.38	9	8.33	
46.39	53.72	40.06	7.33	6.33	
74.97	81	69.38	9	8.33	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
83.97	81	87.04	9	9.33	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
74.97	81	69.38	9	8.33	
818.47	854.82	786.2	96.64	92.29	المجموع

$P_R=0.92$

$\alpha=0.95$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
72	81	64	9	8	
86.94	93.31	81	9.66	9	
83.65	93.31	74.99	9.66	8.66	
61.05	69.38	53.72	8.33	7.33	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
66.66	69.38	64	8.33	8	
53.62	58.67	49	7.66	7	
496.03	540.04	456.09	61.3	56.32	المجموع

$P_R= 0.91$

$\alpha=0.95$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
73.61	72.25	74.99	8.5	8.66	
77.94	81	74.99	9	8.66	
66.64	64	69.38	8	8.33	
51.31	53.72	49	7.33	7	
83.97	81	87.04	9	9.33	
66.64	64	69.38	8	8.33	
420.11	415.97	424.78	49.83	50.31	المجموع

$$P_R = 0.91 \quad \alpha = 0.95$$

3-2- الثقافة الرياضية

3-2-1- الاهداف

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
69.28	74.99	64	8.66	8	
66.64	64	69.38	8	8.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
31.98	28.40	36	5.33	6	
234.54	236.77	233.38	30.32	30.33	المجموع

$$P_R = 0.95 \quad \alpha = 0.9$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
49	49	49	7	7	
42.15	40.06	44.35	6.33	6.66	
49	49	49	7	7	
37.98	36	40.06	6	6.33	
21.65	25	18.74	5	4.33	
199.78	199.06	201.15	31.33	31.32	المجموع

$$P_R = 0.95 \quad \alpha = 0.97$$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	X	
56	64	49	8	7	
53.62	58.67	49	7.66	7	
61.28	64	58.67	8	7.66	
74.97	81	69.38	9	8.33	
48.81	53.72	44.35	7.33	6.66	
294.68	321.39	270.04	39.99	36.65	المجموع

$$P_R = 0.94 \quad \alpha = 0.96$$

3-2-2- المحتوى

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
51.31	49	53.72	7	7.33	
37.98	40.06	36	6.33	6	
25	25	25	5	5	
28.3	25	32.03	5	5.66	
51.31	49	53.72	7	7.33	
66.33	74.99	58.67	8.66	7.66	
64	64	64	8	8	
56	64	49	8	7	
58.64	64	53.72	8	7.33	
53.62	58.67	49	7.66	7	
53.72	53.72	53.72	7.33	7.33	
64	64	64	8	8	
42	49	36	7	6	
44.31	49	40.06	7	6.33	
696.52	729.44	668.64	99.98	95.97	المجموع

$$P_R = 0.86$$

$$\alpha = 0.92$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
42.15	44.35	40.06	6.66	6.33	
48.81	53.72	44.35	7.33	6.66	
48.48	58.67	40.06	7.66	6.33	
48.81	53.72	44.35	7.33	6.66	
21.32	28.40	16	5.33	4	
209.57	238.86	184.82	34.31	29.98	المجموع

$P_R = 0.92$ $\alpha = 0.95$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
42.15	44.35	40.06	6.66	6.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
293.2	306.06	280.88	38.97	37.32	المجموع

$P_R = 0.99$ $\alpha = 0.99$

3-2-3- طريقة العرض

المكون المعرفي

yx	² y	² x	y	x	
58.64	64	53.72	8	7.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
56.14	53.72	58.67	7.33	7.66	
39.96	36	46.62	6	6.66	
39.96	44.35	36	6.66	6	
37.98	40.06	36	6.33	6	
299.32	307.51	292.74	42.65	41.65	المجموع

$$P_R = 0.82 \quad \alpha = 0.90$$

المكون الوجداني

yx	² y	² x	y	x	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
37.98	36	40.06	6	6.33	
48.81	53.72	44.35	7.33	6.66	
42.15	44.35	40.06	6.66	6.33	
23.07	28.40	18.74	5.33	4.33	
208.15	221.14	196.93	32.98	30.98	المجموع

$$P_R = 0.89 \quad \alpha = 0.94$$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
53.62	58.67	49	7.66	7	
42.15	44.35	40.06	6.66	6.33	
51.31	49	53.72	7	7.33	
61.28	64	58.67	8	7.66	
56.14	53.72	58.67	7.33	7.66	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
320.64	328.41	313.84	44.31	43.31	المجموع

$$P_R = 0.66 \quad \alpha = 0.79$$

3-3- العنف الرياضي

3-3-1- الاهداف

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
58.64	64	53.72	8	7.33	
51.31	53.72	49	7.33	7	
66.64	64	69.38	8	8.33	
176.59	181.72	172.1	23.33	22.66	المجموع

$$P_R = 0.71 \quad \alpha = 0.83$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x
83.97	87	81	9.33	9

من الملاحظة يكون معامل الثبات عالي

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
83.97	87.04	81	9.33	9	
86.94	93.31	81	9.66	9	
66.64	69.38	64	8.33	8	
237.55	249.73	226	27.32	26	المجموع

$P_R = 0.98$ $\alpha = 0.98$

3-3-2- المحتوي

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
66.64	69.38	64	8.33	8	
66.64	69.38	64	8.33	8	
53.62	49	58.67	7	7.66	
66.64	69.38	64	8.33	8	
69.28	74.99	64	8.66	8	
77.94	81	74.99	9	8.66	
400.76	413.13	389.66	49.65	48.32	المجموع

$P_R = 0.83$ $\alpha = 0.90$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x
72.13	69.38	74.99	8.33	8.66

من الملاحظة يكون معامل الثبات عالي

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
61.28	64	58.67	8	7.66	
83.97	87.04	81	9.33	9	
77.94	74.99	81	8.66	9	
83.97	87.04	81	9.33	9	
66.64	69.38	64	8.33	8	
445.93	457.44	435.05	52.31	50.99	المجموع

$$P_R = 0.89 \quad \alpha = 0.94$$

3-3-3- طريقة العرض

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
61.28	58.67	64	7.66	8	
58.64	64	53.72	8	7.33	
74.97	81	69.38	9	8.33	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
275.68	290.71	262.09	33.99	32.32	المجموع

$$P_R = 0.78 \quad \alpha = 0.87$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
77.94	81	74.99	9	8.66	
83.97	87.04	81	9.33	9	
161.91	168.04	155.99	18.33	7.66	المجموع

من الملاحظة يكون معامل الثبات عالي

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
58.64	53.72	64	7.33	8	
83.65	93.31	74.99	9.66	8.66	
72.13	74.97	69.38	8.66	8.33	
83.97	87.04	81	9.33	9	
298.39	309.06	289.37	34.98	33.99	المجموع

$$P_R = 0.82 \quad \alpha = 0.90$$

3-4- المواطنة

3-4-1- الاهداف

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
77.94	81	74.99	9	8.66	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
74.99	74.99	74.99	8.66	8.66	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
281.2	289.65	273.08	33.98	32.98	المجموع

$$P_R = 0.96 \quad \alpha = 0.97$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
77.94	81	74.99	9	8.66	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
83.97	87.04	81	9.33	9	
242.7	255.08	230.98	27.66	26.32	المجموع

$$P_R = 0. \quad \alpha = 0.$$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
86.94	81	93.31	9	9.66	
77.94	81	74.99	9	8.66	
90.12	93.31	87.04	9.66	9.33	
86.94	93.31	81	9.66	9	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
486.2	498.6	475.1	54.64	53.31	المجموع

$$P_R = 0.6 \quad \alpha = 0.75$$

3-4-2- المحتوى

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
56.14	58.67	53.72	7.66	7.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
74.97	69.38	81	8.33	9	
69.28	74.99	64	8.66	8	
267.03	272.42	262.72	32.98	32.33	المجموع

$$P_R = 0.53 \quad \alpha = 0.69$$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
74.97	81	69.38	9	8.33	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
227.89	243.03	213.75	26.99	25.32	المجموع

$P_R = 0.96$ $\alpha = 0.97$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
64	64	64	8	8	
66.64	69.38	64	8.33	8	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
63.80	58.67	69.38	7.66	8.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
83.97	87.04	81	9.33	9	
417.18	423.46	411.76	50.31	49.67	المجموع

$P_R = 0.71$ $\alpha = 0.81$

3-4-3- طريقة العرض

المكون المعرفي

yx	y^2	x^2	y	x	
66.64	69.38	64	8.33	8	
69.28	74.99	64	8.66	8	
83.97	87.04	81	9.33	9	
74.99	74.99	74.99	8.66	8.66	
294.88	306.4	283.99	34.98	33.66	المجموع

$P_R = 0.86$ $\alpha = 0.92$

المكون الوجداني

yx	y^2	x^2	y	x	
83.97	87.04	81	9.33	9	
77.94	81	74.99	9	8.66	
66.64	69.30	64	8.33	8	
228.55	237.46	219.99	26.66	25.66	المجموع

$$P_R = 0.98 \quad \alpha = 0.98$$

المكون السلوكي

yx	y^2	x^2	y	x	
77.94	81	74.99	9	8.66	
80.79	87.04	74.99	9.33	8.66	
81	81	81	9	9	
72.13	74.99	69.38	8.66	8.33	
66.64	69.38	64	8.33	8	
83.97	87.04	81	9.33	9	
462.47	480.45	445.36	53.65	51.65	المجموع

$$P_R = 0.86 \quad \alpha = 0.92$$

3-5- أولويات الجمهور

3-5-1- الاهداف

yx	y^2	x^2	y	x	
214.41	211.03	219.76	24.99	25.66	
298.83	301.42	296.98	34.66	34.32	
304.31	313.3	296.09	35.32	34.32	
817.55	825.75	812.83	94.97	94.3	المجموع

$$P_R = 0.73 \quad \alpha = 0.84$$

3-5-2- المحتوى

yx	y^2	x^2	y	x	
655.4	689.04	624.62	78.3	74.3	
488.4	524.07	456.39	60.32	56.31	
369.1	401.33	339.71	48.98	44.99	
1513.2	1614.44	1420.72	187.6	175.6	المجموع

$$P_R = 0.94 \quad \alpha = 0.96$$

3-5-3- طريقة العرض

yx	y^2	x^2	y	x	
818.47	854.82	786.2	96.64	92.29	
496.03	540.04	456.09	61.3	56.32	
420.11	415.97	424.78	49.83	50.31	
1734.61	1810.83	1667.07	207.77	198.92	المجموع

$$P_R = 0.84 \quad \alpha = 0.91$$

3-6-6- الثقافة الرياضية

3-6-1- الاهداف

yx	y^2	x^2	y	x	
234.54	236.77	233.38	30.32	30.33	
199.78	199.06	201.15	31.33	31.32	
294.68	321.39	270.4	39.99	36.65	
729	757.22	704.93	101.64	98.3	المجموع

$$P_R = 0.90 \quad \alpha = 0.94$$

3-6-2- المحتوى

yx	y^2	x^2	y	x	
696.52	729.44	668.64	99.98	95.97	
209.57	238.86	184.82	34.31	29.98	
293.2	306.06	280.88	38.97	37.32	
1199.29	1274.36	1134.34	173.26	163.27	المجموع

$$P_R = 0.87 \quad \alpha = 0.93$$

3-6-3- طريقة العرض

yx	y^2	x^2	y	x	
299.32	307.51	292.74	42.65	41.65	
208.15	221.14	196.93	32.98	30.98	
320.64	328.41	313.84	44.31	43.31	
828.11	857.06	803.51	119.94	115.94	المجموع

$$P_R = 0.86 \quad \alpha = 0.92$$

3-7-7- العنق الرياضي

3-7-1- الاهداف

yx	y^2	x^2	y	x	
176.59	181.72	172.1	23.33	22.66	
83.97	87	81	9.33	9	
237.55	249.73	226	27.32	26	
498.11	518.45	279.1	59.98	57.66	المجموع

$$P_R = 0.93 \quad \alpha = 0.96$$

3-7-2- المحتوى

yx	y^2	x^2	y	x	
400.76	413.13	389.66	49.65	48.32	
72.13	69.38	74.99	8.33	8.66	
445.93	457.44	435.05	52.31	50.99	
918.82	939.95	899.7	110.29	107.97	المجموع

$$P_R = 0.79 \quad \alpha = 0.88$$

3-7-3- طريقة العرض

yx	y^2	x^2	y	x	
275.68	290.71	262.09	33.99	32.32	
161.91	168.04	155.99	18.33	17.66	
298.39	309.06	289.37	34.98	33.99	
735.98	767.81	707.45	87.3	83.97	المجموع

$$P_R = 0.79 \quad \alpha = 0.88$$

3-8-8- المواطنة

3-8-1- الاهداف

yx	y^2	x^2	y	x	
281.2	289.65	273.08	33.98	32.98	
242.7	255.08	230.98	27.66	26.32	
486.2	498.6	475.1	54.64	53.31	
1010.1	1043.33	979.16	116.28	112.61	المجموع

$$P_R = 0.82 \quad \alpha = 0.90$$

3-8-2- المحتوى

yx	y^2	x^2	y	x	
267.03	272.42	262.72	32.98	32.33	
227.89	243.03	213.75	26.99	25.32	
417.18	423.46	411.76	50.31	49.66	
912.1	938.91	888.23	110.28	107.31	المجموع

$$P_R = 0.62 \quad \alpha = 0.76$$

3-8-3- طريقة العرض

yx	y^2	x^2	y	x	
294.88	306.4	283.99	34.98	33.66	
228.55	237.46	219.99	26.66	25.66	
462.47	480.45	445.36	53.65	51.65	
985.6	1024.31	949.34	115.29	110.97	المجموع

$$P_R = 0.89 \quad \alpha = 0.94$$



جامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

موضوع اطروحة الدكتوراه بعنوان

اقتراح برنامج رياضي يلبي اولويات الجمهور و يتماشى مع اجندة التلفزيون
الجزائري

الموضوع المشار اليه اعلاه يتطلب من سيادتكم تقديم رأيكم من حيث اعطاء
معامل التأثير لكل عبارة مما يأتي في الجداول الآتية:

و الشكر موصول لسيادتكم

السن :

الجنس :

الوظيفة في المؤسسة :

اولويات الجمهور

اولويات الجمهور						برنامج يلبي
معامل التأثير 10%.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10%.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10%.	الاهداف	الأطر المكونات
	- يتفاعل مع المناسبات و المواعيد الرياضية		- يصنف الرأي الجماهيري		يعرف كيف يفكر المشاهد	
	- يواكب الاحداث الرياضية		- يقدم ما يلائم الذوق			
	- يفعل قدرات المشاهد لتحقيق الرغبة		- يغطي كل النشاطات الرياضية			
			- يدفع الى ابراز القدرة على البحث		يوسّع مدارك المشاهد	المكون المعرفي
	- يعتمد على مشاهير الشخصيات الرياضية لنجاحه		- يطلع على مشاهير الرياضة			
	- يستعرض ابرز و اهم الاحداث الرياضية		- تعمق الفهم بالواقع الرياضي			
	- يعمل على تنوع الافتتاحيات لخدمة مشاريعه		- يقنع بأهمية المشاريع الرياضية		يعرّف بالذوق المعرفي	
	- يتميز بمهارة العرض		- يتميز بالموضوعية والحيادية			
	- يتصف اداء منشطيه بالجرأة					
	- يحظى بمساحة واسعة من الحرية لعرض فقراته		- يقدم ما يلائم الجمهور			
	- يستعين بمصادر اعلامية اخرى					
	- يتحسن في ادائه حين يكون مستقلاً					
	- يتميز بطريقة عرض جذابة		- يقدم ما يلائم الذوق الوجداني		يشعر المشاهد بحاجته للثقافة الرياضية	المكون الوجداني
	- يساعد توقيت عرضه المشاهد		- يغرس الرضى بما يتم تقديمه			
	- يتعاقب في فقراته ليشد انتباه المشاهد		- يشعر بالارتياح اثناء العرض		يشعر المشاهد بالترفيه	
	- يحدد اختلاف ديكور حصه روح النشاط في المشاهد		- يشعر بعمق معالجة المواضيع			

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	
	- يعتمد غالباً في عرض الحدث على الصور لتعزيز الثقة		- يتجلى الصدق في عرض مواضيعه		يعمق الثقة بينه و بين المشاهد	تابع المكون الوجداني
	- يستغرق الوقت الكافي في عرضه		- يقنع المتتبع له بجدية العرض			
	- يعتمد على بث مقاطع موسيقية لتجنب الملل		يغطي اوقات المشاهد بما يلبي رغبته		يملاً الفراغ	
	- يستعرض مظاهر التسامح		يعرف بالعنف و مخاطره		يساهم في نشر ثقافة نبذ العنف	المكون السلوكي
	- ينتهج البث الحي للتأثير على المشاهد		- يشجع المشاهد على دعوة الآخرين للمتابعة		يغرس في المشاهد القيم الرياضية	
	- ينتهج التواصل مع المتتبع		- يفرض ذاته على المشاهد			
	- يوظف الصور و الرسومات البيانية		- يتماشى مع التغييرات على الحاصلة على الساحة الرياضية		يولد في المشاهد قناعات رياضية	
	- يقترح الضيوف بما يتناسب مع متطلبات الجمهور		- يقرب الى تحقيق الاجماع الرياضي			
	- يستقطب المشاهد من خلال تنوع فقراته		- يدفع للبحث انطلاقاً من مختلف مواضيعه		يحقق مختلف استجابات المشاهد	

اجندة التلفزيون – الثقافة الرياضية						برنامج يلبي
معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	الأطر المكونات
	يعتمد في عرض الاخبار الطريقة العلمية الحديثة		- يقدم معرفة خاصة بشأن المفاهيم والمصطلحات		يعرف بالقوانين الرياضية و نظمها وتواريخها	المكون المعرفي
			- يقدم دراسات وبحوث علمية متخصصة في المجال الرياضي			
			- يبرز العلاقة بين الرياضة و العلوم الأخرى			
			- يعلم الاسعافات الأولية من خلال الحوادث الرياضية			
			- يصحح الرؤية الخاطئة في المجتمع عن الرياضة			
			- يطلع على مخاطر المخدرات والتدخين والمنشطات على الرياضي			
	- يعرض فلاشات رياضية		- يكشف عن مختلف انواع الرياضات		يطلع على أهم الاخبار و الاحداث الرياضية	
			- يبرز تاريخ الالعاب الرياضية			
			- يعرف بالشخصيات الرياضية و انجازاتها			
			- يفيد في بعث رياضات شعبية			
	- يعتمد على الخبراء و المختصين		- يعرف الأمكنة التي جرت بها الاحداث الرياضية الكبرى		يكرس القيم الاجتماعية مع العمل على نقلها للآخر	
			- يطلع على تنوع و تعدد ثقافات الشعوب			
	ينظم ندوات ومشاريع جوارية		- يعمق العلاقات بين البلدان			

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	
	- يقوم بعرض اعلامي لتقريب الرياضات من المرأة والطلبة - يشجع على القيام بحملات تحسيسية		يحسس بأهمية الرياضة النسوية والمدرسية والجامعية		يعرف بالرياضات النسوية والمدرسية و الجامعية	تابع المكون المعرفي
	يحسس بأهمية تطوير الرياضة		يجذب المشاهد لحال الرياضة بين الواقع و المأمول		ينمي الوعي بأهمية الرياضة مع ما يمكن ان تكون عليه	المكون الوجداني
	يحبب الرياضات بتنوع نشاطه		يشجع انتباه المشاهد للاندماج الرياضي		يولد الطموح نحو الرياضات	
	يثير المشاهد بالتعبئة الاعلامية		يشيد بقيمة الشعور الجمعي في الرياضة		يولد الحس الجماعي	
	يقوم على عناصر التشويق اثناء عملية العرض		يلبي ميل المشاهد في الرياضات		يولد الميل في الانتماء الى نادي او فريق	
	يشوق الى متابعيه بندوات وتدريبات خاصة		يدفع الى الشعور بضرورة الرياضة في عالم المرأة لتحقيق الرشاقة		يضفي على المرأة الرشاقة والجمال	
	- يساهم في توجيه النظام الغذائي - يخصص اختبارات للانتقاء		يكيف العلاقة بين الرياضة و ممارستها		يفيد في معرفة الصحة البدنية الجيدة	
	يستضيف أشخاص ذوي ابداع رياضي		يولد التقليد لنقل المهارات		يطلع على مختلف المهارات الرياضية	المكون السلوكي
	يعتمد على عرض المنافسات		يشجع على ممارسة الرياضة		يوجه المشاهد نحو اهداف نافعة ومفيدة	
	يبرز النتائج المتحصل عليها في هذه الرياضة		يعرف برياضات المعاقين		يولي اهتمام بعرض رياضات المعاقين ودعمها	
	يقدم بدائل عملية للفرد والمجتمع		يكشف عن الانحرافات في الوسط الرياضي		يقوم السلوك الفردي و الجماعي	

اجندة التلفزيون – العنف الرياضي						البرنامج يلبي
معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	الأطر المكونات
	يقدم عرض الاحداث الرياضية بنزاهة		يعرض كل ما يتضمن السلوكات الحسنة للاقتداء بها		يحترم اسرار المهنة الرياضية	المكون المعرفي
	ينشئ بنك معلوماتي من الصور و الاحداث الرياضية		ينتقي من الارشيف الرياضي ما يساهم في التقليل من العنف الرياضي		يوظف الامجاد الرياضية	
	- يعرض نماذج من الشخصيات الرياضية الناجحة للاقتداء بها		- يخصص ندوات يشرف عليها اخصائيون للتحسيس من مخاطر العنف		يعرف بالاخلاق الرياضية و قوانينها	
			- يدعم كل مبادرة على تشخيص مشكل العنف مع ايجاد حلول له			
			- يبرز ويعرف بالقوانين و الاجراءات الخاصة بالعنف و العقوبات الناجمة عن ذلك			
	- يقوم بتحقيقات ميدانية		- ينتقي المداخلات المتضمنة كل دعوة الى التسامح			

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	
	- يتخلله ومضات اشهارية تنبذ العنف و تدعو للإخاء و التوادد		يتبنى مشروع اشباع الجمهور بالروح الوطنية		يغرس القيم الرياضية في الوسط الرياضي	المكون الوجداني
	- يستعمل الاغاني الوطنية و الرياضية و المقاطع المسرحية					
	يستعين بنجوم الرياضة لنشر ثقافة نبذ العنف		- يعرض نشاطه وفق الاعتبارات المحلية و العالمية في نبذ العنف		يتجنب السب و الشتم و التشهير و الاتهامات	
			- يحقق بشأن الجهات الضالعة في العنف مع قدرته على كشف نتائج السلوك اللارياضي			
	يهيئ الجمهور لما يخدم المباراة و يعمل على تهدئته بتقبل النتيجة برفع معنويات الروح الرياضية و تقبل النتيجة اخلاقيا		- يشجع على نشر الروح الرياضية في اماكن النشاط الرياضي		يولد ثقافة تقبل الآخر و التفاعل معه	المكون السلوكي
			- يساهم في تكوين النشئ			
			- يرتقي بسلوك الرياضي الى مستوى الانسانية و العالمية			
	- يدفع الجميع الى تثمين الجهد الرياضي					
	- يوظف الكفاءات في انتاج المادة الاعلامية باحترافية للحد من ظاهرة العنف		يخصص مواضيع ذات صلة بثقافة السلم		يولي اهتمام بتقديم الجوائز و الهدايا التشجيعية للمشجعين اصحاب الروح الرياضية	

اجندة التفزيون - المواطنة						برنامج يلبي
معامل التاثير 10/.	طريقة العرض (آية التنفيذ)	معامل التاثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التاثير 10/.	الاهداف	الأطر المكونات
	يستضيف خبراء رياضيين محليين و دوليين		يعرف بأحوال البلاد من خلال النتائج الرياضية المحققة		يقدم عرض نتائج ايجابية على المستويين المحلي و الدولي	المكون المعرفي
	يعتمد على عرض تجارب الحملات التطوعية الرياضية		يطلع على اهمية الحملات التطوعية الرياضية		يخبر بأهم المشاريع الرياضية	
	يلتزم بالروح النقدية و الحوار للتقرب من الآخر		يقوم على تقبل النقد والرأي الآخر		يعلم مبدأ المطالبة بالحق و القيام بالواجب	
	يقدم تقارير دورية		يدفع الى الاطلاع على تاريخ الرياضة و امجادها و هياكلها		يعرف بالهياكل الرياضية	
	يشعر بقضايا رياضية عامة		يعمق قيم الثقافة الرياضية في نفسية المواطن		يعزز وعي المواطن بأهمية الرياضة	المكون الوجداني
	ينتقي الاناشيد الرياضية و الوطنية التي تحدث انفعالا		يقوي مشاعر المواطنة بفعل التقارب بين الانصار		يعمق مفاهيم الهوية و الانتماء الحضاري	
	يذكر بأمجاد الرياضة الوطنية		ينمي العاطفة الوطنية و القومية		يشعر المشاهد بالوحدة الوطنية	
	يحث على الحملات التطوعية لخدمة الهياكل و الجمهور		يكرس قيم التعاون و التضامن		يعزز صور التماسك بين المواطنين	المكون السلوكي
	يبرز النشاطات الرياضية بأحداث و تقارير		يعمق الاحترام للشخصيات الرياضية في حياة المشاهد التي تحدث انفعالا		يعمق القيم الاصيلة لدى الجمهور في مواجهة التغريب	
	ينشئ مشاريع التوأمة بين مختلف مناطق الوطن		يغرس معنى التفاعل مع الآخر و تنمية العلاقات الاجتماعية		يؤكد على ترسيخ القيم الاخلاقية مثل التسامح و المحبة بين ابناء المجتمع	

معامل التأثير 10/.	طريقة العرض (آلية التنفيذ)	معامل التأثير 10/.	المحتوى (التعيين)	معامل التأثير 10/.	الاهداف	تابع المكون السلوكي
	يمنح فرص ابداء الرأي و الحوار		يفعل المشاهد للمشاركة		يمزج بين الثقافات المحلية و يخلق مفهوم الوحدة الوطنية	
	يفعل القوانين و اللوائح من خلال مختصين		يحترم استقلالية المشاهد		يشجع على احترام القانون و العمل به	
	يقدم مقترحات و يتلقى اتصالات		يخدم كل فئات المجتمع		ينوع جهات الاتصال	

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة بالعربية

عنوان الدراسة : اقتراح برنامج رياضي يلبي أولويات الجمهور و يتماشى مع أجندة التلفزيون الجزائري

هدف الدراسة :

- معرفة مدى مساهمة البرنامج الرياضي المقترح في تلبية أولويات الجمهور من حيث المكون المعرفي والوجداني والسلوكي .
- معرفة مدى مساهمة البرنامج الرياضي المقترح في التماشي مع أجندة التلفزيون الجزائري من حيث تنمية الثقافة الرياضة ونبذ العنف وبث روح المواطنة .

إشكالية الدراسة : هل ان البرنامج الرياضي المقترح يلبي أولويات الجمهور الرياضي ويتماشى مع أجندة

التلفزيون الجزائري ؟

الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

العينة : عينة قصدية وتمثلت في 6 من عمال التلفزيون الجزائري منهم أربع صحفيين ومخرجين

المجال المكاني للدراسة : تحددت الدراسة على مستوى التلفزيون الجزائري المملوك من طرف الدولة الجزائرية

المنهج : إن طبيعة البحث تتطلب اختيار المنهج الوصفي وهذا من خلال تقديم بيانات مفصلة وتفسير

العوامل المرتبطة عن الواقع الميداني

أدوات الدراسة : اعتمدنا على طريقة البرنامج المقترح في المجال الرياضي من أجل تقديم رؤية واضحة وفهم

أولويات الجمهور

النتائج المتوصل إليها :

- تكمن الاستنتاجات عامة في ما يلي في النقاط الآتية :
- الجمهور الرياضي بحاجة إلى برنامج مقترح يساهم في توسيع مداركه ويتفهم طريقة تفكيره .
 - وجود برنامج حيوي تحييني يتماشى مع كل المواعيد الرياضية والمناسبات .
 - التحسيس بأهمية اقتراح برنامج رياضي يعرف بمخاطر العنف والحق على تجنبه .
 - برنامج ينمي الطموح الرياضي مع قدرته على دمج المشاهد في ما يناسب من الرياضات .
 - استناد البرنامج المقترح إلى التجارب الرياضية الناجحة من الماضي قصد امتصاص كل ما يتعلق بالعنف كأفكار مؤثرة سلبا .
 - الحاجة إلى برنامج رياضي يربط المشاهد بمبدأ التضحية من خلال مشاريع التطوع وهذا توظيف لجهود الجمهور وملاً الفراغ لديه .
 - برنامج ينمي معاني الوطنية بكل ما من شأنه أن يحقق ذلك ويربط المواطن بمجتمعه وهذه وظيفة سياسية للبرنامج .
 - إنه برنامج يقدم الرياضات على شكل تدرجات لتلائم مختلف فئات المجتمع وهذا يتضمن تفعيل الرياضة من خلال هذا البرنامج .
 - إنه برنامج يعمق الرياضة ويعمل على تفعيلها بين المواطنين من خلال نشاطات رياضية مشتركة .

أهم الاقتراحات :

إن الاستنتاجات التي توصلنا إليها تدفع بما إلى ذكر بعض المقترحات على مستوى ما نأمل أن يكون وفي هذا اصبر النقاط التالية :

- إنجاز بحوث متخصصة يشرف عليها خبراء معتمدين لتطوير البرامج الرياضية يعتمد عليها التلفزيون الوطني لرسم معالم أجندته .
- إنشاء بنك معلوماتي للتزويد وذلك للاتصال بمراكز وجهات ذات اهتمام .
- توظيف المكتسبات الرياضية في تشكيل قوالب فنية ومعرفة من أجل المساهمة في صياغة طرح اعلامي يؤثر في قرار الجمهور وفق الأجندة .
- اقتراح برنامج رياضي يساهم في توسيع مدارك الجمهور الرياضي مع قدرته على تفهم طريقة تفكيره .
- ان تعمل البرامج الرياضية على الرفع من مستوى الثقافة الرياضية وذلك بالتنوع العرض واعتماد الكفاءة .

ملخص الدراسة

- إيجاد برنامج رياضي يجمع بين معرفة القوانين الرياضية وبين الممارسات الأخلاقية لتحقيق مستوى الطموح الرياضي لمجانبة أشكال العنف .
- برنامج يحرص على ربط المشاهد بمعاني الوطني. بما يتم برمجته من مشاريع تطوعية تعمل على إشراك الجمهور وسد فراغه .

الآفاق المستقبلية

يطمح التلفزيون الجزائري إلى أن يكون الجمهور الرياضي شريك فعال مساهم في إعداد مشاريع برامج الرياضة وهذا خدمة للتلفزيون وهو أجنده في نفس الوقت لأنه بذلك يحقق فعالية الجمهور ويرتقي بالأداء الإعلامي ويتجاوز مشكلة التوجيه التي كانت بمثابة وصاية مفروضة .

ولكي يكون هناك تطور نوعي في رسالة التلفزيون الوطني فإن علاقة الأجنده بالجمهور تتغير من علاقة توجيه إلى علاقة تفاعل متبادل بين الأجنده والجمهور ومن ذلك ندرك أن المشروع ترتقي إليه الأجنده هو إشراك الجمهور الرياضي في إعداد مشاريع واقترح مشاريع نوعية تحقق مستوى من التوافق الجماهيري يجعلنا نمزج عمليا بين أداء الأجنده ومتطلبات الجمهور وهذا الطرح الاستشراقي هو عين الروح الوطنية لأنها تجعل الجمهور يحافظ على المكتسبات الرياضية مع توفير الجو المناسب لمختلف الهيئات أن تؤدي دورها في تفعيل اي حدث رياضي أو إعلامي رياضي هذا الطرح المتقدم تترتب عنه تطور اهتمامات للنخب الرياضية وأصحاب الكفاءات في الإعلام الرياضي لتصبح أطروحاتهم تعالج قضايا أكثر ديناميكية مع ما تتميز به تقنيا وفنيا .

Study Summary

Title of study: Proposal of a sports program that meets the priorities of the public and is in line with the Algerian television agenda

Purpose of the study :

- To know the contribution of the proposed sports program in meeting the public's priorities in terms of cognitive, emotional and behavioral components.
- To know the contribution of the proposed sports program in keeping with the Algerian TV agenda in terms of culture and sport development, non-violence and the spirit of citizenship.

The problem of the study: Does the proposed sports program meet the priorities of the sports audience and is in line with the Algerian TV agenda?

Methodological procedures for the field study:

Sample: nonrandom sample represented in 6 Algerian television workers, including four journalists and directors

location of study: The study took place at the Algerian television owned by the Algerian state

Methodology : The nature of the research requires the selection of the descriptive approach by providing detailed data and explaining the factors related to the actual field .

Study Tools: We have relied on the proposed program approach in the sports field to provide a clear vision and understanding of public priorities

Results:

The general conclusions are as follows:

- The sports public needs a proposed program that contributes to the expansion of their perception and understands the way they think.
- The presence of a dynamic program in line with all sports and events.
- spreading awareness of the importance of proposing a sports program that defines the dangers of violence and the promoting avoiding it.
- A program that develops sports ambition with its ability to integrate audience in the appropriate sports.
- The program is based on successful sports experiences from the past in order to absorb all that is related to violence as negative ideas.
- The need for a sports program that connects the viewer to the principle of sacrifice through volunteer projects and this is a recruitment to the efforts of the public and fill the vacuum.

- A program that develops the meanings of patriotism in all that would achieve this and connects the citizen with his community and this is a political function of the program.
- It is a program that provides sports in the form of gradations to suit different groups of society and this includes activating sport through this program.
- It is a program that deepens sport and activates it among citizens through joint sports activities.

Key suggestions:

Our conclusions lead to a number of proposals, some of which we hope will be the following:

- The completion of specialized research supervised by accredited experts for the development of sports programs that are relied on by national television to draw its agenda.
- Establishment of a supply bank to contact to centers and destinations of interest.
- Employing the sports gains in the formation of technical templates and knowledge in order to contribute to the formulation of a media discourse that affects the decision of the public according to the agenda.
- Suggest a sports program that contributes to the expansion of the sports audience perception with his ability to understand the way he thinks.
- The sports programs should increase the level of sports culture by diversifying supply and efficiency.
- Create a sports program that combines the knowledge of sports laws with ethical practices to achieve the level of athletic ambition to avoid forms of violence.
- A program that seeks to connect the viewer with the national sense. Which are programmed from voluntary projects that engage the public and fill the vacuum.

- Future prospects

Algerian television aspires that the sports audience will be an effective partner in the preparation of sports programs. This is a service for television, which is an agenda at the same time, because it achieves the effectiveness of the public and raises the performance of the media. And overcomes the problem of orientation which was an obligation

In order for there to be a qualitative evolution in the national television message, the relationship between the agenda and the audience changes from

a guiding relationship to a mutual interaction between the agenda and the public,. Therefore, we realize that the project that achieves the agenda is the one to involve the sports public in preparing projects and proposing quality projects that achieve a level of public consensus, Between the performance of the agenda and the requirements of the public and this forward-looking proposal is the core of the national spirit because it makes the public maintains the gains of sports while providing the appropriate atmosphere for the various bodies to play their role in the activation of any sporting event or sports media event. this advanced proposal results in the development of the interests for the sports elites and competent people in sports media for their proposals to tackle more dynamic issues technically and artistically