

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة

الماستر في التربية البدنية و الرياضية

دور الإعلام الرياضي السمعي في نشر ثقافة الاحترام

من وجهة نظر الإعلاميين و ضيوف البرامج الرياضية
دراسة ميدانية بإذاعة الحضنة بالمسيلة

تحت إشراف الدكتور:

* يعقوبي فاتح

من إعداد الطالب:

* معيوف زكرياء

فهرس المحتويات

الرقم	المحتويات	رقم الصفحة
	كلمة شكر	
	مقدمة	
	الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
1	الإعلام الرياضي	4
	تمهيد "الإعلام الرياضي "	4
1 . 1	مفهوم الإعلام	4
2 . 1	التطور التاريخي لوسائل الإعلام	6
3 . 1	خصائص الإعلام	6
4 . 1	الأهمية التربوية والتنمية للإعلام	7
5 . 1	مفهوم الإعلام في مجال التربية البدنية والرياضية وأهميته	8
6 . 1	عناصر الإعلام الرياضي و منظومته الإعلامية	9
7 . 1	المنظومة الإعلامية الرياضية	9
8 . 1	نظريات الإعلام الرياضي	9
9 . 1	تحرير الأخبار الرياضية	12
10 . 1	واقع الإعلام الرياضي ووظائفه في الجزائر	12
2	الرياضة	13
	تمهيد " الرياضة "	
1 . 2	تعريف الرياضة	13
2. 2	مفهوم النشاط البدني	13
3. 2	تعريف النشاط البدني الرياضي	13
4. 2	أهداف النشاط البدني الرياضي	14
5. 2	دوافع الممارسة المعاصرة للرياضة	15
6. 2	أدوار التربية البدنية والرياضية	15
3	الدراسات السابقة	
1. 3	الدراسة الأولى	16
2. 3	الدراسة الثانية	16
3. 3	الدراسة الثالثة	17

	الإطار العام للدراسة	
19	الكلمات الدالة في الدراسة	4
19	تعريف الإعلام الرياضي	4 . 1
19	مفهوم الإذاعة	4 . 2
19	تعريف الرياضة	4 . 3
20	تعريف الثقافة	4 . 4
21	تعريف الإحترام	4 . 6
22	إشكالية الدراسة	5
23	أهداف الدراسة	6
23	أهمية الدراسة	7
24	فرضيات الدراسة	8
	الإجراءات الميدانية للدراسة	
26	الدراسة الاستطلاعية	9
26	المنهج المتبع في الدراسة	10
27	مجتمع و عينة الدراسة	11
27	أدوات جمع البيانات و المعلومات	12
28	إجراءات التطبيق الميداني للأداة	13
29	الأساليب الإحصائية	14
	عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها	
61-31	الجداول و الدوائر النسبية الخاصة بالنتائج	
63-62	مناقشة و تفسير النتائج	
	استنتاجات و اقتراحات	
65	استنتاجات عامة	15
65	اقتراحات	16
66	الآفاق المستقبلية للدراسة	17
67	المراجع المعتمدة في الدراسة	18
69	الملاحق	19
75	ملخص الدراسة	20
	الخاتمة	

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	هل تتابع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة ؟	31
02	هل ترى بأن هذه المواضيع تهتم بكافة الأنشطة الرياضية ؟	32
03	هل تتوافق الأخبار والمعلومات الرياضية في البرامج الرياضية الإذاعية مع افكارك وخبراتك ؟	33
04	هل اهداف البرامج الرياضية بالإذاعة مرتبطة بتطلعاتك وطموحاتك الخاصة ؟	34
05	هل المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تلبي رغبتك ؟	35
06	هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تساهم في اختيارك لنوع النشاط الرياضي الذي تفضله ؟	36
07	هل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها ؟	37
08	هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في إختيارك لنشاط رياضي معين ؟	38
09	هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إختيارك لنشاط بدني رياضي معين ؟	39
10	هل لضيوف البرنامج الرياضي لإذاعة المسيلة له دور في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟	40
11	هل الطريقة التي يستخدمها الصحفي في تقديمه للبرامج الرياضية تساهم في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟	41
12	- في رأيك أن الصحفي في إذاعة المسيلة ينتقي مواضيع تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين ؟	42
13	هل تقدم لك الإذاعة معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي لديك ؟	43
14	هل تعكس البرامج الرياضية الإذاعية قيم وعادات الجمهور ؟	44
15	هل لديك مقترحات لبرامج رياضية إذاعية ؟	45
16	هل ترى بأن المواضيع المقدمة تهتم بالرياضة التي تمارسها ؟	46
17	هل الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافي للإكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة ؟	47
18	هل تقوم الإذاعة بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب وظاهرة الإعتداء على الغير ؟	48
19	هل تؤثر البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور ؟	49

50	هل تبث الإذاعة برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور ؟	20
51	هل ترى ان البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية ؟	21
52	هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟	22
53	هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في توعية الجمهور المتابع ؟	23
54	هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتابع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟	24
55	هل لضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة له دور في تغيير سلوكات الجمهور الرياضي ؟	25
56	- في رأيك أن الصحفي في الإذاعة ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين ؟	26
57	هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية ؟	27
58	هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين ؟	28
59	هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟	29
60	هل تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري ؟	30
61	هل ترى ان الإذاعة تساهم في نشر الثقافة الرياضية ؟	31

الفصل الأول :
الخلفية النظرية
والدراسات
السابقة

الفصل الثاني :

الإطار العام

للدراسة

الفصل الثالث :

الإجراءات الميدانية

للدراسة

الفصل الرابع :

عرض النتائج

وتفسيرها

ومناقشتها

الفصل الخامس :

استنتاجات

واقتراعات

مقدمة

منذ القدم و الإنسان يسعى إلى التفاهم و تبادل الأخبار مع غيره من البشر ،وذلك لأنه اجتماعي بطبعه ، لذا ظهور الإعلام كان قديما إلا أن وسائله هي التي تطورت بشكل واسع. و يعتمد الإعلام في عصرنا الحالي على الكلمة المسموعة من خلال الإذاعة و على الكلمة المكتوبة من خلال الصحف و المجلات و السعي البصري من خلال التلفزيون و لكل منها مزايا و عيوب ،فالإعلام أدوار كثيرة و متعددة فهو يعطي للإنسان الكثير.

و باعتبار الإعلام مكون من المكونات الأساسية للمجتمعات وبالنظر إلى التطورات التي وصلت إليها الرياضة، فإن الإعلام الرياضي يتحمل الثقل الكبير في تقديمه للحياة الرياضية وما يخصها بصفة أكثر موضوعية و شمولية، و في حين كانت هناك حتمية المصير بين الإعلام و الرياضة، كان من الواجب أن نتخلى على الأساليب القديمة المتمثلة في نقل الأخبار بصفة سطحية و موجزة ،فالواقع فرض عليه مهام أخرى ، من هذا كان التنافس بين وسائل الإعلام لنقل الأخبار و تقديمها تقديمًا مفصلاً و شاملاً. (1)

كما أصبحت الرياضة جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشعوب ، و أصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد العقلي و الفكري و التربوي و النفسي، كما يمكن الإشارة إلى ضرورة العمل على تكوين إتجاهات و عادات رياضية و ترويجية لضمان ممارسة الأفراد للأنشطة الرياضية، و أهمية النظر للرياضة و ممارستها على أنها تقف على نفس المستوى من الأهمية لكل من العمل و النوم و التغذية و غيرها، وبعد النشاط الرياضي أحد أفضل الأسلحة التي يملكها المجتمع لمقاومة المشكلات الاجتماعية و النفسية، و ما زاده أهمية إعتباره أساس و محور العملية التربوية ، لأن له دور كبير في إعداد الفرد الصالح و المنتج ، فهو يزوده بمهارات واسعة و خبرات تسمح له بالتكيف مع مجتمعه ، أما النشاط البدني الرياضي المختار و المنظم و الموجه لإعداد الأفراد إعداداً متكاملًا بدنيا و اجتماعياً و عقلياً ، كما يكيف الفرد بما يتلائم مع حاجياته و المجتمع الذي يعيش فيه ، كما نجد أن النشاط البدني الرياضي قد تجاوز الحدود لعمله على تحسين القدرات الفكرية مثل الإدراك، التخيل ،الذكاء ،الإبداع ،الإنابة... إلخ

(1): أديب خضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفياً وإذاعياً وتلفزيونياً تحرير الأخبار الرياضية، المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر . 1994.

أما الفئة الإجتماعية التي كانت بأمس الحاجة للنشاط البدني الرياضي هي فئة المراهقين حيث يمثل هذا الأخير أهمية بالغة في حياتهم و نظرا لصعوبة هذه المرحلة لما تعانیه من تغيرات فزيولوجية واضطرابات سلوكية و رغبة في تحقيق الذات و كذا التجديد حيث يعمل المراهق دائما على أن يكون حسن المظهر ذا بنية لائقة مقبولا من طرف الذين يحيطون به حيث أن ممارسته للنشاط البدني الرياضي تغنيه عن توجهات هذه الفئة ،لذا يمكننا القول أن فائدة الرياضة لا تنحصر فقط في تحسين القدرات البدنية و كفاءة أجهزة الجسم، بل تتعدى ذلك لكونها تمنه الإستقرار و الأمن و راحة النفس و هذا ما يجعله شخصا مفيدا ينظر إلى الحياة بطريقة إيجابية حاضرا في حاضره و منطلقا في مستقبله.

لذا فإن هذه الدراسة تهدف أساسا إلى كشف مدى تأثير الإعلام الرياضي المسموع على المراهقين في إختيار نشاطاتهم البدنية و الرياضية لذا يمكن تلخيص محتوى الدراسة فيمايلي:

- ضمت الدراسة عناصر رئيسية ،الجانب التمهيدي و يحتوي على تحديد الإشكالية وأسباب إختيار الدراسة و أهدافها و أهميتها، و تعرضنا أيضا لتحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة و الدراسات السابقة.

أما الجانب النظري فاحتوى على ثلاث فصول :الفصل الأول حول الإعلام الرياضي، الفصل الثاني فهو حول المراهقة ،أما الفصل الثالث فتضمنت دراسته النشاط البدني الرياضي. (1)

أما الجانب التطبيقي فيتكون من فصلين ، الأول يتمثل في إجراءات البحث أما الثاني فهو عرض و تحليل النتائج.

(1): أديب خضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا تحرير الأخبار الرياضية، المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر . 1994.

الإعلام الرياضي :

لا يخفى على أحد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس ، فبعدما كانت مقتصرة على إيصال الأخبار بصفة مجردة ، ولا تحمل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية تعود على المجتمع و الرياضة بالتطور و الازدهار.

لكن اليوم و في ظل المعطيات التي يعرفها العصر تعاظمت مهامها و تشبعت وظائفها ، فأصبحت الصحافة بكافة وسائلها تتحمل الثقل و العبء الكبيرين في الدفع بالحياة الرياضية في الوسط الاجتماعي .

و هذا بموجب ما تملكه من إمكانيات مادية و معنوية تؤهلها لتحقيق ذلك و قد أدى هذا إلى وضعها أمام ضرورة ملحة إلى التغيير في أنماط أعمالها و نشاطاتها في معالجة و إنتقاء المادة الإعلامية ، بحيث تسهم هذه الأخيرة في التأثير على المشاهدين و خاصة المراهقين منهم في الإنحياز إلى الرياضة بمتابعتها و ممارستها .

1.1 مفهوم الإعلام :

يرى "محمد عبد الملك" الإعلام لم يعد قاصرا على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات و الحقائق ، التي تتميز بالدقة ، وإنما إتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بموجبها متلقي و مرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار و معلومات بأي شكل من إعلام..(1)

بينما يرى "إبراهيم إمام" أن الإعلام هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق و معلومات و أخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة....(2)

و يفهم من هذه التعاريف أن الإعلام عملية تعبير موضوعي على الحقائق و الأرقام و الإحصاءات و يستهدف التنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة التي منها الصحافة و الإذاعة و التلفاز والسينما و المسرح و غيرها.

- الإعلام: هو نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة أو المؤسسة سواء جماهيرها الداخلية والخارجية..(3)

(1) : محمد الحمادي ، أحمد سعيد ، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة الإستثمار أوقات الفراغ، الطبعة 1: مركز الكتابي نشر ، القاهرة، مصر، 2006 ، ص 22.

(2) : حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية و الرياضية، دار الوفاء لدينا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، مصر 2003 . ص 37 .

(3): : عبد المنعم الميلاوي ، الإعلام ، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية ب.ط 2008 ، ص12

- كما أن عملية الإعلام في جوهرها عملية إتصال بين المرسل والمستقبل أو متلقي من خلال وسيلة إعلامية أو إتصالية تحقق الهدف من نقل الرسالة الاعلامية من المرسل الى المتلقي.

ولذا فإن الاعلام له دور رئيسي في تفاعل الافراد والمجتمعات على المستويين المحلي والدولي، إذ أن بناء العلاقات الانسانية بين الافراد والجماعات أو تدعيم العلاقات الدولية بين المجتمعات أو الدول لا يمكن أن يتحقق بدون وسائل الاتصال .

ويؤكد "ليونير" على ذلك، إذ يرى وجود علاقة بين المدينة أو التقدم الحضاري والتعلم أو المعرفة من جهة والتعلم أو المعرفة والاستفادة من وسائل الإعلام من جهة أخرى.

يرى كل من خير الدين عويس وعطاء عبد الرحيم أن الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات التالية:

- نشر معلومات بعد جمعها وإنتقائها، ويطلق على الإعلام في بعض الأحيان مسمى الاستعلامات لاهتمامه بنشر الأخبار وتوضيحها وتفسيرها.

بينما يشير "ابراهيم امامه" الى الإعلام بأنه: "هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والمعلومات والاخبار بين الجمهور" بقصد نشر الثقافة، ويتفق معه في هذا الرأي "زيدان عبد الباقي"، إذ يرى أن الإعلام يهتم بتزويد الجماهير بأكبر قدر متاح من المعلومات التي تتميز بدقة وكذلك الحقائق التي تتسم بالوضوح.

ويرى "محمد عبد المالك"، أن الإعلام لم يعد قاصراً على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات والحقائق، والتي تتميز بالدقة، وإنما إتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بها بموجها المتلقي والمرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات بأي شكل من الإعلام .

ويستخلص كل من "خيرالدين عويس وعطا عبد الرحيم" مفهوما للإعلام يتحدد في كونه عملية تغيير موضوعي يقوم على الحقائق والإحصاءات بغرض تنظيم التفاعل بين الافراد والجماعات من خلال وسائله العديدة... (1)

(1) محمد الحماحي، د. أحمد السعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر ط 1، 2006م القاهرة ص 22..... 26

1. 2 التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت الى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر وهذا يرجع الى تغير الوسائل من عصر الى آخر.

فقد كانت وسائل الإعلام في الأزمنة القديمة طبولا تسمع في أدغال إفريقيا ودخان يصعد في بلاد الهند ونيران تسطع في صحراء العرب.

ثم ظهر الحمام والشائعات والنقش على الحجر والأشجار والمعابد وخيلا تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد الى آخر(1)

وبعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات و إختراعات أفادت الانسانية كثيرا كان من بينها إختراع المطبعة ومستلزماتها والتي اتخذت وسائل الإعلام صورة جديدة ثم حدثت الثورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتلفزيون والسينما ومع ظهور شبكة الأنترنت من خلال ظهور الأقمار الصناعية ... (2)

1. 3 خصائص الإعلام:

في ضوء ما تم استعراضه من مفاهيم عن الإعلام، فإنه يمكن تحديد الخصائص التالية التي تتميز بها العملية

الإعلامية وهي:

– نشاط إتصالي: وذلك لأن مكوناته تتمثل في مصدر الإعلام والرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية، المتلقين للرسالة الإعلامية، تقدير الأثر الاعلامي الحادث، وذلك يتفق مع نموذج الإتصال "هارلود لاسويل" والذي يبحث عن إجابة للتساؤلات التالية:

- من يقول؟
- ماذا يقول؟
- بأي وسيلة؟
- لمن يقول؟
- بأي تأثير؟

(1): خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 2 .

(2) حسن أحمد الشافعي، مرجع سابق، ص 9-10.

وبذلك نرى أن المقصود بمن هو منتج أو مرسل المادة الإعلامية أو الاتصالية، ولماذا يقول هو مضمون تلك المادة، وكيف يتم ذلك مقصود به الوسيلة الاعلامية أو الاتصالية المستخدمة في تقديم ذلك المضمون ، إما لمن فالمراد به الجمهور المتلقي للرسالة أو المضمون المعبر عنها، بينما بأي تأثير فإن المقصود هو صدى أو مردود العملية الإعلامية أو الإتصالية(1)

- **المصادقية:** وذلك فيما يرتبط بعرض الحقائق والوقائع والأخبار والإحصائيات والآراء والأفكار التي تتناولها الرسالة الإعلامية، إذ يجب أن يتوافر المضمون أو محتوى هذه الرسالة الصدق والدقة في مكوناتها ومن ثم مراعاة البعد عن العرض المضلل للأحداث والوقائع.

- **قوة التأثير:**

وذلك فيما يرتبط بتكوين رأي عام وإتجاهات نحو العديد من الموضوعات أو القضايا المعاصرة، وقد أكدت الدراسات العلمية على أهمية الإعلام الجماهيري في تكوين الإتجاهات والرأي العام.

المواد الإعلامية:

المواد الإعلامية تتنوع تنوعا كبيرا في طريقة نقلها الى المتلقي فمنها الإعلام المقروء في الكتب، الصحف، ومنها الإعلام المسموع كالإذاعة ومنها المرئي مثل التلفزيون ومنها المباشر كالمرشح والندوات والمحاضرات واللقاءات المباشرة .

ونظرا لتنوع هذه الوسائل فإن المادة التعليمية وتأثيرها في المتلقين والجمهور المستهدف بالاستفتاء من طبيعة الانسان الإجتماعية، النفسية، وسلوكيات الفرد والجماعة، بقصد دفعة التي يتبنى وجهة نظر معينة أو التحلي عن سلوك معين لصالح الجماعة أو المجتمع ككل...(2)

1 . 4 الأهمية التربوية والتنموية للإعلام:

إن الإعلام بجميع وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية له دور هام ومتزايد في تشكيل سلوك المتلقين لرسائله وتعديل إتجاهاتهم، فقد فرضت وسائل الإعلام وجودها على حياة الإنسان، ولم يعد في مقدور الإنسان تجاهل هذه الوسائل الإتصالية التي تبث له الأخبار وتفسر له الأحداث بغرض تنمية معرفته وخبراته. وللإعلام والتعليم وسائط مشتركة يتم الإستفادة منها لتحقيق الأهداف الموجودة من كل منهما، وأهم هذه الوسائط:

(1): محمد الحماحي، أحمد سعيد، مرجع سابق، ص27

(2): محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص26

■ الإتصال في التعليم والإعلام:

إن كل من التعليم والإعلام يقومان على الإتصال كما أن كل منهما يعتمد على عناصر الإتصال: المرسل والرسالة والمستقبل والوسيلة وتقدير الأثر المراد إحداثه.

■ وسائل الإتصال في التعليم والإعلام:

إن اعتماد التعليم والإعلام على وسائل الإتصال لتحقيق أهداف كل منهما، إنما يؤكد على أهمية ذلك في مخاطبة أعداد متزايدة من الأفراد والجماعات، ويستخدم التعليم وسائل الإتصال الجماهيري في بث برامج التعليم مدى الحياة، الجامعة الحرة، الجامعة المفتوحة، الجامعة على الهواء، الجامعة بلا جدران، وفي كل أشكال أو أنماط التعليم أو التربية عن بعد حيث يفص بين المتعلم والمعلم بعد جغرافي.

■ خدمة المجتمع:

وذلك من خلال تحقيق التنمية للمجتمع وتنمية قدرات أفرادها وتطويرها من خلال التعليم والإعلام.....(1)

1. 5 مفهوم الإعلام في مجال التربية البدنية والرياضية وأهميته:

يشير كل من خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي ، وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي ، وأنه من خلال وسائل الإتصال الجماهيرية يتم تأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.

ويرى محمد الحماحمي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الإتصال أو الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية إيجابياتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدني والحركي، وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.

ونظرا لأهمية الدور الذي يؤديه الإعلام في هذا المجال التربوي فإن الميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضية قد أكد في مادته الثامنة على أهمية إدراك العاملين بمجال وسائل الإعلام الجماهيرية لمسؤولياتهم التربوية نحو الأهمية الاجتماعية والإنسانية للتربية البدنية والرياضية مع التأكيد على التعاون مع التربويين في هذا المجال في تقديم إعلام يتميز مضمونه بالموضوعية ومدعما بالوثائق المرتبطة بمادته الإعلامية..(2)

(1):عبد المنعم الميلادي، مرجع سابق، ص31

(2): محمد الحماحمي، أحمد سعيد ، مرجع سابق، ص98

1. 6 عناصر الاعلام الرياضي و منظومته الاعلامية:

– للإعلام الرياضي أربعة عناصر هي : المرسل ، المستقبل ، الأداة أو الوسيلة ، الرسالة .

* المرسل : هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة .

* المستقبل : هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة .

* الأداة أو الوسيلة : هي ما تؤدي بها الرسالة الإعلامية سواء كانت إذاعة أو تلفزيون .. إلخ .

* الرسالة : هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغها أو توصيلها إلى المستقبل و يعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة و مضمونها و مدى إعتمادها على الحقائق و الأرقام و مسايرتها لروح العصر و الشكل الفني الملائم ومناسبة لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم و يتم نقد الإعلام الرياضي و تقويمه إيجابيا و سلبيا في ضوء توفر هذه الشروط و المعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها على الناس و تستحوذ على ثقتهم و تفاعلهم معها(1)

1. 7 المنظومة الإعلامية الرياضية:

تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية جزءا من المنظومة الإعلامية عامة فهي فرعية متخصصة في موضوع وهو الرياضة أساسا، وتضم المنظومة الإعلامية الرياضية مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي محطات إذاعية وتلفزيونية. كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات المركزية والمحلية العامة في صفحاتها المتخصصة، وكذلك المواد التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزة، على شكل برامج رياضية دورية متخصصة، وتتوقف درجة تطور وتنوع الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة على درجة تطور البلد عموما وعلى درجة تطور الإهتمام بالرياضة، وكذا مدى تطور في الإمكانيات البشرية و المادية والمخصصة للإستثمار، والعمل في مجال الرياضة، كما توقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع.....(2)

1. 8 نظريات الإعلام الرياضي:

– نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى :

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء كانت صحفية أو تلفزيونية أو إذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة.

(1): حسن أحمد الشافعي ، مرجع سابق . ص 91

(2): أديب خضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا تحرير الأخبار الرياضية، المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر . 1994. ص 82

- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي:

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما يتعرض له وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى يظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر إلا في سلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته و طريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به، وإستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضي إلى أفكار وقيم رياضية تختلف وأسلوب حياته التي إعتاد عليها يؤدي به الى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم الرياضية ويغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه و بدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبه شخصيته وحالته النفسية والبيئة الإجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منهما . (1)

- نظرية التطعيم والتلقيح :

إشتق إسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض فالجرعات التالية من المفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي تحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا فإستمرار تعرض الجمهور لمشاهدة العنف والجريمة والتي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا تخلق لديهم من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها.

فالرياضة أسمى من أن تكون مساحة للقتال أو النزال بين منافسيها وإنما هي تعمل على خلق المواطن اللائق إجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وإنفعاليا.

وملخص هذه النظرية أن المادة الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي لها تأثيرا مباشرا كما لو أنه حقن بإبرة أو أطلقت عليه رصاصة....(2)

- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك إنتقال المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية أن تأثير ووسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بصفة مباشرة ويمر بمرحلتين:

المرحلة الأولى: وهي ماتبته أو تنشر وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام، قد لا يؤثر كثيرا بل قد لا نعيه أدنى إهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينها لتلك المعلومات تنتهي المرحلة الأولى.....(3)

(1): خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 29،30،31.

(2): خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ص 29، 31.

(3): سامي عبد العزيز الكومي: الصحافة المدرسية. مطبوعات الشعب، ب.ط. القاهرة . مصر. 1995، ص 46

– المرحلة الثانية:

يبدأها مانسميهم علماء الإتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع كجماعات الأصدقاء و الزملاء في النادي أو الفريق والأقارب " قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا وأصحابنا أو ذوي الرأي فينا " فالذي يحث أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا النفس الذي شاهدناه أو قرءوا نفس الذي قرأناه فبدعوا بالحديث عنه بطريقة تنبهنا إلى الأشياء التي لم نتفطن إليها وبأسلوب أكبر إقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام، وقائد الرأي قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كلاهما مما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية وفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها نأخذ الحيطة والحذر لا من المادة الإعلامية فقط أو الرسالة الإعلامية التي يثها الإعلام الرياضي بل وكذلك مع قادة الرأي والأصدقاء وهنا تبرز دور المؤسسات الرياضية والاجتماعية وخاصة الأسرة على توجيهها للأبناء عن إختيار أو إنتقاء جماعة الأصدقاء وفقا لضوابط ومعايير إجتماعية معينة.

– نظرية تحديد الأوليات:

إستيعر إسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات ، وفكرة النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال وفي أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها.

وجداول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يثه من برامج ويعرضه من موضوعات رياضية حتى يبدو للجمهور القراء والمشاهدين أو المستمعين أن هذه الأخيرة أولى أهم من غيرها بالإهتمام فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل إعلامية معينة فإنه يومي للمشاهد أو القارئ أنه لا شيء يستحق الإهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي عن جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل أهمية هذا الموضوع فمثلا تركيز الإعلام الرياضي على رياضة معينة ككرة القدم يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة ولا يستحق الإهتمام سواها.....(1)

– نظرية الإستخدامات والإشباع :

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة في هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل أن إستخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يتلقاها لأن إستخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي، لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه.

(1): خيرالدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص31-32

ونظرية الإستخدامات والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الإتصال وهو مبدأ التعرض الإخباري وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه إختياريا لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير....(1)

1. 9: تحرير الأخبار الرياضية:

ماهية الخبر: الخبر هو نوع الصحفي المستقل والمتميز الذي يقوم على أساس نقل الوقائق، إن نقل الواقعة (الحقيقة) هو الأساس الذي يقوم عليه الخبر، ولذلك يمكن القول أن الخبر هو أول تماس بين القارئ والواقع الموضوعي، كما أنه أول لقاء أو تعارف بين الحدث والقارئ .

تخضع عملية نقل الوقائق الى سلسلة من القرارات والمراحل الهامة والأحكام التي يجب أن يتخذها الصحفي على ضوء سياسة الوسيلة الاعلامية ، ومايناسب لطبيعة الحدث و إهتمام الجمهور، وأهمية الإخبارية الدلالية الذاتية لهذه الوقائق .

- التقرير الرياضي:

تختلف الأنواع الصحفية وتعدد وفقا لخواص معينة تخص كل نوع وتعدد ، منها إتساع وعمق الشريحة التي تعكسها وتنقلها من الواقع الموضوعي إلى المتلقي، ولذلك فإن الواقعية الواحدة يمكن أن تعالج إعلاميا من خلال الأنواع الصحفية، إن عامل الحسم والمميز في إستخدام هذا النوع الصحفي من دون الآخر في معالجة هذه الواقعة هو مدى إتساع وشمولية المعالجة....(2)

1. 10 : واقع الإعلام الرياضي ووظائفه في الجزائر:

يعتبر الإعلام الرياضي جزءا من الإعلام العام، غير أن الإعلام الرياضي يتميز بكونه إعلاما خاصا بقضايا رياضية والرياضيين والذي يهدف الى إيصال المعلومة والخبرات الى العاملين والرياضيين في المجال الرياضي بشكل عام. وله وسائل عدة نستطيع حصرها في مايلي:

* وسائل سمعية: الراديو، شرائط الكاسيت و التسجيلات و الإسطوانات

* وسائل مرئية: التلفزيون، السينما والمسرح ، والفيديو، وكالات الأنباء.

* وسائل مكتوبة: الصحف ، الجرائد ، الكتب.....

ولقد رأى الكثير من العلماء الدارسين في هذا المجال أن وسائل الإعلام جلها تعتبر أبا ثانيا وأما ثانياة ولعلنا نلقي أنفسنا مستجيبين أكثر من إستجابتنا للوالدين ومتعلمين منها أكثر مما نتعلمه في المدرسة.....(3)

(1) محمد الحماحي، أحمد سعيد، مرجع سابق، ص52.

(2): أديب حضور ، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية مباريات رياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا، تحرير الأخبار الرياضية- المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر 1994 ص85-86

(3): حرز الله علي ، خماخم عبد الصمد، مذكرة شهادة ليسانس، الإعلام الرياضي من خلال التلفزة الجزائرية ، معهد التربية البدنية والرياضية، دالي إبراهيم، 1993 م ، ص24

2. 1: تعريف الرياضة:

هي مجموعة التمرينات البدنية والمباريات والمسابقات التي يؤديها الإنسان منذ آلاف السنين يقصد تنمية قدراته الجسمية والعقلية .

ويقصد التسلية والترفيه عن جسمه وفكره وإطراء وتحسين في طاقته القياسية .

- كما أن الرياضة ترتبط بالمنافسة والمسابقات بصورة كبيرة، لتحقيق للناس قدرا كبيرا من الترفيه والمتعة وإنماء القدرات الجسدية أو العقلية أحيانا.

- تعريف الرياضة عموما:

بأنها ترويض الإنسان نفسه أو غيره على القيام بحركات وتصرفات معينة بقصد اكتساب صفات جسدية غالبا جديدة ويقصد اللهو والترفيه والمتعة(1).

2. 2: مفهوم النشاط البدني:

يرجع ظهور النشاطات البدنية الرياضية إلى العصر الحديث بالمدرسة و كان مفهومها الأول يعرف بـ " التدريب البدني " وذلك لكون أهدافها كانت محدودة إذ تقتصر فقط على إكتساب التلميذ الصحة البدنية و بالتالي البنية الجسمية، ونظرا لأهمية النشاط ليس فقط بالمدرسة و بدأت النية جادة في تطويره، إذا أخذ التدريب يرتكز على أسس و نظريات علمية مما جعله يأخذ بعد آخر و ذلك حين إستبدل مصطلح التدريب البدني بالنشاط البدني الرياضي.

2. 3 : تعريف النشاط البدني الرياضي:

يرى "بيوتشر تشارلز " أن النشاط البدني الرياضي هو ذلك الجزء المتكامل من التربية العامة ،و ميدان تجريبي هدفه تكوين المواطن الصالح اللائق ،من الناحية البدنية و العقلية و الإنفعالية و الإجتماعية، و ذلك عن طريق مختلف ألوان النشاط البدني الذي أختير بهدف تحقيق هذه المهام(2).

(1): علي حسين يونس ،د. محمد عقلة ابراهيم، الالعاب الرياضية أحكامها وضوابطها في الفقه الاسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع ،الطبعة الاولى 2003 ،عمان ص 24/23

(2): محمد عوض بسيوني ، فيصل الشاطي، نظريات التربية البدنية ،دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ،الطبعة الثانية، القاهرة ،مصر 1992م، ص 9

يعتبر النشاط البدني مفهوماً أكثر إتساعاً من التمرين البدني و يعني أشكال الحركات التي تتميز بإستخدام العضلات الكبيرة مثل أنواع الأنشطة الرياضية المختلفة و العمل و بعض أنشطة الحياة اليومية و على هذا النحو يعتبر التمرين البدني احد مجالات النشاط البدني (1)

النشاط الرياضي هو وسيلة تربوية تتضمن ممارسات موجهة الهدف من خلال إشباع حاجيات الفرد و دوافعه وذلك من خلال تهيئة المواقف التعليمية التي تماثل المرافق التي يتلقاها الفرد في حياته اليومية(2) و يعرفه كلارك أنه ذلك الجانب من التربية الذي يهتم في المقام الأول بتنظيم و قيادة الفرد من خلال أنشطة العضلات لإكتساب التنمية و التكوين في المستويات الصحية و الإجتماعية و إناحة الفرد من خلال الملائمة للنمو الطبيعي و يرتبط ذلك بقيادة تلك الأنشطة من أجل إستمرار العملية التربوية دون معوقات لها (3)

2 . 4 : أهداف النشاط البدني الرياضي:

- **الصحة:** يساهم النشاط البدني الرياضي بقدر وافر في تنمية الوظائف الكبرى وتنسيقها و تحفيز النمو و جعل الفرد ميالا للعمل و بالتالي التكيف مع الوسط الطبيعي.
- **النمو الحركي:** للنشاط البدني في هذا المجال دور فعال حيث يساعد الفرد على تنمية الوعي بجسمه وبالعلاقة بين الزمان والمكان والإيقاع .
- **التنشئة الإجتماعية :** يساهم النشاط البدني الرياضي في التربية الإجتماعية للفرد من خلال تحسين معرفته لنفسه و التحكم في سلوكه الذاتي و يفهم القواعد الإجتماعية وروح المسؤولية وتحسين العلاقات مع الغير...(4)
- يساهم النشاط البدني الرياضي في تنمية اللياقة الصحية وتمتع الشخص بالحيوية والإستمتاع بالحياة .
- **التنشئة النفسية:** ينظر إلى الصحة النفسية كأحد مكونات اللياقة الصحية الأكثر أهمية أنها حالة دائمة نسبيا يكون فيها الشخص متوافقا نسبيا و يشعر فيها الفرد بالسعادة مع نفسه ومع الآخرين ويكون قادرا على إستغلال ذاته وإمكانياته و مواجهة مطالب الحياة كما يعتبر النشاط البدني الرياضي كمدخل للوقاية و تحسين اللياقة و الصحة النفسية...(5)

(1):أسامة كامل راتب، النشاط البدني والإسترخاء ، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، مصر 2004م، ص29.

(2):أمين أنور الخولي، أصول التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية، مصر 1996م، ص28.

(3): أمين أنور الخولي، محمد الحماحي، أسس بناء التربية الرياضية، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية، مصر 1990م، ص17-18.

(4): رسالة ماجستير، دور النشاط البدني و الرياضي في تنمية بعض قدرات التفكير لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، زيوش أحمد، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبد الله، 2008

(5):أسامة كامل راتب، مرجع سابق، ص77

- يسعى النشاط الرياضي إلى الإسهام في رفع مستوى الكفاءة البدنية للفرد عن طريق إعطائهم جرعات مناسبة من التمرينات التي تنمي الجسم وتحافظ على القوام السليم وإكسابه القدرات الحركية التي تستند إلى القواعد الرياضية والصحية لبناء الجسم السليم حتى يؤدي واجباته في خدمة مجتمعه .

2 . 5 : دوافع الممارسة المعاصرة للرياضة:

- إستخلص أسامة راتب ستة فئات أساسية تعبر عن دوافع الممارسة لنشاط الرياضي و تتمثل فيما يلي:
- تنمية المهارات و الكفاءات الحركية.
- الإنتساب لجماعة و تحقيق الصداقات.
- الحصول على النتائج و التقدير .
- التمرين و تحسين اللياقة البدنية.
- التخلص من الطاقة.

و في هذا السياق يجب ألا يقتصر مفهوم الرياضة على ذلك التصور الضيق و المحدود الذي يرتبط في أذهان العامة بإنجاز أهداف تنافسية خالصة و ذلك المفهوم الإجتماعي المعاصر ينظر للرياضة كمؤسسة إجتماعية و ثقافية و تربوية فهي أكثر ثراء و إتساعا من كونها إنجازات بدنية خالصة....(1)

2 . 6: أدوار التربية البدنية و الرياضية:

- الإرتقاء بالتنمية البدنية و تعليم الطلبة قيمة المشاركة في الأنشطة سواء خلال مراحل التعليم أو مدى الحياة.
- ربط ما يدرس في التربية البدنية و الرياضية وبين القدرات الثقافية للمجتمع و خاصة الثقافة الرياضية و الثقافة الإدراكية الحركية و الثقافة الترويحية و الثقافة البدنية الصحية.
- تنمية التفهم الفني و التقدير الجمالي للأداء الحركي .
- تنمية وتقدير الذات و ذلك من خلال تنمية الثقة بالنفس .
- تنمية مهارات حل المشكلات وربط ما يتعلمه الطفل من مهارات و معارف و الإتجاهات بطبيعة الحياة الإجتماعية ليعمل ما تعلمه في حل المشكلات التي تواجهه.
- تنمي المهارات الإتصالية الإجتماعية التي تتيح الأنشطة البدنية بمختلف أشكالها لتعزيز العلاقات الطيبة بين أفراد المجتمع...(2)

(1):عبد العزيز صلاح سالم ، مرجع سابق، ص43-44

(2):ناهد محمد سعد ،نبلي رمزي فهمي،طرق التدريس في التربية الرياضية،مركز الكتاب للنشر و التوزيع،القاهرة،الطبعة الأولى،2004م،ص24

الدراسات السابقة :

1.3 : الدراسة الأولى:

دراسة " بلقنيش محمد"، و التي حملت عنوان "الإعلام الرياضي المتلفز و أثره في إختيار المراهقين للرياضات الفردية"، وكانت هذه الدراسة سنة 2001/2000، كما كانت العينة المختارة من طرف أعضاء البحث هي العينة العشوائية المنظمة موزعة على التخصصات الفردية التالية: سباحة ، ألعاب القوى .

المجال الزماني و المكاني للدراسة :

- 1- المجال الزماني: إستغرقت قرابة خمسة أشهر من بداية شهر ديسمبر حتى نهاية شهر أفريل .
 - 2- المجال المكاني: أجري هذا البحث في كل من الولايات التالية: الجزائر، البويرة، الشلف.
 - كما إعتد الطالبين على المنهج الوصفي واستعملت المقابلة والإستبيان كأدوات للبحث .
- النتائج المتحصل عليها :
- قسم الإعلام الرياضي المتلفز له دور سلبي في التأثير على المراهقين لإختيار التخصصات الفردية .
 - عدد و تنوع الرياضات الفردية يعتبر عائق كبير في تغطيته الإعلامية و هذا يخلق نفورا عند المراهق من إختيار هذه التخصصات.

3. 2 : الدراسة الثانية:

قامحسا مرفقي (حسام رفقي: وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة علي اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، 1980 م، في سحر محمد وهي، مرجع سابق، ص 63). بدراسة سنة 1980، الهدف منها تحديد أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي الجماهيري ،و بلغت عينة البحث 1170 من رجال الإعلام العاملين بالأقسام الرياضية و العاملين في قطاع البطولات (مدربين-حكام-إداريين-لاعبين) و مشاهد بالأنشطة الرياضية،و اتبع المنهج الوصفي،و كان من أهم النتائج :

أ- أنه تأثير من الصحف و الإذاعة و التلفزيون على كل من المدرب و المشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية و السياسية.

- ب- عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة .
- ج- البرامج الرياضية تهتم بالنشاط الرياضي دون الاهتمام بالنواحي التربوية.

3. 3 : الدراسة الثالثة:

دراسة احمد فلاق، التي تحمل عنوان تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين لممارسة الرياضة دراسة وصفية لتلاميذ ثانويات الجزائر العاصمة مذكورة ماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية سنة 2001م ،جامعة الجزائر.

و هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إن كان للتلفزيون دور في تكوين دوافع ممارسة الرياضة لدى تلاميذ و تلميذات مرحلة التعلم الثانوي بمحافظة الجزائر الكبرى و ما إذا كان لمنتوج إعلامي تلفزوني معين دون الآخر اثر في هذا التكوين و تحديد نوع الدفع و شدته و ما إذا كان هناك اختلاف في التأثير من الجانب دافعية الممارسة الرياضية بين الجنسين ،حيث استعمل الباحث المنهج الوصفي.

9 . الدراسة الاستطلاعية :

الدراسة الإستطلاعية هي الدراسة الإستشرافية يمكن من خلالها ان يربط الباحث الجانب النظري بالجانب التطبيقي و من خلال الزيارات الميدانية المتكررة لمجموعة البحث إلى بعض ضيوف البرامج الرياضية بالإذاعة المسيلة حيث تم الوقوف على اهم الحقائق من حيث إهتمامهم بالإعلام السمعي و اثره في نشر ثقافة الاحترام حيث قمنا بإجراء مقابلات متكررة مع أساتذة و أخصائيين حيث سمحت لنا هذه الجلسات بالوقوف على الواقع الحقيقي و ما تكتسبه هذه الفئة كذلك سمحت لنا بالوقوف على مدى صلاحية و صعوبة و سلاسة محاور الإستبيان الذي تم إعداده بالتنسيق مع الأستاذ المشرف و موافقة بعض الأساتذة المتخصصين في هذا الميدان .

10 . المنهج المتبع في الدراسة :

لم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على الكم المعرفي أكثر و إنما الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم و تعرف المنهجية على أنها الوسيلة في ذلك المنهج العلمي و الطريق الذي يتبعه الباحث للوصول إلى تعليمات و نتائج بطريقة علمية دقيقة و كذلك مجموعة القواعد العامة التي تواجه الباحث للوصول إلى الحقيقة.

و حتى يستطيع الباحث الإجابة على تساؤلات دراسته فإنه يجب أن يختار منهاجا مناسباً يتماشى مع طبيعة الدراسة.

و بناءً على ما تقدم تم إختيارنا للمنهج الوصفي حيث يقوم بتشخيص المعطيات و تحليلها و تفسيرها على إعتباره الأكثر كفاءة في كشف حقيقة الظاهرة.

يعرف المنهج الوصفي على أنه حين يدرس الباحث ظاهرة ما فإن المنهج الوصفي التحليلي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا دقيقا .

و يستهدف المنهج الوصفي عددا من الأهداف هي:

- جمع المعلومات الوافية و الدقيقة .

- صياغة عدد من التعليمات و النتائج .

- الخروج بمجموعة من المقترحات و التوصيات العلمية.

و يكون منهج الدراسة محددًا من خلال طبيعة الموضوع المدروس و نحن بصدد دراسة ظاهرة محددة و جمع البيانات والمعلومات حولها و تحليلها قصد إصدار أحكام و مناقشة فقد إقتضى منا إتباع المنهج الوصفي .

11 . مجتمع و عينة الدراسة :

فضلنا إستخدام العينة المقصودة و ذلك لملائمتها موضوع الدراسة، حيث يتم توزيع الإستمارة على الإعلاميين و ضيوف البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة.

إذن بعد توزيع الإستمارة على أفراد العينة و هم الإعلاميين و ضيوف البرامج الرياضية ،و يبلغ عددهم 5 إعلاميين من إذاعة المسيلة و 15 من اساتذة و ضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة من تم إستجوابهم من خلال هذه الإستمارة .

12 . أدوات جمع البيانات و المعلومات :

تكتسي أدوات البحث أهمية بالغة في عملية البحث العلمي بإعتبارها الوسيلة الهامة التي تعتمد عليها كافة العلوم في جمع الحقائق و المعلومات حول الظاهرة المدروسة و تتوقف دقة و صدق النتائج المتحصل عليها في أي بحث على دقة الأدوات المستخدمة و درجة مصداقيتها و من هذا المنطلق فإن أهم الأدوات المنهجية التي إستخدمناها في دراستنا هي:

❖ الإستبيان :

تعد من أهم الوسائل المستخدمة في جمع البيانات و هي نموذج مهم يضم مجموعة أسئلة تهدف إلى الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة معينة و محددة و يتم ذلك بتسليمها للأشخاص المختارين لتسجيل إجاباتهم و إعادتها .

و قد مر تصميم الاستمارة بمراحل متعددة إبتداءً من المطالعة و البحث حتى الوصول إلى استخلاص صياغة عبارات الاستبيان .

يضم هذا الاستبيان 31 سؤالاً، حيث يتم التطرق إلى جميع التساؤلات و ذلك عن طريق أسئلة حول دور الإعلام في نشر ثقافة الاحترام .

❖ الخصائص السيكومترية للأداة :

❖ تعريف الصدق :

إن صدق الاستبيان المقرر في البحث مهما اختلف أسلوب القياس، يعني قدرته على قياس ما وضع لأجله أو الصفة المراد قياسها أو تقديرها.

وكذلك قمنا بعرض القياس على مجموعة من الدكاترة والأساتذة المتخصصين في قسم الإعلام و الاتصال الرياضي بالمعهد على انفراد لإبداء آرائهم و ملاحظاتهم على القياس لتقدير مدى صدق تحقيق الغرض الذي وضع من أجله.

وقمت الإستعانة بصدق المحكمين حيث وزعت الاستمارة على مجموعة من الخبراء و عليه تم ضبط الاستمارة بصورتها النهائية التي هي عليها الان .

صدق المحتوى :

تم حساب صدق الاستبيان عن طريق مجموعة مكونة من 05 أساتذة ودكاترة المعهد، و قد تم تقسيم الاستبيان إلى عدة أسئلة كل مجموعة من الأسئلة تخدم فرضية وكانت طريقة تصنيف العبارات إلى الإجابة بنعم أو لا، و دائما أو أحيانا أو نادرا .

13 . إجراءات التطبيق الميداني للأداة :

- المجال المكاني: تم إجراء البحث إذاعة الحضنة بالمسيلة.

- المجال الزمني: تم إنجاز البحث في المجال الزمني من فيفري 2015 إلى ماي 2015 حيث كانت :

* الدراسة النظرية: من 15 فيفري 2015 إلى 20 أفريل 2015.

* الدراسة الميدانية: من 25 أفريل 2015 إلى 15 ماي 2015.

14 . الأساليب الإحصائية :

لقد إتبعنا مجموعة البحث على الأساليب الإحصائية المتمثلة في النسبة المئوية كأسلوب إحصائي يخدم الموضوع كي يأخذ الشكل المقتن و ذلك بإتباع القانون التالي:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{مجموع التكرارات}}{\text{التكرارات} \times 100}$$

4 . الكلمات الدالة في الدراسة :

4 . 1 تعريف الإعلام الرياضي:

- لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت بلاغا أي أوصلتهم إلى الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك واستعمله الخبر فأعلمه إياه، وهو الإعلام المتخصص.
- اصطلاحا : يرى "محمد عبد الملك" الإعلام لم يعد قاصرا على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات و الحقائق ، التي تتميز بالدقة ، وإنما اتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بموجبها متلقي و مرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار و معلومات بأي شكل من إعلام..(1)
- إجرائيا: ونقصد به الاعلام الرياضي المسموع المحلي.

4 . 2 مفهوم الإذاعة:

- لغة: الإذاعة اسم مشتق من الفعل أذاع، يذيع، إذاعيا وتعني: الإشاعة ، بمعنى النشر العام ، وذويوع ما يقال ، حتى أن العرب قديما يصفون الجل الذي لا يكتم السر أنه رجل "مذيع"، فيقال: " فلان للأسرار مذيع وللأسباب مضيع"
- اصطلاحا:

ويقصد بالراديو (الإذاعة المسموعة) حسب فضيل دليو : " ما ييثر عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز حاجز الأمية(الملازم للصحافة المكتوبة).و الحواجز الجغرافية و السياسية و ربط مستمعيها المتباعدين برباط ومباشر وسريع".

- إجرائيا: ونقصد بها إذاعة المسيلة .

4 . 3 تعريف الرياضة:

- لغة : الرياضة عبارة عن مجهود جسدي عادي او مهارة تمارس بموجب قواعد متفق عليها بهدف الترفيه، المنافسة، المتعة، التميز أو تطوير المهارات، واختلاف الأهداف، اجتماعها أو إنفرادها يميز الرياضات بالاضافة إلى ما يضيفه اللاعبون أو الفرق من تأثير على رياضاتهم، هناك العديد من الرياضات وهي تشغل جزءًا من وقت الناس، يصرفون عليها بعض مالهم، وتثير اهتمامهم، سواء كانوا لاعبين أم متفرجين ومتابعين.
- إصطلاحا: هي مجموعة التمارينات البدنية والمباريات والمسابقات التي يؤديها الإنسان منذ آلاف السنين يقصد تنمية قدراته الجسمية والعقلية .

ويقصد التسلية والترفيه عن جسمه وفكره ولإطراء وتحسين في طاقته القياسية .

(1): محمد الحماجي ، أحمد سعيد ، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة الإستثمار أوقات الفراغ ، الطبعة 1: مركز الكتابي نشر ، القاهرة، مصر 2006 ، ص 22.

- كما أن الرياضة ترتبط بالمنافسة والمسابقات بصورة كبيرة، لتحقيق للناس قدرا كبيرا من الترفيه والمتعة وإنماء القدرات الجسدية أو العقلية أحيانا. (1)
- إجرائيا:
- ترويض الإنسان نفسه أو غيره على القيام بحركات وتصرفات معينة بقصد اكتساب صفات جسدية غالبا جديدة ويقصد اللهو والترفيه والمتعة.
- 4. 4 تعريف الثقافة :
- المفهوم الاجتماعي العلمي للثقافة أنها تشمل كل النماذج السلوكية والبشرية التي تكتسب اجتماعيا ، وتنتقل اجتماعيا إلى أعضاء المجتمع البشري عن طريق الرموز. وهذا يعني كذلك أن الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققه الجماعات البشرية ، حيث تشمل اللغة ، الدين ، الصناعة ، الفن ، العلم ، القانون ، الأخلاق .
- الثقافة الرياضية :
- الثقافة الرياضية جزء من الثقافة العامة للمجتمع، والثقافة الرياضية خلاصة ما توصل إليه المجتمع الإنساني من خبرات ثقافية ، تؤثر في مستويات النمو البدني لأعضاء المجتمع من مراحل الطفولة الأولى .
- الثقافة هي العلوم والمعارف و الفنون التي تطلب الرزانة والفتنة فيها
- تعريف محمد الهادي عفيفي ، الثقافة هي كل ماصنعه الإنسان في بيته خلال تاريخه الطويل في مجتمع معين
- تعريف محمد جواد رضا ، ان الثقافة ترمز إلى تلك الافكار والابتكارات الإنسانية المتعلقة بالدين والفن والأدب والتاريخ
- تعريف تايلور ، هي ذلك المعقد الذي يشمل المعرفة و العقيدة و الفن و الأخلاق والقانون والعادات و كل القدرات التي يكتسبها الإنسان كعضو في جماعة
- تعريف نيليز، ان الثقافة هي جميع طرائق الحياة التي طورها الإنسان في المجتمع(1)
- ويلاحظ ان مفهوم الثقافة بوجه عام يشتمل على كل النماذج السلوكية و البشرية التي تكتسب اجتماعيا ككل غالب اعضاء المجتمع البشري عن طريق الرموز ،ومن ثم يمكن القول ان الثقافة تتضمن كل ما يمكن ان تحققه المجتمعات البشرية ويشمل ذلك اللغة ،الدين،الصناعة،الفن،العلم،القانون والاخلاق.(2)
- التعريف الإجرائي: ونقصد به ثقافة المجتمع الرياضي .

(1) مذكرة ،تأثير الاعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الإتجاهات والثقافة الرياضية ،بحث نشوى إمام ابراهيم ،سنة 2003 ،ص56

(2) مرجع سابق مسعد عويس،1979،ص64

4.6 تعريف الإحترام :

لغة :

- احترَمَ يُحْتَرَمُ ، احترامًا ، فهو مُحْتَرَمٌ ، والمفعول مُحْتَرَمٌ :-
- احترامه كَرَمُه وأكبره ، هابه ، ورعى حرمتَه ، أحسن معاملته حَبًّا ومهابةً :- من مكارم الأخلاق **احترام** المرء من هم أكبر منه سنًا ، - احترم العهد والقوانين : التزم به ، - احترم التقاليد : رعاها ، - **احترام** الآخرين واجب .
 - احترم نفسه : عبارة تقال لمن يتجنب القيام بما يسيء إلى سمعته ، - تفضّلوا بقبول فائق الاحترام : عبارة تُقال في نهاية التماس أو طلب أو رجاء من مسئول أو رئيس ونحوهما ، - جديرٌ بالاحترام : يستحقّ التقدير ، - يكنّ له كلّ **احترام** : يوقّره ويكبره (1).

الإحترام إصطلاحاً:

هو أحد القيم الحميدة التي يتميز بها الإنسان، ويعبر عنه تجاه كل شيء حوله أو يتعامل معه بكل تقدير وعناية والتزام. فهو تقدير لقيمة ما أو لشيء ما أو لشخص ما، وإحساس بقيمته وتميزه، أو لنوعية الشخصية، أو القدرة، أو لمظهر من مظاهر نوعية الشخصية والقدرة. يتجلى الاحترام كنوع من **الأخلاق** أو **القيم**، كما هو الحال في المفهوم الشائع "احترام الآخرين" أو مبدأ التعامل بالمثل، لكن هنالك فرق بينة وبين عدة مصطلحات مثل "الاهتمام والاعجاب" يفضل عدم الخلط بينها... ويفضل عدم المبالغة في الاحترام حتى لا يساء الفهم.

احترام الحق أو الامتياز أو موقف متميز، أو شخص أو شيء ما له حقوق أو امتيازات؛ القبول المناسب أو المجاملة؛ احترام لحق المشتبه فيه في الاستعانة بمحام؛ اظهار الاحترام للعلم، واحترام المسنين. وكلمة **ازدراء** هي عكس كلمة احترام وتعبر تماماً عن عكس جميع ما تعنيه كلمة احترام.

اجرائياً:

ونقصد به السلوك الحسن و إحترام الغير .

(1) المعجم :اللغة العربية المعاصر، ص35 .

5 . إشكالية الدراسة :

تعتبر الرياضة من الوسائل التربوية التي تساعد الفرد على تنمية قدراته الفكرية ، البدنية ، والإجتماعية ، النفسية و الحركية و التي عرفت تطورا كبيرا في العصر الحديث . فالرياضة تعمل على نمو الفرد و كثرة نشاطه و التمرينات تكسب هذا الأخير القوة والمرونة و الجرأة و تجعله ذا مهارات حركية هو بحاجة إليها كما تعود على الطاعة و التعاون و النظام مع الآخرين و التعايش معهم ، أما بالنسبة للإعلام فقد أصبح تطوره كبيرا و واسعا من جميع المجالات و من أهم هذه المجالات الرياضة ، فالإعلام أعطاها الكثير و أثر عليها بشكل واسع و ساعدها في الوصول إلى أوج التطور و التوسع و الإنتشار .

و مما نلاحظه اليوم تعدد وسائل الإعلام هذا الأخير المتمثل في الصحف و المجالات و شاشات التلفزيون "مختلف القنوات و الحصص"، و أيضا الإذاعة و لكل وسيلة تأثيرها الخاص شكلا و مضمونا ، أما بالنسبة لتأثيرها على اللاعبين فهي مؤثرة فاللاعب يتأثر بعدة عوامل خارجية من شأنها أن تكون مؤشرا لتكوين ميولاته و تحقيق رغباته ، و ذلك عبر الأنشطة التي يمارسها ، فتساهم بدورها في ملئ فراغاته و تحقيق حاجياته النفسية منها و البدنية ، فمن خلال ممارسته لهذه النشاطات يجعل له قيمة إجتماعية تزيل عنه الحمل الثقيل الذي يحمله على عاتقه في هذه المرحلة و المتمثلة في التغيرات الهرمونية التي تطرأ على جسمه .

و لهذا يمكننا القول بأن فوائد ممارسة النشاطات الرياضية ليست بدنية فقط ، بل هي تتعدى ذلك كونها تزيل القلق ، و التوتر و غيرها من الظغوطات النفسية .

ويحتل الإعلام المحلي المسموع-الإذاعة- مركزا هاما بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، لما توظفه من تقنيات حديثة لتمرير أو بث رسائلها الإعلامية للجمهور المستهدف ، من خلال الإعلام الجوّاري الذي يمارسه .

فالبرامج الإذاعية المحلية الرياضية بولاية المسيلة التي تخاطب المستمعين المحليين في شتى الرياضات ولكل الفئات وخاصة فئة المراهقين .

ومن خلال كل هذا الطرح يتبين لنا معالجة هذا الموضوع انطلاقا من الإشكالية التالية :

— هل للإعلام الرياضي السمعي دور في نشر ثقافة الإحترام ؟

التساؤلات الثانوية :

— هل للأسلوب المستعمل من طرف مقدمي البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام ؟

— هل لضيوف البرامج الرياضية في إذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام؟

6 . أهداف الدراسة:

إن الهدف من دراستنا هذه يتمحور في عدة نقاط نذكر منها:

- دفع و تحفيز البحث في ميدان الإعلام الرياضي .
- إعطاء نظرة واضحة تكمن في قدرة الإعلام الرياضي المسموع على التأثير بالنسبة للاعب و الجمهور في إحترام البعض.
- إبراز العلاقة الوطيدة التي تربط الإعلام الرياضي المسموع بالجمهور .
- توضيح التقصير الذي يتجلى في التركيز على الرياضات الجماعية دون غيرها من الفردية.
- معرفة مدى تأثير الإعلام المسموع الرياضي على اللاعب و المستمع.
- محاولة توفير دراسات جامعية أكاديمية حول موضوع إعلامي في الجامعة.
- الوصول إلى المعارف و الحقائق العلمية حول أهمية الإعلام الرياضي و تأثيره على المستمع .

7 . أهمية الدراسة:

عرفت وسائل الإعلام بصفة عامة تطورا كبيرا في المجال الرياضي ولعبت هذه الأخيرة دورا هاما في التأثير على اللاعبين في احترامهم للجمهور ، ولقد تعرضنا إلى هذا البحث الذي تكمن أهميته في إعطاء صورة لتأثير الإعلام الرياضي السمعي بشتى طرقه ومختلف برامج على اللاعب في طريقة تعامله مع تصرفات الجماهير سواء ايجابية او سلبية حيث نحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على قدرة الإعلام الرياضي السمعي في التأثير على نفسية اللاعب و المتابع او الجمهور في حثه إن صح القول على مبادلة الإحترام بين الجميع .

8 . فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة:

قد يكون للإعلام الرياضي السمعي دور في نشر ثقافة الإحترام.

الفرضيات الجزئية

__ للأسلوب المستعمل من طرف مقدمي البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام.

__ لضيوف البرامج الرياضية في إذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الإحترام.

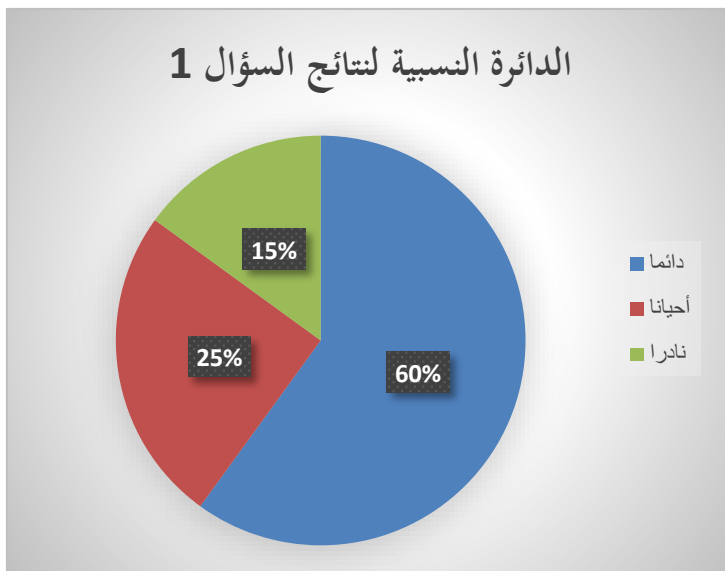
السؤال 01: هل تتابع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة؟

الغرض منه: هو معرفة مدى متابعة البرامج الرياضية.

الجدول رقم 01: يبين نسبة متابعة البرامج الرياضية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
60 %	12	دائما
25 %	5	أحيانا
15 %	3	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل رقم 1 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة 60 % من ضيوف الإذاعة دائما ما يتابعون البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة ، أما نسبة 25 % من ضيوف الإذاعة أحيانا ما يتابعون البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة، أما بقية الضيوف و المقدرة نسبتهم ب 15% من ضيوف الإذاعة نادرا ما يتابعون البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة .

ومنه نرى أن نسبة الضيوف المتابعين للبرامج الرياضية بشكل مستمر هم من يمثلون الأغلبية و هذا ما أكدده أغلب المبحوثين من خلال الإجابة ب دائما على الاستبيان وهذا يعكس اهتمامهم البالغ لمثل هذه البرامج الإذاعية .

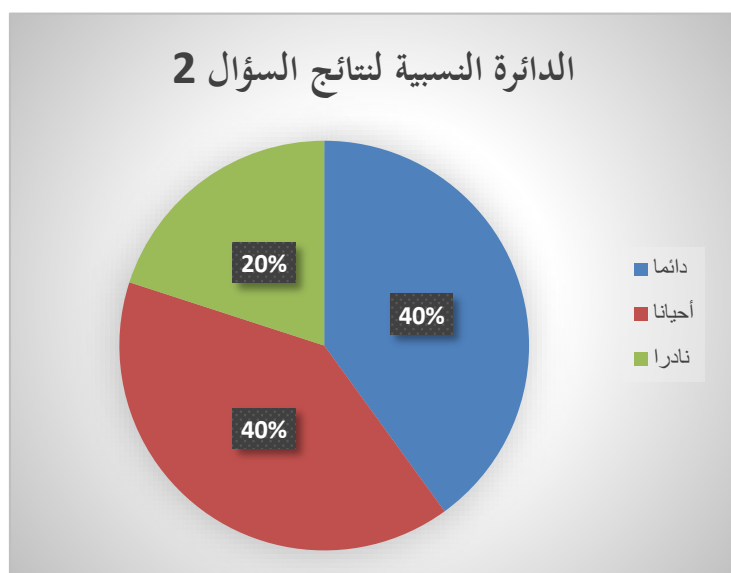
السؤال 02: هل ترى بأن هذه المواضيع تهتم بكافة الأنشطة الرياضية ؟

الغرض من السؤال: معرفة درجة إلمام البرامج الرياضية بالأنشطة الرياضية.

الجدول رقم 02: يبين مدى إهتمام البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة بأنواع الرياضات المختلفة .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
40 %	8	دائما
40%	8	أحيانا
20%	4	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 2 :



تحليل و عرض النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن نسبة 40 % من ضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة يرون بأن هذه المواضيع دائما ما تهتم بكافة الأنشطة الرياضية ، وجاء من خلال نتائج الإستبيان الذي قدمناه لهم بنفس النسبة أي 40 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن هذه المواضيع أحيانا ما تهتم بكافة الأنشطة الرياضية ، أما بقية الضيوف و التي قدرت نسبتهم ب 20 % يرون أن هذه المواضيع نادرا ما تهتم بكافة الأنشطة الرياضية .

ومنه نرى اختلاف في آراء الضيوف لإذاعة المسيلة حول اهتمامها بمختلف الأنشطة الرياضية .

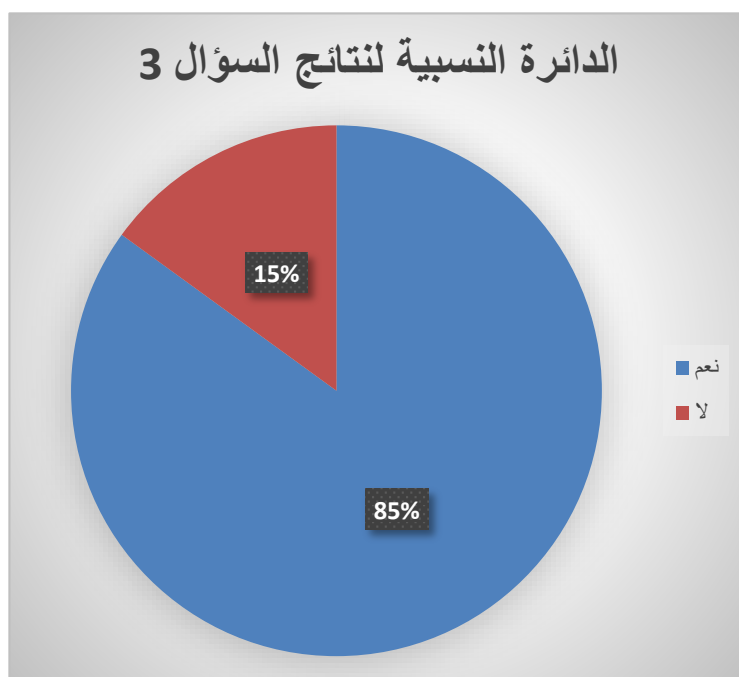
السؤال 03: هل تتوافق الأخبار و المعلومات الرياضية في البرامج الرياضية الإذاعية مع أفكارك وخبراتك؟

الغرض من السؤال :هو معرفة مدى توافق الأخبار و المعلومات في البرامج الرياضية مع أفكار الضيوف.

الجدول رقم 03: يبين مدى توافق الأخبار و المعلومات في البرامج الرياضية مع أفكار الضيوف.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
85 %	17	نعم
15 %	3	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 3 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أن نسبة 85 % من ضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة و هم الأغلبية الذين يرون أن الأخبار و المعلومات في البرامج الرياضية تتوافق مع افكارهم و خبراتهم ، وتأتي نسبة 15 % من ضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة يرون أن الأخبار و المعلومات في البرامج الرياضية لا تتوافق مع افكارهم و خبراتهم.

ومنه نرى أن أغلبية ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الأخبار و المعلومات في البرامج الرياضية تتوافق مع افكارهم و خبراتهم.

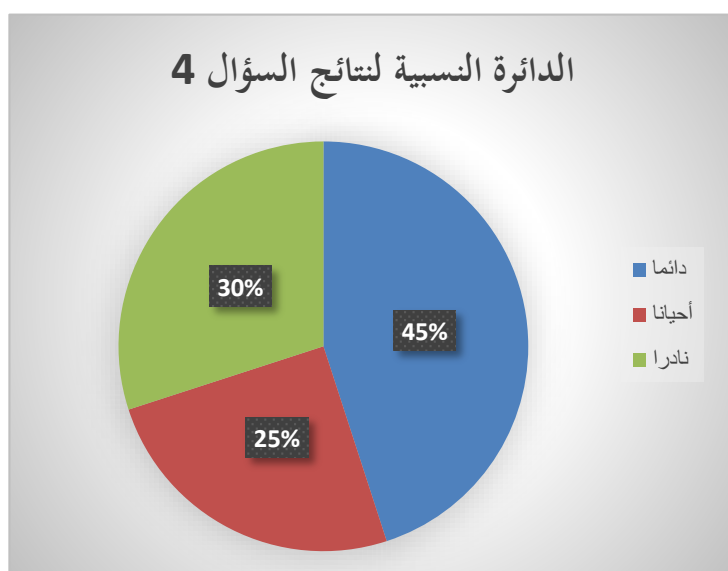
السؤال 04: هل اهداف البرامج الرياضية بالإذاعة مرتبطة بتطلعاتك وطموحاتك الخاصة؟

الغرض من السؤال : هو معرفة إن كانت المواضيع المقدمة موازية لتطلعات و طموحات الإعلاميين و ضيوف البرامج.

الجدول رقم 04: يبين مدى تماشي المواضيع الرياضية مع طموحات الإعلاميين و ضيوف البرامج .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
45 %	9	دائما
25 %	5	أحيانا
30 %	6	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 4 :



عرض و تحليل النتائج :

من خلال النتائج الموضحة في الجدول و الذي يبين بأن نسبة 45% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن أهداف البرامج الرياضية بالإذاعة دائما ما هي مرتبطة بتطلعاتهم وطموحاتهم الخاصة ، بينما كانت نسبة 30% من ضيوف البرامج الرياضية الذين يرون بأن أهداف البرامج الرياضية بالإذاعة نادرا ما هي مرتبطة بتطلعاتهم وطموحاتهم الخاصة، أما باقي النسبة والتي تقدر 25% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن أهداف البرامج الرياضية بالإذاعة أحيانا ما هي مرتبطة بتطلعاتهم وطموحاتهم الخاصة.

ومنه نرى أن النسبة الأكبر من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن بأن أهداف البرامج الرياضية بالإذاعة مرتبطة بتطلعاتهم وطموحاتهم الخاصة.

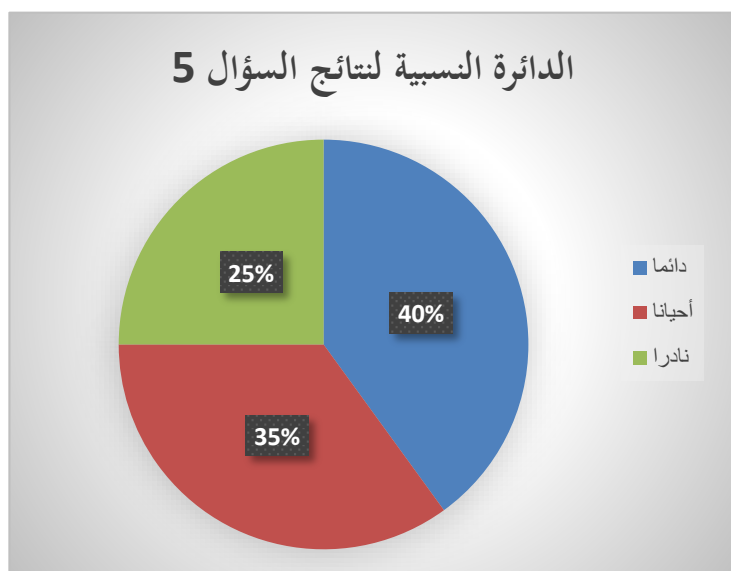
السؤال 05: هل المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تلي رغبتك ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت المواضيع الرياضية تلي رغبة المتابعين بإذاعة المسيلة .

الجدول رقم 05: يبين مدى تلبية رغبات المتابعين لإذاعة المسيلة .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
40 %	8	دائما
35 %	7	أحيانا
25 %	5	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 5 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية افراد العينة والتي قدرت نسبتهم ب 40% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن المواضيع المقدمة من خلال الإذاعة المحلية لولاية المسيلة دائما ما تلي رغبتهم ، و أما الضيوف الذين قالوا من خلال إجابتهم على الإستبيان بأن المواضيع المقدمة أحيانا ما تلي رغبتهم والتي قدرت نسبتهم ب 35 % ، أما النسبة الأقل فكانت لضيوف البرامج الذين يؤكدون بأن المواضيع المقدمة أحيانا ما تلي رغبتهم .

ومنه نرى ان النسبة الأكبر من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن المواضيع المقدمة من خلال الإذاعة المحلية لولاية المسيلة تلي رغبتهم.

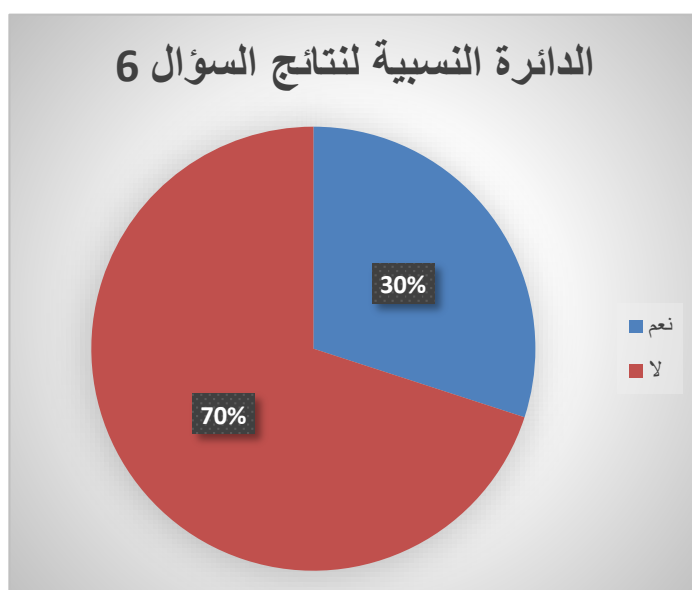
السؤال 06 : هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تساهم في اختيارك لنوع النشاط الرياضي الذي تفضله ؟

الغرض من السؤال : هو معرفة إن كانت المواضيع الرياضية بإذاعة المسيلة تساهم في إختيار الرياضة المفضلة للمستمع.

الجدول رقم 06: بين مدى تأثير الإذاعة على المستمع لإختيار الرياضة المفضلة .

نوع الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	6	30 %
لا	14	70 %
المجموع	20	100 %

الشكل 6 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية افراد العينة والمقدرة نسبتهم ب70% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن المواضيع المقدمة من خلال الإذاعة المحلية لولاية المسيلة لا تساهم في إختيار نوع النشاط الرياضي المفضل بالنسبة لهم، أما البقية منهم و التي قدرت نسبتهم ب30% يرون ان البرامج الرياضية تساهم في إختيار نوع النشاط الرياضي المفضل بالنسبة لهم.

ومنه نرى أغلبية ضيوف البرامج لا يتأثرون بالحصص في إختيارهم الرياضة المفضلة .

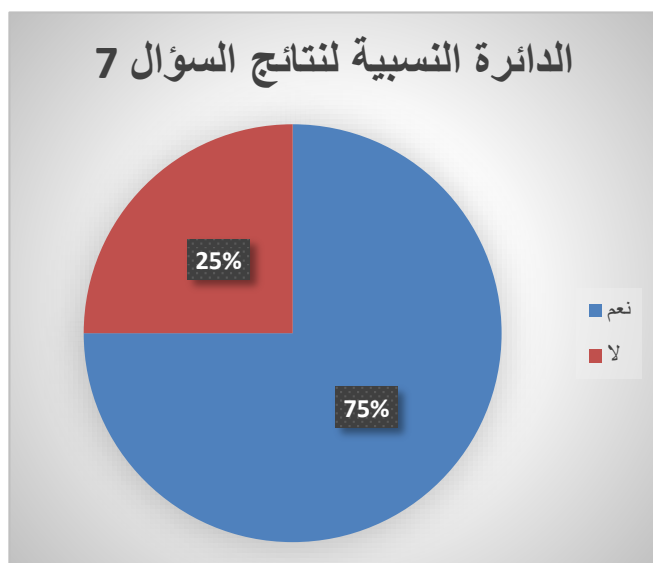
السؤال 07: هل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها ؟

الغرض من السؤال : هو معرفة إن كان الصحفي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع التي يقدمها .

الجدول رقم 07 : يبين مدى إلمام الصحفي بإذاعة المسيلة بالمواضيع المقدمة للمستمعين .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
75 %	15	نعم
25 %	5	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 7 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أن اغلب ضيوف البرامج الرياضية وقدرت نسبتهم بـ 75 % يرون ان الصحفي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها، اما نسبة 25 % فهي خاصة بالضيوف الذين يرون ان الصحفي بإذاعة المسيلة غير ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها.

ومنه نرى ان النسبة الأكبر هي للذين قناعتهم بأن الصحفي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها.

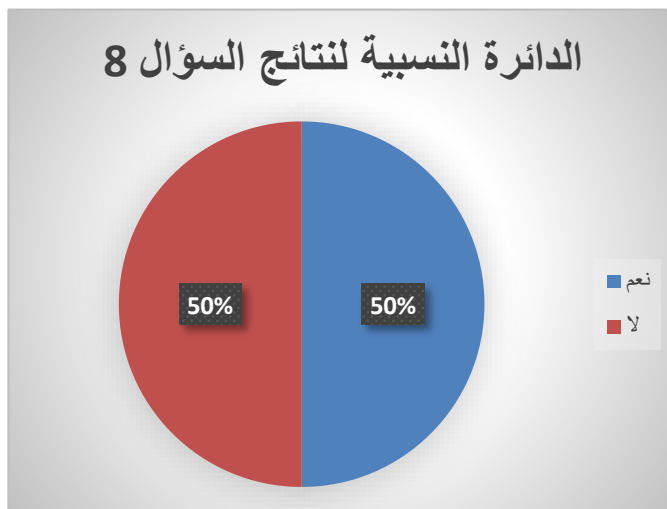
السؤال 08: هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في إختيارك لنشاط رياضي معين ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة مدى مساهمة الأسلوب الذي يستعمله الصحفي في إختيار نشاط رياضي معين.

الجدول رقم 08 : يبين نسبة تأثير أسلوب الصحفي على المستمع في إختيار رياضة معينة .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
50 %	10	نعم
50 %	10	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 8 :



عرض و تحليل النتائج :

الجدول أعلاه يبين أن ضيوف البرامج الذين لمسوا ذلك الأسلوب الذي يمكن ان يكون سبب إختيارهم لرياضة ما من خلال المواضيع الرياضية التي يقدمها الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة و قدرت نسبتهم ب 50%، بينما النصف الثاني من ضيوف البرامج يعتقدون بأن الأسلوب الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة لا يمكن ان يكون سبب إختيارهم لرياضة ما من خلال المواضيع الرياضية وكانت نسبتهم ايضا 50 %.

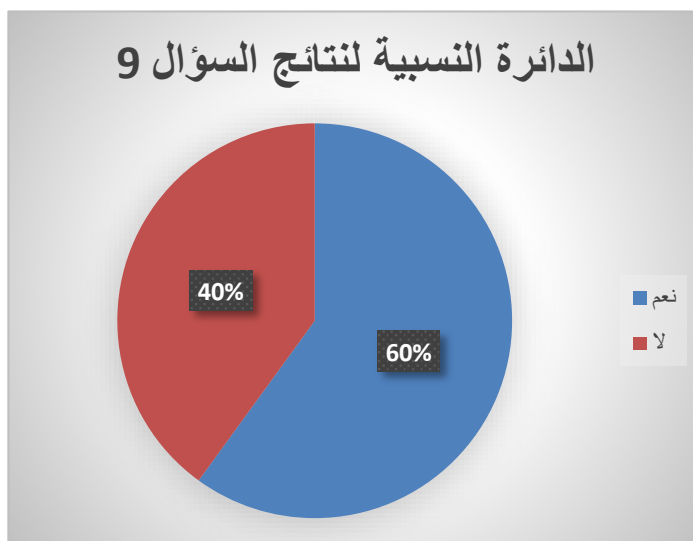
ومنه نرى ان النتجتين متساويتين فمن لديهم قناعة بان الصحفي يمكن ان يؤثر مباشرة بالمواضيع التي يقدمها على المستمع و النصف الاخر يرى العكس .

السؤال 09: هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إختيارك لنشاط بدني رياضي معين ؟
الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت المعلومات التي يقدمها الصحفي حول الرياضة مقنعة لإختيار نشاط رياضي ما .

الجدول رقم 09 : يبين نسبة القناعة بالمعلومات الرياضية التي يقدمها الصحفي بإذاعة المسيلة .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
% 60	12	نعم
% 40	8	لا
% 100	20	المجموع

الشكل 9 :



عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 60% من ضيوف البرامج الرياضية وهي الاغلبية من مجموع العينة لهم إقتناع بأن المعلومات المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إختيار النشاط البدني الرياضي للمتابع من حيث إعطاء الكم الكافي من المعلومات الحوافز و الإرشادات ، بينما نسبة 40 % يرون بأن العلوم المقدمة من طرف الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة ليست مساهمة في إختيار نشاطاتهم البدنية و الرياضية.

ومنه نرى ان النسبة الأكبر من العينة الذين لديهم إقتناع بأن بأن المعلومات المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إختيار النشاط البدني الرياضي.

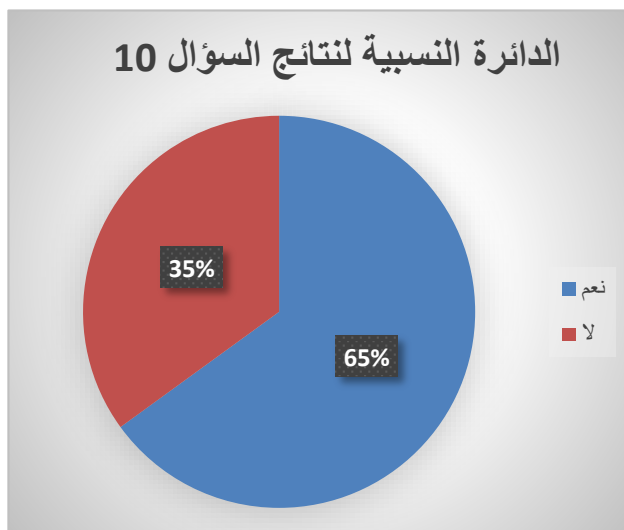
السؤال 10: هل لضيوف البرنامج الرياضي لإذاعة المسيلة له دور في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة ما مدى تأثير الضيوف على المستمع .

جدول رقم 10: يبين نسبة تأثير الضيوف في إختيار نشاط بدني معين .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
65 %	13	نعم
35 %	7	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 10 :



عرض وتحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ان نسبة 65% من افراد العينة هم من لديهم إقتناع بأنه يوجد دور لضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة في إختيار النشاط البدني الرياضي وهذا من خلال إستضافة شخصيات رياضية معروفة و لاعبين مشهورين في الميدان الرياضي و هذا ما يجعل المتابع ان يتأثر بتلك الشخصيات الرياضية و ومنه قد يختار نوع الرياضة الممارسة ، بينما نسبة 35% من افراد العينة الذين يرون انه لا يمكن ان يتاثروا بالضيوف التي تستضاف للبرامج الرياضية لإذاعة المسيلة ولا يعتقدون بأنه من الممكن ان يكون الضيف طرفا في سبب إختيار الرياضة الممارسة .

ومنه نرى ان الأغلبية يتأثرون بضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة في إختيار النشاط البدني الرياضي .

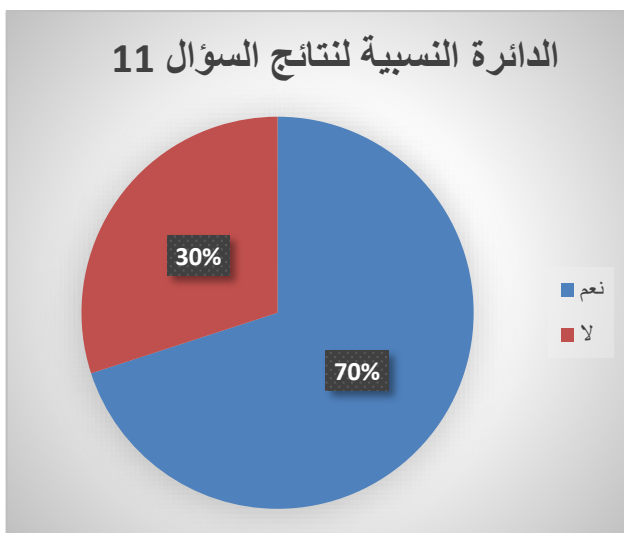
السؤال 11: هل الطريقة التي يستخدمها الصحفي في تقديمه للبرامج الرياضية تساهم في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة هل بإمكان للطريقة المستخدمة من قبل الصحفي تساهم في إختيار نشاط بدني رياضي .

الجدول رقم 11: يبين نسبة تأثير الطريقة المستعملة على المستمع .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
70 %	14	نعم
30 %	6	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 11 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن غالبية الضيوف من افراد العينة يلتمسون ذلك التأثير من خلال الطريقة التي يستخدمها الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة في تقديم البرامج الرياضية وهذا راجع إلى الأسلوب المحفز و الصحيح لتقديم البرامج الرياضية و التي قدرت نسبتهم ب 70 %، اما البقية و التي تقدر نسبتهم ب 30% اكدوا عدم إلتماسهم لذلك التأثير من خلال الطريقة التي يستخدمها الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة في تقديم البرامج الرياضية .

ومنه نرى ان الطريقة التي يستخدمها الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة يمكن ان تساهم بنسبة كبيرة في اختيار النشاط البدني الرياضي لدى المتابعين .

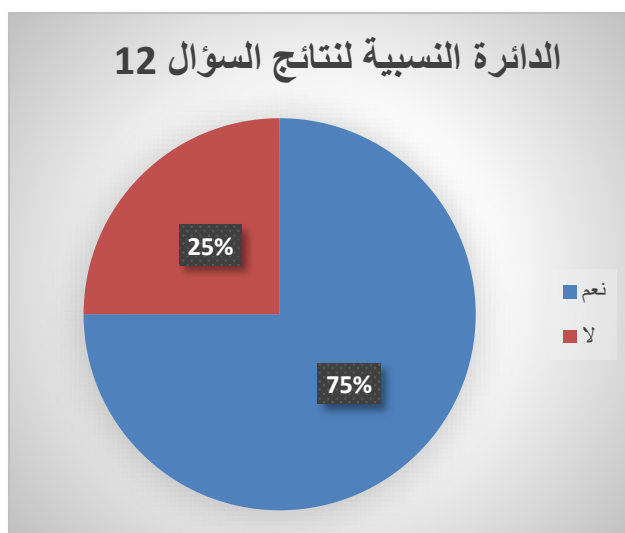
السؤال 12: في رأيك أن الصحفي في إذاعة المسيلة ينتقي مواضيع تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين؟

الغرض من السؤال: هو معرفة قدر تأثير المواضيع المقدمة من طرف الصحفي في إذاعة المسيلة في إختيار نشاط رياضي معين.

جدول رقم 12: هو معرفة قدر تأثير المواضيع المقدمة من طرف الصحفي في إذاعة المسيلة في إختيار نشاط رياضي معين.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
75 %	15	نعم
25 %	5	لا
100 %	20	المجموع

الشكل رقم 12:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن غالبية الضيوف من افراد العينة بنسبة 75 % يرون أن الصحفي في إذاعة المسيلة ينتقي مواضيع تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين و هذا من خلال متابعتهم الدائمة للبرامج الرياضية بإذاعة المسيلة ويرجع ذلك لتألق الصحفي الرياضي ،اما الذين يرون بان الصحفي في إذاعة المسيلة ينتقي مواضيع لا تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين قدرت نسبتهم ب 25% .

ومنه نرى من لديهم إقتناع بالمواضيع التي تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين هم الغالبية من العينة.

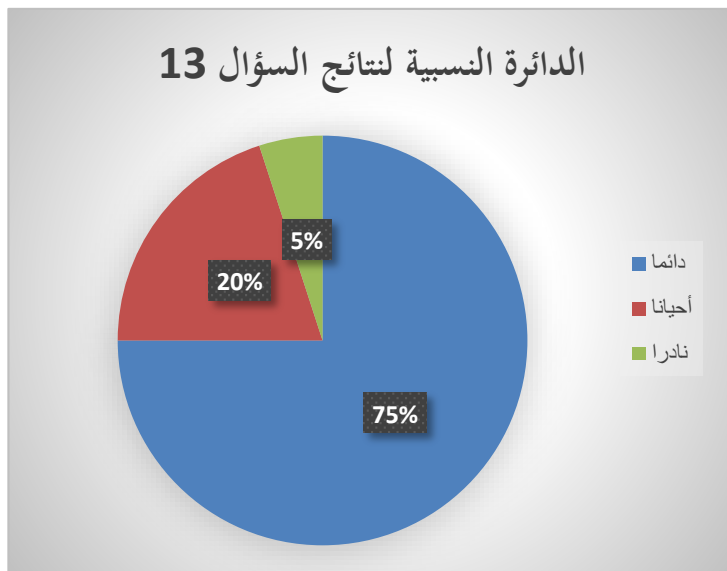
السؤال 13: هل تقدم لك الإذاعة معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي لديك ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت المعلومات في إذاعة المسيلة كافية لزيادة الوعي الرياضي للمستمع.

جدول رقم 13: يبين مدى إشباع المستمع بالمعلومات حول الوعي الرياضي .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
75 %	15	دائما
20 %	4	أحيانا
5 %	1	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل رقم 13 :



عرض و تحليل النتائج:

الجدول أعلاه يبين أن نسبة 75% من العينة يؤكدون ان الإذاعة دائما ما تقدم لهم المعلومات الكافية لزيادة الوعي الرياضي، و نسبة 20 % من العينة هم من يرون بأن الإذاعة أحيانا ما تقدم لهم المعلومات الكافية لزيادة الوعي الرياضي، اما الأقلية بنسبة 5% اقروا بانه نادرا ما تقدم لهم المعلومات الكافية لزيادة الوعي الرياضي.

ومنه نرى ان الأغلبية تؤكد ان ماتقدمه الإذاعة كافي لزيادة الوعي الرياضي .

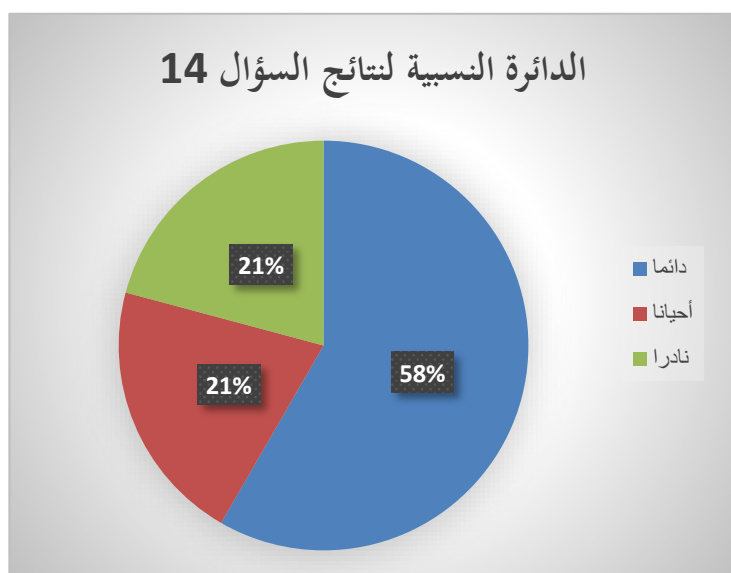
السؤال 14: هل تعكس البرامج الرياضية الإذاعية قيم وعادات الجمهور؟

الفرض منه: هو معرفة إنعكاس البرامج الرياضية على عادات وقيم الجمهور.

الجدول رقم 14: يبين نسب تجاوب الجمهور مع البرامج الرياضية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
70 %	14	دائما
25 %	5	أحيانا
5 %	1	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل رقم 14 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 70 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون ان البرامج الرياضية الإذاعية دائما ما تعكس قيم وعادات الجمهور ، اما 25% من ضيوف البرامج الرياضية يرون ان البرامج الرياضية الإذاعية أحيانا ما تعكس قيم وعادات الجمهور، و البقية بنسبة قدرها 5% من ضيوف البرامج الرياضية يرون ان البرامج الرياضية الإذاعية نادرا ما تعكس قيم وعادات الجمهور.

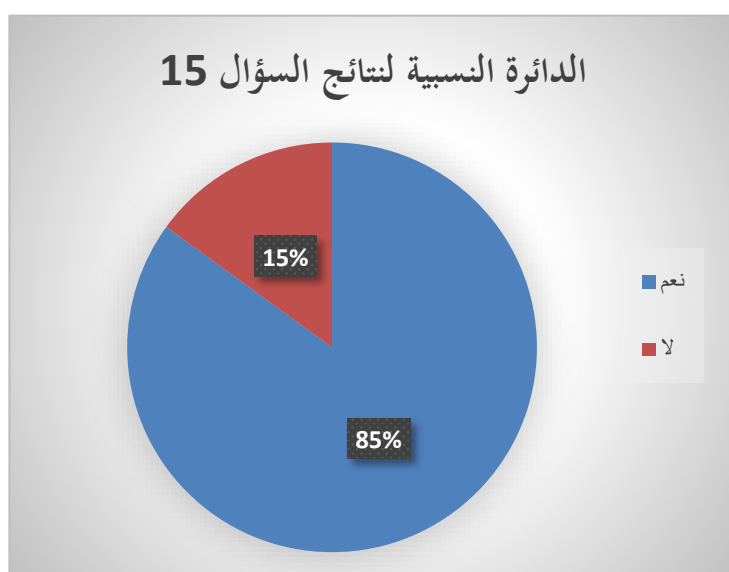
السؤال 15: هل لديك مقترحات لبرامج رياضية إذاعية؟

الغرض من السؤال: معرفة إن توجد إقتراحات من قبل ضيوف البرامج الرياضية لإذاعة المسيلة.

الجدول رقم 15: يبين نسبة الضيوف الذين لديهم إقتراحات لبرامج رياضية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
85 %	17	نعم
15 %	3	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 15 :



تحليل و عرض النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية الضيوف و الإعلاميين بنسبة قدرها 85% لديهم مقترحات لبرامج رياضية إذاعية و يودون إقتراح بعض الإضافات، بينما جاءت الإجابة ب لا في الإستبيان لباقي افراد العينة وقدرت نسبتهم ب 15% اي ليست لديهم اي إقتراحات لبرامج رياضية.

ومنه نرى النسبة الأكبر من الضيوف والشخصيات الرياضية لديهم إقتراحات لبرامج رياضية و مستعدين لتقديم إضافات من خلال البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة .

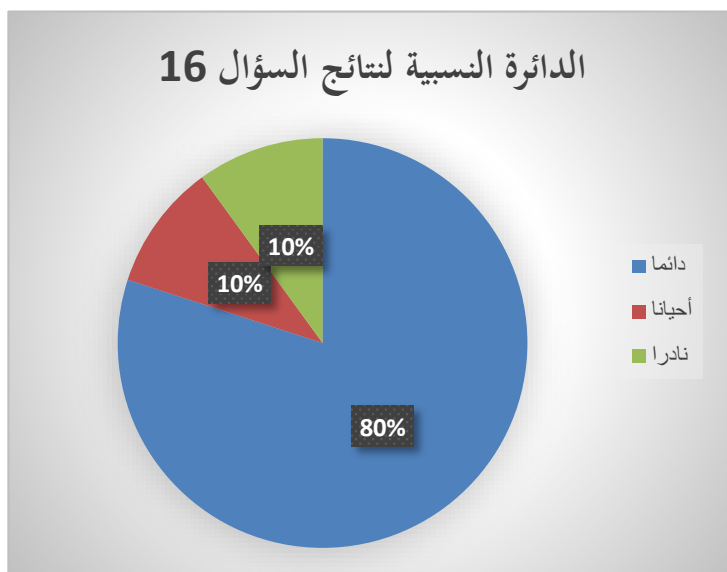
السؤال 16: هل ترى بأن المواضيع المقدمة تهتم بالرياضة التي تمارسها ؟

الغرض من السؤال :هو معرفة مدى إهتمام هذه المواضيع بكافة الأنشطة الرياضية.

الجدول رقم 16: يبين مدى إهتمام المواضيع بكافة الأنشطة الرياضية.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
80 %	16	دائما
10 %	2	أحيانا
10 %	2	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 16 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أن نسبة 80% من ضيوف البرامج الرياضية و هم الأغلبية الذين يرون أن هذه المواضيع تهتم دائما بكافة الأنشطة الرياضية ،وتأتي نسبة 10% من ضيوف البرامج الرياضية الذين يعتقدون أن هذه المواضيع تهتم أحيانا بكافة الأنشطة الرياضية ،و بنفس النسبة اي 10% ضيوف البرامج الرياضية الذين يعتقدون أن هذه المواضيع تهتم نادرا بكافة الأنشطة الرياضية.

ومنه نرى أن أغلبية ضيوف البرامج الرياضية يرون أن المواضيع تهتم دائما بكافة الأنشطة الرياضية.

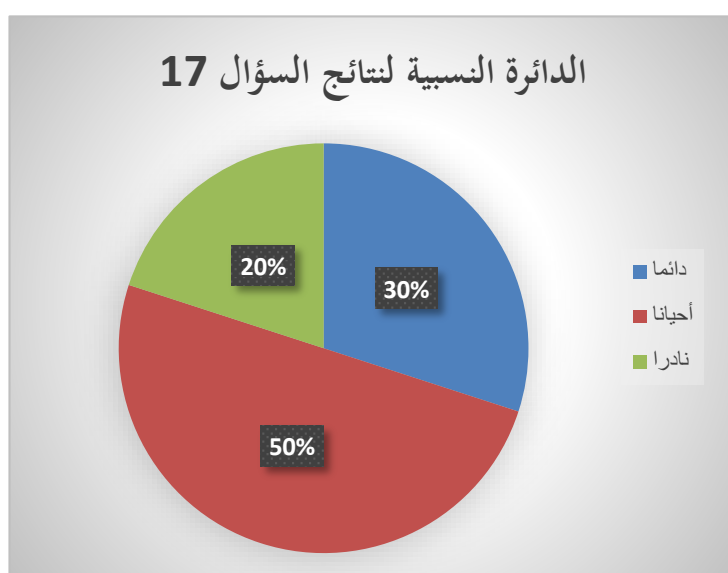
السؤال 17: هل الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافى للاكتساب الأخبار والمعلومات المقدمة ؟

الغرض من السؤال : هو معرفة إن كانت البرامج الرياضية المقدمة كافية لنشر الأخبار و المعلومات.

الجدول رقم 17: يبين مدى إشباع البرامج الرياضية بالأخبار و المعلومات .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
30%	6	دائما
50%	10	أحيانا
20%	4	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 17 :



عرض و تحليل النتائج :

من خلال الجدول و الذي يبين بأن نسبة 50 % من ضيوف البرامج يرون بأن الوقت المخصص للبرامج الرياضية أحيانا ما يكون كافى للاكتساب الأخبار والمعلومات ، بينما كانت نسبة 30% من ضيوف البرامج يرون بأن الوقت المخصص للبرامج الرياضية دائما ما يكون كافى للاكتساب الأخبار والمعلومات ، اما نسبة 20% من ضيوف البرامج يرون بأن الوقت المخصص للبرامج الرياضية نادرا ما يكون كافى للاكتساب الأخبار والمعلومات .

ومنه نرى أن النسبة الأكبر لضيوف البرامج الذين يرون بأن الوقت المخصص للبرامج الرياضية أحيانا ما يكون كافى للاكتساب الأخبار والمعلومات.

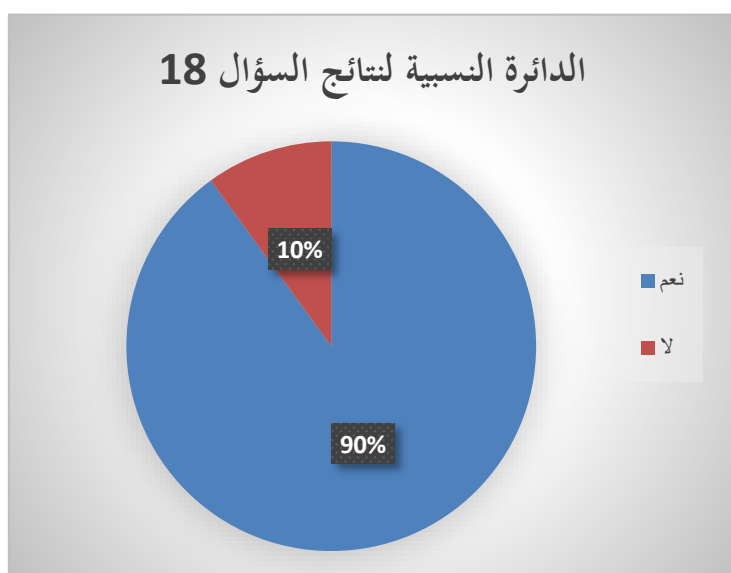
السؤال 18: هل تقوم الإذاعة بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب و ظاهرة الإعتداء على الغير ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت الإذاعة تقوم بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب و ظاهرة الإعتداء على الغير .

الجدول رقم 18: يبين نسبة الدور التي تقوم به الإذاعة للحد من ظاهر العنف في الملاعب .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
90 %	18	نعم
10 %	2	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 18 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية افراد العينة والتي قدرت نسبتهم ب 90% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن الإذاعة تقوم بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب و ظاهرة الإعتداء على الغير، و أما الضيوف الذين قالوا من خلال إجابتهم على الإستبيان بأن الإذاعة لا تقوم بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب و ظاهرة الإعتداء على الغير قدرت نسبتهم ب 10 % فقط .

ومنه نرة بأن أغلبية افراد العينة يرون بأن الإذاعة تقوم بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب و ظاهرة الإعتداء على الغير و تقوم بالتوعية من خلال البرامج الرياضية .

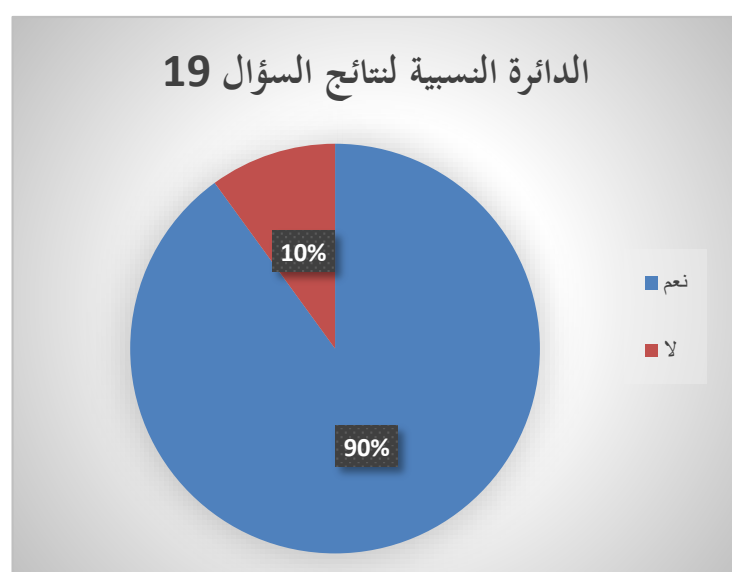
السؤال 19 : هل تؤثر البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور؟

الغرض من السؤال : هو معرفة مدى تأثير البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور.

الجدول رقم 19: بين نسبة تأثير البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور .

نوع الإجابة	التكرار	النسبة %
نعم	18	90 %
لا	2	10 %
المجموع	20	100 %

الشكل 19 :



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة والمقدرة نسبتهم ب 90% من ضيوف البرامج الرياضية قالو من خلال الإستمارات التي وزعناها لهم بأنه يوجد تأثير البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور، اما الفئة الثانية من ضيوف البرامج الرياضية و التي قدرت نسبتهم ب 10 % يرون بأنه لا يوجد تأثير البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور . ومنه نرى أغلبية ضيوف البرامج الرياضية أكدوا بأنه يوجد تأثير البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور.

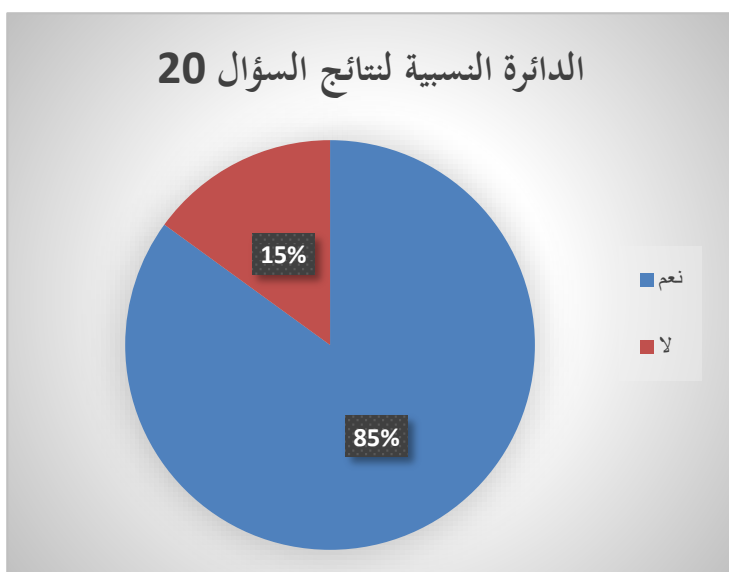
السؤال 20: هل تبث الإذاعة برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور؟

الغرض من السؤال : هو معرفة كانت الإذاعة تبث برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور.

الجدول رقم 20 : يبين نسبة المواضيع الرياضية لتوضيح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
85 %	17	نعم
15 %	3	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 20:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أن النتائج التي تحصلنا عليها بعد جمع الإستبيان الذي جاء بنسبة 85 % من ضيوف البرامج الرياضية الذين يرون بأن الإذاعة تبث برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور، أما 15% فكانت نسبة ضيوف البرامج الرياضية الذين يرون بأن الإذاعة لا تبث برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور. ومنه نرى الأغلبية من افراد العينة يرون بأن الإذاعة تبث برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور.

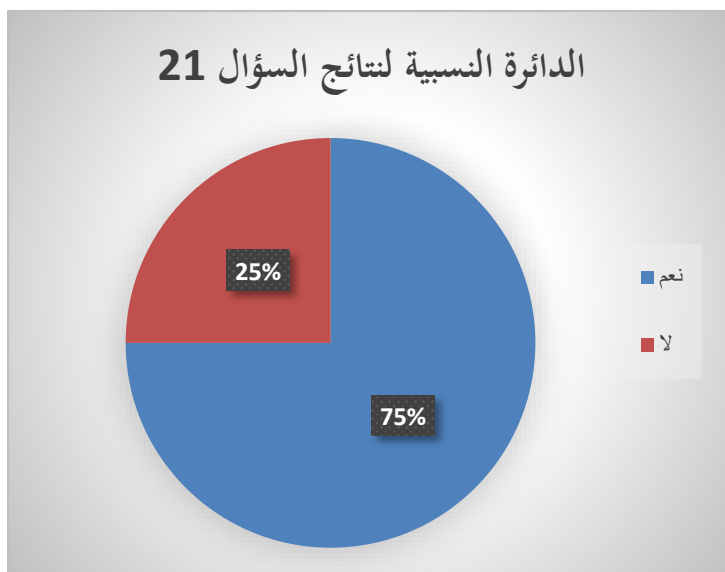
السؤال 21: هل ترى ان البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية.

الجدول رقم 21: يبين نسبة المقتنعين بأن البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
75 %	15	نعم
25 %	5	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 21:



عرض و تحليل النتائج :

الجدول أعلاه يبين أن ضيوف البرامج الرياضية الذين لمسوا ان البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية نسبتهم قدرت ب 75 % ،بينما النصف الثاني من ضيوف البرامج الرياضية يعتقدون البرامج الرياضية غير مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية وكانت نسبتهم 25 %.

ومنه نرى ان أغلبية افراد العينة مقتنعون بان البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية .

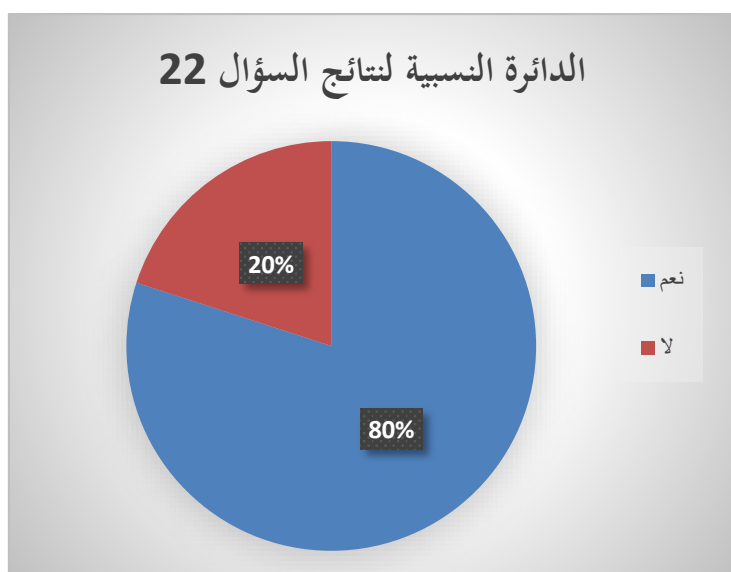
السؤال 22: هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كان المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

الجدول رقم 22: يبين نسبة تأثير المواضيع الرياضية ومساهمتها في ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
80 %	16	نعم
20 %	4	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 22:



عرض وتحليل النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 80 % من ضيوف البرامج الرياضية هم من يرون بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور، بينما نسبة 20 % من افراد العينة يرون بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة لا تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

ومنه النسبة الأكبر من العينة كان إقتناعهم بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

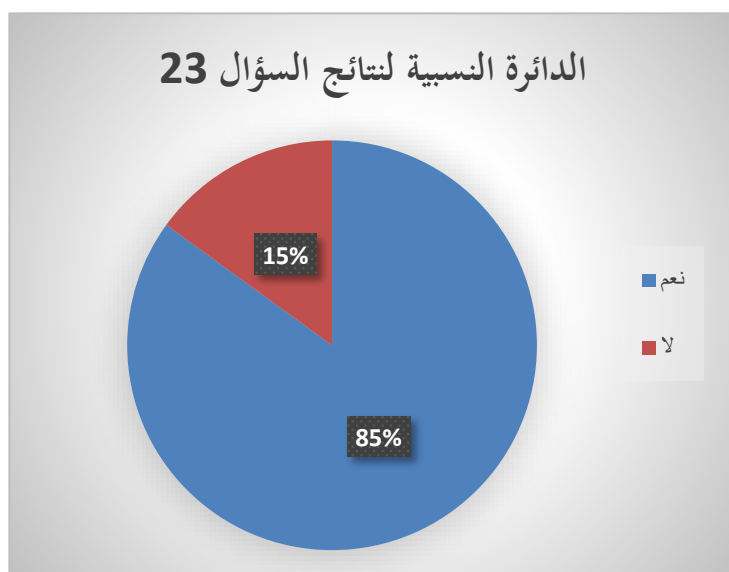
السؤال 23: هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في توعية الجمهور المتابع ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كان الأسلوب المستعمل من قبل الصحفي الرياضي يساهم في توعية الجمهور.

جدول رقم 23: يبين نسبة تأثير الأسلوب المستعمل من قبل الصحفي الرياضي في توعية الجمهور المتابع .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
85 %	17	نعم
15 %	3	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 23:



عرض وتحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن نسبة 85 % وهي الاغلبية من مجموع العينة لهم إقتناع بأن الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في توعية الجمهور المتابع من حيث إعطاء الكم الكافي من المعلومات و الإرشادات، وبالمقابل نجد البعض من ضيوف البرامج الرياضية التي هي نسبتهم تقدر بـ 15% يرون بأن الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي لا يساهم في توعية الجمهور المتابع لإذاعة المسيلة .

و منه نرى ان الأغلبية من الضيوف لهم إقتناع بأن الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي لإذاعة المسيلة يساهم في توعية الجمهور المتابع من خلال البرامج الرياضية .

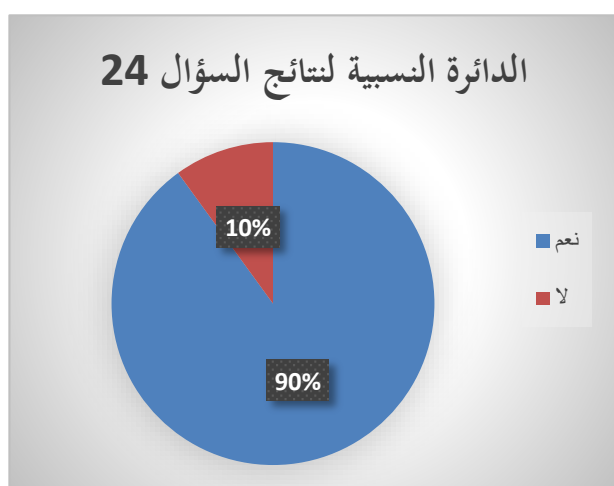
السؤال 24: هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور؟

الغرض من السؤال: هو معرفة هل بإمكان المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

الجدول رقم 24: يبين نسبة إمكانية مساهمة المعلومات الرياضية لإرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
90 %	18	نعم
10 %	2	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 24:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ان نسبة 90 % من أفراد العينة هم من لديهم إقتناع بأن المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور، أما البقية من ضيوف البرامج الرياضية و بنسبة 10 % يرون بانه لا يمكن للمعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي أن تساهم في إرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

ومنه نرى أن الأغلبية من أفراد العينة هم من لديهم إقتناع بأن المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتتبع على ضرورة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

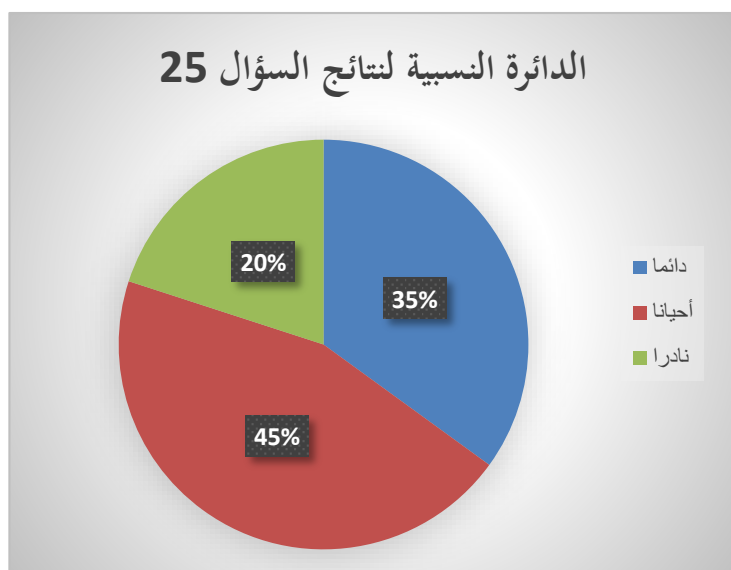
السؤال 25: هل لضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة له دور في تغيير سلوك الجمهور الرياضي؟

الغرض من السؤال: هو معرفة مدى تأثير ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي.

جدول رقم 25: يبين مساهمة نسبة ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
45%	9	دائما
35%	7	أحيانا
20%	4	نادرا
100%	20	المجموع

الشكل 25:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من ضيوف البرامج الرياضية بنسبة 45% يرون انه دائما ما يؤثر ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي، أما من يرون بأنه أحيانا ما يؤثر ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي تقدر نسبتهم ب 35 % ، والبقية بنسبة 20 % من افراد العينة يرون بأنه نادرا ما يؤثر ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي .

ومنه نرى بأن كل فئة لديها قناعتها الخاصة حول مدى تأثير ضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة في تغيير سلوك الجمهور الرياضي .

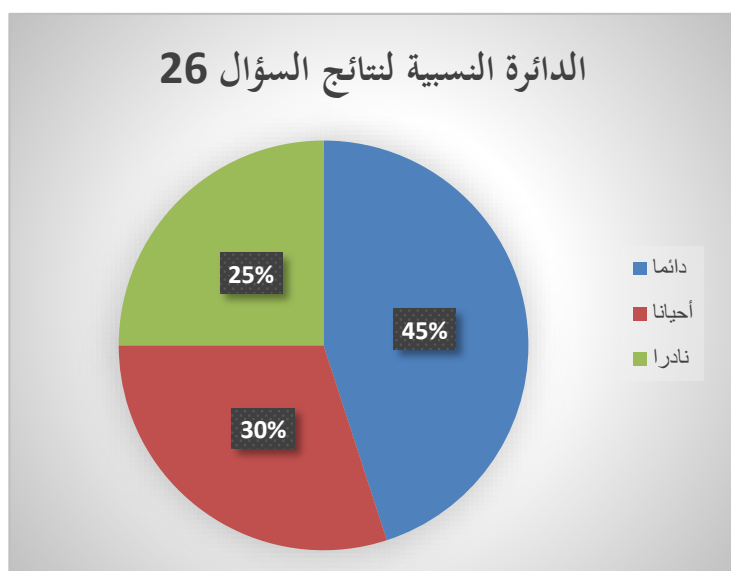
السؤال 26: في رأيك أن الصحفي في الإذاعة ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين؟

الغرض من السؤال: هو معرفة مقدار تأثير المواضيع الرياضية في شخصية الجمهور و اللاعبين.

جدول رقم 26: يبين نسبة تأثير المواضيع الرياضية في شخصية الجمهور و اللاعبين .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
45%	9	دائما
30%	6	أحيانا
25%	5	نادرا
100 %	20	المجموع

الشكل 26:



عرض و تحليل النتائج:

الجدول أعلاه يبين أن نسبة 45% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بان الصحفي في إذاعة المسيلة دائما ما ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين وتأتي نسبة 30 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون بان الصحفي في إذاعة المسيلة أحيانا ما ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين ،اما البقية بنسبة 25% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بان الصحفي في إذاعة المسيلة نادرا ما ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين .

ومنه نرى الأغلبية من العينة يرون بان الصحفي في إذاعة المسيلة دائما ما ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين.

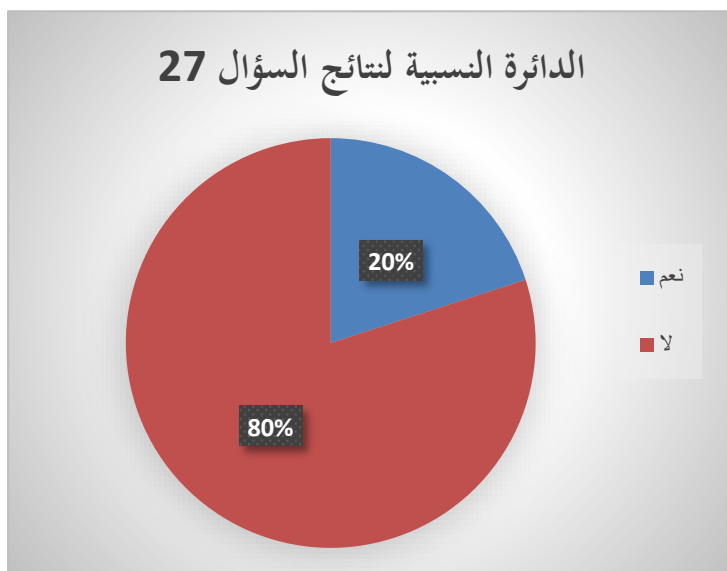
السؤال 27: هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية ؟

الغرض منه: هو معرفة إن كانت الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية.

الجدول رقم 27: يبين نسبة نشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية من خلال الحصص الإذاعية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
20 %	4	نعم
80 %	16	لا
100 %	20	المجموع

الشكل رقم 27:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 80 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية ، اما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 20% من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية .

ومنه نرى أن نسبة كبيرة من العينة يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية .

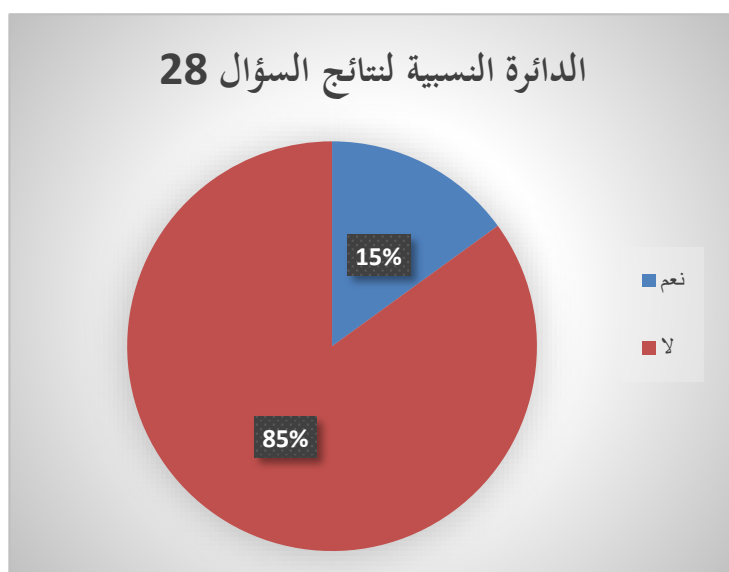
السؤال 28: هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين ؟

الغرض من السؤال: معرفة إن كانت الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين.

الجدول رقم 28: يبين نسبة نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين من خلال الحصص الإذاعية .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
15 %	3	نعم
85 %	17	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 28:



تحليل و عرض النتائج:

من خلال نتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 85 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين ، اما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 15% من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين.

ومنه نرى أن نسبة كبيرة من العينة يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين .

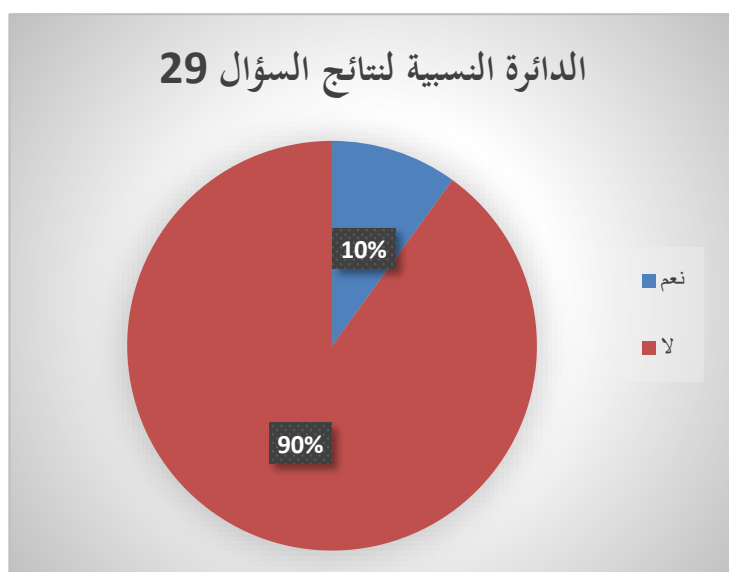
السؤال 29: هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة إن كانت الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

الجدول رقم 29: يبين نسبة نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور خلال الحصص الإذاعية.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
10%	2	نعم
90%	18	لا
100%	60	المجموع

الشكل 29:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 90 % من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ، اما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 10% من ضيوف البرامج الرياضية يرون أن الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

ومنه نرى أن نسبة كبيرة من العينة يرون أن الحصص الإذاعية غير كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور.

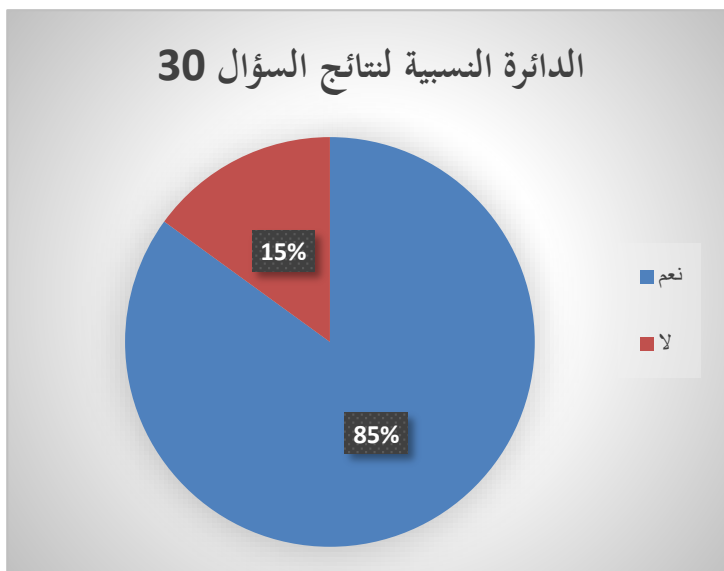
السؤال 30: هل تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري ؟

الغرض من السؤال : هو معرفة مدى الإهتمام بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري.

الجدول رقم 30: يبين نسبة الإهتمام بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري .

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
85 %	17	نعم
15 %	3	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 30:



عرض و تحليل النتائج :

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ان نسبة 85 % من أفراد العينة هم من لديهم إقتناع بأن الإذاعة تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري، أما البقية من ضيوف البرامج الرياضية و بنسبة 15 % يرون بأن الإذاعة لا تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري .

ومنه نرى أن الأغلبية من أفراد العينة هم من لديهم إقتناع بأن الإذاعة تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري .

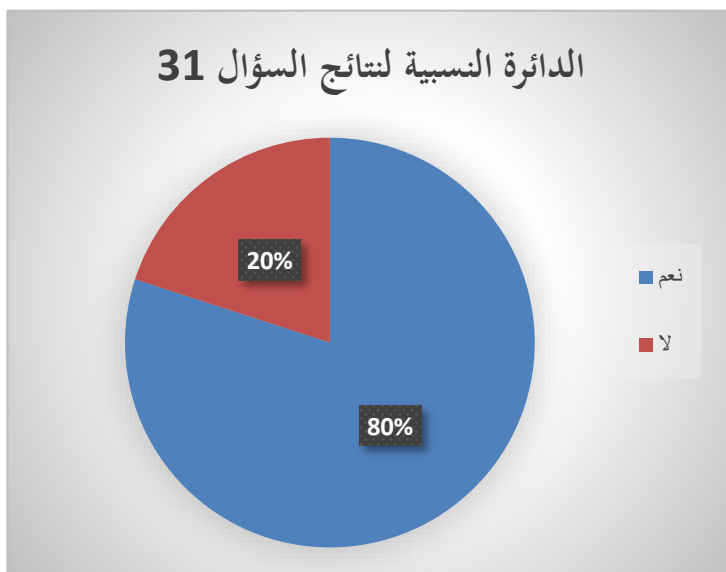
السؤال 31: هل ترى ان الإذاعة تساهم في نشر الثقافة الرياضية ؟

الغرض من السؤال: هو معرفة مدى مساهمة الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية.

الجدول رقم 31: يبين نسبة مساهمة الإذاعة في نشر الثقافة الرياضية.

النسبة %	التكرار	نوع الإجابة
80 %	16	نعم
20 %	4	لا
100 %	20	المجموع

الشكل 31:



عرض و تحليل النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية افراد العينة والتي قدرت نسبتهم ب 80% من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن الإذاعة تساهم في نشر الثقافة الرياضية، و أما ضيوف البرامج الرياضية الذين قالوا من خلال إجابتهم على الإستبيان بأن المواضيع المقدمة بالإذاعة لا تساهم في نشر الثقافة الرياضية قدرت نسبتهم ب 20 % .

ومنه نرى ان النسبة الأكبر من ضيوف البرامج الرياضية يرون بأن الإذاعة تساهم في نشر الثقافة الرياضية .

1. مناقشة و تفسير النتائج :

• مناقشة و تفسير الفرضية الأولى :

من أجل تحقيق الفرضية الأولى والتي افترضنا فيها أن للأسلوب المستعمل من طرف مقدمي البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام.

ومن خلال الإجابات والاستنتاجات التي تحصلنا عليها من طرف العينة و الممثلة في الجداول ، يتضح لنا بأن الضيوف المستجوبين راضين على الأسلوب المستعمل من طرف مقدمي البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة وهذا حسب النتائج المتحصل عليها.

يرى الضيوف و الإعلاميين بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الاحترام بين اللاعبين و الجمهور و هذا راجع إلى المواضيع الحساسة التي يقتنيها الصحفي من خلال الحصص المقدمة بإذاعة المسيلة .

أجمع أغلبية الضيوف المستجوبين على أن المتابعة و الإستماع للمواضيع الرياضية في إذاعة المسيلة تجعلك تختار وترغب في ممارسة نشاط بدني رياضي معين.

كانت النتائج متوقعة خاصة في ظل الارتباط القوي بين طبيعة الأسئلة ، وهذا يعكس حقيقة وضع هذا الإستبيان الذي يختبر صدق المستجوب.

مما سبق ومن معطيات الجداول نجد بأن البرامج الرياضية التي تقدمها إذاعة المسيلة تساهم بنسبة جد معقولة على استشارة دافعية الجمهور واللاعبين و توجههم نحو نشاط بدني رياضي معين ، بالإضافة إلى تغير في سلوكياتهم و تصرفاتهم بشكل إيجابي و بث روح الاحترام المتبادل .

توصلنا الى أن هناك نسبة كبيرة تفاعلت إيجابيا مع الفرضية المطروحة ومنه نؤكد صحة هذه الفرضية، وهذا راجع الى صغر العينة وعلى العموم نرجع ذلك الى تطور الأداء الإذاعي ومواقبته للأحداث الرياضية من حيث الطريقة والعرض.

• مناقشة وتفسير الفرضية الثانية:

في هذه الفرضية والتي افترضنا بأن لضيوف البرامج الرياضية في إذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام وإنما بعد عرض وتفحص النتائج المسجلة في الجداول .

نرى أن الضيوف و الإعلاميين المستجوبين يكون انطباعا جيدا على العموم للصحفيين العاملين في إذاعة المسيلة من عدة جوانب مثلا لطريقة ، و المعلومات التي يقدمها الصحفي الرياضي.

ومن هذا نستنتج أن الصحفي يحتل مكانة مرموقة ومميزة لدى مستمعي إذاعة المسيلة، ويرونه عامل مهم للجذب و الإستشارة.

امتدادا لما تم التطرق اليه سلفا فإن المواضيع التي يتتبعها الصحفي لاقت ترحيبا من قبل الضيوف.

نجد بأن أسلوب الصحفي الرياضي له عامل مهم في تأثيره على المراهقين في نشر ثقافة الإحترام المتبادل .

رقت الضيوف الرياضية التي استضافها الصحفي بإذاعة المسيلة لتحقيق رضى المتابعين وذلك لأن غالبية النسبة من الشخصيات الرياضية تساهم في التأثير على المتابع الوفي للإذاعة في اختيار نشاطاتهم البدنية والرياضية و في نشر ثقافة الإحترام المتبادل .

توصلنا الى ان هذا الأخير يؤثر بنسبة كبيرة وهذا بفضل أداء الصحفي وتمكنه عموما ومذيعي إذاعة المسيلة خاصة في ضل نخبة من الإطارات المختصة تلقوا تكوينهم العالي (الجامعي) وهذا وفق القول الشائع "الرجل المناسب في المكان المناسب".

15 . استنتاجات عامة:

بالنظر إلى الدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام الرياضية في التأثير على المتابع بصفة عامة في إختيار تخصصه الرياضي المناسب و بث ثقافة الإحترام المتبادل .

و من خلال النتائج الخاصة بالإستبيان و غيرها الخاصة بمناقشة وتفسير الفرضيات ، توضح أن الإعلام الرياضي وبشتى أنواعه قد أثر بنسبة معينة تقريبا كما إفترضناه ، و هذا ما يؤكد الفرضية العامة، و التي قلنا فيها أنه قد يكون للإعلام الرياضي السمعى دور في نشر ثقافة الإحترام ، كما وجدنا أن أغلب أفراد العينة يتابعون الإذاعة الجزائرية من المسيلة ، وهذا راجع إلى المواضيع الهادفة التي يطرحها الصحفي بإذاعة الحضنة ، وهذا ما يجد فئة محترمة للإهتمام بمثل هذه المواضيع التي من خلالها يحاول الإعلامي و ضيوف البرامج الرياضية نشر ثقافة الإحترام .

و هذا ما أكدته الدراسة السابقة ، و يمكن تبرير هذا التأكيد بعدة أسباب يمكن حصرها في مايلي:

- قد يكون صغر حجم العينة ، و المجال المكاني المختار، سببا في هذا التأكيد ، لأنه ربما لو أجرينا الدراسة في أكثر من منطقة، لكانت النتائج مختلفة.

- سبب آخر و هو عقلية أفراد العينة و كفاءتهم العلمية و مرحلتهم العمرية التي تسمح بالتركيز، و التفكير المنطقي ، وذلك لما يعيشونه في مختلف الميادين .

لذا هم يؤيدون زيادة الوعي الثقافى و مساعدة الإعلام الرياضي التثقيفى ،الذي يزيدهم وعيا و إدراكا في مختلف أوساط المجتمع ، و من خلاله يعم الإحترام المتبادل و نشر ثقافة الإحسان للغير .
وهذه الدراسة هي نقطة بداية ومنطلق لبحوث تجرى في الجامعات والمعاهد في المستقبل.

16 . إقتراحات:

كانت دراستنا لهذا الموضوع دراسة متواضعة و في حدود الإمكانيات المتوفرة لنا كما أردنا أن تكون هذه الدراسة نقطة بداية لبحوث أخرى في هذا المجال الواسع و الكبير لكونه يمس مستقبلنا خاصة و مستقبل الأمة عامة خاصة في المجال الرياضي و على ضوء النتائج المتحصل عليها من خلال دراستنا الميدانية ، تتجلى لنا بعض الإقتراحات و التوصيات التي يمكن إعتبارها حلول مستقبلية و من بينها نجد:

* وضع سياسة إعلامية رياضية تعتمد على أسس علمية مدروسة .

- * النهوض بالبرامج الإعلامية الرياضية من خلال التلفزة الوطنية كما و نوعا.
- * أخذ بعين الإعتبار أذواق المشاهدين و إتجاهاتهم و ميولهم لمختلف الرياضات خاصة الفردية منها.
- * إنشاء حصص و برامج رياضية إضافية تهتم بتغطية الرياضات الفردية و الجماعية معا.
- * مراعات التوقيت المناسب الذي يكون في صالح المراهقين خاصة و ذلك لبث الحصص والبرامج الرياضية حيث تكون هذه الحصص راقية تلبي حاجة المراهقين الرياضيين .
- * توفير الإمكانيات المادية للوسائل الإعلامية لكي تعدل من أجل إعلام رياضي فعال و ناجح.
- * أن تعمل الوسائل الصحفية عامة على تثقيف المتابع و توعيته لكي يتحلى بصفة الإحترام .

17 . الأفاق المستقبلية في الدراسة

- تكثيف التربصات الميدانية في الإذاعات بمختلف أقسامها .
- الإكثار من المطبوعات و توزيعها على التلاميذ في كافة المستويات تحت على ضرورة الإهتمام بالإعلام بصفة عامة .
- إقتراح فتح مخبر في المعهد يختص في الإعلام الرياضي .
- الزيارات الميدانية للطلبة من خلال التربصات الميدانية إلى مختلف وسائل الإعلام .

18 . المراجع المعتمدة في الدراسة :

الرقم	اسم المرجع
1	أديب حضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية المباريات الرياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا تحرير الأخبار الرياضية، المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر . 1994. ص82
2	أديب حضور ، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية مباريات رياضية صحفيا وإذاعيا وتلفزيونيا، تحرير الأخبار الرياضية – المكتبة الإعلامية ، القاهرة، مصر 1994 ص85-86
3	أسامة كامل راتب، النشاط البدني و الإسترخاء ، دار الفكر العربي ،الطبعة الأولى ،مصر 2004م، ص29.
4	أيمن أنور الخولي ،أصول التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية ،مصر 1996م، ص28
5	أيمن أنور الخولي ،محمد الحماحي ،أسس بناء التربية الرياضية ،دار الفكر العربي، الطبعة الثانية،مصر 1990م ، ص17-18.
6	ثائر أحمد غباري،د.خالد محمد أبو شعيرة ،سيكلوجية النمو بين الطفولة والمراهقة ،مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع،عمان، الطبعة الأولى 2008-2009 ،صص 223...224
7	حرز الله علي ، خماسم عبد الصمد، مذكرة شهادة ليسانس،الإعلام الرياضي من خلال التلفزة الجزائرية ، معهد التربية البدنية والرياضية، دالي إبراهيم، 1993م ، ص24
8	حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية و الرياضية ، دار الوفاء لدينا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، مصر 2003 . ص 37 .
9	خيرالدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم ، مرجع سابق ،ص2
10	سامي عبد العزيز الكومي: الصحافة المدرسية. مطبوعات الشعب، ب.ط. القاهرة . مصر. 1995. ص 46
11	عبد المنعم الميلاوي ، الإعلام ، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية ب.ط 2008 ، ص12
12	علي حسين يونس ،د. محمد عقلة ابراهيم، الالعاب الرياضية أحكامها وضوابطها في الفقه الاسلامي،دار النفائس للنشر والتوزيع ،الطبعة الاولى 2003 ،عمان ص 23....24

13	محمد الحماحي ، أحمد سعيد ، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة الاستثمار أوقات الفراغ ، الطبعة 1: مركز الكتابي نشر ، القاهرة، مصر 2006 ، ص 22.
14	محمد الحماحي، د. أحمد السعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر ط 1 ، 2006م القاهرة صص 22..... 26
15	محمد عدوة الرماوي ، علم النفس النمو – الطفولة و المراهقة - دار المسيرة للنشر و التوزيع ، القاهرة، ط 1/2003، ط 2/2008، ص 264
16	محمد عوض بسيوني ، فيصل الشاطي، نظريات التربية البدنية ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية، القاهرة ، مصر 1992م، ص 9
17	ناهد محمد سعد ، نيلي رمزي فهمي، طرق التدريس في التربية الرياضية، مركز الكتاب للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2004م، ص 24
قائمة الرسائل العلمية	
1	رسالة ماجستير ، دور النشاط البدني و الرياضي في تنمية بعض قدرات التفكير لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ، ، زيوش أحمد، معهد التربية البدنية والرياضية ، سيدي عبد الله ، 2008

19. الملاحق :

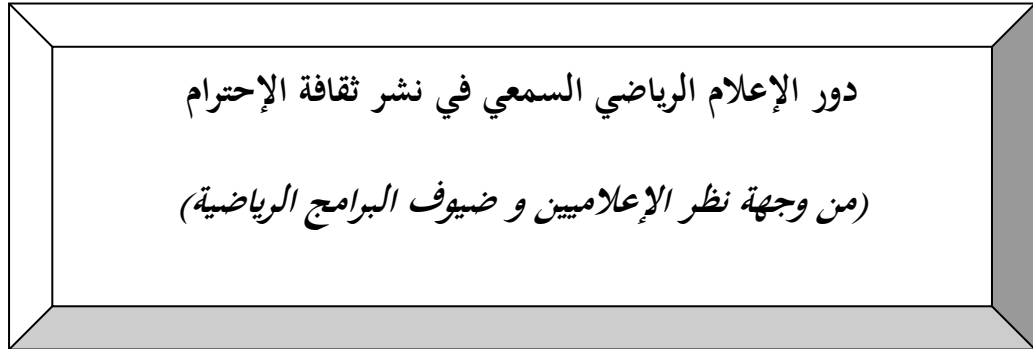
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

قسم الإدارة والتسيير الرياضي

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

فرع الإعلام والاتصال الرياضي

إستمارة استبيان حول موضوع المذكرة تحت عنوان:



دراسة ميدانية لإذاعة المسيلة (الحضنة) .

إستبيان:

أعزائي الأساتذة تحية طيبة و بعد.....

في إطار مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الإتصال الرياضي ،و التي تهدف إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي السمعي في نشر ثقافة الاحترام ،و بصفتك الشخص المؤهل لتزويدنا بالمعلومات المناسبة في هذا الموضوع، نرجو منك الإجابة عن أسئلة الإستبيان بعناية ،ونتعهد بحفظ سرية إجابتك التي لن نستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

و لكم مني جزيل الشكر والتقدير سلفا

تحت إشراف الدكتور:

- يعقوبي فاتح

من إعداد الطالب:

- معيوف زكرياء

ملاحظة:

الرجاء قراءة كل العبارات ثم الإجابة عليها ونرجو أن تكون هناك مصداقية في إجابتكم.
لطفا لا تترك أي عبارة بدون إجابة.

- هل تتابع البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- هل هي مهمة

نعم ☐ لا ☐

- هل ترى بأن هذه المواضيع تهتم بكافة الأنشطة الرياضية ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- هل تتوافق الأخبار و المعلومات الرياضية في البرامج الرياضية الإذاعية مع افكارك وخبراتك ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل اهداف البرامج الرياضية بالإذاعة مرتبطة بتطلعاتك وطموحاتك الخاصة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- هل المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تلبي رغبتك ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

- ماهي أهم الإقتراحات التي يمكن أخذها بعين الاعتبار في حالة الإجابة على أحيانا او نادرا

.....

- هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بإذاعة المسيلة تساهم في اختيارك لنوع النشاط الرياضي الذي

تفضله ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل الصحفي الرياضي بإذاعة المسيلة ملم بالمواضيع الرياضية التي يقدمها ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في إختيارك لنشاط رياضي معين ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إختيارك لنشاط بدني رياضي معين ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل لضيوف البرنامج الرياضي لإذاعة المسيلة له دور في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟

نعم ☐ لا ☐

- هل الطريقة التي يستخدمها الصحفي في تقديمه للبرامج الرياضية تساهم في إختيارك للنشاط البدني الرياضي ؟

نعم ☐ لا ☐

- في رأيك أن الصحفي في إذاعة المسيلة ينتقي مواضيع تؤثر في إختيار نشاط رياضي معين ؟

نعم ☐ لا ☐

هل تقدم لك الإذاعة معلومات كافية لزيادة الوعي الرياضي لديك ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

هل تعكس البرامج الرياضية الإذاعية قيم وعادات الجمهور ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

هل لديك مقترحات لبرامج رياضية إذاعية ؟

☐ نعم ☐ لا

- هل ترى بأن المواضيع المقدمة تحتم بالرياضة التي تمارسها ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

هل الوقت المخصص للبرامج الرياضية كافي للإكتساب الاخبار والمعلومات المقدمة ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

هل تقوم الإذاعة بنشر الوعي الرياضي اتجاه ظاهرة العنف في الملاعب وظاهرة الإعتداء على الغير ؟

☐ نعم ☐ لا

هل تؤثر البرامج الرياضية على ثقافة الجمهور ؟

☐ نعم ☐ لا

هل تبث الإذاعة برامج توضح العلاقة بين اللاعبين و الجمهور ؟

☐ نعم ☐ لا

هل ترى ان البرامج الرياضية مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات الإجتماعية ؟

☐ نعم ☐ لا

هل ترى بأن المواضيع الرياضية المقدمة بالإذاعة تساهم نشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟

☐ نعم ☐ لا

- هل الأسلوب الذي يستعمله الصحفي الرياضي يساهم في توعية الجمهور المتابع ؟

☐ نعم ☐ لا

هل المعلومات الرياضية المقدمة من طرف الصحفي الرياضي تساهم في إرشاد المتابع على ضرورة

الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟

☐ نعم ☐ لا

- هل لضيوف البرنامج الرياضي للإذاعة له دور في تغيير سلوكيات الجمهور الرياضي ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

- في رأيك أن الصحفي في الإذاعة ينتقي مواضيع تؤثر في شخصية الجمهور و اللاعبين ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين الجماهير الرياضية ؟

نعم ☐ لا ☐

هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

هل ترى ان الحصص الإذاعية كافية لنشر ثقافة الإحترام بين اللاعبين و الجمهور ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

هل تهتم بمواضيع التوعية بمبادئ اللعب النظيف ومواجهة العنف و الشغب الجماهيري ؟

نعم ☐ لا ☐

هل ترى ان الإذاعة تساهم في نشر الثقافة الرياضية ؟

نعم ☐ لا ☐

20 . ملخص الدراسة :

عنوان الدراسة : دور الإعلام الرياضي السمعي في نشر ثقافة الإحترام .

أهداف الدراسة : إن الهدف من دراستنا هذه يتمحور في عدة نقاط نذكر منها:

- دفع و تحفيز البحث في ميدان الإعلام الرياضي .
- إعطاء نظرة واضحة تكمن في قدرة الإعلام الرياضي المسموع على التأثير بالنسبة للاعب و الجمهور في إحترام البعض.
- إبراز العلاقة الوطيدة التي تربط الإعلام الرياضي المسموع بالجمهور .
- توضيح التقصير الذي يتجلى في التركيز على الرياضات الجماعية دون غيرها من الفردية.
- معرفة مدى تأثير الإعلام المسموع الرياضي على اللاعب و المستمع.
- محاولة توفير دراسات جامعية أكاديمية حول موضوع إعلامي في الجامعة.
- الوصول إلى المعارف و الحقائق العلمية حول أهمية الإعلام الرياضي و تأثيره على المستمع .
- مشكلة الدراسة : هل للإعلام الرياضي السمعي دور في نشر ثقافة الإحترام ؟

فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة:

قد يكون للإعلام الرياضي السمعي دور في نشر ثقافة الإحترام.

الفرضيات الجزئية :

- للأسلوب المستعمل من طرف مقدمي البرامج الرياضية بإذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام.
- لضيوف البرامج الرياضية في إذاعة المسيلة دور في نشر ثقافة الاحترام.

العينة : تم اختيار العينة المقصودة و التي تكونت من 5 إعلاميين و 15 من أساتذة وضيوف إذاعة المسيلة .
المجال المكاني والزمني: تمت الدراسة بإذاعة المسيلة كما إنحصر مجالها الزمني بين 10 جانفي و 15 ماي 2015.

منهج البحث : تم إختيار المنهج الوصفي لأنه أكثر ملائمة لعنوان الدراسة حيث تشخص المعطيات و تحلل وتفسر في هذا المنهج .

الأدوات المستعملة في الدراسة : تم إستخدام الإستمارة (الإستبيان) مكونة من 31 سؤال كلها تترجم صياغة الفرضيات .

النتائج المتوصل إليها تم الوصول إلى عدة نتائج نذكر منها مايلي:

- الإعلام الرياضي المسموع يؤثر بنسبة معينة كما كان مفترض .
- الكفاءة العلمية لدى عناصر العينة تسمح لهم بالتفكير المنطقي و التأثير إيجابا على المتابع المحترم.
- للإعلام الرياضي صدى واضح و كبير يمكن من خلاله التأثير على مختلف فئات المجتمع.

إستنتاجات و إقتراحات:

- وضع سياسة إعلامية رياضية تعتمد على أسس علمية مدروسة .
- النهوض بالبرامج الإعلامية الرياضية من خلال الإذاعة الوطنية كما و نوعا .
- أخذ بعين الإعتبار أذواق المتابعين و إتجاهاتهم و ميولاتهم لمختلف الرياضات خاصة الفردية مع مراعاة التوقيت الذي يكون في صالح الجميع .

الخاتمة

لم تعد الرياضة ذلك النشاط العبثي الخالي من أي معاني أو قيم، بل أصبحت من الميادين الحيوية التي تولها الدول المتقدمة أهمية بالغة و تسخر لذا الإمكانيات اللازمة لتؤدي وظائفها على أكمل صورة، وفي هذا الصياغ أن لا يقتصر مفهوم الرياضة على ذلك التصور الضيق المحدود الذي يرتبط في أذهان العامة بإنجاز أهداف تنافسية خالصة، فهي نظام فاعل في كل المجتمعات، و الشبانية على وجو الخصوص لما تلعبه من أدورا التنشئة والتكوين، لذلك يجب أن ينظر للرياضة كمؤسسة اجتماعية وثقافية وتربوية ، فهي أكثر ثراء واتساعا بإمكانها مجرد إنجازات بدنية بل تستقطب انتباه فعاليات كل المجتمعات فتصاغ لها البرامج وتعد لها الخطب، وتحدد لذا الوسائل والأساليب، فلقد استخدمت الرياضة المعاصرة في كثير من الأحيان كوسيلة وأداة سياسية على المستويين القومي والدولي، كما استغلت كذلك لتأكيد تفوق مذاهب إيديولوجية أو عقائدية معينة، وعبر التاريخ كله كانت القيم التي تبدو هامة في المجتمع تبدى وتؤكد في رياضته، ولذلك كثيرا ما يقال أن الرياضة مرآة للمجتمع، والجزائر المجتمع الشباني لا تخرج عن هذا السياق، لذا فلا بد أن تولي الدولة الجزائرية للرياضة أهمية بالغة من خلال سن التشريعات والنظم والإجراءات القانونية وبناء ودعم الهياكل المنجزات الرياضية ومن خلال أيضا شتى المجالات الأخرى كالإعلام مثلا والذي أصبح اليوم يلعب دورا كبيرا بل أساسيا في التأثير على كل جوانب الحياة حتى الرياضية منها، وهو ما جعلنا نسلط عليه الضوء في دراستنا هاته من خلال البحث في مستوى الإعلام الرياضي في الإذاعة وما يمكن أن يلعبه من دور في تنمية الوعي الرياضي وترسيخ للثقافة البدنية الرياضية عن طريق ما توجهه من برامج رياضية يجب أن تكون هادفة لتحقيق أهداف التربية البدنية والرياضية والتي هي هدف للتربية العامة والتي تخدم بدورها هدف وسياسية الدولة في تنشئة مواطن صالح للوطن والمجتمع، هذا ما جعلنا أو دفع بنا إلى محاولة اقتراح بعض الحلول والتوصيات التي نرى في أنها تساهم ولو بالشيء القليل في خدمة وتطوير إعلامنا الرياضي في الجزائر وبالتالي خدمة وتنمية الرياضة في بلادنا من خلال النشر الجيد للوعي الرياضي.