

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة.

ميدان: إعلام واتصال رياضي
فرع: إعلام واتصال رياضي
تخصص: إعلام سمعي بصري



معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
قسم : الإعلام والاتصال الرياضي
رقم :

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبة: بداح عبد الحليم

تحت عنوان

اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي سنة ثانية ماستر
نحو حصة الفريق الدولي بقناة الهدف الرياضية
دراسة ميدانية لطلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة المسيلة	د/ أسماء بوساق
مشرفا ومقررا	جامعة المسيلة	د/جلال صلاح الدين
مناقشا	جامعة المسيلة	د/ نوال صديقي

السنة الجامعية : 2016 - 2017 م.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات:

كلمة شكر

مقدمة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة

أولا/ الخلفية النظرية

05.....	1-الإعلام الرياضي.....
05.....	1-1- تعريف الإعلام الرياضي.....
05.....	1-2- أهمية الإعلام الرياضي.....
06.....	1-3- وظائف الإعلام الرياضي.....
07.....	1-4- أهداف الإعلام الرياضي.....
07.....	1-5- خصائص الإعلام الرياضي.....
08.....	1-6- أنواع الإعلام الرياضي.....
08.....	1-7- تأثير الأعلام الرياضي في الجمهور.....
12.....	1-8- سيكولوجية الإعلام الرياضي.....
13.....	1-10- الإعلام الرياضي التلفزيوني وعوامل تفوقه.....
13	2- التلفزيون
14.....	2-1- وظائف التلفزيون.....
15.....	2-2- خصائص ومميزات التلفزيون.....
16.....	2-3- المنظومة الإعلامية الرياضية.....
17.....	2-4- المنظومة التلفزيونية ومفرداتها.....
18.....	2-5- الآثار الإيجابية والسلبية.....
20.....	3- الاتجاهات تعريفها ونظرياتها والعوامل المؤثرة فيها
20.....	1-تعريف الاتجاهات.....
20.....	أ-التعريف اللغوي.....
20.....	ب- التعريف الاصطلاحي.....

2 تكوين الاتجاهات.....21

3- العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات.....21

4- مراحل تطور الإعلام الجزائري وتنظيم المؤسسة السمعية البصرية.....23

5- قانون الإعلام السمعي البصري 2012.....32

6- قانون النشاط السمعي البصري لسنة 2014.....34

7- نشأة وبداية تأسيس قناة الهدف tv.....36

ثانيا/ الدراسات السابقة.....38

1-الدراسات السابقة المحلية" في الجزائر".....38

2- الدراسات السابقة في الوطن العربي.....41

الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة

1-الكلمات الدالة في الدراسة.....48

2- إشكالية الدراسة.....49

3- أهداف الدراسة.....51

4- أهمية الدراسة.....51

الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة

1-الدراسة الاستطلاعية.....53

2- المنهج المتبع في الدراسة.....54

3- عينة الدراسة وكيفية اختيارها.....54

4-أدوات جمع البيانات.....55

5- الإجراءات التطبيقي الميداني للأداة.....55

6- الأساليب الإحصائية.....56

الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

1-عرض النتائج وتفسيرها.....58

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء فرضيات الدراسة.....89

الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات

1-استنتاجات عامة.....92

2- اقتراحات.....92

3- الأفاق المستقبلية للدراسة.....93

4- المراجع المعتمدة في الدراسة.....94

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	بين معرفة الأشخاص المتتبعين لحصة الفريق الدولي	58
02	بين معرفة مكان مشاهدة حصة الفريق الدولي	59
03	بين معرفة الوقت لمشاهدة حصة الفريق الدولي	60
04	بين معرفة متى كانت بداية مشاهدة حصة الفريق الدولي من طرف المبحوثين	62
05	بين معرفة المواضيع التي تهتم بها حصة الفريق الدولي.	63
05-أ	بين معرف إذا كانت تلك المواضيع هامة أو غير هامة	69
06	بين معرفة حصة الفريق الدولي تحمل مواضيع ذات أهمية	70
07	بين معرفة إذا ما كانت المواضيع التي تقدمها حصة الفريق الدولي ترتبط بالساحة الرياضية أم لا.	71
08	بين معرفة مستوى الحوار بين ضيوف حصة الفريق الدولي.	73
09	بين معرفة مستوى التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة.	74
10	بين معرفة طريقة طرح المواضيع	76
11	بين معرفة إذا كانت توجد حرية للتعبير من طرف ضيوف حصة الفريق الدولي.	78
12	بين معرفة إذا كان مقدم الحصة يعطي وقتا كافيا للضيوف لتعبير عن آرائهم.	80
13	بين معرفة وضوح اللغة التي يتكلم بها الضيوف	81
14	بين معرفة إذا ما كان التفكير نقدي خلال الحوار في حصة الفريق الدولي	83
15	بين معرفة المستوى الثقافي لضيوف حصة الفريق الدولي.	83
16	بين معرفة إذا كان لضيوف حصة الفريق الدولي لهم علاقة بالمواضيع المثارة.	84
17	بين معرفة إذا ما كان ضيوف الحصة يتميزون بالافتح العقلي.	87

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)	58
02	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)	59
03	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)	61
04	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)	62
1-05	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)	64

65	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)	2-05
66	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)	3-05
67	يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)	4-05
68	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)	أ-05
70	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)	06
72	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)	07
73	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)	08
75	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)	09
76	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	10
77	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)	11
79	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)	12
80	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)	13
82	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	14
83	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)	15
85	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	16
86	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	أ-16
87	يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	17

مقدمة :

يلعب الإعلام دورا هاما في تغيير القيم و المعايير السائدة في المجتمع ، و هو في الحقيقة مهنة و رسالة و ليس مجرد شعارات تتغير و تبدل الأهواء، بل هو عقل مفكر له هدف و غاية فهو يغطي كافة المجالات و يقدم النقد و التوجيه ، و التقويم بما يعود بالمنفعة على المجتمع ، و له دور كبير في المجتمع خاصة بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين و الواحد و العشرين ، و لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها تخصص لها الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجيهها لتحقيق أهدافها و مراميها الداخلية من حيث رفع مستوى ثقافة ووعي جمهورها في كل مجال من مجال حياته العامة و الخاصة ، و استخدامها للوصول إلى أهدافها الخارجية من تعريف للعالم بحضارة شعوبها و الذي بدوره يعكس مدى رقيها و تقدمها في شتى المجالات و في ظل هذا التقدم العلمي و التكنولوجي برزت أهمية الإعلام و ضرورة إحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات ، و تقديم نماذج ثقافية محلية تعتبر مثالا لهم يحتذون به ، كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير و التوجيه و التثقيف و الإعلام و التعليم ، خاصة في ظل العولمة الاتصالية ، و ما تتميز به من زخم في البث الإذاعي و التلفزيوني و استعمال واسع للانترنت ... و هو ما ساهم في انهيار البعد الزماني و المكاني بين الحضارات و الثقافات بحيث صار العالم و كأنه قرية صغيرة كما قال "مارشال ماك لوهان" إذ ازدادت التفاعلات بين الأفكار و المعلومات بشكل سريع فصار الكل يعرف ما يدور لدى الآخرين مهما بعدت المسافات و الأصقاع و الاومنة .إننا الآن _ على حد تعبير "بول فيريلو" : "نشهد نهاية الحدود الجغرافية" ، و ذلك من حيث لا مكان منعزل و لا وطن مستقبل ، و لا ثقافة محصنة" ، لكن السرعة و السهولة الانتشارية للأنماط الثقافية المختلفة تكون لصالح الأقوى ، ذلك الذي يمتلك الوسائل ، و لديه الإمكانيات ، إلا إذا كیفنا الإعلام بمختلف وسائله لصالحنا ، ذلك ان الإعلام يلعب دورا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أو محلي .

وقد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة الأخيرة تعتبر وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام و الرسائل العديد من الرسائل ، (George Stamirie :2000,p237)، حيث زادت شهرتها بسبب الإعلام الذي ساهم بأجهزته كافة المقروءة و المسموعة و المرئية ، في التعريف بها و انتشار ثقافتها بين الناس .

من هذا المنطق يشكل الإعلام الرياضي أهمية بالغة في حياة الفرد ، و يعتبر من الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي ، و لقد حضى الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير و العناية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام المختلفة حيث تظهر أهميته في قدرته على توصيل المعلومات الرياضية في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية و مشكلة معينة تخص الرياضي (خالد اليزيد : فيفري 2013

و رغم تقدم تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ، لا يزال التلفزيون يشكل أهم وسيلة إعلامية و اتصالية جماهيرية في الوقت الراهن بحكم امتلاكه لخاصية الصوت و الصورة ، مما يسمح بوضع المتلقي في ظرف يسمح بالتأثير عليه ، كما أن هذه الوسيلة متوفرة لدى الجميع ، و هي ناقل ثقافي بالدرجة الأولى ، في جميع المجالات و الميادين ، سياسية اقتصادية ، رياضية في ظل هذا التطور المواكب لتطور التكنولوجيات الإعلامية و الاتصالية تحولا كبيرا نحو تعزيز مكانتها و مرتبتها في السوق البرمجية من جهة و من جهة أخرى السوق المالية و التجارية و الاقتصادية ، و بفضل الوزن و الثقل الذي أضحت تصنعه و سائل الإعلام ، فالإعلام الرياضي المرئي شهد تطورا كبيرا لمواكبة الساحة الرياضية و إعطائها دفعا قويا لخصوصيتها الجماهيرية ، خاصة و نحن نعيش عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا ، و قد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية ، إذا اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم .

إن انتشار القنوات التلفزيونية أدى إلى نشأة اهتمامات خاصة ، و محددة لدى جمهور المشاهدين ، و أصبح مطلوب من القائمين على الصناعة التلفزيونية التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة ، و الاستجابة لتوقعات الجمهور و من هنا برزت الحاجة إلى بعث قنوات متخصصة من حيث المحتوى ، و طبيعة الخطاب الإعلامي لتلبية الاحتياجات الذاتية للمشاهد ، و قد ساعدت على السعي إلى تلبية الاحتياجات ، التحولات المناسبة التي شهدتها المشهد التلفزيوني العالمي (أديب حضور : دراسات تلفزيونية ، 1998، ص 56) . خاصة و إن القنوات التلفزيونية المتخصصة ، تمثل خطوة جبارة في مسيرة الاتصال ، لأنها الأكثر ملاءمة لتلبية فردانية الذوق و الاستهلاك التلفزيوني.

(و من هنا برزت القنوات المتخصصة إلى جانب القنوات العامة ، و أصبح السعي مركزا على تلبية حاجات معينة و محددة في مجالات و اهتمامات خاصة ، حيث أصبح بإمكان المشاهدين متابعة قناة تحصر اهتماماته في مجال الطبخ ، أو الأفلام ، الرياضة ، و أصبحت هذه القنوات تمثل ملاذ الذين لا يجدون ضالهم في المادة التلفزيونية ، المقدمة من قبل القنوات العامة التي لا يمكن لها إن تستجيب إلى جميع الأغراض البرمجية (المنصف ليعاري، محمد عبد الكافي ، 2006، ص 6-7).

وإن البرامج الرياضية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين، بمختلف أصنافها وفي جميع مراحل إنتاجها، وعبر أشكال إبلاغها، ليست بمعزل عن هذه التحولات وأبعادها، فهي تدخل في صلب الصراع الإعلامي وأنها إحدى مصادر التنشئة الاجتماعية نظرا لطول الوقت الذي بات يقضيه المشاهد أمام شاشة التلفزيون ، مما يخلق لدى المشاهد اتجاهات نحو البرامج والحصص التي تبث عبر هذه الوسيلة الإعلامية ، فالتلفزيون يعتبر من بين أهم وسائل الاتصال الأهم والأخطر من ناحية التربية والتوجيه والتنمية والتأثير الواسع.

و الجزائر تعتبر من بين البلدان التي أولت اهتماما كبيرا الإعلام الرياضي بجميع أنواعه ، خاصة مع صدور قانون الإعلام الجديد 05/12 ، الصادر سنة 2012، و فتح الباب الإعلامي لمن له القدرة على فتح قنوات متخصصة في جميع الميادين ، و من القنوات التلفزيونية الموجودة عبر التراب الوطني نجد قناة المهداف التي تعتبر من بين القنوات المتخصصة في مجال الإعلام الرياضي التلفزيوني ، الذي تلقى صدى واسعا لدى جمهور وسائل الإعلام ، فقد أولت قناة المهداف اهتماما كبيرا بهذا الميدان و بجمهورها الرياضي المحلي الواسع ، و هذا لإشباع حاجاته الرياضية المتنوعة ، و يعتبر طلبه الإعلام و الاتصال الرياضي بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضة بجامعة المسيلة من بين أهم عناصر هذا الجمهور .

من هذا المنطق ، تسعى هذه الدراسة إلى كشف و معرفة اتجاهات الطلبة الإعلام والاتصال سنة الثانية ماستر نحو حصة الفريق الدولي ،

و من أجل تحقيق الإحاطة الكافية بمختلف جوانب هذه العلاقة تم تقسيم الدراسة إلى فصول متعددة كالآتي في:

الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة، تطرقنا نظريا لمتغيرات الدراسة ،ومؤشراتها(الإعلام الرياضي بما فيه التلفزيوني)،ناهيك عن الدراسات السابقة، اما في

الفصل الثاني: والمعنون ب: الإطار العام للدراسة، الذي يضم الكلمات الدالة في الدراسة ، إشكالية دراسة ، بالإضافة إلى أهدافها ، أهميتها و فرضياتها .

و جاء في **الفصل الثالث :** الإجراءات الميدانية للدراسة ، و يندرج تحت هذا الفصل ، الدراسة الاستطلاعية ، المنهج المتبع ، مجتمع و عينة الدراسة ، أدوات جمع البيانات و المعلومات (...)

أما في **الفصل الرابع :** و من اجل ربط الجانب النظري بالجانب الميداني ، فقد خصصناه لعرض النتائج المتوصل إليها من خلال تنظيمها و تبويبها في جداول إحصائية منظمة و المتعلقة عليها و تفسيرها و مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة ، وربطها بالخلفية النظرية ، و مناقشة النتائج المتوصل إليها على فرضيات الدراسة ، و في الأخير .

و في الأخير في **الفصل الخامس :** فقد خصص للاستنتاجات إليها في الدراسة ، و اقترح مجموعة التوصيات.

أولا/ الخلفية النظرية:

1 - الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي من الإعلام العام غد يهتم بمجال واحد هو المجال الرياضي، حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبر الموضوع الأساسي له، فالإعلام الرياضي يهدف أولا وقبل كل شيء إلى إيصال المعلومات والإخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام.

1-1- تعريف الإعلام الرياضي: يعرفه الدكتور أديب خضور على أنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي ، والصحافة من أبرز الوسائل الإعلامية فهي تمثل عنصر جذب واستقطاب للنشء والمساهمة في تثقيفهم واكتساب المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدرة من النمو الكامل.(أديب خضور ،1994، ص 87).

إذن فالإعلام الرياضي هو " نشاط إعلامي متخصص في نقل الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية ، بهدف تلبية الحاجات والإشاعات الإعلامية والثقافية والرياضية للجمهور وكذلك تهتم بتفسير المبادئ والقوانين التي تنظم المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة، بالاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيرية كالتلفزيونية مثلا.

1-2- أهمية الإعلام الرياضي: " يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا. بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية ومركز الشباب، والمؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة، وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا او صغارا بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن 20، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية، تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية، وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي له وتعريفهم بأهمية ودو الرياضة في حياتهم العامة والخاصة." (خير الدين علي عويس عطا حسن عبد الرحيم: 1998ص23)، كما أن للإعلام الرياضي أهمية كبيرة في مجال التربية البدنية والرياضية فهو يساهم في تحقيق الأهداف التالية:

- تكوين بنية معرفية للمتابعين للرسالة سواء إذاعة والتلفزيونية أو منهجية.

- تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمكونات التربية البدنية الرياضية لدى الجمهور بهدف نحو الأمية المرتبطة بالمفاهيم.
- تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في الأفراد.
- تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية والرياضات التنافسية والرياضية للمجتمع.
- من خلال فقرات و البرامج يمكن متابعة كل ما هو جديد ومستحدث وكيفية استثمار وقت الفراغ.(حسن أحمد الشافعي: 2003ص107).

1-1- وظائف الإعلام الرياضي:

تختلف وظائف الإعلام الرياضي باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع، كما تختلف وظائف وسائل الإعلام من فترة زمنية إلى أخرى في نفس المجتمع، ولكن يمكن تحدي أهم هذه الوظائف فيما يلي:

- ✓ **الإخبار و الإعلام:** ذلك بتغطية الأخبار الرياضية بشكل دقيق و صحيح و شامل بما يعطيها معناها الحقيقي، و لا يكفي أن تعلم الصحيفة قراءها بالأحداث بل عليها أيضا أن تثير اهتمامها.
- ✓ **الشرح و التفسير و التحليل:** و تعني تقديم المزيد من تفاصيل و التوضيحات للأحداث الرياضية المختلفة و للموضوعات و القضايا الرياضية المثارة في المجتمع و يتم هذا من خلال وضع الحدث أو الموضوع الرياضي في التيار العام للأحداث و باستخدام أشكال صحفية مختلفة ، تقوم هذه الوظيفة على أساس التحليل النفسي ، أو الغوص في أعماق الحقائق و تقديم الخلفيات التاريخية و الوثائق لهذه الحقائق أو الأحداث ، إذن فلا بد للصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) من أن تقدم لقراءها أو جماهيرها تفسيراً للأحداث الرياضية و توضيحاً لأسبابها و مسبباتها .(محمود علم الدين ، ليلي عبد المجيد : 2000، ص 46)
- ✓ **الإرشاد و التوجيه:** " و هذا بالطبع نتيجة منطقية للشرح و للتفسير و التوضيح و التحليل و النقد و التعليق و طرح الرأي ، فالصحافة الرياضية بعد أن تفسر و توضح لابد أن ترشد و توجه إلى الطريق حتى تكون مهمتها ايجابية .
- ✓ **التثقيف:** الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) تقدم للقراء و الجماهير الثقافية الرياضية، كما تقوم بنقل التراث الثقافي الرياضي من جيل لآخر ، و تعريف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي و المشكلات التي واجهه.
- ✓ **التوثيق و التأريخ:** إذ تقوم الصحافة بتسجيل وقائع الحياة الرياضية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة(أو أي وسيلة إعلامية أخرى) وثيقة تاريخية على اعتبار الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية و(الرياضية) التي تصدر في ضلها الصحيفة(أو وسيلة إعلامية ما أخرى)،

على تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في المجتمع، وقد أصبحت الصحافة مرجعا وثائقيا لا يمكن الاستغناء عنه." (جواد عبد الستار 2001ص76).

✓ **النقد والتعليق وطرح الرأي:** ويتوقف القدر الذي تمارسه الصحافة الرياضية (الأعلام الرياضي) هذا الدور على مدى تمتعها بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة، إذ أن الصورة المثلى هو أن تقوم الصحافة بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات والتيارات في المجتمع، وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية في المجتمع." (عواطف عبد الرحمن وآخرون: 1983ص36)

✓ **التنقيب عن الفساد وكشف الانحراف:** أن تقوم الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الهيئات الرياضية المختلفة، مثل المجلس القومي للرياضة، المجلس القومي للشباب، مديريات أو مراكز الشباب، لجنة أولمبية أو اتحادات أو أندية رياضية، والكشف عن الانحرافات لتسعى الصحف (وسائل الإعلام) إلى التحري عن القضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد، ويساعد على قيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون في هذه المجتمعات من حماية عن تصديها لقضايا الانحراف ضد بطش السلطات. (حسني محمد نصر وسناء عبد الرحمن 2005ص65)

1-3- أهداف الإعلام الرياضي:

يرى كل من خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم أن "الصحافة الرياضية تهدف إلى إشباع حاجة الفرد من المعرفة تكوين الآراء والاتجاهات، ومن هذا المنطلق هدفت الصحافة الرياضية إلى تحقيق الأغراض التالية:

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

✓ تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ، لأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

✓ نشر الحقائق والمعلومات والأخبار المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي، وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستخدم في حياتهم على المستوى المحلي والدولي .

✓ الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالطرق والأشكال التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية. (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره ص24)

1-4- خصائص الإعلام الرياضي: للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص، من أبرزها ما يلي :

- الإعلام الرياضي يتضمن حاليا جانبا كبيرا من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلا برنامج إذاعي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة موجهة إلى جمهور كرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني لكرة اليد.
- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة، ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الرياضي في سعيه إلى اجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية الموجهة إلى المعوقين.....الخ.
- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لابد أولا من دراسة وفهم المجتمع الذي يعمل فيه، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة العاكسة لصورة وفلسفة المجتمع". (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم: المرجع السابق ذكره ص 25).

1-5- أنواع الإعلام الرياضي : لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع فيما يلي :

- ✓ **الإعلام الرياضي المقروء:** يعتمد على الكلمة المكتوبة، مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والملصقات...
- ✓ **الإعلام الرياضي المسموع:** يعتمد على سمع الإنسان، مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.
- ✓ **للإعلام الرياضي المرئي:** ويسمى الإعلام المرئي المسموع ويعتمد على بصر الإنسان، مثل التلفاز والانترنت والسينما...
- ✓ **الأعلام الرياضي الثابت:** وهي التي يوجه الإنسان إليها ليطلع عليها مثل المعرض والمؤتمرات والمسارح. (المرجع نفسه 41)

1-6- تأثير الإعلام الرياضي في الجمهور:

- ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة والأعلام الرياضي بصفة خاصة على الجمهور أو على نوعية ذلك التأثير، بالرغم من أن هناك أجماع على تأثير تلك الوسائل على جمهورها وخاصة الأعلام الرياضي نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور.
- **أنواع تأثير الإعلام الرياضي:** يمكن القول أن للأعلام أنواع عديدة من التأثيرات يحدثها في الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية يمكن عرضها وتبينها كالتالي: (فهد بن عبد الرحمن الشميمري: 2010 ص 59)

- **تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:** وهو من أبرز أوضح مظاهر التأثير لوسائل الإعلام الرياضي وهذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا أو رفضا أو قبولا ، أو حبا أو كرها ، عداوا أو مودة، وذلك بناء على المعلومات التي تتوافر للإنسان ووسائل الإعلام عادة ما تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فان وسائل الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة تؤثر على فهمنا ومواقفنا وحكمنا على الأشياء .
- **تغيير المعرفة الرياضية:** وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام وذلك على النحو التالي:
 - ✓ المعرفة الرياضية هي مجموعة من المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي.
 - ✓ المعرفة أعم وأشمل من السلوك الذي يعد الجزء من جزئيات المعرفة.
 - ✓ التغيير المعرفي أعمق أثرا في حياة الإنسان بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئا وأحيانا يزول مع المؤثر ن أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا.
- **التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:** في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمه السلوك المقبول رياضيا، وتزويدهم بالمعارف والعقائد الرياضية والقيم النبيلة التي تشكل هويتهم الثقافية والحضرية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات البيت، المدرسة ، بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية.. الخ.
- **الإثارة الجماعية:** من خصائص العلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الإيجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي يتمثل في إساءة استخدام ذلك ففي البطولة الرياضية الدولية يقوم الإعلام بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية ، حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.
- **الاستثارة العاطفية:** الإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانيات تخاطب الفكر والوجدان، فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضي مبررات هزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة إفريقيا للأمم نتيجة ظلم الحكام على الرغم من أن هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح، كما إننا في الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات قد نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لإدانة أو حجب هذه السلوك غير الرياضي.
- **الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:** وتمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين من التنافس الشريف، وإظهار قدراتهم وإبداعهم الرياضي، ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة الغير مرئية التي يحسب الفرد حسبها ، سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك ، أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة مثقفة مع النظام القائم ، ملم بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة، بغض

النظر عن رضاه أو قناعته بذلك، في ظل عدم رؤية الحكم إذا كان لاعبا أو مدربا أو في ظل غياب الأمن بالنسبة للجمهور.

- **صياغة الواقع:** حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو، ويقصد بالواقع هو: " ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو كأنه واقعي وطبيعي وعبر عن الحقيقة، وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي ولكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع، فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما ولكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطي انطبعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة. (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 52).

- **شروط تأثير الإعلام الرياضي:** إن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، إنما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي له علاقة بشخصية الإنسان، وبعضها اجتماعي له علاقة ببيئته الاجتماعية، وبعضها رياضي يتعلق بالفترة الزمنية التي قضاها الإنسان في الملاعب الرياضية سواء كان ممارسا للرياضة أو مشاهدا لها، وما صاحب ذلك من خبرات متنوعة، هذه التغيرات هي الشروط التي يجب توافرها لحدوث التأثير وهي كالتالي:

أ- الشروط التي لها علاقة بمصدر رسالة إعلامي:

- ✓ **خبرة المصدر:** حيث تضيف الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الإعلامية رياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة التي يقصدها مدى معرفة صاحب الرسالة بالموضوع الذي يتحدث عنه فكلما كان الشخص ملما بموضوع الرسالة الإعلامية كان تأثيره تبعا لضعف هذه الثقة أو مصداقية إلى أن قد تتلاشى تماما.
- ✓ **المصداقية:** حيث تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصداقية معهم ويقبل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة أو مصداقية إلى أن قد تتلاشى تماما.
- ✓ **وسيلة الإعلام الرياضية:** حيث تتفاوت وسائل الإعلام الرياضية في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة وطبقا لقدرات وإمكانية كل وسيلة منها فالإذاعة غير التلفزيون وغير الصحيفة.
- ✓ **احتكار وسيلة الإعلام الرياضية:** حيث يؤدي احتكار وسيلة الإعلام الرياضية إلى أحادية في المصدر المتلقي، هذه الأحادية تأثر في لفرد من حيث تلقي التنوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذي على أساسه يستطيع الفرد أن يشكل تصورا محايدا من خلال اختيار عدة فصائل.

ب- **الشروط التي لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعي):** إن البيئة التي يعيش فيها الإنسان تمثل عاملا مساعدا للإعلام الرياضي لكي يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق:

- ✓ قادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضي: حيث أن معظم الناس في محيطهم الاجتماعي يقيمون اعتبارا للرأي لبعض الأفراد الذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع الرياضي أو شهرتهم كلاعب كرة القدم.
- ✓ الحالة التي عليها المجتمع: حيث تؤثر حالة المجتمع الرياضية في قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في الجمهور لأن مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية لكي يؤثر لابد أن يعكس الواقع للمجتمع بشكل أو بآخر، فالرسالة الإعلامية هي انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبر عن اهتماماتهم. (محمد عبد الرحمان الحضيف: 1994ص41).

ج- الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية: يتأثر الجمهور بنسب متفاوتة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية إذا ما توفره العوامل التالية:

- ✓ أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلق بقضية رياضية تشغل الرأي العام الرياضي: فالتقضايا الرياضية التي يعيشها الجمهور في حياته اليومية هي التي تشد انتباهه ويتفاعلون معها.
- ✓ تكرار عرض الرسالة الإعلامية: تكرار تعرض الإنسان للرسالة الإعلامية لمرات عديدة تجعله ينتبه إليها وبعد مرورها بمراحل التالية (تعرف، التفسير، الحفظ، الاسترجاع) يحسبها كمعلومة ومن ثم يمكن أن تؤثر بها.
- ✓ طريقة عرض الرسالة الإعلامية: نتيجة التطور الهائل للإعلام الرياضي ودخوله المجال التكنولوجي الحديث تضاعفت لمرات عديدة التأثيرات التي تحدثها تلك الرسالة في الجمهور، فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية المجردة وبشكل مباشر، فالرسالة أصبحت تأتيه مخفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية وأصبح الإخراج فنا قائما بذاته له مجالاته العلمية والفنية والأكاديمية وله أقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما أعطى الفرصة للعقول أن تبدع فيه أعمالا خلاقية .
- ✓ طريق صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية: الصياغة هي الطريقة التي من خلالها الفكرة التي تقوم عليها الرسالة نفسها أو قالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث ، ويطلق عليه في لصحافة الرياضية بالأسلوب، وفي البرامج الرياضية باسم السيناريو. (محمد عبد الرحمان الحضيف. المرجع السابق الذكر ص53).

د- الشروط التي لها علاقة بالجمهور المستقبل: إن الجمهور خليط متباين من الأفراد يختلف كل فرد عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها السلة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يتحقق التأثير المتوقع من الإعلام وهذه العوامل هي :

✓ **نوع الجمهور:** نوع الجمهور متغير جوهري في عملية التأثير لان الرسالة الإعلامية (المعلومات الرياضية) مختلفة فما يصلح لهم لا يصلح لغيرهم ، و الرسائل التي تخاطب النساء لا تناسب النساء ومخاطبة المختصين في المجال الرياضي تختلف عن مخاطبة الرجل العادي وهكذا.

✓ **للموقع الاجتماعي للفرد:** تأثر المكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه على درجة تحيله وتفاعله مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي هذا التأثير يأتي من كون أن الإعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل المجتمع، حيث تقوم بتوزيع أدوار الاجتماعية التي تعرضها الأفراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة.

✓ **معتقدات الجمهور:** إن تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية الرياضية يتوقف على المعتقدات والقناعات الخاصة به وكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمة مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه أكثر وتأثيرها عليه أشد. وبالمقابل تضعف قدرة تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور عندما تتباين أو تختلف مع ما يعتقد هذا الجمهور .

✓ **إدراك المتلقي للرسالة:** يختلف الأفراد فيما بينهم في إدراك وفهم الأفكار والقضايا والمشكلات الرياضية التي تقدم لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية باعتبارها احد المثيرات الذهنية التي يتعرض لها الإنسان فيستجيب لها ويتفاعل معها بطريقة تختلف عن الآخرين ،هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والفسولوجية والتي تميز كل مرحلة عن الأخرى ،وكذلك التكوين الثقافي ووسائل التربية التي يمر بها وبالتالي يختلف حكمهم عليها اختلافا واضحا (محمد عبد الرحمان الحضيف: السابق ذكره،ص62).

7-1- سيكولوجية الإعلام الرياضي : يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثير يستجيب لها الجمهور ،والاستجابة للرسالة الإعلامية في المجال الرياضي تتوقف على ما إذا كانت هذه الرسالة بسيطة أم مركبة ،مباشرة أم غير مباشرة ،واضحة أم غير واضحة وهناك بعض العوامل التي يجب توفرها في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يمكن أن يتفاعل معها الجمهور وبالتالي تحقق الاستجابة المرجوة وهي:

✓ **التناغم أو التشابه والمشاركة في الخبرات** لدى كل من المرسل (الإعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يتضمن فهم الرموز ومعرفتها وبالتالي الاستجابة لها.

✓ **استشارة انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة.**

✓ **ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة إشباعهم بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة .**

✓ **مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور.**

✓ الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي تخاطب الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستواه الثقافي والتعليمي ويفضل استخدام اللغة الإعلامية وهي التي تجمع بين الفصحى والعامية (حامد عبد السلام زهران: د س ن ص ، ص 339-340).

1-8- الإعلام الرياضي والحاجات النفسية:

من أهم الحاجات التي يمكن للإعلام أن يشبعها مايلي:

- ✓ الحاجة إلى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية.
- ✓ الحاجة إلى الأخبار الآنية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي.
- ✓ الحاجة إلى معرفة القواعد والقوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.
- ✓ الحاجة إلى الإلمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة.
- ✓ الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي. (خير الدين عوس وعطا حسن عبد الرحيم: مرجع سبق ذكره، ص 65).

1-9- الإعلام الرياضي التلفزيوني وعوامل تفوقه: إن الإعلام الرياضي التلفزيوني جزء من الإعلام الرياضي التلفزيوني جزء من الإعلام العام، ويتميز كونه إعلاما خاصا بقضايا رياضية والرياضيين في وسيلة إعلامية متمثلة في التلفزيون ويعتبر الرياضيون هم هدفه وأدواته، فهو يهدف قبل كل إلى إيصال كل المعلومات والخبرات إلى الرياضيين والعاملين في حقل الرياضة بشكل عام (محمد سيد محمد 1998. ص 54).

ومن العوامل التي جعلت الإعلام الرياضي التلفزيوني يتفوق على غير من الوسائل الإعلامية الأخرى في نقل الأحداث ومختلف التظاهرات الرياضية ، وقدرته على نقل تلك الأحداث والموضوعات مباشرة ومسجلة بالصوت والصورة، وأن البرامج الرياضية فيه متنوعة وتقدم في أشكال وقوالب مختلفة مما يجذب إليها الجمهور أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى ويضاف إلى ذلك أن الصورة الرياضية المتحركة تستطيع أن تروي الأخبار الرياضية يستطيع أن يعيشها المشاهد، وتستطيع تحريك الاهتمام ، وحب الاستطلاع لدى المشاهد كما أنها تستطيع أن تبهرهم كيف تم هذا الحدث الرياضي، وترؤي لماذا تم ذلك وتستطيع أن تقارن وأن تظهر تناقض وهذه المميزات التي يحوز عليها الإعلام الرياضي التلفزيوني هي التي أدت إلى تلك العناية الفائقة بالقسم الرياضي التلفزيوني بالأجهزة الحديثة ومنح الصحفيين والتقنيين الذين يشغلون فيها مكانة عالية (عبد الله بوجلال: 2002 ص 121).

2- التلفزيون:

يستخدم كثيرون كلمة "تلفزيون" كتعريب لكلمة *Télévision*، و التي تتكون في اللغة الإنجليزية من كلمتين هي، "تلي" و"فيجن"، و كلمة تلي "**Télé**" هي يونانية الأصل و تعني "بعيد"، أما الثانية فهي لاتينية الأصل "**Vision**" و تعني : مشاهدة " فيما دمج هاتين الكلمتين يعني << مشاهدة البعيد " **Boyel** >>
L & Sanford:2006.p259

و يدور الجدل حول ترجمة كلمة "*Télévision*" بالرائي "أو" التلفزيون . و في هذا السياق يؤكد " بصل محمد إسماعيل " لأن الترجمة غير موفقة ، لأن صاحبها لم ير من الكلمة إلا جذورها الذي يدل على الصورة " **vision** " مع العلم أن هذه الصورة مرتبطة بالزائد "**Télé**" الذي يدل على البعد .(بصل محمد إسماعيل ، 2004 ، ص)

و التلفزيون يقوم على الفكرة العلمية التي مفادها نقل الصورة بواسطة تيار كهربائي معين و قد ظهرت الفكرة في بدايتها الأولى عند العالم "جوزيف ماري" ، حيث اكتشف عنصرا يختص في نقل و تحويل القوة الكهربائية إلى صورة (عبد الفتاح أبو معال : 1990 ، ص 40)

و في تعريف آخر لإبراهيم إمام "أن التلفزيون أهم وسيلة من الوسائل الإعلام و الاتصال التي يتعرض لها الأفراد و تؤثر في تكوينهم و سلوكهم و اتجاهاتهم" (إبراهيم أمام : الإعلام الإذاعي و التلفزيون ، 1995 ، ص19،

2-1- وظائف التلفزيون:

للتلفزيون مجموعة من الوظائف، من بينها ما يلي :

✓ **الوظيفة التثقيفية:** يقوم التلفزيون بوظيفة تثقيفية في مختلف المعارف والعلوم، وفي جميع المجالات وشتى المستويات الثقافية والتعليمية للأفراد من خلال ما يثبته من الأشرطة العلمية والأفلام الوثائقية والحصص التربوية، مظاهر الحضارة الحديثة وجوانب الثقافات الأجنبية الأخرى ، إضافة إلى نقل الخبرات الصعبة إلى الشاهدين ، دون أن يبذل الإنسان أي مجهود كما أن التلفزيون يعمل على توعية الفرد بالقضايا البشرية التي تمس واقعه ومجتمعه (محمود فهمي: "د س ن، ص98).

✓ **الوظيفة الاجتماعية:** يعد التلفزيون وسيلة اتصال هامة بالنسبة للجماعة ولل فرد إذ يعمل على إدماج هذا الأخير في الوسط الذي يعيش فيه ، ويسعى إلى تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والتقاليد بين أفراد الجماعة ، كذلك يهدف إلى تحقيق التكامل بين الفرد والجماعة ، ويساعد على تطبيع وتنشئة الفرد على المبادئ القومية التي تسود المجتمع (حمدي حسن: 2004، ص13).

✓ **الوظيفة النفسية:** يقوم التلفزيون بوظيفة نفسية متمثلة في توحيد أفكار الجمهور وقيمهم واتجاهاتهم وميولاتهم، ومعاييرهم ، ويساعد الفرد على إسقاط ألمه ، هروبا من الواقع المؤلم ليحقق رغباته المكبوتة التي يعجز تحقيقها في عالم الحقيقة (عبد الرحمان عويسي: "د س ن" ص150

✓ **الوظيفة التربوية:** تعتبر الرسائل الإعلامية التي يبثها التلفزيون مهمة جدا في نقل الخبرات والتجارب عبر الأجيال ،وتكوين اتجاهات تعليم المواد الدراسية ،ناهيك عن تعليم مهارات وتدريب المعلمين ونقل المعرفة (حمدي حسن :المرجع السابق ذكره :ص14)

✓ **وظيفة التعارف الاجتماعي:** يمكن التلفزيون على التعرف على ما يحدث في العالم ،والتعرف على أنماط وأساليب الحياة في المجتمعات الأخرى التي يكتسب من خلالها سلوكيات مختلفة ،وبهذا فان التلفزيون أصبح له دور في إزالة الحواجز التي تمنع الفرد من الاتصال بنظيره في المجتمع الأخر (المرجع نفسه:الصفحة نفسها).

✓ **وظيفة الترفيه:** يقوم التلفزيون بوظيفة الترفيه عن الفرد ،والتي تشبع حاجة نفسية أساسية ن حاجاته ، تعد جزءا مكملا لحياته ،أو مباراة القدم ،تجعله ينسى أعباء حياته اليومية ،ويشعر بالراحة ،ويجدد نشاطه(المرجع نفسه:ص20)

2-2- خصائص ومميزات التلفزيون:

للتلفزيون خصائص ومميزات تميزه عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى ، لعل من أهمها :

- للتلفزيون خصائص جامعة لم توجد في غيره ،فقد ورث الحوار والتمثيل عن المسرح، وعن السينما شاشتها ،وطريقة عرضها حيث يقدم الواقع المصور .(احمد المهدي الزواوي:2008،ص56) ،كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت ،كما أن فيه كثيرا من الصحافة ، فهو يقدم الأخبار ،ويكفي الصحفي عناء الوصف(عبد الله الطويرقي :1997،ص249).
- الآنية ،أي تصوير الأحداث ،ونقلها بشكل مباشر الى المشاهدين ،أي بإمكانهم متابعة ما يجري في العالم وهم جالسين في بيوتهم (محمد حميد كاظم الطائي : "د س ن"،ص57) أي لم يعد على المشاهدين أن ينتقل من بيته لمشاهدة الفيلم السينمائي او مسرحية،ذلك أن العالم الخارجي أصبح يأتيه وهو جالس على كرسيه .(إبراهيم عبد الله المسلمي2005،ص103)
- يقدم التلفزيون مادة إعلامية للجمهور في نفس زمن حدوثها نبل قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه .(معوض إبراهيم وآخرون:2003،ص222)
- يعتبر وسيلة إعلامية ناجحة ، لما يتصف به من خصائص تمكنه من تقديم المادة التعليمية بأساليب متنوعة لا تثير الملل ويسهل فهمها وتفسيرها تفضلا عن إمكانية العالية في تقديم الرسوم والأشكال وتوضيحه بالون والحركة (خيرى خليل الحميلي :59،1997).
- يتقدم التلفزيون للمشاهدين المعارف والأفكار والخبرات في مشاهدة متكاملة تعتمد على الصورة الحية (سمير عبد الرزاق العبدلي ،قحطان بدر العابدي : "د س ن"،ص66).

● يعتبر التلفزيون احد اكبر الوسائل إقبالا من الجماهير على اختلاف خصائص ،مما يجعل المواد المعروضة من خلاله أكثر عرضة للمشاهدة ناهيك عن عملية المزج بين عنصري الصورة بكل أنواعها وإشكالها ،وعنصر الصوت بكل مكوناته مما يجعل وسيلة مقنعة ،مؤثرة لافتة للنظر والسمع والانتباه أكثر من غيرها من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة (منى الحديديك1998،ص79).

● يعتبر كذلك وسيلة إعلامية ناجحة ،فبإمكانية اختلاف أحجام وأنواع اللقطات ،وأسلوب المنتج ،وحركة الكاميرا في الإعلان التلفزيوني ،توفر لمستخدميه فرصة التوضيح والمبالغة والتحكم في أحجام الصورة ،يجعلها تماثل الواقع (Geneviève Cornu:1992،P11) بالإضافة إلى أن التلفزيون يوفر فن التحريك في صورته ،هذا ما يزيد من شرح أسلوب استخدام المنتج المعلن عنه (طارق سي احمد الخلفي :مرجع سبق ذكره،ص69).

● جمهور التلفزيون خصائص تختلف عن جمهور الوسائل الإعلامية الأخرى، فجمهور التلفزيون أكبر من غيره، وهو غالبا متابع وثابت نسبيا ،هذه الميزة تمكن المرسل من تبليغ رسالته ،وتسهيل عمله (Regis Debry:1992،P73) يعتبر التلفزيون اقوي الوسائل الإعلامية وأهمها شأنا ،حيث يعتمد على مخاطبته للجماهير على الكلمة والصوت والصورة المتحركة، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة وتقديم الثقافة والمعرفة في صورة جذابة مبسطة.

من مميزات التلفزيون كذلك إلزامية الحضور الكامل ،مجبرا المشاهد على استخدام حاسني السمع والبصر (طارق سي احمد خلفي :المرجع سبق ذكره،ص70)

✓ إن التلفزيون يقدم الحياة كمشهد مرئي أو عرض ،وقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي للاستهلاك الآني

✓ إن للتلفزيون كذلك عدة مميزات أخرى كالواقعية خاصة مع ما يتضمنه من انفعالات وحركات ومؤثرات صوتية، من تصفيق، وضجة وصوت أمواج، ودوي الانفجار ...

✓ المصدقية والموضوعية، فالتلفزيون عكس الصحافة والإذاعة فهو اقرب الطرق لنقل الحدث الحي بمصدقية وموضوعية ،مما يجعله أكثر مصداقية وقبولا عند المشاهدين من غيره (مبروك براهيمي :2013،ص27).

2-3- المنظومة الإعلامية الرياضية: المنظومة الإعلامية مصطلح شاع استخدامه في الأدبيات الإعلامية ،ويقصد به : "مجموعة الوسائل الإعلامية (المكتوبة ، المسموعة، المرئية) في مجتمع من المجتمعات ،وفي مرحلة تاريخية معينة، تكون هذه المجموعة من القدر الكمي والنوعي ومن توزيع الجغرافي ،حيث تكون كافية ليمارس المجتمع نشاطه الإعلامي الذي يغطي البلد كافة ،ويستجيب لحاجات والاهتمامات ،اختصاصات وهويات ومصالح المجتمع بكافة فئاته (أديب حضور: إعلامي إذاعي وتلفزيوني: مرجع سبق ذكره ،ص27)

وتعتبر المنظومة الإعلامية الرياضية جزء لا يتجزأ من المنظومة الإعلامية، فهي فرعية متخصصة في مجال معين، هو الرياضة أساسها، وتضم الوسائل الإعلامية المتخصصة في المجال الرياضي (صحف، إذاعة، التلفزيون) كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات في صفحاتها المتخصصة ناهيك عن المواد التي تذيئها الإذاعية بالرياضية، والتلفزيوني، على شكل برامج رياضية دورية متخصصة، هذا وتتوقف درجة تطور وتنوع الوسائل الإعلامية في الرياضة على درجة تطور البلد عموماً على درجة تطور الاهتمام بالرياضة، وكذا مدى التطور في الإمكانيات البشرية والمادية المتخصصة للاستثمار العمل في مجال الرياضة، كما تتوقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع (علي جرمونك 2008، ص 33).

2-4- المنظومة التلفزيونية الرياضية مفرداتها: تشمل المنظومة التلفزيونية الرياضية جميع القنوات الرياضية المتخصصة في المجال الرياضي، بالإضافة إلى جميع البرامج الرياضية التي تقدمها القنوات التلفزيونية عامة، أو متخصصة (أديب حضور: المرجع السابق الذكر، ص 86).

وتتكون المنظومة الرياضية التلفزيونية مما يلي:

أ- الخبر الرياضي: تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان إخباراً رياضياً في الغالب تكون في آخر النشرات الإخبارية المركزية، مما يعكس تزايد الاهتمام بالحدث الرياضي، وكذا دائرة الجمهور المهتم به، كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه جنباً إلى جنب مع السياسة، والثقافة، و...

ب- النشرة الإخبارية التلفزيونية الرياضية: يتابع التلفزيون كل نشاط رياضي، ويعرض في نشرة خاصة عبر حصة متخصصة مرة، أو عدة مرات في اليوم (في بضع دقائق، من 3-5 دقائق) وتهدف إلى رصد الحركة الرياضية ومتابعة حيثياتها وتغطيتها بأقصى سرعة ممكنة (الآنية) كما تكون هذه النشرة سريعة وموجزة، تأتي بالجديد وتغطي المباشر، وحية، ونجد من مميزاتهما:

• الطابع الإخباري الصرف

• التنوع (مختلف أنواع الرياضيات)

ج- البرنامج التلفزيوني الإخباري الرياضي: نجد في أغلب القنوات التلفزيونية برامج رياضية إخبارية يومية، أسبوعية ونصف شهرية، تدوم حوالي 20 دقيقة فأكثر، ونجد فيه الشمولية والعمق والجدية في طرح الأحداث الرياضية، فهو لا يقتصر على تقديم الأخبار مختصرة فحسب، بل يأتي بالتغطية المتكاملة والمعالجة العلمية الجدية للأحداث الرياضية، ولهذا النوع خصائصه من أبرزها ما يلي:

✓ يقدم الإحداث الرياضية ضمن سياقها العام مع عرض التحليل والتفسير .

✓ لا يقدم الأحداث مجردة، بل يدعمها برأي الخبراء والمحللين المختصين.

✓ جمهور هذه البرامج من المشاهدين (التوعيين، المختصين، المهتمين).

- ✓ محتوى مثل النوع من البرامج ، هي التقارير المباشرة
- ✓ طريقة التقديم ، والتي يقوم بها صحفيون ، ومتمرسون ، ورياضيون مختصون ، ليس كما حدث في الأخبار التلفزيونية السريعة (حليمة بومعزة: 2002، ص 66).
- د- البرنامج الرياضي التلفزيوني العام : جد لمعظم المحطات التلفزيونية برنامج رياضي للجمهور ، يقدم في العادة مرة في الأسبوع و مداه الزمني من 30 دقيقة إلى ساعة كاملة ، و نجد من أهم مميزاته ما يلي (علي جرمون : مرجع سبق ذكره ، ص 35)
- * يقدم حصيلة الأسبوع في المنافسات الرياضية و المتنوعة .
- * بنية البرنامج (كالأركان ، أخبار رياضية سريعة و موجزة ...)
- * يساهم في نشر الوعي و الثقافية الرياضية .
- مقدم الرئيسي هو سيد الجلسة
- 2-5- الآثار الايجابية و السلبية :
- الآثار الايجابية للتلفزيون :
- للتلفزيون آثار إيجابية نذكر أهمها ما يلي :
- ✓ يعتبر بعض الباحثين أن التلفزيون يحث على المطالعة ، و يشجع عليها و ذلك كن أجل التعمق و التوسع في فهم الأحداث و البرامج التي تعرض على شاشة التلفزيون (حنا فاضل 2002 ، ص 35)
- ✓ التلفزيون وسيلة جيدة للترفيه و التسلية ، و أنه أصبح من المستلزمات الحياة العصرية ، و مشاهداته ممارسة يومية لشغل وقت الفراغ لمختلف فئات الأفراد المجتمع على حد سواء ، و لعلى الواقع لهذه الممارسة هو الرغبة في الترويح عن النفس ، و التسلية و نسيان المشاكل الحياة اليومية (نصر الدين لعياضي : التلفزيون " البرمجة ، المشاهدة آراء و رؤى " 1989 ص 51)
- ✓ التلفزيون أداة للتوجيه ، من خلال ما تتضمنه وسائله من معلومات و أخبار ، بشكل يساعد على تكوين و نضج شخصيات أفراد المجتمع و ذلك بما تضيفه هذه الرسائل على شخصيتهم من مكتسبات فنية ، علمية ، ثقافية ، رياضية ... (أبو معال عبد الفتاح : 1990 ص 43).
- ✓ يعمل التلفزيون على تنمية الجوانب الخلفية و الاجتماعية ، و روح التعاون و العمل الجماعي ، و بث الروح الإنسانية ، و يمنح الثقة بقدرة الجماعة ، و يؤكد على الصفات الحميدة و الآثار و الشهامة (حبيب أنس : 1992 ص 65).
- ✓ لتلفزيون دور هام في التفريق بينما هو جيد ، و ما هو رديء و ما هو صحيح و ما هو خاطئ و ما هو شر و ما هو خير ، و هذا من خلال البرامج و المواد الإعلامية التي يبثها (نصر لعياضي : التلفزيون " برمجة ، المشاهدة آراء و رؤى " ، مرجع سبق ذكره ص 42).

✓ التلفزيون يلم شمل العائلة، ويزيد من التواصل الاجتماعي بين أفرادها، ويقوي لغة الحوار فيما بينهم (المرجع نفسه ص 43).

✓ يؤثر التلفزيون على اللغة المحكية اليومية، هذا التأثير الذي بات يقر بين اللهجات العربية مثلا، وصار يساعد على تكوين لغة وسطى (ثالثة) بين الفصحى واللهجة اليومية، خاصة مع كثرة وانتشار الأقمار الصناعية، فلمغربي الآن يشاهد القنوات المشرقية، والعكس، وهذا مهم في سياق اللغة والقدرة على متابعتها (أبو أصعب صالح خليل: 1999 ص 70).

- الآثار السلبية للتلفزيون:

✓ يتهم التلفزيون من قبل بعض الباحثين، على أنه يجد من المطالعة، فأفراد المجتمع يقضون اغلب أوقاتهم أمام التلفزيون، فهذا الأخير يقدم مضمون ما تحتويه الكتب والمجلات والصحف بأسلوب واضح، لان الطريق إلى النص يكون مباشرا، والصور تحدث نفسها (حنا فاضل: مرجع سبق ذكره، ص 47).

✓ يرى البعض بان التلفزيون له تأثير سلبي على العادات والتقاليد، والقيم الموجودة في المجتمع، خاصة وأن التلفزيون ييثر ما هو سيء من قيم وعادات المجتمع الغربي، والتي تشكل تهديدا حقيقيا للهوية والحضارة والثقافة، لأنها تهدف إلى هدم ثوابت المجتمع، كالدين والأخلاق...، من خلال البرامج والمسلسلات والأفلام ذات المضامين السلبية. (منصور عوض: 1985 ص 73).

✓ يؤكد علماء النفس والاجتماع على أن الجلوس طويلا أمام التلفزيون، يهدد الصحة النفسية والعقلية للشباب، وكذلك يسبب الخمول والكسل، نتيجة للسكون الشبه التام (إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، 1995 ص 237).

✓ ييثر التلفزيون كلاما وموسيقى وصورا، يستثير من خلالها ردود فعل في نفوس المراهقين والشباب، من متعة جنسية ورغبة في التقليد، والميول إلى العنف والهروب من وقائعهم لأنه يعرض واقعا وهميا، مغايرا للواقع الحقيقي (ألخوري نرها 1997 ص 75).

✓ للتلفزيون أثر واضح في نقص التحصيل التعليمي، وهبوط المستوى، حيث ثبت أن المتأخرين دراسيا يشاهدون التلفزيون بكثافة عالية (حنا فاضل: مرجع سبق ذكره ص 47).

✓ ويرى "ماك لوهان" أن الأطفال الذين نشؤ في معهد التلفزيون يتكون الدراسة في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاجتماعية، وإنما طفل اليوم هو طفل التلفزيون (رشتي جهان أحمد 1986 ص 387).

✓ التأثير السلبي للإعلانات التلفزيونية التجارية، التي تروج للسلع، تفتك بأفراد المجتمع، كالمشروبات الروحية والتبغ والسجائر....، وكذلك انتهاك صورة المرأة (حنا فاضل: مرجع سبق ذكره ص 48).

✓ يرى الكثير من علماء النفس والاجتماع أن برمج العنف التي يبثها التلفزيون تعلم السلوك العدواني للمراهقين والشباب والأطفال، ويرون بأنه كلما زادت العناصر العنيفة في مضمون الرسالة الإعلامية ازداد التأثير على السلوك العدواني عند الجمهور (دكاك أمال: 1991ص121).

✓ ويرى البعض أن التلفزيون يقلل من الحوار بين أفراد الأسرة، لأنهم يختلفون في الرغبات والحاجات الإعلامية، فمنهم من يجذب مشاهدة الأفلام و الأخر المباريات الرياضية... (إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، 1995ص237).

وكما اشرنا فيما سبق، تعد نظرية الاستخدامات الاشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإعلام، حيث تعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي ركز على فكرة كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه، والسلوك، بينما تركز نظرية الاستخدامات الاشباعات على النشاط والايجابية والقدرة على اختيار الوعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة بما يفعله الجمهور بالوسيلة، فهذه النظرية تنظر إلى العلاقات بين الإعلام وجمهوره بشكل مختلف عن نظريات الأخرى، ففي هذه النظرية، الإعلام هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسالة الإعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الرسائل، لإشباع رغباتهم يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام، لذا ترى هذه النظرية ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع حاجاته ورغباته الإعلامية، أي إن هذه النظرية تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال، وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره أن الإنسان (الجمهور يعرض نفسه اختياراً لمصدر المعلومات الذي يلي حاجاته، ويتفق وطريقة تفكيره.

3-تعريف الاتجاه:

أ- التعريف اللغوي:

الوجهة: القبلة وشبهها في كل وجهة أي في كل وجه استقبلته وأخذت فيه. واتجهت إليك اتجه أي توجهات، لأن أصل التاء فيهما واو وتوجه إليه: ذهب.. قال أبو زيد: توجه الرجل يتجه تجاهها. جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، اتجه

ب- التعريف الاصطلاحي:

يتفق المفكرون في الميدان على أهمية دراسة الاتجاهات النفسية، ودورها في مختلف الميادين الاجتماعية.

ويتفق علماء النفس والباحثون، على أن تطور أي مجتمع يتطلب دراسة عميقة لقوانين ونظريات التطور الاجتماعي من جهة، ودراسة الأوضاع السائدة في ذلك المجتمع، لهذا حظيت دراسة الاتجاهات النفسية في

المجتمعات المتقدمة بدراسات عديدة نتيجة لقيام بسياسات الإصلاح الاجتماعي على أسس قريبة من البحث العلمي لضمان سلامة وفعالية هذه السياسات من حيث التخطيط والنتائج.

2- تكوين الاتجاهات:

لقد حاول علماء النفس وعلماء الاجتماع وضع مراحل معينة يتم عبرها تكوين الاتجاهات ومن خلال الدراسات المختلفة ونجد هناك أربعة مراحل أو أربعة مستويات يتم ضمنها تكوين الاتجاهات ونلخص هذه المراحل فيما يلي:

- المرحلة الأولى:

- في المستوى البسيط: أي لتكوين الاتجاهات توجد قضايا تشير إلى الرأي الذي يبديه الفرد في المناسبات نادرة الحدوث والتي تعبر بالضرورة عن شعور الفرد الحقيقي وتعبر حتى عن ميل عابر في موقف عابر، كما يحدث عند إبداء الفرد استحسانه لنوع الشراب المقدم في حفل أو نوع الطعام أو غيرها.

- في المرحلة الثانية:

- وعلى مستوى أعلى من الأول ربما يبدي الفرد نفس العبارات للإعجاب والاستحسان وهذا في كل مناسبة يعيد فيها الوقوع في نفس الموقف الذي يمر به، وإذا تكرر ذلك فإن خبرة الفرد بذلك الشراب أو ذلك الطعام تزداد، فإذا دخل إلى المطعم طلب ذلك الطعام أو ذلك الشراب دون غيره. **عيساوي: المرجع السابق ص، 146**

- المرحلة الثالثة:

- تتمثل في تجمع عدد من الاتجاهات الفردية وترابطها في شكل اتجاه واحد حيث تتكامل الخبرات السابقة وتتناسق في حدة كلية تميز هذه المجموعة من الخبرات بانفرادها عن غيرها من الخبرات الخاصة بمواضيع وأشياء أخرى.

- المرحلة الأخيرة:

على المستوى الرابع ترتبط المجموعة من المواقف وتكون اتجاهها في المرتبة العالية، ثم تعميم هذا الاتجاه وتطبيقه على الحالات والمواقف التي تواجه الفرد والتي تدور حول هذا الموضوع **المرجع نفسه ص، 146**

4- العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات:

إن تكوين الاتجاهات يتأثر بعوامل ثقافية كما قلنا من قبل كعامل الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وكل هذه تؤثر في تكوين الاتجاهات بشكل متكامل، ومن أهم هذه المراحل:

أ- طبيعة الانتماء الجماعي:

تشكل الاتجاهات لدى الفرد عن طريق تأثير الجماعة الجماعة التي ينتمي إليها، والتي يكن نحوها مشاعر ولاء عميقة، ومن تعكس اتجاهاته وقيم الجماعة ومعتقداتها. ولذلك يهتم المختصون في علم النفس الاجتماعي بعملية تكوين الاتجاهات ومعايير الجماعة التي تساهم في هذه العملية إذا كانت لا تتناقض مع المعايير العلمية وكانت محل قبول كل أفراد الجماعة. محمد علي شهاب: السلوك الإنساني في التنظيم، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1976، ص، 278.

وكذلك يتوقف مدى تأثير الجماعة في عملية تكوين الاتجاهات، لأن كبر حجم الجماعة يؤدي إلى وجود تناقضات وتداخلات هذه الجماعة.

وكذلك يتوقف تأثير الجماعة في تكوين الاتجاهات على طبيعة السلطة وأسلوب العمل السائد داخل الجماعة، بغض النظر عن كونها رسمية أو غير رسمية. عبد الرحمان عيساوي: المرجع السابق ص، 157

ولعل من الجماعات الأكثر تأثيرا في تكوين الاتجاهات لدى الفرد نجد: الأسرة كأول جماعة يعيش في ضمنها الإنسان، وبعدها ينتقل إلى جماعات أخرى كجماعة الأصدقاء والمدرسة وبعدها جماعات العمل وغيرها من الجماعات.

ب- مقومات شخصية فردية:

تعكس اتجاهات الفرد مقومات شخصية بالرغم من تأثير الجماعة في تكوين اتجاهات أفرادها، إلا أننا نجد اتجاهات خاصة بكل فرد، ومرددها هو وجود الفروق الشخصية بين الأفراد، فالأطفال في أمريكا مثلا يلقون منذ الصغر توجهات اجتماعية تجعلهم يتصرفون تصرفات معينة عند الكبر وهذا ما يخص قضية التمييز بين لبيض والسود.

ج- وسائل الاتصال الجماعي:

تلعب هذه الأخيرة دورا فعالا في تكوين الاتجاهات بحيث يتم التعرف من خلال على كثير من الحقائق والآراء والمعلومات عن جميع موضوعات الحياة وظروف الناس وقضاياهم، والتي يترتب عليها تعرف الفرد في تكوين الاتجاه لديه نحو هذه الموضوعات.

وتلعب وسائل الإعلام دورا فعالا في تغيير الاتجاهات كالراديو والتلفزيون والصحف وغيرها، وذلك بتغذيتها للإطار المعرفي للفرد وتطويره مما يؤدي به إلى تعديل اتجاهه أو تغييره تماما، ويتوقف تأثير الرسالة الإعلامية على مدى تطابقها مع قيم ومعتقدات وأفكار الفرد للمواقف التي تعالجها الرسالة الإعلامية، تكون أقل

فعالية إذا كان الفرد يعارض الموقف الذي تدعو إليه وسائل الإعلام، وبالتالي تعجز عن تغيير اتجاهاته نحو ذلك الموقف.

د- الميل السلوكي:

إن الميل السلوكي يشير إلى أنه إذا تعرف الفرد على موضوع ثم أعقب عملية التفاعل معه شعورا محددًا إيجابيًا أو سلبيا حسب ما يثار من النفس الإنسانية من خبرات سارة أو مؤلمة، فإن الإنسان يكون ميله أو يسلك سلوكا محددًا اتجاه هذا الموضوع. عبد الرحمان عساوي: المرجع السابق ص، 202.

هـ- إشباع الحاجات:

تتكون الاتجاهات عن طريق إشباع الحاجات الفسيولوجية مثل المأكل والمشرب والمأوى، فنلاحظ من خلال ذلك أن نمو الاتجاهات يكون من خلال عملية إشباع الحاجات. أحمد زكي صالح: المرجع السابق ص، 137.

5- مراحل تطور الإعلام الجزائري وتنظيم المؤسسة السمعية البصرية:

أ- المرحلة الأولى: (1962-1965)

هذه المرحلة رغم قصرها، إلا إنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولية واللبنة الأساسية لإقامة إعلام وطني جاء ليستجيب لحاجيات المواطن والوطن، وفي ظل تبني فكرة استقلالية الإعلام الجزائري وفصل خضوعه من قيود التسيير والتنظيم التشريعي الفرنسي، وباعتبار أن الدولة الجزائرية حديثة العهد بالاستقلال إبان تلك الفترة، وسعيًا منها في تكريس التنمية بجميع أبعادها، وحتى يساهم هذا القطاع وكغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية، وأهم ما ميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.

ب- المرحلة الثانية: (1965-1976)

إن أهم ما ميز هذه الفترة هو إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، التي كانت الجزائر قد عملت بها في إطار ما عرف بـ الاحتفاظ المؤقت بالتشريعات الفرنسية في فترة ما بعد الاستقلال، نظرًا لأنها كانت حديثة العهد بالاستقلال وكذا لوجود فراغ تشريعي آنذاك، ومن بينها تلك التشريعات التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، والتي تم تمديد العمل بها هي أيضا على غرار القطاعات الأخرى لفترة ما بعد الاستقلال لأسباب ظرفية. الإعلام والثقافة في الجزائر 1962-1980، وثائق تشريعية من منشورات وزارة الإعلام، الجزائر 1981، ص 11.

حيث تم في عام 1967 إلغاء سريان النصوص الفرنسية في مجال الإعلام التي مدد سريان مفعولها بموجب القانون 157/62 الصادر في ديسمبر 1962، وقد عبر رئيس مجلس الثورة هواري بومدين عن أسباب إلغاء القوانين الفرنسية لاحقًا في 27 ديسمبر 1973، بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع ومما جاء في خطابه بخصوص

الموضوع ما يلي: إنه لمن غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، وأن يتم تشييد الاشتراكية على أساس قوانين معدة أساسا لحماية الاقتصاد الرأسمالي، كما انه من غير المعقول أيضا ان نبقي مسيرين بقوانين أعدها أولئك الذين كانوا يمارسون القمع ضدنا، وأن نرجع لهذه القوانين لاتخاذ قرارات وطنية... .

وعلى الرغم من مناداة بفكرة استقلالية الإعلام الجزائري وفصل تبعية المؤسسة السمعية البصرية عن التنظيم الفرنسي، إلا أنه حتى سنة 1976 لم يكن هناك قانونا للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بما في ذلك القطاع السمعي البصري، وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، باستثناء بعض المراسيم التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية، فإن السياسة الإعلامية آنذاك التي اتبعت خلال هذه المرحلة، تميزت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني. شهدت سنة 1967 صدور جملة من المراسيم استهدفت تنظيم قطاعات الإعلام، منها قطاع السمعي البصري، الإذاعة والتلفزيون.

الأمر الذي جعل أحد المختصين في مجال الإعلام يصف هذه المرحلة بمرحلة البيات الشتوي

ج- المرحلة الثالثة: (1976-1990)

بدأت معالم السياسة الإعلامية لقطاع السمعي البصري تتضح مع صدور ميثاق الوطني عام 1976 حيث شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في ظل استكمال بناء مختلف المؤسسات وهيكل السياسية والاقتصادية.

وقد جاء في الميثاق إلى التنويه بالدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية، كما دعا إلى ضرورة استصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما لدور الصحافة والإعلام والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية، والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الإطارات الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية، وإشباع حاجات ومتطلبات الجماهير في الحصول على إعلام متميز ويتسم بالموضوعية والجودة. الميثاق الوطني 1976، ص 101.

وباعتبار أن الجزائر قد انتهجت النظام الاشتراكي، كان لابد من أن تنعكس على السياسة الإعلامية وعرفت في بداية الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال كخيار اشتراكي انعكس على تلك السياسة اتضح للجزائر أن مفهوم الإعلام يقوم على أساس الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأن الإعلام هو جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط. المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية، حزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1982، ص 34.

وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو الآتي:

01- التربية والتكوين والتوجيه

02- التوعية والتجنيد

03- التعبئة

04- الرقابة الشعبية

05- التصدي للغزو الثقافي

وقد تم صدور في عهد الحزب الواحد أول قانون للإعلام في الجزائر سنة 1982 ضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني والدستور لعام 1976.

وقد تناول هذا القانون لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، وحدد الإطار العام المفهوم للإعلام في الجزائر، إذ جاء في مادته الأولى (الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة، وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية. (قانون الإعلام 1981، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص 03).

وقد كشف هذا القانون في مادته الأولى عن المصادر التي يستلهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني ومختلف التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير الوطني، كما اعتبر القانون أن الإعلام جزءا من السيادة الوطنية وهو إعلام ثوري يسعى إلى تحقيق أهداف الثورة الاشتراكية بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني. إضافة إلى ذلك فقد تناول القانون جملة من القضايا المتعلقة بالنشاط الإعلامي وأهداف الإعلام، وأشار إلى حق المواطن في الإعلام، حيث جاء في المادة الثانية منه على أن الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي. (نفس المرجع السابق، ص 03).

وحدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور والميثاق، حيث جاء في المادة الثالثة على أنه يمارس حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الإيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية للأمة وتوجيهات القيادة السياسية المنبثقة عن الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55 و 73. (نفس المرجع السابق، ص 03)

وفي صدد حسم اللغة التي ستستعمل في وسائل الإعلام الوطنية، أكدت هذه الوثيقة على لغة الإعلام الوطني مستقبلا، وهي اللغة العربية، وهذا ما جاءت به المادة 4 من القانون وأكدت بقولها: مع العمل دوما على استعمال اللغة الوطنية وتعميمها، يتم الإعلام من خلال نشرات إخبارية، ونشرية إخبارية متخصصة ووسائل سمعية بصرية

غير أن هذا القانون لم يكن سوى حبر على ورق، لأنه لم يكرس مبادئه على أرض الواقع وقد عيب عليه من عدة نواحي وهي:

- إن هذا القانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة ، ولم يتعرض إلى القطاع السمعي البصري سوى ضمن إطار عام وفضفاض.

- رغم أن القانون أشار إلى ضرورة استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام الجزائرية، إلا انه لوحظ عدم تطبيق المادة 4 من هذا القانون، وشهدت السنوات التي تلت 1982 صدور عناوين باللغة الفرنسية مثل: "Horizons"

Actualité économie الدوريتان : أحداث اقتصادية

Parcours maghrébin المسار المغربي

وعلى الرغم من أن هاتين الدوريتين كانتا تصدران باللغة العربية ، إلا أنهما لم تكن في الواقع سوى ترجمة للطبعة الفرنسية.

- إن القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون ظل يسترشد في الممارسة فيما يتعلق بطبيعة المهنة ، وفي الجانب الجزائري ببعض مواد القانون، إما المجالات الأخرى مثل التوسع في الشبكات والقنوات فظلت خاضعة للقانون الخاص بالوسيلة.

وتمشيا مع الدستور 1989 الذي كرس مبدأ التعددية الحزبية في الجزائر، صدر قانون الإعلام في 03 أبريل 1990 ، ونشر بالجريدة الرسمية في نفس السنة، والذي فتح مجالا واسعا للتعددية السياسية التي تتضمن هي منطقيا التعددية الإعلامية، حيث جاء في المادة الثانية منه والتي نصت على انه الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الإطلاع بكيفية كاملة وموضوعية، على الوقائع والآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد 35-39-40 من الدستور. قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية، المجلس الأعلى للإعلام، ص 04.

وفي المادة 03 تحدثت الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام، حيث نصت على انه يمارس الحق في الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني. أما المادة الرابعة فقد وضحت الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق، حيث جاء فيها يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يأتي:

- عناوين الإعلام وأجهزة في القطاع العام.
 - العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.
 - العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري.
- ويعمل من خلال أي سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزيوني.

غير أن القانون يكاد يستثني القطاع السمعي البصري، وهو ما جاء في المادة 56 منه والتي نصت على أن يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام

وهذا إشارة واضحة على عدم الإقبال على إنشاء قناة ثانية، رغم الاتصالات التي تمت مع القناة وقنوات أخرى « canal plus ». الفرنسية

كذلك أشار القانون الصادر سنة 1990 إلى إنشاء هيئة إعلامية جديدة هي " المجلس الأعلى للإعلام " أوكلت لها مهام تختلف عن مهام المجلس 1984 ، وقد حددت المادة 59 من الوثيقة طبيعة الهيئة، حيث نصت على انه (يحدث مجلس أعلى للإعلام، وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تتمثل مهمتها في السهر على احترام هذا القانون)

: Brahim Brahimi « La La Liberté de L'information a travers les deux codes la presse 1982 -1990 en Algérie » op.cit,p : 29

وقد منحت هذه الهيئة سلطات واسعة وحلت محل وزارة الإعلام (التي ألغيت في تشكيلة حكومة 1991) ومن مهامها خاصة في مجال القطاع السمعي البصري. (راجع زهير احدادن، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص: 106-107)

01- ضمان استقلالية أجهزة القطاع العام للث الإذاعي والصوتي والتلفزي وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.

02- السهر على تشجيع وتدعيم النشر والبت باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.

03- السهر على نشر الإعلام المكتوب والمنطوق والتلفز، عبر مختلف جهات البلاد وعلى توزيعه.

04- تسليم الرخص ، وإعداد دفاتر الشروط المتعلقة باستعمال الترددات الإذاعية الكهربائية والتلفزية، كما تنص عليها المادة 56 الأنفة الذكر.

المرحلة الرابعة: (1990-2003)

بدأت هذه المرحلة منذ 1990 بصدور الدستور الجديد، الذي نص في مادته 40 على التعددية الحزبية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت المرحلة بصدور العشرات من الصحف ، خاصة بعد صدور قانون الإعلام 1990، الذي أكد حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة ، إلا أن القطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.

وذلك راجع إلى نظرة الدولة اتجاه القطاع السمعي البصري وهو ما يشكل حساسية وخاصة التلفزيون الذي جعل الدولة مترددة في مسألة تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة، إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد للإعلام يحدد بوضوح وضعية قطاع السمعي البصري ضمن الخريطة الإعلامية.

وقد صدر لاحقا مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام لسنة 1998، وسنة 2002، الذي تناولوا القطاع السمعي البصري لأول مرة بنوع من التفصيل.

أ- المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 1998:

إذا كان قانون الإعلام لسنة 1990 يؤكد في مادته الأولى على أن هذه الوثيقة تحدد قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام، فإن مشروع 1998 كشف في مادته الأولى على تحرير قطاع الإعلام برمته، إذ تنص المادة الأولى منه على مايلي: يكفل القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري.(وزارة الاتصال والثقافة ، مارس 1998،ص02)

كذلك عرفت الوثيقة لأول مرة منذ الاستقلال المقصود بالسمعي البصري، بعد أن كانت القوانين السابقة تدرجه ضمن عبارة غامضة وتعتبره "سندا إذاعيا أو صوتيا أو تلفزيونيا" يمارس من خلاله الحق في الإعلام.

حددت المادة الثانية من المشروع التمهيدي مفهوم الاتصال السمعي البصري بما يلي:

يقصد بالاتصال السمعي البصري كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد الأساليب الاتصال السلبي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية، صور وأصوات أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والي ليس لها طابع المراسلة الشخصية.

وأفردت الوثيقة الباب الثالث للحديث عن القطاع لكن ضمن عبارة "عمومي" وهو أمر يشير إشارة واضحة في عدم رغبة الدولة في فتح القطاع السمعي البصري للاستثمارات الخاصة إلا في حدود ضيقة ومعينة.

وهو مانصت عليه المادة 28 من المشروع التمهيدي بقولها يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي المسموع والمرئي أن تفتح رأسمالها، في إطار الشراكة لمؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به.

وتستثني المادة 29 بعض الأنشطة فتتص أن تمارس الأنشطة ذات الصلة بالبث التلفزيوني للتغطية الوطنية من قبل المؤسسات العمومية المختصة فقط، وتضيف غير انه يمكن للمؤسسات المذكورة ، أن تتخلى في إطار الشراكة، عن بعض الأنشطة لمؤسسات تابعة للقطاع الخاص حسب الشروط التي سيحددها القانون. ويتناول الفصل الثاني من نفس الباب "خدمات البث الإذاعي السمعي والتلفزيوني المرخص بها.

وتشير المادة 30 من المشروع التمهيدي إلى انه :يخضع توزيع حصص إذاعية مسموعة أو مرئية عن طريق الكابل، كذلك استعمال الذبذبات الإذاعية الكهربائية لترخيصات وأحكام القانون ولأوامر دفتر شروط تعده الوزارة المكلفة بالاتصال بعد استشارة المجلس الأعلى للاتصال، ويشكل هذا العرف نمط من أنماط استعمال القطاع الخاص للأموال العمومية التابعة للدولة.

وفي نفس الترخيص تضيف المادة 31 منه على أن يخضع الترخيص بأية خدمة اتصال سمعي بصري غير خدمات القطاع العمومي لإبرام اتفاقية بين المجلس الأعلى للاتصال المتصرف باسم الدولة والمستفيد من رخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري.

ويشرح الفصل في المادة من 32 إلى 46 الطرق والكيفيات والإجراءات التي تنظم النشاط في القطاع السمعي البصري خاصة فيما يتعلق بمنح التراخيص أو سحبها، وشروط الاتفاقيات وكذلك فسخها. وفي الباب الثامن تتحدث الوثيقة عن " المجلس الأعلى للاتصال " باعتباره سلطة مستقلة لضبط الأمور وتمتع بالاستقلال الإداري والمالي، وتضمن التعددية في الإعلام وحرية الصحافة والاتصال. ويمكن تعداد مهام هذا المجلس والموكلة له في مجال القطاع السمعي البصري على النحو الآتي:

- *ممارسة الرقابة بكل الوسائل الملائمة على موضوع الحصص الإشهارية التي تبثها أجهزة البث الإذاعي والتلفزي ومحتواها وكيفيات برمجتها.

- *ضبط أحكام الاتفاقيات الخاصة بخدمات الاتصال السمعي البصري المسموح به ومراقبة تنفيذها.

- * وتحدد المادة 94 بان المجلس الأعلى للاتصال هو الجهة التي تسلم الترخيصات بإنشاء خدمات اتصال إذاعي وتلفزي تابع للقطاع الخاص.

وعموما فإن المشروع التمهيدي تجاوز قانون 1990 في مجال الحريات الصحفية، وتناول لأول مرة بنوع من التفصيل القطاع السمعي البصري بتحديد طبيعته ووسائله وطرق النشاط أو الاستثمار فيه.

ب- المشروع التمهيدي لقانون 2002 :

جاء هذا المشروع على أنقاض المشروع التمهيدي لسنة 1998 الذي لم ينجح لان يتحول إلى قانون، ويتميز هذا المشروع بكونه شرح الأسباب والغاية من هذه الوثيقة، وذلك بان وضع الأمور في إطارها الوطني والدولي واستهل المشرع قبل عرض مواد المشروع بتقديم الأسباب والدوافع وراء هذه المبادرة، وكذلك تميز المشروع بعقد جلسات جهوية لمناقشته من قبل المهتمين والمنشغلين بقطاع الإعلام، وأوكلت مهمة الإشراف على الجلسات إلى باحثين أكاديميين مهتمين ببحوث الإعلام والتشريعات الإعلامية، وهو أمر جديد حيث جرت العادة في القوانين والمشاريع السابقة أن تكون المناقشات محدودة ومحصورة في فئات بيروقراطية بعيدة عن واقع العمل الإعلامي ومتطلباته.

ويمكن حصر أسباب ودوافع من وراء إصدار هذا المشروع ، والتي نجملها فيما يلي :

* ضرورة تعديل القانون الساري المفعول على مستوى الشكل والمضمون ، حتى ينسجم والمحيط القانوني والمؤسسي مع المحافظة على مكاسب الصحافة خلال عشرية كاملة ودعمها.

* وضع تعديلات تتماشى وتواكب السياسة التي تتبعها البلاد من أجل الإنظام ومسايرة مسار العولمة لا سيما المجتمع الإعلامي والمتغيرات التي يفرضها المحيط الدولي.

*ترتكز فلسفة المشروع الجديد على مبدأ حرية الإعلام في إطار احترام الأسس الدستورية،قوانين الجمهورية واحترام كرامة وشرف وكذا تقدير الأشخاص.

*يرسم المشروع إطار التنظيم المؤسسي ويعطي تصورا مسبقا للحقل الإعلامي عن طريق مبدأ التخطيط

* إن هذا المشروع يتماشى والاصطلاحات التي مست هيئات ومهام الدولة ، وبالتالي فهو يدخل نصوصا مؤسساتية ملائمة لمختلف قطاعات أنشطة الإعلام والمهام الدائمة للدولة من خلال التصور والضبط والمراقبة.

* يمكن المشروع الجديد مختلف الفئات المهنية للإعلام لتمكين السلطات العمومية للاضطلاع بمهامها في إطار تشاوري ومن جهة ثانية المساعدة في تنظيم الممثلات المهنية للقطاع.

* في مجال السمععي البصري، يضع المشروع أسس تأسيس المجلس السمععي البصري كهيئة للضبط تتكفل بالسهر على احترام التعددية والقيم الدستورية.

* ينظم المشروع في خطوطه العريضة القانون الأساسي للصحفي المحترف، بتوفير الحماية له، وإخضاعه للمبادئ العامة العالمية التي تحكم مهنة الصحفي.

* المشروع الجديد ينص على ضرورة تكريس دعم الدولة للصحافة. (نفس المرجع السابق، ص 01-02)

حدد المشروع التمهيدي مفهوم النشاط الإعلامي في المادة الثانية بقولها يقصد بنشاط الإعلام في مفهوم هذا القانون ، وضع معلومات تحت تصرف الجمهور أو فئات منه عبر كل الدعائم سواء كانت مسموعة، مرئية أو إلكترونية وكذلك بصفة دورية .

وخصص المشرع الباب الثالث من المشروع ليتناول فيه ” النشاط الإعلامي عن طريق الاتصال السمععي البصري “، إذ تناول في الفصل الاول ممارسة الاتصال السمععي البصري ، وعلى هذا المنوال حددت المادة 34 من المشروع التمهيدي المقصود بالاتصال السمععي البصري، على أنه يقصد بالاتصال السمععي البصري في مفهوم هذا القانون، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه، علامات، صور، إشارات، أصوات ، أو بلاغات أيا كانت طبيعتها والتي ليس لها صفة المراسلة الشخصية، وذلك عن طريق المواصلات السلوكية واللاسلكية. (المشروع

التمهيدي لقانون الإعلام ، 2001، ص 18)

أما المادة 35 منه فقد حددت آليات وأدوات ممارسة النشاط السمععي البصري:

نشاط الاتصال السمععي البصري حر يمارس من طرف :

- مؤسسات وهيئات القطاع العام.
- المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص.

في حين حددت المادة 38 للمشرع خضوع الممارسة الإعلامية في القطاع السمععي البصري الخاص لترخيص من قبل المجلس السمععي البصري ، وخصص الفصل الثاني لهذه الهيئة الجديدة وهي ” المجلس السمععي – البصري.

وتحدد المادة 42 من المشروع التمهيدي لسنة 2002 مهام هذا المجلس بعد تحديد طبيعته بكونه ” سلطة مستقلة للضبط والمراقبة ، تتمتع بالاستقلال الإداري والمالي ، ضامنة للتعددية الإعلامية وحرية الصحافة في الاتصال السمععي البصري، وهذه المهام هي:

*السهر على إحرام أحكام هذا القانون، وأحكام النصوص اللاحقة المتعلقة بالاتصال السمعي البصري.
*تشجيع شفافية أنشطة مصالح السمعي البصري المرخصة.
*الحيلولة دون تمركز الاتصال السمعي البصري تحت تأثير مالي أو إيديولوجي.
*ممارسة الرقابة على الموضوع والمحتوى و كفاءات برمجة الحصص الإشهارية التي تبثها مصالح السمعي البصري.
*تحديد الكفاءات ممارسة حق التعبير التعددي للتيارات الفكرية والرأي في إطار احترام مبدأ المساواة في المعاملة في مصالح الاتصال السمعي البصري.
*تحديد عن طريق قراراته ، شروط إنتاج برمجة حصص التعبير المباشر خلال الحملات الانتخابية في وسائل الإعلام السمعي البصري.
*السهر على جودة التبليغ وكذا الدفاع عن الثقافة الوطنية وترويجها، لاسيما في مجالات إنتاج وبث المؤلفات الوطنية من طرف وسائل الإعلام السمعي البصري.
في باب ممارسة مهنة الصحفي: تشير المادة 72 إلى انه لا يجب في أي حال من الأحوال، أن تقدم الأخبار التي تنشرها النشورية الدورية أو وكالة الأنباء أو تبثها مصلحة الاتصال السمعي البصري بطريقة:
- تنوه فيها بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالجرائم أو الجنح.
- تشكل إهانة اتجاه رؤساء الدول.
- تشكل إهانة اتجاه أعضاء البعثات الدبلوماسية المعتمدة بالجزائر.

5- قانون الإعلام السمعي البصري 2012:

قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012:

يعتبر القانون العضوي رقم (12-05) الصادر رسميًا بتاريخ 12 جانفي 2012م أول قانون عضوي للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة، وبذلك يكون قد جاء هذا القانون بعد مرور 50 سنة على استعادة الاستقلال الوطني وفي وقت أصبح الإعلام الوطني يتخبط في مشاكل عديدة ويكاد صوت الجزائر أن لا يسمع ولا يشاهد في الساحة الإعلامية العالمية وفي ظل الفراغ القانون لبعض نواحي تشير هذا القطاع الحساس. وكالة الأنباء الجزائرية، القانون الخاص بالسمعي البصري: 113 المادة لتنظيم السمعي البصري، 29 مارس/ آذار 2014.
مرت واحد وعشرون سنة بالتمام والكمال على صدور آخر مشروع قانوني إعلامي ينظم الساحة الإعلامية، وهو قانون 1990م.

وخلال كل هذه الفترة أي الفترة الممتدة من 1990م إلى 2011م، حدثت عدة تطورات وتغيرات مست العديد من الميادين والمجالات ومن بينها الميدان الإعلامي، ومنه أصبح قانون 1990م لا يكفل متطلبات الصحافة الجزائرية، وأضحى من الواجب ومن الأولويات إصدار قانون إعلامي جديد يتماشى مع طموحات الصحفيين خصوصًا في ظل العولمة والعصرنة التي لا تعتبر الجزائر بمنأى عنها...

يتضمن القانون (133 مادة) موزعة على 12 بابا والذي يهمننا في قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 هو الباب الرابع المتعلق النشاط السمعي البصري وينقسم إلى فصلين:

- **الفصل الأول:** ممارسة النشاط السمعي البصري ويتكون من (6 مواد)، من (المادة 58) إلى (المادة 57).

- **الفصل الثاني:** سلطة ضبط السمعي البصري، يحتوي على (3 مواد) وهي (المادة 64-65-66)

جاء في المادة 51 من القانون 05-12 الصادر بتاريخ 12 جانفي 2012 أن يمارس النشاط السمعي البصري من قبل (هيئات عمومية - مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي - المؤسسات والشركات التي تخضع للقانون الجزائري)، ومن خلال هذه المادة نلاحظ أن مجال الممارسة للإعلام السمعي - البصري قد أصبح مفتوحاً ومتفتحاً لكل الجزائريين، سواء على المستوى المواطنين أو الهيئات أو المؤسسات... الخ. لكن نلاحظ أن هذا القانون العضوي يحتوي على جملة من المواد التي يشترط أن تضاف إليها تشريعات وقوانين خاصة بها، وهذا ما تقصده المادة 65 "حيث تحدد مهام وصلاحيات سلطة الضبط السمعي البصري، وكذا تشكيلتها وسيرها بموجب القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري."

أصبح النشاط في مجال السمعي البصري حراً .

لكنه بقي أن ننتظر بعضاً من الوقت لكي يصدر القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري في الجزائر.

هذا القانون يحتوي على جملة من المواد التي تتحدث على إضافات تشريعية عن طريق التنظيم التي ستصدر في المستقبل..

على العموم إن التجريم قد رفع على الصحفيين ورجال الإعلام، هذا مؤكد في هذا القانون الأخير، وأن السمعي البصري قد تحرر من الاحتكار الذي كان يتميز به..

الباب الرابع يتحدث عن النشاط السمعي البصري

الفصل الأول يتطرق إلى ممارسة النشاط السمعي البصري بعدما يعرف في (المادة 58) ما المقصود بالنشاط السمعي البصري، يوضح بكل الوضوح في (المادة 59) النشاط السمعي البصري مهمة ذات خدمة عمومية ونعتبر هذا المبدأ بالاتجاه الصحيح لكي تصبح المصلحة العامة فوق الجميع..

(المادة 61) من القانون العضوي هي التي أحدثت تغييراً جذرياً في المشهد الإعلامي الجزائري، حيث فتحت الباب واسعاً أمام قطاع السمعي البصري الغير حكومي أي التابع لرأس المال الخاص بالجزائر.

منذ فجر الاستقلال إلى اليوم، 50 سنة مضت والكل كان ينتظر لحظة فتح المجال السمعي البصري إلى الخواص الجزائريين، فجاء هذا القانون العضوي وخاصة في (مادته 61) يمارس النشاط السمعي البصري من قبل:

-هيئات عمومية.

-مؤسسات أجهزة الدولة.

-المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.

– ويمارس هذا النشاط طبقاً لأحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.

كما يتضح من خلال (المادة 63) أنه يجب إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد من الترخيص لإنشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري والتوزيع عبر خط الإرسال الإذاعي المسموع أو التلفزيوني وكذا استخدام الترددات الإذاعية الكهربائية، ويعد هذا الاستعمال طريقة شغل خاص للملكية العمومية للدولة.

(المادة الرابعة) توضح القطاع العمومي من القطاع الخاص وكذا صحافة الأحزاب والجمعيات ولكل قطاع في فضائه مميز عن غيره.

نلاحظ في (المادة الخامسة) إبراز المبادئ العالمية وقيم حقوق الإنسان بكل تفاصيلها المعروفة عالمياً.

6- قانون النشاط السمعي البصري لسنة 2014:

يعتبر القانون رقم 14-05 المؤرخ في : 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري اول قانون متخصص في المجال السمعي البصري، منذ الاستقلال ، فبالرغم من إصدار المشرع الجزائري العديد من القوانين والمراسيم المتعلقة بالممارسة الإعلامية ، إلا أنه كان في كل مرة يكتفي بذكر بعض المواد المشتتة هنا وهناك في بعض القوانين الإعلامية التي أصدرها منذ الاستقلال على غرار قانون رقم 1982، 1990. (رضوان بلخيري، سارة جابري، ، 2013، ص 99).

المشروعين التمهيديين لسنتي 1998-2001، وكان في كل مرة يكتفي بدراسة بعض جوانب النشاط الإعلامي، وحدد الإطار العام المفهوم بدون ذكر تفاصيل القطاع السمعي البصري ، وبدون فتح المجال للاستثمارات الخاصة فيه، وبقيت الدولة محتكرة ومسيطر على الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي بصفة خاصة. يحتوي القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري الذي صادق عليه البرلمان في نهاية شهر يناير ، والذي صدر في العدد 16 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ل: 23 مارس 2014 على 113 مادة تنظم القطاع السمعي البصري في الجزائر.

وينص القانون الأنف الذكر في مادته الخامسة أن خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها ” تتشكل من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي أو أشخاص معنويين للقانون الجزائري ، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بالجنسية الجزائرية.

ويوضح القانون في المادة 17 أن خدمة الاتصال السمعي البصري المرخص لها هي كل خدمة موضوعاتية للث التلفزيوني أو للث الإذاعي تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام القانون .

أما المادة 18 فتشير إلى انه يمكن خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة المذكورة في المادة 17 أن تدرج حصصاً وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال.

وبخصوص الاستغلال تنص المادة 27 من القانون على أن مدة الرخصة المسلمة تحدد بـ: 12 سنة لاستغلال خدمة البث التلفزيوني وستة أشهر بالنسبة لخدمة البث الإذاعي (في حين تؤكد المادة 28) يتم تحديد الرخصة خارج إطار الإعلان عن الترشح من طرف السلطة المانحة بعد رأي معلل تبديه سلطة ضبط السمعي البصري.

ويحدد اجل الشروع في استغلال خدمة الاتصال السمعي البصري وفقا للمادة 31 سنة واحدة بالنسبة لخدمة البث التلفزيوني وستة أشهر بالنسبة لخدمة البث الإذاعي ومن جهة أخرى تطرق القانون إلى الأحكام المشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري ، حيث تشير المادة 47 إلى انه يحدد دفتر الشروط العامة الصادر بمرسوم بعد رأي سلطة الضبط السمعي البصري القواعد العامة المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو البث الإذاعي.

كما توضح المادة 48 ان دفتر الشروط يتضمن أساسا الالتزامات التي تسمح بـ ” احترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين واحترام المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد واحترام سرية التحقيق القضائي والالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى. كما تفرض الالتزامات ” احترام مقومات ومبادئ المجتمع واحترام القيم الوطنية ورموز الدولة كما هي محددة في الدستور، وترقية روح المواطنة وثقافة الحوار واحترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام ، وتقديم برامج متنوعة وذات جودة، وينص دفتر الشروط على ضرورة التأكد من احترام حصص البرامج المحددة مع السهر على أن تكون نسبة 60 بالمئة على الأقل من البرامج التي تبث هي برامج وطنية منتجة في الجزائر من بينها 20 بالمئة على الأقل مخصصة سنويا لبث الأعمال السمعية البصرية والسينمائية.

أما فيما يتعلق بمهام و تشكيلة و سير سلطة ضبط السمعي البصري.

يحدد مقر سلطة ضبط السمعي البصري وفقا للمادة 53 بالجزائر العاصمة و هي مكلفة وفقا للمادة 54 بـ ”السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ضمن الشروط المحددة في هذا القانون و التشريع و التنظيم ساربي المفعول و السهر على عدم تمييز الأشخاص المعنوية التي تستغل خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العام و ضمان الموضوعية و الشفافية” . و هي مدعوة أيضا إلى “السهر على ترقية اللغتين الوطنيتين و الثقافة الوطنية” . و تتمتع سلطة ضبط السمعي البصري قصد أداء مهامها بصلاحيات في مجال الضبط و المراقبة و الاستشارة و تسوية النزاعات حددها القانون في مادته 55. و تشير نفس المادة إلى أن السلطة مكلفة بدراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري و تبث فيها علاوة على تخصيص الترددات الموضوعية تحت تصرفها من طرف الهيئات العمومية المكلفة بالبث الإذاعي و التلفزيوني من أجل إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الأرضي في إطار الإجراءات المحددة في هذا القانون.

في مجال المراقبة تسهر سلطة ضبط السمعي البصري على احترام مطابقة . (وكالة الأنباء الجزائرية، ، 29

مارس/ آذار 2014)

أي برنامج سمعي بصري كيفما كانت وسيلة بثه للقوانين و التنظيمات سارية المفعول و ضمان احترام الحصص الدنيا المخصصة للإنتاج السمعي البصري الوطني و التعبير باللغتين الوطنيتين. و عليها أيضا أن تمارس الرقابة بكل الوسائل المناسبة على موضوع و مضمون و كفاءات برمجة الحصص الإخبارية. أما في المجال الاستشاري فالسلطة مدعوة إلى إبداء رأيها في الإستراتيجية الوطنية لتنمية النشاط السمعي البصري و في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي يتعلق بالنشاط السمعي البصري. كما يتعين على سلطة ضبط السمعي البصري في مجال تسوية النزاعات التحكيم في النزاعات بين الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمة اتصال سمعي بصري سواء فيما بينهم أو مع المستعملين و التحقق في الشكاوى الصادرة عن الأحزاب السياسية و التنظيمات النقابية و/أو الجمعيات و كل شخص طبيعي أو معنوي آخر يخطرها بانتهاك القانون من طرف شخص معنوي يستغل خدمة للاتصال السمعي البصري.

و توضح المادة 57 من القانون أن سلطة ضبط السمعي البصري تتشكل من 9 أعضاء يعينون بمرسوم رئاسي على النحو التالي: 5 أعضاء من بينهم الرئيس يختارهم رئيس الجمهورية و عضوان اثنان غير برلمانيين يقترحهما رئيس مجلس الأمة و عضوان اثنان يقترحهما رئيس المجلس الشعبي الوطني. و تمارس سلطة ضبط السمعي البصري وفقا للمادة 58 مهامها باستقلالية تامة بث يتم اختيار أعضائها بناء على كفاءتهم و خبرتهم و اهتمامهم بالنشاط السمعي البصري حسب المادة 59. (المادة 59 من القانون رقم 14-04 المؤرخ في : 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري).

7-نشأة و بداية تأسيس قناة الهدف tv :

نجحت جريدة الهدف في احتلال مكانة بارزة في عالم الصحافة الرياضية . واحتلت صادرة الصحف الرياضية في الجزائر وذاع صيتها عربية وإفريقيا . ومن يوم تأسيسها بتاريخ أول نوفمبر من سنة 1998 ظلت الهدف تعرف تطورا متواصلا فبدأت بإصدار عدد واحد في الأسبوع ، ثم عددين ثم ثلاثة أعداد في الأسبوع ، إلى أن تحولت سنة 2007 إلى يومية رياضية لأول مرة في تاريخ الصحافة الجزائرية والعربية .، كما كانت تصدر طبعة بالفرنسية تسمى "لوبيتور" وفي سنة 2008 تم إصدار طبعة أخرى تسمى الهدف الدولي . ومع التطور الكبير الذي بلغته الجريدة كان هم الطاقم المشرف من إداريين وصحفيين البقاء في القمة وظل مشروع إنشاء أول قناة تلفزيونية متخصصة فكرة تراود المشرفين على الجريدة . ومع فتح مجال السمعي البصري في بلادنا بدأت الفكرة تبلور . وأصبح الحلم حقيقة وفي جوان من سنة 2014 تم إطلاق القناة التلفزيونية (الهدف تي في) وحصل ذلك بالتزامن مع نهائيات كأس العالم التي احتضنتها البرازيل .

ومنحت إدارة القناة الأولية لصحفي ومراسلي جرائدها "الهدف" "الهدف الدولي" و "لوبيتور" ونفس الشيء بالنسبة لمصوري الجريدة . وكلف رئيس تحرير "الهدف" الدولي محمد شيخي برئاسة تحرير القناة .

الشبكة البرمجائية لقناة الهدف:

وبدأت القناة تتطور مع مرور الوقت وشهدت فيما بعد إطلاق عدة برامج تلفزيونية .

100 % فوت : هي حصة يقدمها رئيس تحرير يومية "الهداف" رضوان بوحنيكة . يتم خلال الحصة التي تبث سهرة كل أحد تقديم حوصلة عن بطولة الرابطتين الأولى والثانية المحترفة . ويحضر الحصة محلل القناة اللاعب الدولي السابق علي بن شيخ . كما تتم استضافة ممثلين اثنين عن أندية الرابطة الأولى المحترفة (رئيس نادي ، مدرب أو لاعب)

. **حصة بالمكشوف** : حصة تبث سهرة كل خميس يقدمها رئيس تحرير يومية "الهداف" رضوان بوحنيكة ، يتم في هذه الحصة حضور محلل القناة على بن شيخ بالإضافة إلى ضيوف آخرين . ويتم في هذه الحصة التطرق إلى أهم أحداث الأسبوع سواء تعلق الأمر بالفريق الوطني ، اللاعبين المحترفين ، البطولة الوطنية . **حصة الفريق الدولي** : سميت الفريق الدولي نسبة إلى "الهداف الدولي" تبث سهرة كل إثنين وجمعة ، يقدمها رئيس تحرير يومية "الهداف الدولي" محمد شيخي . ويحضرها محللا القناة اللاعب الدولي السابق رابح ماجر واللاعب الدولي السابق علي بن شيخ . كما تستضيف الحصة في كل مرة صحفي من إحدى اليوميات ، الهداف أو الهداف الدولي أو لوبيتور . تتطرق هذه الحصة إلى أحداث كرة القدم العالمية . **حصة توب الهداف** :

هي حصة تبث سهرة كل أربعاء يقدمها صحفي الهداف اليومي حمزة بركاوي ، يتم فيها استضافة لاعبين يكونان نجما الأسبوع في بطولة الرابطة الأولى المحترفة . ويتم فيها اختيار تشكيلة الأسبوع ، ترتيب أفضل 10 أهداف ، ترتيب الهدافين .

نشرات الأخبار :

من الأركان الثابتة في قناة "الهداف" تي في . نشرات الأخبار التي تقدم كل ساعة ويتم تحديد الأخبار في كل مرة يكون هناك جديد يقدم نشرة الأخبار أحد صحفيي القناة .

رسالة من روما :

هي حصة جديدة مقارنة ببقية الحصص ، يقدمها صحفي "الهداف الدولي" إبراهيم حنيفي ، تعني هذه الحصة بأخبار وأحداث الدوري الإيطالي ، يتم التطرق إلى نتائج الأسبوع وترتيب الكاليتشو وبرنامج الأسبوع كما يتم الاتصال بمحللين من إيطاليا من لاعبين دوليين سابقين أو صحفيين إيطاليين **كي كنت وكي وليت** :

هي حصة بدأت مع بداية القناة ، ويتم فيها إجراء حوار مطول مع لاعب جزائري سابق ، يتحدث فيها عن ماضيه الكروي كما يتحدث عن حياته بعد اعتزاله الكرة .

الأخبار والأخبار العاجلة :

كما يلاحظ المشاهد لقناة "الهداف" شريط الأخبار العادية ، يبدأ بأخبار المنتخب الوطني ، ثم أخبار اللاعبين المحترفين ، ثم الأخبار المحلية للرابطين الأولى والثانية المحترفة ، وتأتي في الأخير الأخبار الدولية . وعندما يكون هناك خبر عاجل يسجل أعلى شريط الأخبار: ويشار إليه بـ "هام" : ... ويقدم الخبر الذي ييث لفترة معينة قبل أن يتم إنزاله إلى شريط الأخبار العادية . هذا ويوجد فوق شريط الأخبار مساحة لتقديم برنامج البطولات الأوربية ونتائجها لحظة بلحظة وكذا نتائج المباريات الودية ...

ثانيا/ الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة أو ما يعرف (بالتراث أو الإطار المعرفي) الذي يضم إضافة إلى الدراسات كتابا أو ثقافة عامة أو فنا من الفنون.....الخ، تشكل أساسا صالحا لإلهامات الباحثين وهم يتخيلون حلول للمشكلات البحثية المطروحة، لذلك يجب على الباحث ألا يكون منعزلا عن ذلك التراث وينجح للملاحظة أو الجهد الشخصي وحده عند محاولته خلق أو إيجاد الفروض المفسرة لمشكلة البحث، حيث يؤدي إلى إطلاع الباحث على الدراسات السابقة حول موضوع بحثه يؤدي به إلى التوصل إلى العلاقات الأساسية أو ما يبحث عنه من بيانات تساعده على تفسير الظاهرة التي حيرته، كذلك إطلاع الباحث على كتاب، أو على التراث الشعبي أو السير الشعبية أو بعض الحكم والأمثال والأقوال المأثورة أو حتى إطلاع على مسرحية أو فيلم سينمائي أو قراءته لرواية أو قصة.....الخ، كل هذه الأمور تشكل إلهامات بيدع من خلالها الباحثون فروضهم حول الظاهرة المبحوثة (صلاح مصطفى الفوال: 1983، ص66)، ولا تقتصر فائدتها على الفروض بل تتعداها إلى الإشكالية أولا ثم مناهج الدراسة، فصول الدراسة، النتائج، المراجع.....الخ

وقد اعتمدنا على بعض الدراسات السابقة لبحثنا، منها ما هو محلي، ومنها ما هو على المستوى العربي، حيث كانت عوننا لنا في قيامنا ببحثنا هذا و التي يمكن إيضاها في ما يلي:

1- الدراسات السابقة المحلية في الجزائر:

الدراسة الأولى:

دراسة مبارك سهيلة حاج سعيد: " آراء وتوجيهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية" (مبارك سهيلة حاج سعيد: 2015، ص 63-65).

و هدفت هذه الدراسة إلى: معرفة ما إذا كانت مضامين البرامج الرياضية تتماشى مع ميول الطالب، وكذا الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في التعريف بالثقافة الرياضية، بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات وتطلعات الطلبة نحو محتوى ومضمون الحصص الرياضية.

وكانت إشكالية الدراسة كما يلي: ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية؟

وقد انطلقت الدراسة من مجموعة من التساؤلات الفرعية هي كما يلي:

- هل القنوات الرياضية والبرامج تؤثر على الجانب المعرفي للطالب؟

- ما دور البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية؟

- ما هي الاشباع المحققة من مشاهدة الحصص والبرامج الرياضية؟

- ما دور مشاهدة مباريات الكلاسيكو الأوروبية وتحقيق اشباع الطالب وميولاته؟

واعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج المسحي الاجتماعي، في حين استخدمت العينة القصدية، حيث تكونت من 126 طالب، منهم 23 طالب من السنة الثانية ماستر "إذاعة و تلفزيون" و 103 طالب بسنة ثاني ماستر " تربية بدنية ورياضية بتخصصاته" الثلاث (محضر بدني، إدارة وتسيير المنشآت الرياضية، تربية حركية) كما استخدمت الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات و المعلومات من أفراد العينة للتعرف على آرائهم حول الموضوع البحث.

وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

إن الإعلام الرياضي المرئي يؤثر تأثيرا إيجابيا في نشر و تنمية الثقافة الرياضية، و أيضا في التأثير على العادات و التقاليد من خلال المتابعة الدائمة للنجوم و المشاهير العالميين للرياضة حيث يفضل مشاهدة مختلف الأنشطة الرياضية من خلال الإعلام الرياضي المرئي لأنه يساعد في توصيل الأخبار و المعلومات من خلال البرامج الرياضية و ل طرحها الجيد للمواضيع الرياضية.

وأن الطلبة متابعين دوما للقنوات الإعلامية الرياضية بالنسبة لتلقي أخبار الأنشطة الرياضية التي تخص الرياضيين لتعلم أداء الإعلامي الرياضي بالنسبة للإعلاميين و المتابعة الدائمة للمباريات خاصة لرياضة كرة القدم.

كما أن أهداف البرامج الرياضية من خلال الإعلام الرياضي المرئي مخاطبة لجميع المستويات و الطبقات، حيث يتم متابعة أغلب المباريات و البرامج بالمنزل مع أفراد العائلة بالرغم من جزء آخر يفضل أن يتم مناقشة المواضيع والحوارات الرياضية مع زملاء الدراسة بالجامعة ليكون هناك تبادل لمعلومات وأخبار أخرى جديدة مكتملة حتى

تبنى من خلال هذه الحوارات وتوجهات حول تنمية الوعي الرياضي بين الطلبة، هذا ما يجعل القنوات الرياضية بصفة عامة والإعلام الرياضي خاصة، يلعب دورا إيجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية.

الدراسة الثانية: دراسة الزواوي احمد المهدي، (الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب ، رسالة ماجستير ،معهد التربية البدنية والرياضية ، جامعة الجزائر 2008).

أجريت هذه الدراسة بمعهد التربية البدنية والرياضية _سيدي عبد الله_ وكانت تحت عنوان :الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب .وهي عنوان لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية .

تساؤلات الدراسات : هل استطاعت حصة من الملاعب الرياضية بشكلها ومضمونها إرضاء متتبعيها واطلاعهم على تطورات الساحة الرياضية الوطنية ؟ وهل لبت تطلعاتهم ؟ أم إن المطلوب يتجاوز أدائها؟

فرضيات الدراسة: حقق حصة من الملاعب الرياضية بشكلها ومضمونها إرضاء لمتتبعيها واطلاعهم على تطورات الساحة الرياضية .

المنهج: استخدم الطالب المنهج الوصفي.

العينة:اختار الباحث عينة قصديه ،على متابعي حصة من الملاعب بدور الشباب لبلدية المسيلة.

أدوات الدراسة:استبيان لأراء جمهور التلفزيون الرياضي حول حصة من الملاعب ، كما قام الطالب بإجراء مقابلة مع معهد الحصة وبعض صحفيي القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري .

نتائج الدراسة:

- حصة من الملاعب تقد في شكل يرضاه الجمهور .
- الجمهور يتطلع إلى تنوع تغطية الفعاليات الرياضية والأحداث .
- مواكبة حصة من الملاعب للتغيرات الحاصلة على الساحة الوطنية .

الدراسة الثالثة:

دراسة عيسى الهادي(البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي ،رسالة ماجستير ،معهد التربية البدنية والرياضية ، جامعة الجزائر 2008).

أجريت هذه الدراسة بمعهد التربية البدنية والرياضية_سيدي عبد الله_وكانت تحت عنوان: البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي.وهي عنوان لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية المدنية والرياضية .

تساؤلات الدراسات:

- إلى أي مدى تعمل البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري على تنمية الوعي الرياضي لدى الجماهير؟
- هل يساعد أسلوب تقديم هذه البرامج على مشاهدتها ؟
- هل تتلقى البرامج الرياضية الاهتمام الكافي من ناحية عدد ساعات البث ؟

فرضيات الدراسة:

- البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد
- أسلوب تقديم هذه البرامج لا يساعد على جذب الجمهور المشاهد على متابعتها.
- لا تلقى البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري الاهتمام الكافي من ناحية عدد ساعات البث

المنهج: استخدم الطالب منهج "تحليل المحتوى"

العينة: قام الطالب بمحصر شامل لمجتمع البحث والمتمثل في برامج التلفزيون الرياضية بالتلفزيون الجزائري وبذلك اختيار العينة العمدية في دراسة هذه الموضوع

***الأدوات المستخدمة:** الملاحظة.

نتائج الاستخدام: توصل الطالب إلى:

- إن البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور .
- عدم اهتمام المسؤولين بتحديد مواضع الخلل والنقائص في البرامج الرياضية .

البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري تبقى بعيدة في تحقيق أهداف نشر الوعي الرياضي

2- الدراسات السابقة في الوطن العربي

الدراسة الأولى:

دراسة محمود فايز عبد عابد: "مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية". (محمود فايز عبد عابد: 2009، ص 66-67)

وهدفت الدراسة إلى: معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي البرامج التلفزيونية فيما يتعلق بجمهور الطلبة من الجامعات الأردنية، كما أنها تسعى إلى معرفة العناصر التي تتعلق بالنجاح الذي يحققه مقدمو برامج التلفزيون في كسب جمهور المشاهدين.

وكانت أسئلة الدراسة كما يلي:

- 1- ما العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية؟
- 2- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً للمتغيرات الشخصية للطلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (الجنس، العمر، نوع الجامعة، مكان السكن)؟
- 3- هل تختلف العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لأنماط المشاهدة لدى طلبة المشاهدين في الجامعات الأردنية (مكان المشاهدة، القناة الفضائية، عدد ساعات المشاهدة، كيفية اختيار البرامج، البرامج المفضلة، السلوك أثناء المشاهدة، الهدف من المشاهدة)؟

واعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج الوصفي المسحي لقياس تأثير شخصيات مذيعي القنوات في جذب جمهور المشاهدين أما العينة المستخدمة فكانت عشوائية، تكونت من 526 طالب وطالبة قسمت كما يلي:

الجامعة الأردنية: 239 مفردة.

جامعة اليرموك: 226 مفردة.

جامعة الشرق الأوسط: 16 مفردة.

جامعة البتراء: 45 مفردة.

وقد استخدم الباحث الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات التي تخص بحثه.

وأفضت هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها :

✓ أعلى نسبة للعوامل المؤثر في نجاح مقدمي التلفزيون وفقا لمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل "مهارات التحدث"

✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجال مهارات الاستماع كعامل من العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس، وكان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمجالات (اللغة، الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعا لمتغير الجنس.

✓ النتائج المتعلقة بمتغير بنوع الإقامة أظهرت توجه الطلبة لـ "مهارات الاستماع، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة"، وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي البرامج في التلفزيون، ومتغير الإقامة.

✓ تركيز الطلبة على نقطتين هما : شخصية المقدم، وسخونة الأحداث بالنسبة لأسلوبهم في كيفية اختيار البرنامج التلفزيوني.

وقد أقر الباحث مجموعة من التوصيات نذكر من بينها ما يلي:

- ضرورة العمل على تنمية مهارات لغة الجسد.
- استخدام اللغة العربية السليمة من طرف مقدمي البرامج في التلفزيون.
- التركيز أكثر على المهارات الاتصالية لمقدمي برامج التلفاز، والاهتمام بتطوير الأداء من خلال الدورات التدريبية المتخصصة في المجال.
- ضرورة اهتمام المحطات الفضائية بعمل مراكز خاصة لممارسة الرياضة والاسترخاء، وذلك بالاستعانة ببعض المدربين للياقة والصوت، من أجل أن يمتلك مقدمو البرامج التلفزيونية بنية صحيحة سليمة، وصوت جذابا يؤدي إلى أنجاح برامجهم.
- الاهتمام بالمستوى التعليمي، من خلال تزويدهم بمكتبة متنوعة الكتب في شتى المجالات، تخدم تطلعات المحطة الفضائية بتقديم مقدمي برامج على مستوى العالي من التعليم والثقافة.

الدراسة الثانية:

دراسة منى أحمد المصري: "الكتاب والأدباء الأردنيون والإشاعات المحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية". (منى أحمد المصري، 2010، ص34.31) وتهدف هذه الدراسة إلى:

تحديد علاقة الكتاب والأدباء والأردنيين بالواقع الإعلامي الرقمي والتقليدي الذي يعايشونه، وأثر التطور الإعلامي عليهم.

- ✓ ما العادات الاتصالية للكتاب والأدباء الأردنيين؟
- ✓ ما دوافع تعرض الكتاب والأدباء الأردنيين لوسائل الإعلام التقليدية الرقمية ؟
- ✓ ما الاشباع التي تتحقق لهم من خلال متابعتهم لهذه الوسائل؟

✓ ما مدى مساهمتهم في صناعة الرسالة الإعلامية؟

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي المسحي، واختار عينة عشوائية، حيث تم اختيار مجموعة من الكتاب والأدباء الذين ينتسبون إلى الإتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، وقد أجريت هذه الدراسة 60 مفردة من الكتاب والأدباء بنسبة 25% من مجتمع الدراسة.

في حين استخدام الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات، لمعرفة آراء وتوجهات الاشباع المحققة للأدباء والكتاب الأردنيين من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية والرقمية.

وأفضت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ أكثر أفراد العينة يفضلون التعرض لوسائل الإعلام في المساء (بالنسبة للتلفزيون والانترنت)، ويتعرضون في الصباح (للإذاعة والصحف).

✓ من بين الدوافع التي جعلت الأدباء والكتاب الأردنيين الدوافع النفعية أكثر منها طقوسية، وأنهم يفضلون متابعة البرامج الثقافية والحوارية.

✓ أظهرت الدراسة أن لدى الأدباء والكتاب الأردنيين اتجاهها ايجابيا اتجاه ازدياد وسائل الإعلام سواء كانت تقليدية أو رقمية في الأردن، كما لديهم اتجاهها ايجابيا نحو مدى مساهمة وسائل الإعلام والتقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع.

✓ بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تعرض الأدباء والكتاب الأردنيين لوسائل الإعلام تعزى بمتغير العمر، حيث أن الفئة العمرية من (30-39) تتعرض للصحف اليومية أكثر من تعرض الفئة العمرية من (20-29).

✓ وأظهرت الدراسة كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تعرض الأدباء والكتاب الأردنيين لوسائل الإعلام تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

كما كانت مجموعة من التوصيات خرج بها الباحث من خلال هذه الدراسة أهمها:

✓ يجرد بالقائمين على الوسائل الإعلامية التي لم تحصل على نسب تفضيل متابعة مرتفعة من قبل أفراد العينة، أن تسعى لدراسة جمهور الكتاب و الأدباء حتى تقدم لهم المضمون الذي يلبي احتياجاتهم، و بذلك تضم فئة نخبوية مؤثرة إلى جمهورها.

✓ يجب أن تسعى الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية التي حازت على نسب تفضيل ومتابعة مرتفعة من قبل أفراد العينة، للاستفادة من خبرات هذه الفئة وأرائها وتجويد رسالتهم الإعلامية، والمضامين الثقافية التي يقدمونها.

✓ يجرد من الفئة المثقفة من الكتاب والأدباء أن يسعوا للمشاركة في صنع الرسائل الإعلامية، من خلال زيادة مشاركتهم في الوسائل الإعلامية المختلفة، والتزويد بهذه الوسائل بإنتاجهم الأدبي والثقافي المتنوع.

الدراسة الثالثة:

دراسة احمد بن حسن الشهري (مدى استفادة طلاب الجامعات السعودية من البرامج الثقافية في إذاعة وتلفزيون المملكة ،رسالة ماجستير ،قسم إعلام ،كلية الأدب،جامعة الملك سعود،السعودية2004)

- ما الإشاعات المتحققة لطلاب الجامعات السعودية من التعرض للبرامج الثقافية المتقدمة في إذاعة وتلفزيون المملكة.
- ما دوافع تعرض طلاب الجامعات السعودية للبرامج الثقافية في إذاعة وتلفزيون المملكة .
- ما نوع المضمون الذي يتعرض له طلاب الجامعات من خلال مشاهدتهم للبرامج الثقافية في إذاعة وتلفزيون المملكة .

المنهج:اعتمد الباحث على المنهج الوصفي.

العينة:اختار الطالب عينته بالطريقة العشوائية الطبقية.

الأدوات المستخدمة:استعمل الباحث استمارة استبيان.

نتائج الدراسة:توصل الباحث إلى :

- يتعرض طلاب الجامعات السعودية للبرامج الثقافية المقدمة في إذاعة وتلفزيون المملكة بهدف إشباع عدة احتياجات أهمها معرفة المزيد عن حياة إعلام والفكر والأدب والعلوم ومعرفة الإخبار.
- يرى معظم الطلاب السعوديين أن البرامج الثقافية المقدمة عبر إذاعة وتلفزيون المملكة نجحت في إشباع احتياجاتهم الثقافية.
- يحتل التلفاز المرتبة الأولى من حيث فائدته لتوصيل المضمون الثقافي لطلاب الجامعات السعودية تليه الإذاعة ثم الكتب الثقافية.

الدراسة الرابعة:

دراسة فلاح بن عامر العنري ،(استخدامات كبار السن للتلفزيون الكويتي :القناة الأولى ،رسالة ماجستير، قسم الإعلام ،كلية الأدب،جامعة الملك سعود، السعودية2004).

أجريت هذه الدراسات في كلية الأدب_قسم الإعلام بجامعة الملك سعود في السعودية ،وكانت تحت عنوان :استخدامات كبار السن للتلفزيون الكويتي :القناة الأولى.وهي عنوان لنيل شهادة الماجستير في الإعلام.

تساؤلات الدراسات:

- ما طبيعة البرامج والمواد التي يقوم بعرضها التلفزيون الكويتي ولها علاقة بكبار السن؟
 - ما الإشاعات التي يحققها التلفزيون الكويتي لفئة كبار السن؟
 - ما هي المقترحات التي يقدمها كبار السن من اجل زيادة فاعلية برامج التلفزيون المخصصة لهم؟
- المنهج:** اعتمد الباحث على منهج الوصفي.
- العينة:** اختار الطالب عينته بالطريقة العشوائية.
- الأدوات المستخدمة:** استعمل الباحث استمارة استبيان.
- نتائج الدراسة:** توصل الطالب إلى:

- توصلت الدراسة إلى إخبار التلفزيون إلى أن إخبار التلفزيون المفضل للمعلومات من قبل كبار السن.
- أظهرت الدراسة الحالية نتيجة مفادها أن التلفزيون الكويتي يساعد على تمضية أوقات الفراغ.
- أظهرت الدراسة الحالية عدم وجود فروق تعزي لمتغير الجنس في درجة مشاهدة التلفزيون الكويتي.

توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية:

بعد عرض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع دراستنا من خلال الدراسات المحلية التي درست داخل الجزائر بالإضافة إلى الدراسات العربية. والتي تناولت مدى نجاح البرامج التلفزيونية والإذاعية في تلبية احتياجات المشاهدين وإرضاء رغباتهم سواء المعرفية أو الثقافية أو الترفيهية، وهذا على اختلاف الفئة العمرية والجنس.

كما تناولت هذه الدراسات دوافع تعرض المشاهدين لهذه البرامج، وما هي الإشاعات المتحققة منها، وما هو دور شكل ومضمون وكذلك أسلوب تقديم البرامج في تلبية احتياجات متابعي هذه البرامج. وتوصلت هذه الدراسات إلى أن التلفاز يحتل المرتبة الأولى من حيث فائدته في توصيل المضمون التعليمي، التثقيفي، الترفيهي.....

كل هذه الدراسات تدعم موضوع دراستنا لكي يكون محورا أساسيا يستحق الدراسة لكونه يختص في معرفة دور البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في اتجاهات وميول جمهورها نحو هته البرامج.

هذه الدراسات بينت لنا أن لشكل ومضمون البرامج التلفزيونية، وكذلك أسلوب تقديمها ودور أساسيا في جلب وإشباع احتياجات المشاهدين. وهذا ما نريد الوصول إليه من خلال دراستنا هذه.

لقد تمكنا بفضل الاطلاع على مختلف الدراسات السابقة من :

- 1- اختيار عينة مجتمع البحث من طلبة وطالبات جامعة المسيلة .
- 2- اختيار المنهج الوصفي.
- 3- طريقة صياغة بعض أسئلة الاستبيان.
- 4- اختيار الطرق الإحصائية المناسبة.

1- الكلمات الدالة في الدراسة:

مفهوم الاتجاه:

و يعرفه سعد عبد الرحمان، بأنه "تركيب عقلي نفسي حدثته الخبرة الحادة المتكررة، و يمتاز بالثبات، أو الاستقرار النسبي. (فرج الكامل: تأثير وسائل الإعلام والاتصال - الأسس النفسية و الاجتماعية-، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1985م، ص90)

التعريف الإجرائي للاتجاه:

في بحثنا الحالي، نقصد بالاتجاهات معرفة اتجاه طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة نحو موضوعات حصة الفريق الدولي وكذلك نحو نوعية الحوار ونحو ضيوف الحصة وهذا وفقا لردود أفعالهم نحو الأسئلة التي تطرح عليهم في استمارة الاستبيان.

الطالب:

يقصد بالطالب الجامعي هو الطالب الذي أتاحت له الفرصة لمتابعة الدراسة بمرحلة التعليم العالي والجامعي فالطلبة يمثلون فئة اجتماعية وليس طبقة خاصة، و ذلك لأنهم لا يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي، وإنما بمجموعهم الاختصاصي الذين سيشغلون في الإنتاج المادي والعلمي والتطبيقي والثقافي وإدارة الدولة والمجتمع . (منجد الطلاب: دار الشرق، بيروت، 1977 ، ص 609)

التعريف الإجرائي

ونقصد في بحثنا هذا بالطالب الجامعي: مجموعة من الأفراد لهم خصائصهم ومميزاتهم وحاجاتهم الخاصة بهم، يمتازون بنوع من الثقافة، ومجموعة من المعارف العلمية لهم طموحات وأهداف يتطلع إليها المجتمع، سمحت لهم شهادتهم العلمية بأن يتلقوا تعليما عاليا من مؤسسة علمية راقية. ونقصد في بحثنا هذا بجمهور الطلبة كل الأفراد الذين يدرسون الإعلام والاتصال الرياضي (السنة الثانية ماستر) بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة، والذين يتابعون حصة الفريق الدولي بقناة الهداف.

البرنامج الرياضي:

البرنامج كلمة لديها عدة مفاهيم، وعموما هي الخطة التي يستخدمها الإنسان من أجل القيام بشيء معين (كحصة رياضية) ويعرفه محمود فهمي "هو شكل فني يشغل مسافة زمنية محددة ويقدم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو نصف شهريا أو شهريا لعرض مادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية. محمد فهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص20.

التعريف الإجرائي:

ونقصد ببحثنا هذا بالبرنامج الرياضي حصة الفريق الدولي بقناة الهدف. وهو برنامج رياضي بقناة الهدف يهتم بموضوعات الرياضية والرياضيين.

• الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية كل من له اهتمام بالرياضة، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه إعلاما خالصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين. أديب خضور: الإعلام الرياضي، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.

التعريف الإجرائي:

وهو تزويد الجمهور بمجموعة من الأخبار والحقائق الرياضية الصحيحة عن طريق حصة الفريق الدولي بقناة الهدف الرياضي.

2- الإشكالية:

لقد أصبحت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة من بين الأدوات الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير، لهذا تسعى كل الدول المتقدمة منها، والسائر في طريق النمو إلى إعطاء أهمية خاصة، مما جعل وسائل الإعلام تتعاظم من سنة إلى أخرى. فاتح عمرو، شهادة ماجستير اتجاهات الطلبة نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى. 2007. 2008

والحديث عن فتح مجال السمع البصري في الجزائر بعد سنوات من احتكار الإعلام المرئي، بات واقعا رسميا بعد صدور قانون الإعلام 12-05 الذي يسمح بفتح قنوات تلفزيونية خاصة.

ويتوقع جمهور وسائل الإعلام من فتح مجال السمع البصري وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم المختلفة (المعرفية، الثقافية، الترفيهية، التسلية...) ومدى تغيير في اتجاهات أفراد الجمهور في المجتمع، بهدف الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر لهذه القنوات وتعرضهم لمحتوى رسائلها. (أسامة عويبة، البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في اشباع احتياجات الجمهور. 2012-2013).

وهذه النهضة ساهمت في إثراء الساحة الإعلامية الجزائرية وتنوع مختلف برامجها: السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية وهته الأخيرة التي هي قيد دراستنا هذه، إذ نجد من بين القنوات الخاصة في هذا المجال قناة الهدف. لها باقة من الخدمات الإعلامية الرياضية التي تقدم إلى عدة شرائح وفئات المجتمع، ومن بينها فئة الشباب، ويعتبر الطلبة الجامعيون وخاصة طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر من أهم ما يمثل فئة الشباب في

المجتمع الجزائري ،حيث أن هؤلاء الطلبة كما لغيرهم من الفئات اتجاهات نحو الحصص الرياضية التي تقدمها قناة المهدف في المجال السمعي البصري.

وتلك الاتجاهات ناتجة عن عوامل منها : مؤسسات التنشئة الاجتماعية. الأسرة. المدرسة. ودور الشباب. والنوادي الرياضية ووسائل الإعلام إلى جانب مختلف التغيرات الحاصلة في المجتمع الجزائري وخاصة تلك المتعلقة بنسق الأفكار والمعتقدات والقيم.

فالبرامج الرياضية في قناة المهدف لها أهمية بالغة التي تكتسبها وهامش الحرية المتاحة فيها في طرح الموضوعات التي يرغب في مشاهدتها، بالنظر للإمكانيات العلمية و الثقافية التي تتمتع بها ، ومن أهم البرامج والحصص التي تقدمها قناة المهدف حصة " الفريق الدولي " ، وهو برنامج يهتم بتقديم تفاصيل حول الكرة الدولية وأخبار المنتخب الوطنية خلال الأسبوع من خلال استضافة خبراء ولاعبين محترفين قدامى ، ويث هذا البرنامج كل يوم الاثنين والجمعة من الأسبوع.

والدور الذي تلعبه هذه الحصص في رسم اتجاهات معينة لبعض فئات المجتمع يتطلب منا معرفة عينة من الشباب الجزائري وهي فئة الطلبة السنة الثانية إعلام اتصال رياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة.

وعليه في سياق كل ذلك يمكن تحديد التساؤل العام للدراسة:

ماهي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو حصة " الفريق الدولي " في

قناة المهدف؟

تتفرع عن هذا التساؤل تساؤلات فرعية التالية:

* ما هي اتجاهات الطلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من

الموضوعات؟

* ما هي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي؟

* ما هي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو ضيوف الحصة في حصة الفريق

الدولي؟

الفرضيات:

الفرضية العامة:

هناك اتجاهات ايجابية طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو حصة " الفريق الدولي " في قناة
المداف.

الفرضيات الجزئية:

*اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من
مواضيع.

*اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي.

*اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي.

أهداف الدراسة:

هناك هدف عام وهو يتمثل في الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بمعهد العلوم وتقنيات
النشاطات البدنية والرياضية نحو الحصص الرياضية بقناة المداف وبالتحديد حصة الفريق الدولي..
وهناك أهداف عملية هي:

- الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر بمعهد العلوم وتقنيات
النشاطات البدنية والرياضية نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من موضوعات.
- الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر بمعهد العلوم وتقنيات
النشاطات البدنية والرياضية نحو نوعية الحوار لحصة الفريق الدولي.
- الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات
البدنية والرياضية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي.

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال أهمية الموضوع حيث أن الحصص الرياضية هي ذات أهمية تربوية
وترفيهية وإعلامية، وأن فئة الطلبة هي فئة جد هامة في المجتمع، حيث تعتبر واعية، وهي من يعمل على
التغيير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة وقياس الاتجاهات بحيث تعطي لنا صورة واضحة عن
أهمية الحصة ومدى إقبال الطلبة بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة.

1- الدراسة الاستطلاعية:

تعد الدراسة الاستطلاعية من بين أولى الخطوات التي يجب على الباحث القيام بها عند الشروع في دراسته.

ويعرف (ماثيو جيدير) الدراسة الاستطلاعية على أنها عبارة عن دراسة علمية كشفية، تهدف إلى التعرف على المشكلة، وتقوم الحاجة إلى هذا النوع من البحوث، عندما تكون المشكلة محل بحث جديدة لم يسبق التطرق إليها، أو عندما تكون المعلومات أو المعارف المتحصل عليها حول المشكلة قليلة وضعيفة. (مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الوراق للنشر ط1 عمان 2000 ص82)

وعلى هذا الأساس تعتبر الدراسة الاستطلاعية من أهم المراحل التي يجب على الباحث القيام بها ولهذا قمنا بدراسة استطلاعية توجهنا من خلالها إلى 10 من الطلبة على مستوى قسم الإعلام والاتصال الرياضي، خصيصاً السنة الثانية ماسر وقد كان الهدف من هذه الدراسة التأكد من ملائمة مكان الدراسة للبحث، ومدى صلاحية الأداة المستعملة حول موضوع البحث وجمع المعلومات والأفكار التي ترتبط بموضوع بحثنا. وكان هذا للتأكد من :

- 1- التأكد من ملائمة مكان الدراسة ومدى صلاحية الأداة المستعملة حول موضوع البحث.
- 2- التعرف على المشاكل والصعوبات المحتمل مواجهتها أثناء العمل الميداني.
- 3- تحديد العينة ومعرفة الأجواء المحيطة بها، وهي طلبة الإعلام و الاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر .

الدراسة الاستطلاعية الأولى:

تهدف الدراسة الاستطلاعية الأولى إلى جمع البيانات الخاصة بموضوع الدراسة ومعلومات عن العينة. قمت بجمع معلومات أولية لطلبة الإعلام و الاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر . هذه المعلومات كالاتي:
- عدد الطلبة 60 طالب .

استناداً على المعلومات السابقة بدأنا دراستنا الاستطلاعية الثانية التي نهدف من خلالها تطبيق استمارة الاستبيان على عينة استطلاعية، حيث وزعنا الاستبيان على مجموعة من طلبة الإعلام و الاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر .

2- المنهج المتبع في الدراسة : يعرف المنهج بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه. (رشيد زرواتي . 2002ص91).

وتختلف المناهج المتبعة تبعاً لاختلاف الهدف الذي يود الباحث التوصل إليه في مجال البحث العلمي ويعتمد على اختيار المنهج المناسب لحل مشكلة البحث بالأساس على طبيعة المشكلة نفسها.

في بحثنا هذا اعتمدنا على **المنهج الوصفي التحليلي** لملائمته لطبيعة موضوع الدراسة.

ويمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه:

طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين ويعتقد الكاتب نفسه بأن المسح الاجتماعي يمكن أن يتضمن عدة عمليات لتحديد الغرض منه وتعريف مشكلة البحث وتحليلها وتحديد نطاق ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج وأخيراً الوصول إلى الاستنتاجات واستخدامها للأغراض المحلية أو القومية. (عمار بوحوش محمد محمود الذيبات ، 2001ص140)

3- عينة الدراسة و كيفية اختيارها:

عينة البحث: هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع ككل.

وحرصاً على والوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية قمنا باختيار عينة بحثنا بطريقة العينة العمدية وهي "العينة التي يعتمد الباحث فيه على أن تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد اختار مناطق محددة تتميز بالخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع وهذه تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله. (فاطمة عوض صابر. ميرفت علي خفاجة، 2002، ص167)

عينة البحث: طلبة الإعلام و الاتصال سنة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي.

كيفية اختيارها: قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان في مجتمع الدراسة على طلبة تخصص الإعلام الرياضي السنة الثانية ماستر والذين يشاهدون حصة الفريق الدولي على قناة الهدف.

4- أدوات جمع البيانات: بالاعتماد على نوع البيانات والمعلومات التي نحن بصدد جمعها وعلى الدراسات الاستطلاعية التي أجريناها وعلى الوقت المسموح به والإمكانيات المتاحة لنا، وجدنا أن الأداة الأكثر ملائمة لإجراء هذه الدراسة هي **استمارة الاستبيان**. حيث يعرف على أنه " نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد". (رشيد زرواتي، **تدريبات في المنهج العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة، ط1 الجزائر، 2002**).

صدق الأداة: صدق الاستبيان يعني التأكد من أنه سوف يقيس ما أعد قياسه كما يقصد بالصدق "شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها. **مروان عبد المجيد إبراهيم: مرجع سبق ذكره ص149**. وللتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا باستخدام (صدق المحكمين) كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعد له، وبعد الانتهاء من تصميم الاستبيان وإعداده عرضنا محاور وأسئلة الاستبيان على الخبراء والمحكمين للاستفادة من آرائهم، ولزيادة الاطمئنان على ترتيب الأسئلة أو تعديل صياغة بعض الأسئلة لتوضيحها ووضعها في الصورة العلمية السليمة .

ثبات الأداة: يعرف الثبات بأنه الاتساق في النتائج، ويعتبر الاختبار ثابتا إذا حصلنا منه على النتائج نفسها لدى إعادة تطبيقه على الأفراد وفي ظل الظروف نفسها، وهناك عدة طرق لحسابه وأهم هذه الطرق طريقة التحزئة النصفية، طريقة إعادة الاختبار، طريقة الصور المتكافئة. (فاطمة عوض صابر، مرجع سبق ذكره، ص243) وقد قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان المكونة من 17 سؤالا على طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي بالمسيلة.

5- الإجراءات التطبيقية الميدانية للأداة:

قمنا بتصميم أسئلة الاستبيان حسب (التساؤلات المطروحة و الفرضيات المقترحة) وهذا إنطاقا من ما تعرضنا إليه في الجانب النظري والدراسات السابقة، وكذلك الدراسات الاستطلاعية. بعد ذلك قمنا بكتابة هذه الأسئلة وطبعها في استمارة استبيان وتم توزيع هذه الاستمارات على عينة الدراسة والمتمثلة في طلبة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي، وعند إعطاء كل نسخة لكل طالب نقوم بشرح ما نود أن نتوصل إليه.

قمنا بجمع استمارات الاستبيان وقراءة إجابات المستجوبين، ثم انتقلنا إلى عملية جمع وفرز الإجابات وتحليل نتائج الأسئلة التي طرحناها في هته الاستمارة بحيث قمنا بوضع جدول لكل سؤال والذي يتضمن العدد والنسبة والهدف

من كل سؤال. وفي الأخير قمنا بالاستنتاجات ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات التي وضعناها ومنه معرفة إن تحققت فرضيات البحث أم لا.

6- الأساليب الإحصائية:

- استعملنا البرنامج الإحصائي المسمى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) كما اعتمدنا على التقنيات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات لوصف العينة.

- اختبار كاي تربيع لدلالة الإحصائية على وجود فروق في إجابات العينة على أسئلة أداة الدراسة.

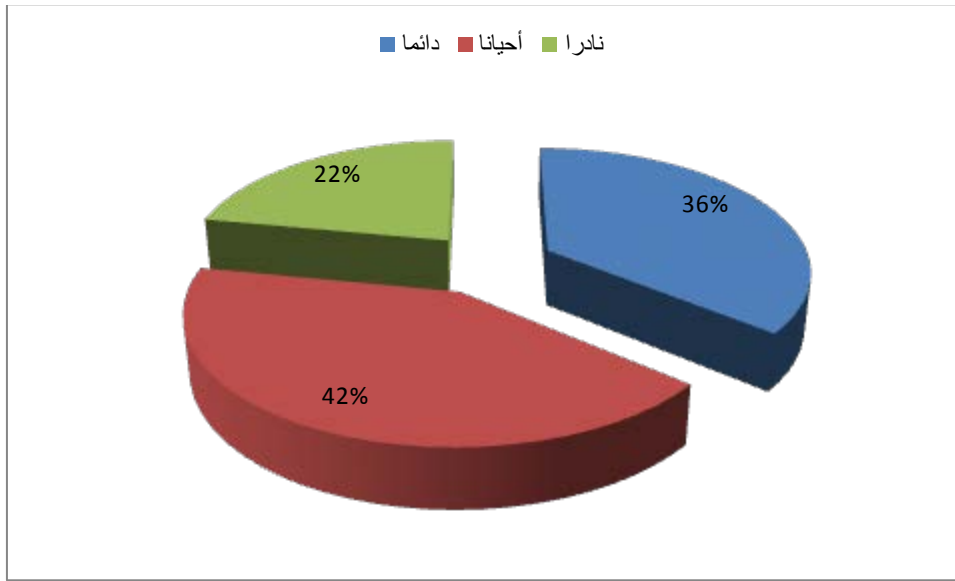
المحور الأول: بيانات حول متابعة المبحوث لحصة " الفريق الدولي

السؤال 01: هل تتابع حصة "الفريق الدولي؟

الغرض من السؤال: معرفة الأشخاص المتابعين لحصة الفريق الدولي.

الجدول رقم (01) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
غير دال عند 0.05	0.20	3.16	02	1.3	16.7	%36	18	دائما
				4.3	16.7	%42	21	أحيانا
				-5.7-	16.7	%22	11	نادرا
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (01) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (18) فرد بنسبة مئوية بلغت 36%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " احيانا " والبالغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 42%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (11) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 22%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 3.16 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه ليس هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

الاستنتاج:

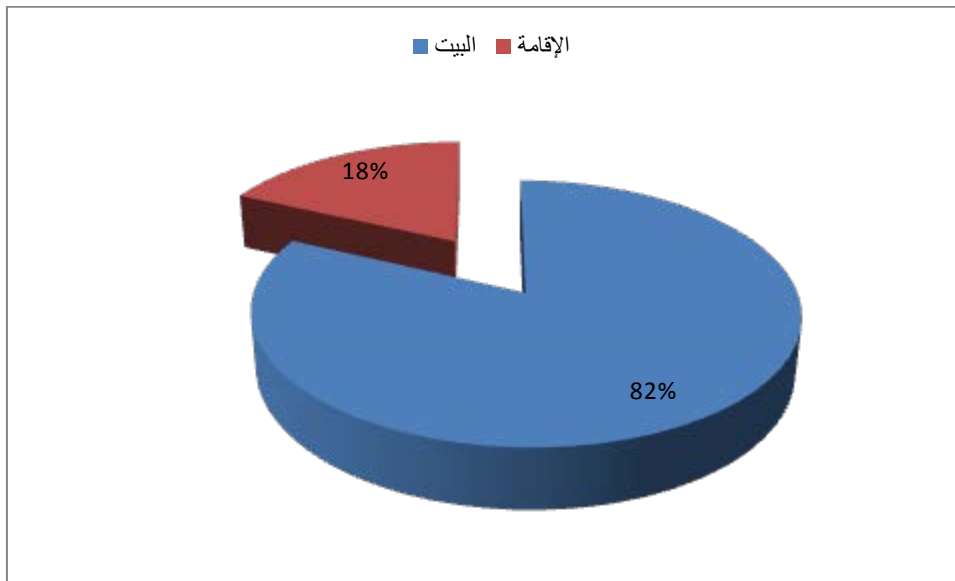
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 42 % على أنه أحيانا ما يتابعون حصة الفريق الدولي

السؤال 02: غالباً ما تتابع حصة "الفريق الدولي" في؟

الغرض من السؤال: معرفة مكان مشاهدة حصة الفريق الدولي.

الجدول رقم (02): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
دال عند 0.01	0.00	20.48	01	16	25	%82	41	البيت
				-16	25	%18	9	الإقامة
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (02): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

من خلال الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل " البيت " وقد بلغ عددهم (41) فرد بنسبة مئوية بلغت 82%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الاقامة " والبالغ عددهم (09) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (01) قدرت بـ 20.48 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين ولصالح المجموعة الأولى " البيت " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

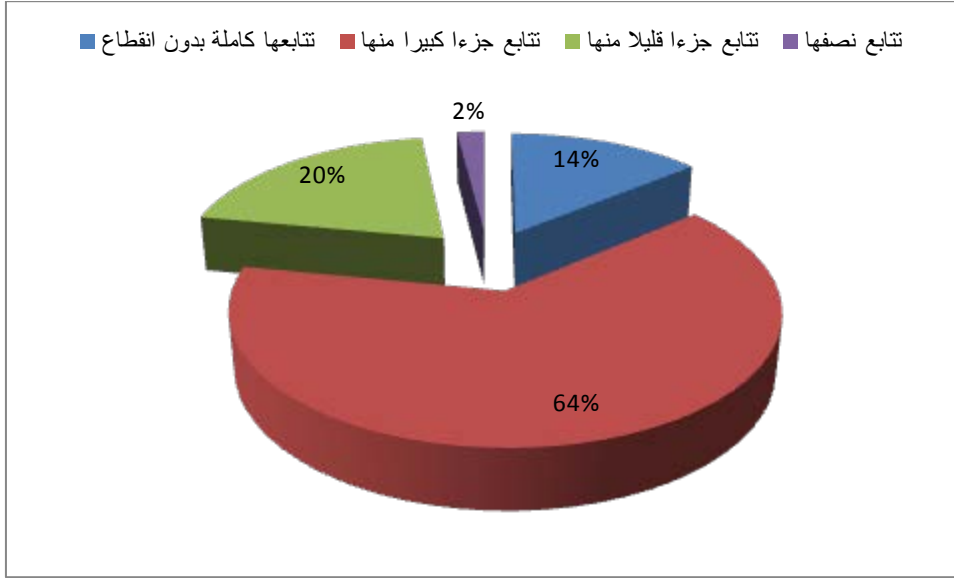
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 82 % على أنه غالبا ما يتابعون حصة الفريق الدولي في البيت.

السؤال 03: عندما تشاهد حصة " الفريق الدولي " فإنك؟

الغرض من السؤال: معرفة الوقت لمشاهدة حصة الفريق الدولي

الجدول رقم (03) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
دال عند 0.01	0.00	43.92	03	-5.5	12.5	14%	7	تتابعها كاملة وبدون انقطاع
				-32	12.5	64%	32	تتابع جزءا كبيرا منها
				-2.5	12.5	20%	10	تتابع جزءا قليلا منها
				-11.5	12.5	2%	1	تتابع نصفها
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (03) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " تتابعها كاملة بدون انقطاع " وقد بلغ عددهم (07) افراد بنسبة مئوية بلغت 14%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تتابع جزءا كبير منها " والبالغ عددهم (32) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 64%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تتابع جزءا قليل منها " والبالغ عددهم (10) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 20%. في حين المجموعة الرابعة و الأخيرة تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تتابع نصفها " والبالغ عددهم (01) فرد واحد فقط بنسبة مئوية قدرت بـ 02%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (03) قدرت بـ 43.92 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثالثة " تتابع جزء كبير منها " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

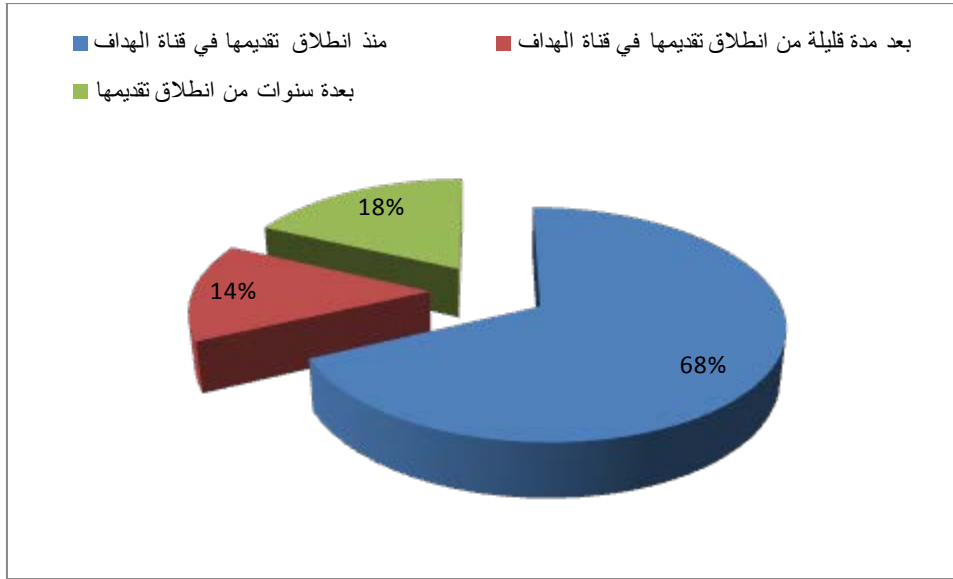
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 64 % على أنهم عندما يشاهدون حصة الفريق الدولي فانهم يشاهدون جزءا كبيرا منها.

السؤال 04: متابعتك لحصة "الفريق الدولي" كانت؟

الغرض من السؤال: معرفة متى بداية مشاهدة حصة الفريق الدولي من طرف المبحوثين

الجدول رقم (04) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
دال عند 0.01	0.00	27.16	02	17.3	16.7	%68	34	منذ انطلاق تقديمها في قناة الهدف
				-9.7-	16.7	%14	7	بعد مدة قليلة من انطلاق تقديمها في قناة الهدف
				-7.7-	16.7	%18	9	بعده سنوات من انطلاق تقديمها
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (04) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

من خلال الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "منذ انطلاق تقديمها في قناة الهدف" وقد بلغ عددهم (34) فرد بنسبة مئوية بلغت %68، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بعد مدة قليلة من انطلاق تقديمها في قناة النهار" والبالغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ %14، أما المجموعة الثالثة

و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " بعد سنوات من انطلاق تقديمها " والبالغ عددهم (09) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 18%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 27.16 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " منذ انطلاق تقديمها في قناة النهار " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 68 % على أن متابعتهم لحصة "الفريق الدولي" كانت منذ انطلاقتها في قناة النهار .

المحور الثاني: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو المواضيع التي تقدمها حصة " الفريق الدولي "

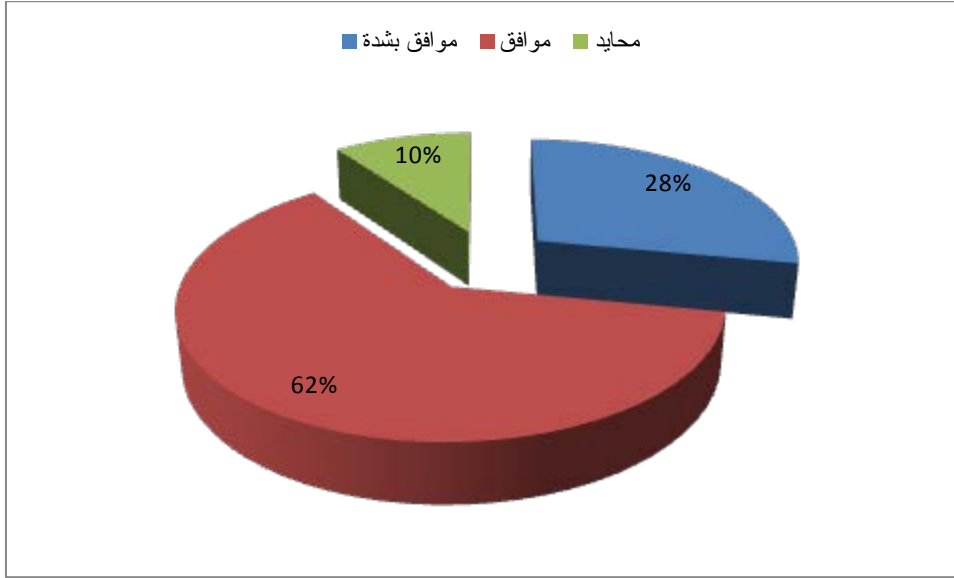
السؤال 05:حصة "الفريق الدولي" تهتم بالموضوع

الغرض من السؤال: معرفة المواضيع التي تهتم بها حصة الفريق الدولي.

- التثقيفية:

الجدول رقم (05-1) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
دال عند 0.01	0.00	24.87	02	-2.0	16.0	%29,2	14	موافق بشدة
				15	16.0	%64,6	31	موافق
				-5.3	16.0	%10.3	5	محايد
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (05-1) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

من خلال الجدول رقم (05-1) والشكل رقم (05-1) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " موافق بشدة " وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 29.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 64.6%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (05) أفراداً بنسبة مئوية قدرت بـ 10.3%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 24.87 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

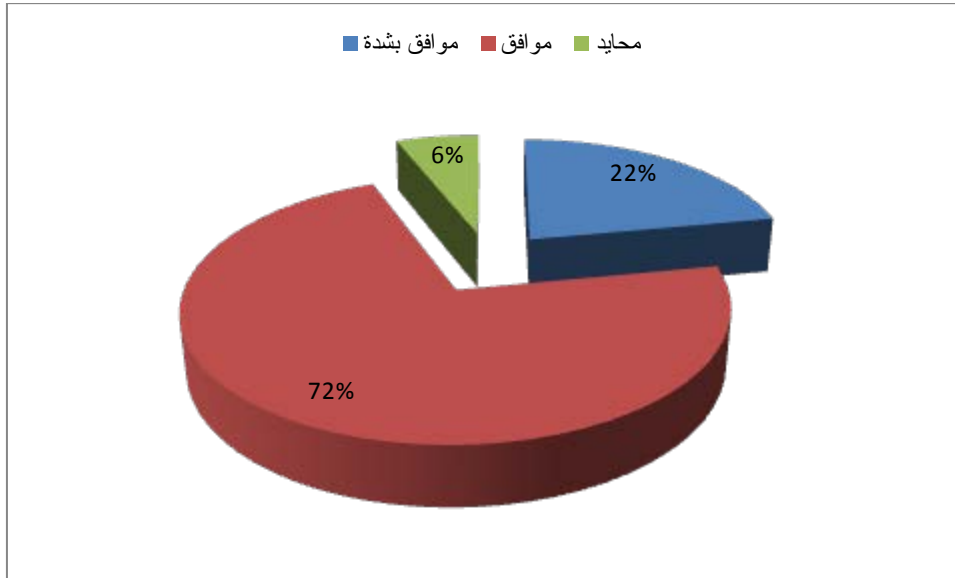
الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 64.6% على أن حصة "الفريق الدولي" تهم بالموضوع التنقيفية.

-الإعلامية:

الجدول رقم (05-2) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقَّع والمشاهد والمتوقَّع	التكرار المتوقَّع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال عند 0.01	0.00	35.56	02	-5.7	16.7	%22	11	موافق بشدة
				19.3	16.7	%72	36	موافق
				-13.7	16.7	%6	3	محايد
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (05-2) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

من خلال الجدول رقم (05-2) والشكل رقم (05-2) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل " موافق بشدة " وقد بلغ عددهم (11) فرد بنسبة مئوية بلغت 22%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (36) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 72%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (03) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 06%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 35.56 وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

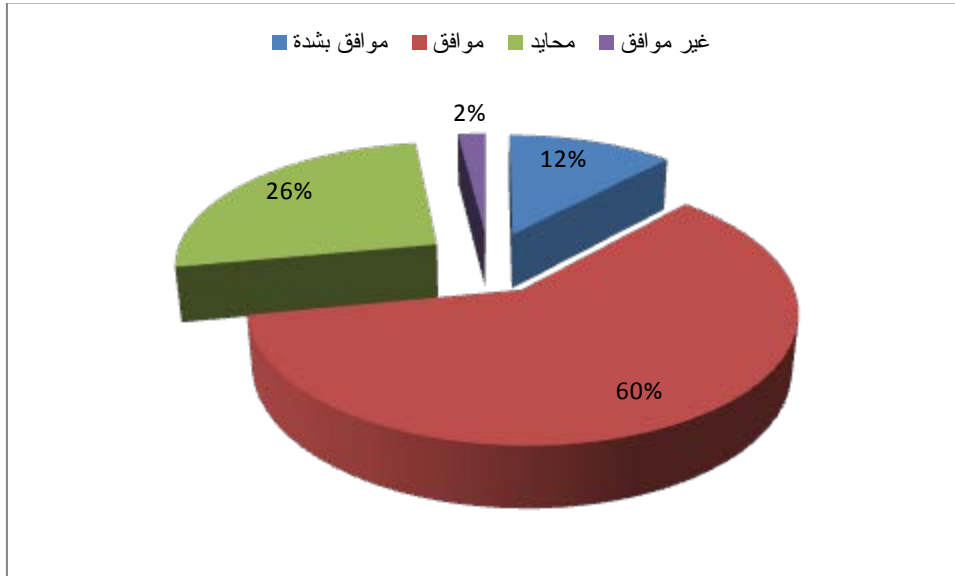
الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 72 % على أن حصة "الفريق الدولي" تهم بالمواضيع الإعلامية

-الترفيهية:

الجدول رقم (05-3) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K^2	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقد والمشاهد	التكرار المتوقد	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
دال عند 0.01	0.00	38.48	03	-6.5	12.5	12%	6	موافقة بشدة
				17.5	12.5	60%	30	موافق
				.5	12.5	26%	13	محايد
				-11.5	12.5	2%	1	غير موافق
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (05-3) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

من خلال الجدول رقم (05-3) والشكل رقم (05-3) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت

إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " موافق بشدة " وقد بلغ عددهم (06) افراد بنسبة مئوية بلغت 12%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (30) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (13) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، في حين تمثل المجموعة الرابعة و الأخيرة الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " غير موافق " والبالغ عددهم (01) فرد فقط بنسبة مئوية قدرت بـ 02%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (03) قدرت بـ 38.48 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

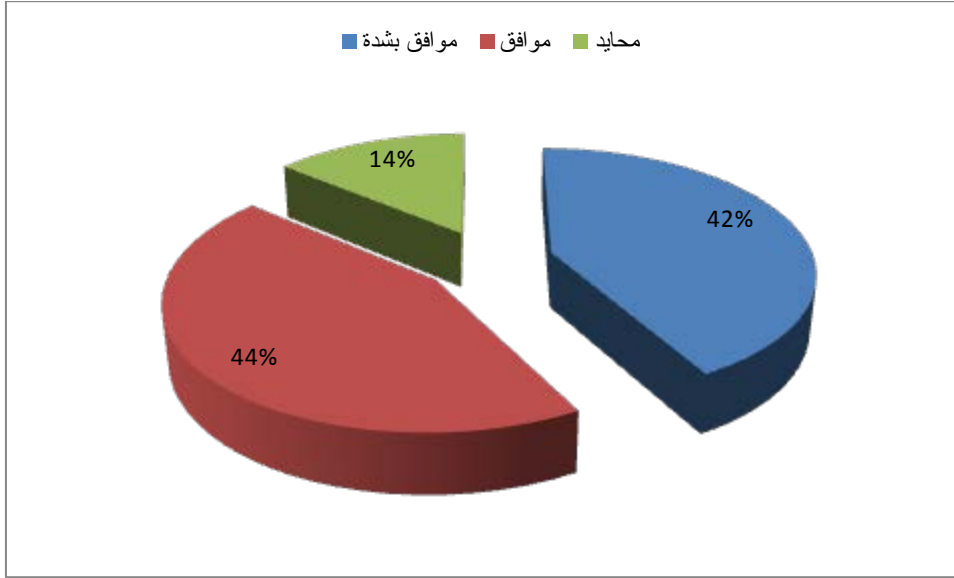
الاستنتاج:

نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 60 % على أن حصة "الفريق الدولي" تهتم بالمواضيع الترفيهية.

الأخلاقية:

الجدول رقم (05-4) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقوع والمشاهد والمتوقع	التكرار المتوقوع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
دال عند 0.01	0.01	8.44	02	4.3	16.7	%42	21	موافق بشدة
				5.3	16.7	%44	22	موافق
				-9.7-	16.7	%14	7	محايد
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (05-4) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

من خلال الجدول رقم () والشكل رقم (05-4) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " موافق بشدة " وقد بلغ عددهم (21) فرداً بنسبة مئوية بلغت 42%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية قدرت بـ 44%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (07) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 14%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 8.44 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

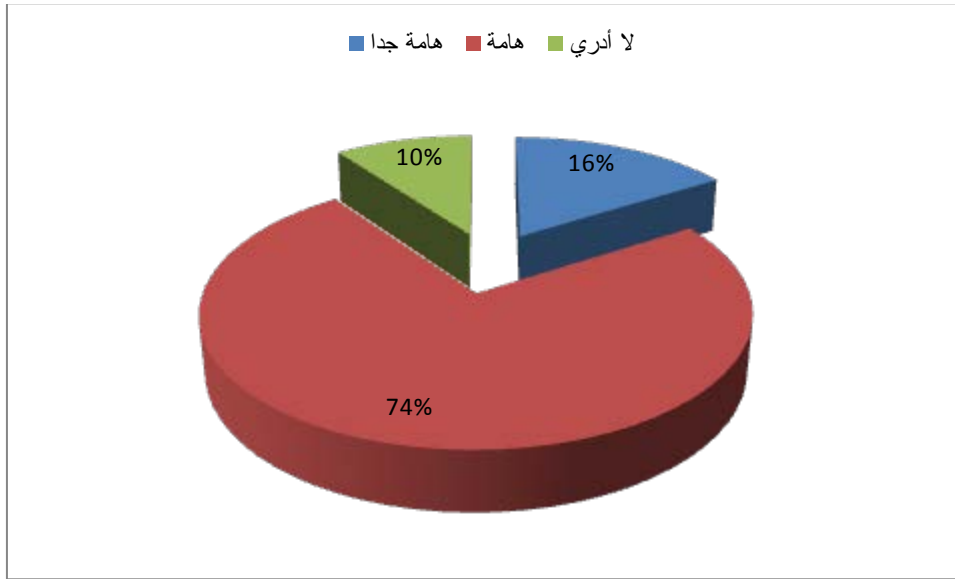
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 44 % على أن حصة "الفريق الدولي" تهم بالمواضيع الأخلاقية

تابع للسؤال 05: في كل الحالات يسأل: هل تجد تلك المواضيع؟

الغرض من السؤال: معرف إذا كانت تلك المواضيع هامة أو غير هامة.

الجدول رقم (05-أ): يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
دال عند 0.01	0.00	37.48	02	-8.7	16.7	%16	8	هامة جدا
				20.3	16.7	%74	37	هامة
				-11.7	16.7	%10	5	لا أدري
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (05-أ): يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

من خلال الجدول رقم (05-أ) والشكل رقم (05-أ) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل " هامة جدا " وقد بلغ عددهم (08) افراد بنسبة مئوية بلغت %16، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " هامة " والبالغ عددهم (37) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ %74، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أدري " والبالغ عددهم (5) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ %10.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 37.48 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " هامة " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

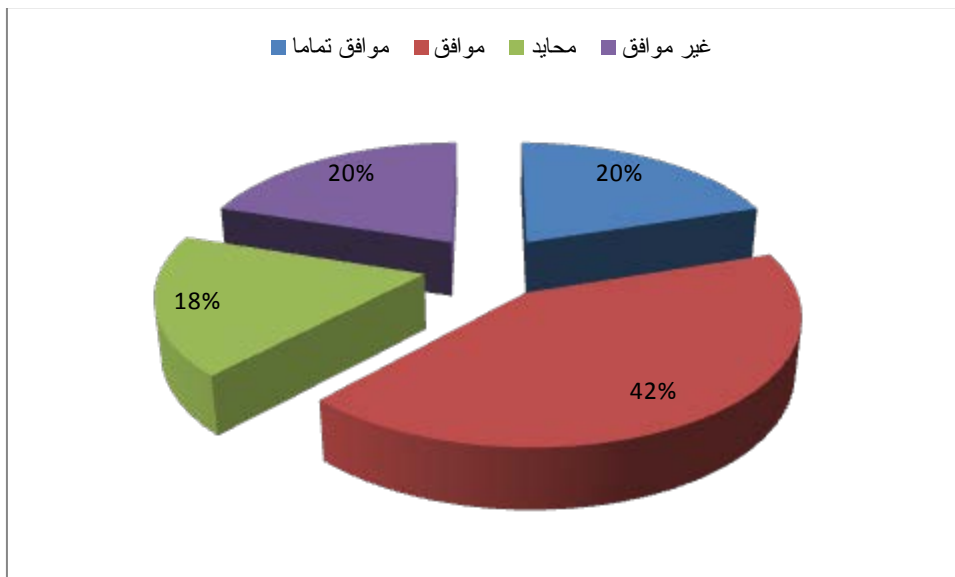
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 74 % على أن المواضيع التي تهتم بها حصة الفريق الدولي هامة.

السؤال 06 حصة "الفريق الدولي" تحمل دائما مواضيع ذات أهمية: ؟

الغرض من السؤال: معرفة حصة الفريق الدولي تحمل مواضيع ذات أهمية.

الجدول رقم (06) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقوع والمشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
دال عند 0.05	0.05	7.76	03	-2.5	12.5	20%	10	موافقتاما
				8.5	12.5	42%	21	موافق
				-3.5	12.5	18%	9	محايد
				-2.5	12.5	20%	10	غير موافق
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (06) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

من خلال الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل " موافق تماماً " وقد بلغ عددهم (10) افراد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 42%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (09) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 18%، في حين تمثل المجموعة الرابعة و الأخيرة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " غير موافق " والبالغ عددهم (10) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (03) قدرت بـ 7.76 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق "، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

الاستنتاج:

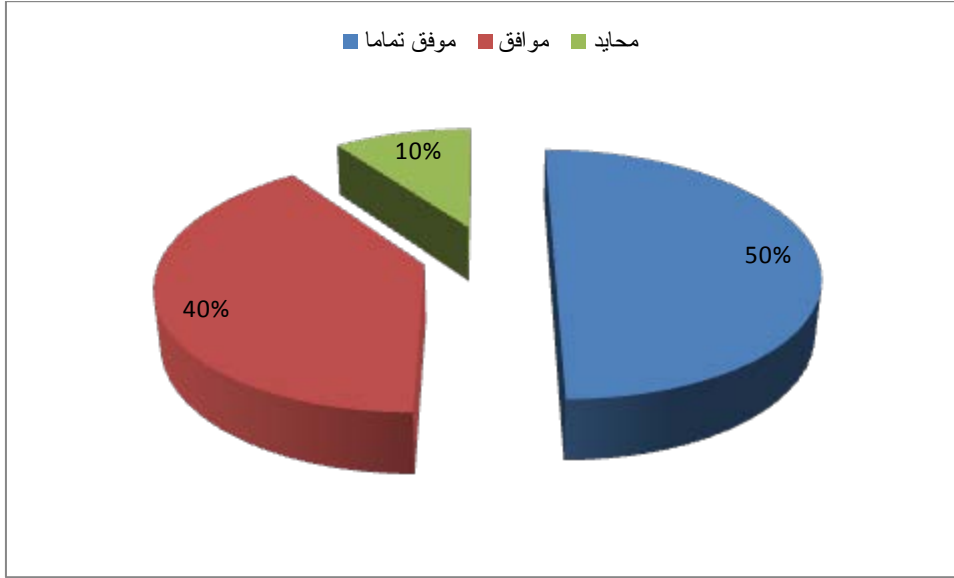
نستنتج مما سبق ان الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 42 % على حصة "الفريق الدولي" تحمل دائما مواضيع ذات أهمية.

السؤال 07:المواضيع التي تقدمها حصة "الفريق الدولي" ترتبط بالأحداث على الساحة الرياضية؟

الغرض من السؤال: معرفة إذا ما كانت المواضيع التي تقدمها حصة الفريق الدولي ترتبط بالساحة الرياضية أم لا.

الجدول رقم (07) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

بدائل الإجابة على السؤال رقم 07	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K ²	مستوى الدلالة	القرار
موافق تماماً	25	50%	16.7	8.3	02	13.00	0.00	دال عند 0.01
موافق	20	40%	16.7	3.3				
محايد	5	10%	16.7	-11.7				
الإجمالي	50	100%	///	///				



الشكل رقم (07) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

من خلال الجدول رقم (07) والشكل رقم (07) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (05) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 13 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " موافق تماما"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون تماما و بنسبة 50% على أن المواضيع التي تقدمها حصة "الفريق الدولي" ترتبط بالأحداث على الساحة الرياضية.

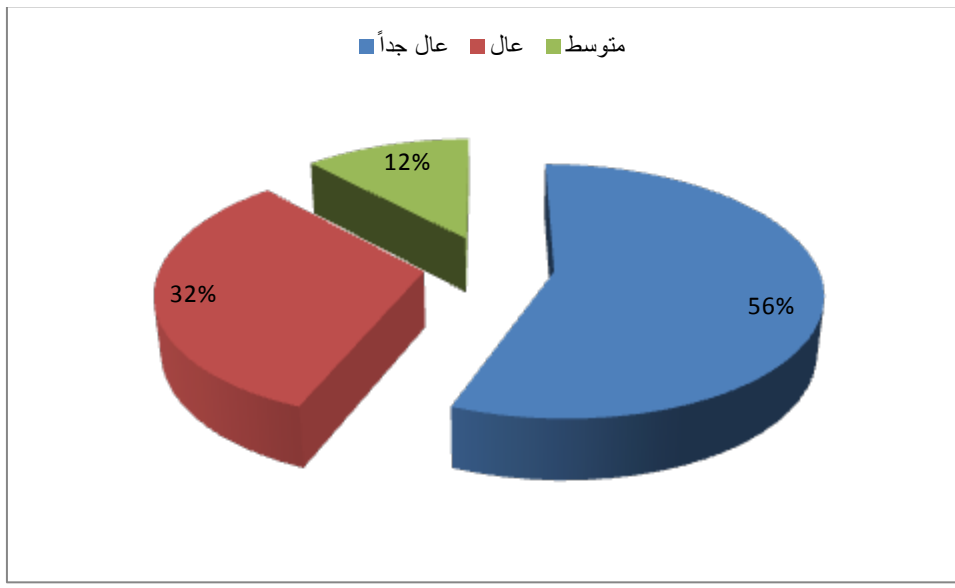
المحور الثالث: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو مستوى حوار الحصة "الفريق الدولي"

السؤال 08: مستوى الحوار بين الضيوف في حصة الفريق الدولي " هو؟

الغرض من السؤال: معرفة مستوى الحوار بين ضيوف حصة الفريق الدولي.

الجدول رقم (08) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقـع والمشاهد	التكرار المتوقـع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
دال عند 0.01	0.00	14.56	02	11.3	16.7	%56	28	عال جداً
				-7	16.7	%32	16	عال
				-10.7	16.7	%12	6	متوسط
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (08) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

من خلال الجدول رقم (08) والشكل رقم (08) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " عال جداً " وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56%، أما

المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " عال " والبالغ عددهم (16) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 32%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسط " والبالغ عددهم (06) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 12%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 14.56 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " عال جدا " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

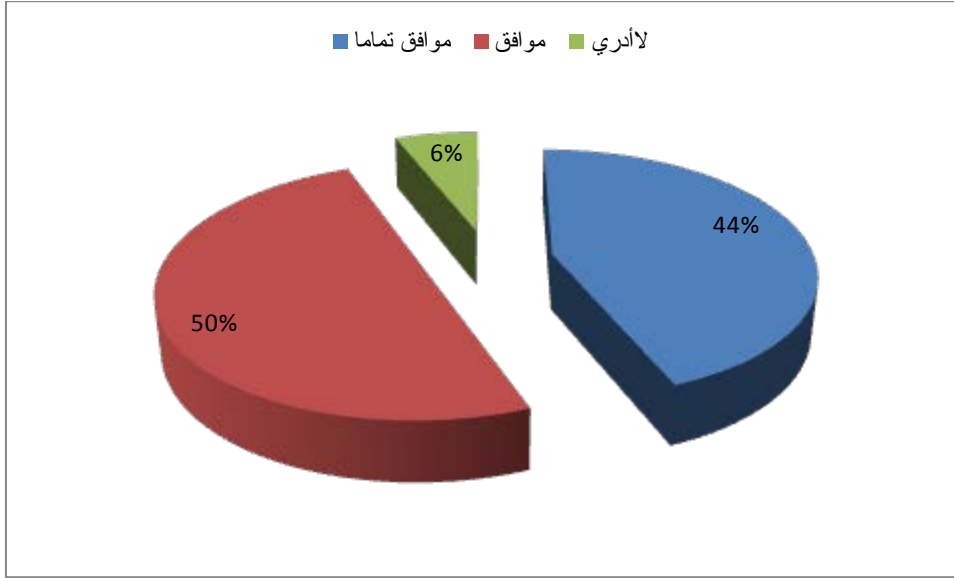
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 56% على أن مستوى الحوار بين الضيوف في الحصة ط الفريق الدولي " هو مستوى عال جدا

السؤال 9: يتميز التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة بالدقة؟

الغرض من السؤال: معرفة مستوى التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة.

الجدول رقم (09) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
دال عند 0.01	0.00	17.08	02	5.3	16.7	44%	22	موافقتما
				8.3	16.7	50%	25	موافق
				-13.7	16.7	6%	3	لا أدري
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (09) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

من خلال الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (22) فرد بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 50%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (03) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 06%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 17.08 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

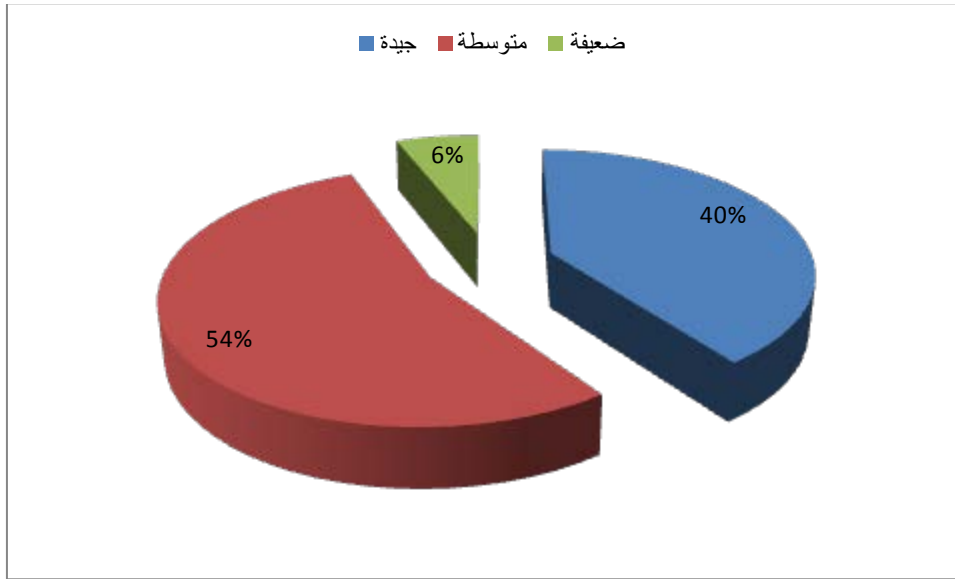
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 50 % على أنه يتميز التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة بالدقة

السؤال 10: هل طريقة طرح المواضيع ؟

الغرض من السؤال: معرفة طريقة طرح المواضيع.

الجدول رقم (10) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
دال عند 0.01	0.00	18.28	02	3.3	16.7	%40	20	جيدة
				10.3	16.7	%54	27	متوسطة
				-13.7	16.7	%6	3	ضعيفة
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (10) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "جيدة" وقد بلغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسطة" والبالغ عددهم (27) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 54%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيفة" والبالغ عددهم (3) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 6%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 18.28 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية "متوسطة"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 54% على أن طريقة طرح المواضيع جيدة

السؤال 11: توجد حرية للتعبير من طرف ضيوف حصة "الفريق الدولي"؟

الفرض من السؤال: معرفة إذا كانت توجد حرية للتعبير من طرف ضيوف حصة الفريق الدولي.

الجدول رقم (11) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقَّع والمشاهد والمتوقَّع	التكرار المتوقَّع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
دال عند 0.01	0.00	45.64	02	-8.7-	16.7	16%	8	موافقتاماً
				22.3	16.7	78%	39	موافق
				-13.7	16.7	6%	3	لاأدري
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (11) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (08) افراد بنسبة مئوية بلغت 16%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (39) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 78% ، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (03) افراد بنسبة مئوية قدرت ب 06%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت ب 45.64 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

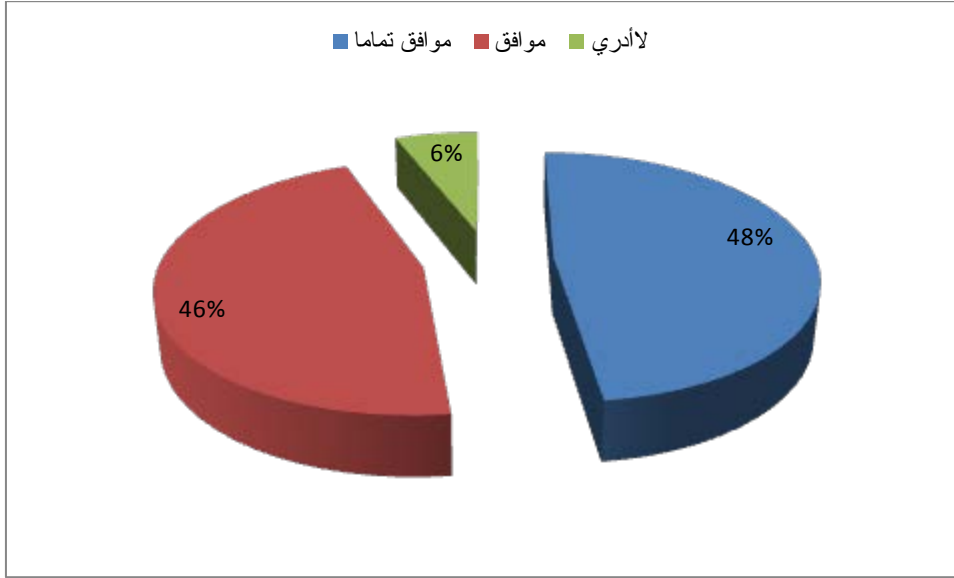
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 78 % على أنها توجد حرية للتعبير من طرف ضيوف حصة " الفريق الدولي "

السؤال 12: يعطي مقدم الحصة وقتا كافيا للضيوف لتعبير عن آرائهم؟

الغرض من السؤال: معرفة إذا كان مقدم الحصة يعطي وقتا كافيا للضيوف لتعبير عن آرائهم.

الجدول رقم (12) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
دال عند 0.01	0.00	16.84	02	7.3	16.7	%48	24	موافقتاما
				6.3	16.7	%46	23	موافق
				-13.7	16.7	%6	3	لا أدري
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (12) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (24) فرد بنسبة مئوية بلغت 48%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (23) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 46%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (03) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 06%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 16.84 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " موافق تماما" ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

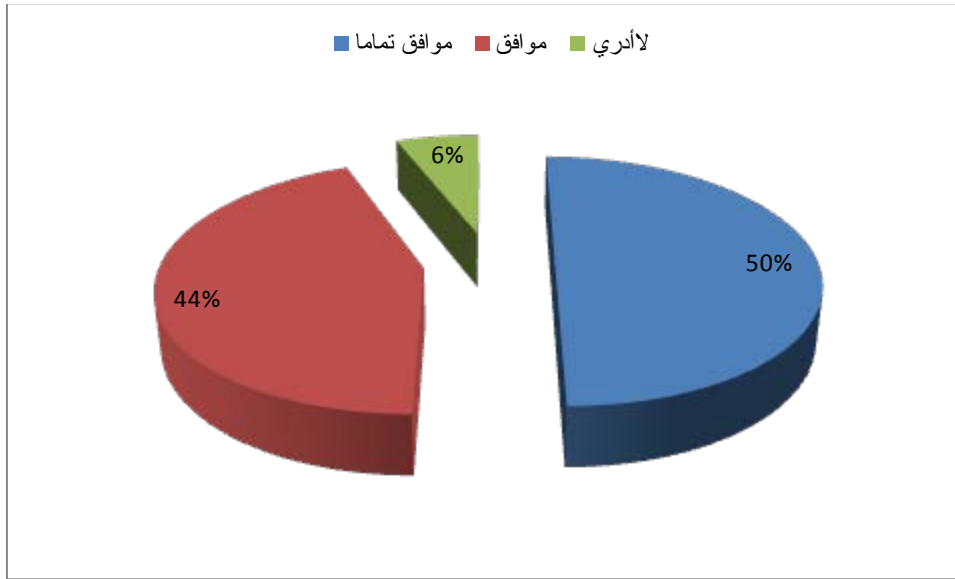
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون تماما و بنسبة 48 % على أن مقدم الحصة يعطي وقتنا كافيا للضيوف لتعبير عن ارائهم.

السؤال 13: اللغة التي يتكلم بها الضيوف تتميز بالوضوح؟

الغرض من السؤال: معرفة وضوح اللغة التي يتكلم بها الضيوف.

الجدول رقم (13) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
دال عند 0.01	0.00	17.08	02	8.3	16.7	%50	25	موافقتاما
				5.3	16.7	%44	22	موافق
				-13.7	16.7	%6	3	لا أدري
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (13) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (22) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 44%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (03) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 06%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 17.08 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " موافق تماماً" ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

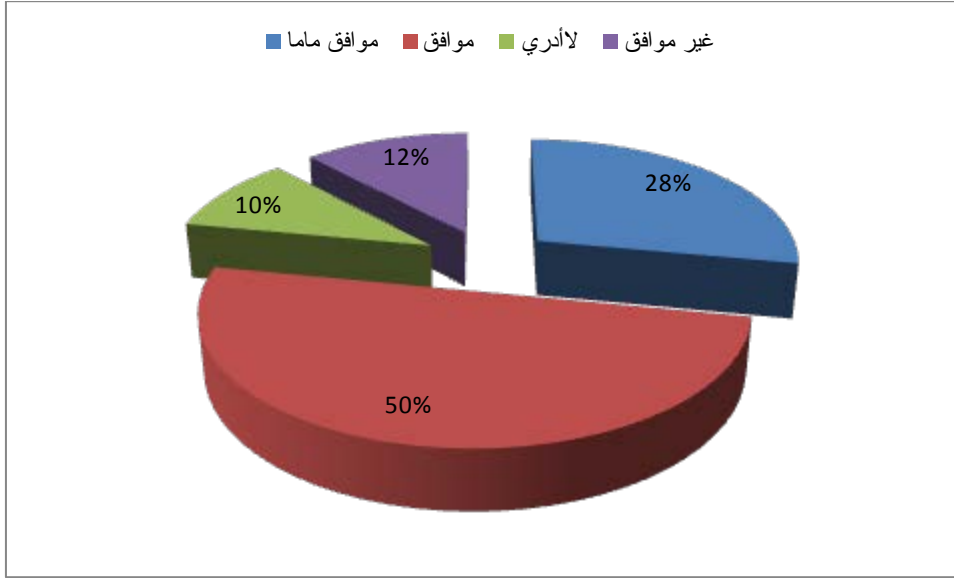
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون تماماً و بنسبة 50 % على أن اللغة التي يتكلم بها الضيوف تتميز بالوضوح.

السؤال 14: يتميز التفكير، خلال الحوار بحصة "الفريق الدولي" بأنه تفكير نقدي؟

الغرض من السؤال: معرفة إذا ما كان التفكير نقدي خلال الحوار في حصة الفريق الدولي.

الجدول رقم (14) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 16
دال عند 0.01	0.00	20.56	03	1.5	12.5	%28	14	موافقاً تماماً
				12.5	12.5	%50	25	موافق
				-7.5	12.5	%10	5	لا أدري
				-6.5	12.5	%12	6	غير موافق
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (14) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (14) فرد بنسبة مئوية بلغت 28%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 50%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (05) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين تمثل المجموعة الرابعة و الأخيرة الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " غير موافق " والبالغ عددهم (06) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 12%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (03) قدرت بـ 20.56 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق "، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 50 % على أنه يتميز التفكير، خلال الحوار بحصة "الفريق الدولي" بأنه تفكير نقدي.

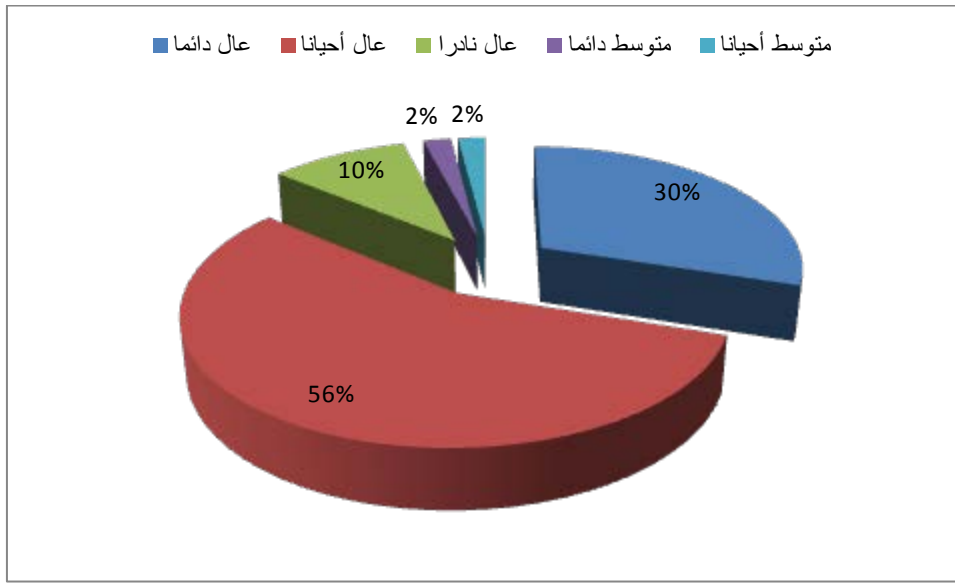
المحور الرابع: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو ضيوف حصة " الفريق الدولي " .

السؤال 15: المستوى الثقافي لضيوف حصة " الفريق الدولي " هو

الغرض من السؤال: معرفة المستوى الثقافي لضيوف حصة الفريق الدولي .

الجدول رقم (15) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
دال عند 0.01	0.00	53.60	04	5	10	%30	15	عالدائما
				18	10	%56	28	عالأحيانا
				-5	10	%10	5	عالنادر
				-9	10	%2	1	متوسطدائما
				-9	10	%2	1	متوسطأحيانا
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (15) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (15) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل " عال دائماً" وقد بلغ عددهم (15) فرد بنسبة مئوية بلغت 30%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عال أحياناً " والبالغ عددهم (28) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 56%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عال نادراً" والبالغ عددهم (05) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين تمثل المجموعة الرابعة و الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسط دائماً " والبالغ عددهم (01) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 02% وأخيراً المجموعة الخامسة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسط أحياناً " والبالغ عددهم (01) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 02%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (04) قدرت بـ 53.60 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " عال أحياناً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

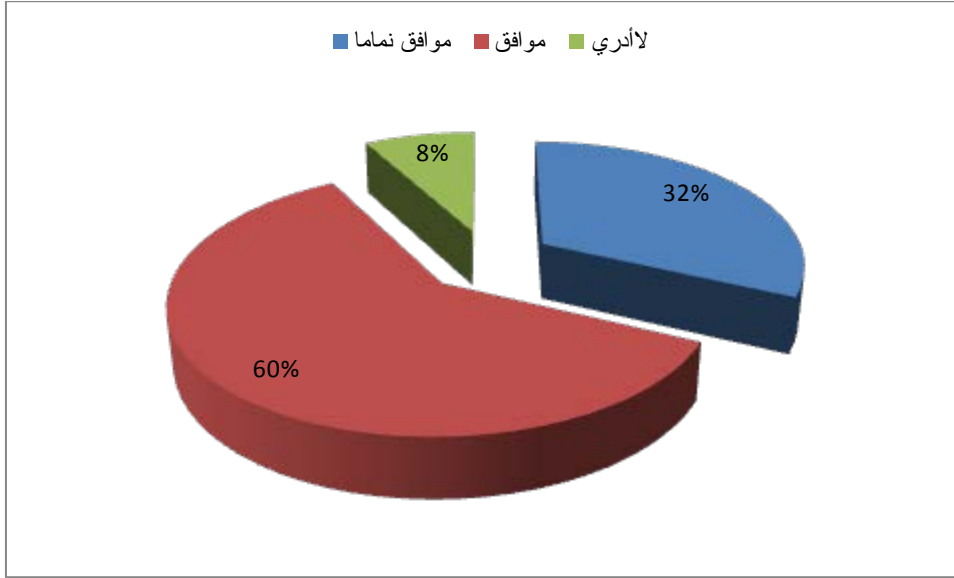
نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 56% على أن المستوى الثقافي لضيوف حصة " الفريق الدولي" هو مستوى عال أحياناً.

السؤال 16: ضيوف حصة "الفريق الدولي" لهم علاقة بالمواضيع المثارة؟

الغرض من السؤال: معرفة إذا كان لضيوف حصة الفريق الدولي لهم علاقة بالمواضيع المثارة.

الجدول رقم (16) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقوع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
دال عند 0.01	0.00	20.32	02	-7	16.7	32%	16	موافقنهما
				13.3	16.7	60%	30	موافق
				-12.7	16.7	8%	4	لا أدري
				////		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (16) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل " موافق تماما " وقد بلغ عددهم (16) فرد بنسبة مئوية بلغت 32%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (30) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (04) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 08%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 20.32 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " موافق " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

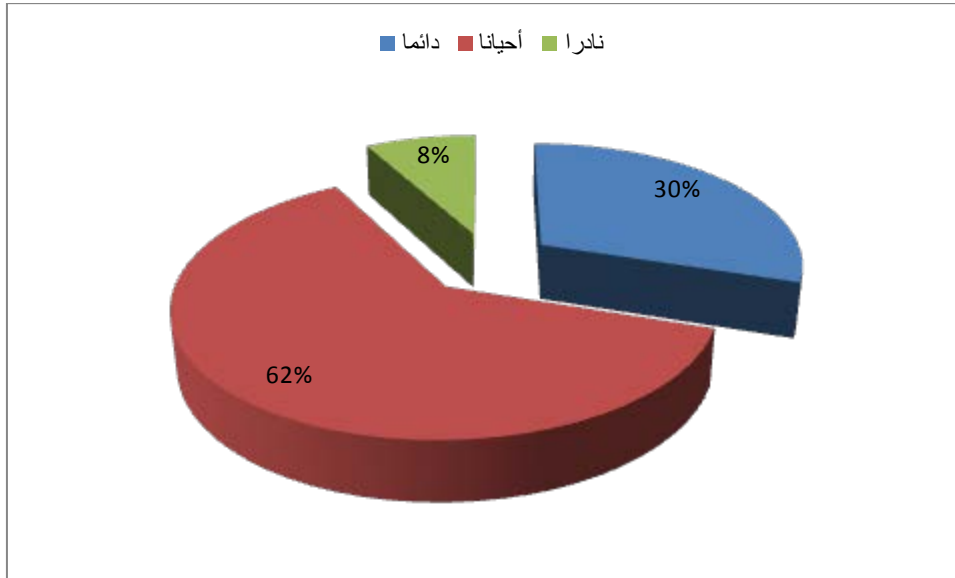
الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 60 % على أن ضيوف حصة "الفريق الدولي" لهم علاقة بالمواضيع المثارة

تابع للسؤال 16: في كل الحالة يسأل هل ذلك :

الجدول رقم (16-أ) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتكرر والمشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
دال عند 0.01	0.00	22.12	02	-1.7	16.7	%30	15	دائما
				14.3	16.7	%62	31	أحيانا
				-12.7	16.7	%8	4	نادرا
				////		%100	50	الإجمالي



الشكل رقم (16-أ) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

من خلال الجدول رقم (16-أ) والشكل رقم (16-أ) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (15) فرد بنسبة مئوية بلغت 30%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (31) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 62%، أما المجموعة الثالثة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا ادري " والبالغ عددهم (04) افراد بنسبة مئوية قدرت بـ 8%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت بـ 22.12 وهي قيمة دالة إحصائيا عند

مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الثانية " أحيانا" ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

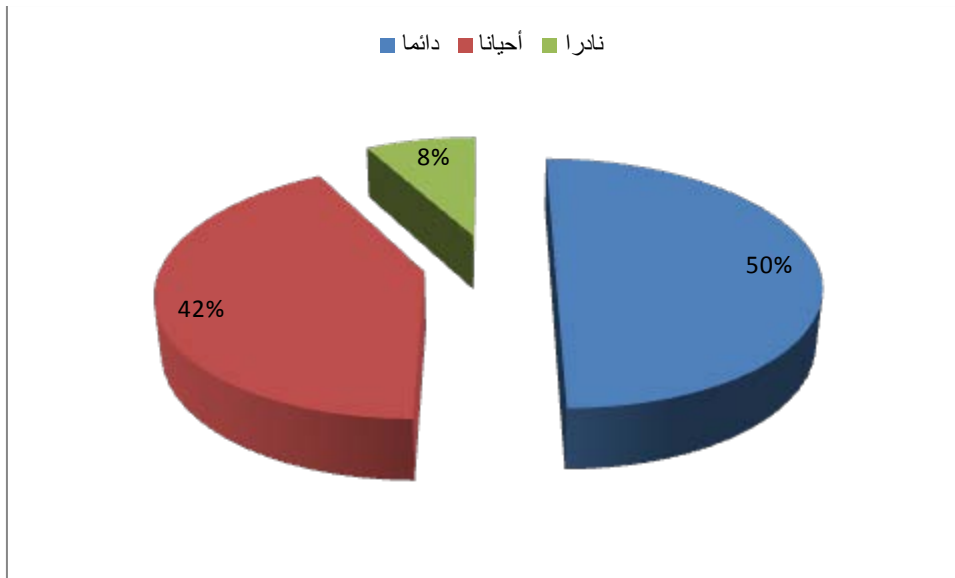
الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 62 % على أن ضيوف حصة "الفريق الدولي" لهم علاقة بالمواضيع المثارة أحيانا.

السؤال 17: يتميز ضيوف حصر فريق "الدولي" بالفتح العقلي؟
الغرض من السؤال: معرفة إذا ما كان ضيوف الحصة يتميزون بالفتح العقلي.

الجدول رقم (17) : يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 19
دال عند 0.01	0.00	14.92	02	8.3	16.7	50%	25	دائما
				4.3	16.7	42%	21	أحيانا
				-12.7	16.7	8%	4	نادرا
				///		100%	50	الإجمالي



الشكل رقم (17) : يوضح توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (17) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم

على السؤال رقم (17) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " احيانا" والبالغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 42%، أما المجموعة الثالثة و الأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (04) أفراد بنسبة مئوية قدرت ب 08%.

وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (02) قدرت ب 14.92 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات ولصالح المجموعة الأولى " دائما " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الاستنتاج:

نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 50 % على أن ضيوف حصر فريق "الدولي " يتميزون دائما بالتفتح العقلي.

2- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر ايجابية نحو المواضيع التي تقدمها حصة الفريق الدولي.

-أغلب الطلبة المبحوثين يرون بأن مواضيع حصة الفريق الدولي إعلامية ولهذا نجد بأن الطلبة المبحوثين يميلون أكثر للموافقة على المواضيع الإعلامية وهو ما تأكده نسبة 72% على أن الحصة تهتم أكثر بالمواضيع الإعلامية.

- وأن نسبة 74% من الطلبة يرون بأن المواضيع التي تقدمها الحصة تتراوح بين درجتي هامة وهامة.

- توضح لنا نتائج الدراسة أن نسبة 30% من أفراد عينة الدراسة ترى أن حصة الفريق الدولي لا تحمل المواضيع المهمة.

- من خلال الدراسة نستنتج أن الطلبة المبحوثين في هذه الدراسة من أفراد العينة يؤكدون أن هناك ارتباطا بين المواضيع التي تقدمها الحصة والأحداث على الساحة الرياضية وهذا ما تؤكد موافق تماما بنسبة 50%.

استنتاج عام:

من خلال ماسبق من أسباب تجعل أفراد عينة الدراسة يتابعون حصة الفريق الدولي يتأكد لنا بأن للطلبة اتجاهات ايجابية نحو المواضيع التي تقدمها حصة الفريق الدولي وهذا ما يجعلنا نقول بأن الفرضية الأولى قد تحققت ومن خلال ما تأكده الدراسة السابقة ل: دراسة مبارك سهيلة حاج سعيد: " آراء وتوجيهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية" التي توصلت إلى أن "القنوات الرياضية بصفة عامة والإعلام الرياضي خاصة، يلعب دورا إيجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية"

الفرضية الثانية: اتجاهات طلبة الاعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي.

-يرى أغلبية المبحوثين أن حصة الفريق الدولي تتميز بمستوى حوار بين عال جدا وعال أحيانا وهو ما تأكده نسبة 56% من أفراد العينة.

- يرى أغلبية المبحوثين أن تحليل الضيوف يتميز بالدقة وهو ما تأكده نسبة 50% من أفراد الدراسة ويرجع أغلبية المبحوثين إلى طريقة مقدم الحصة والوقت الكافي للنقاش.

- من خلال الدراسة نستنتج بأن اتجاه الطلبة يميل أكثر للموافقة على أن حصة الفريق الدولي تتميز بالدقة وهو ما تأكده نسبة 50% على أن الحصة تتميز بالدقة.

- يقيم أغلب الطلبة المبحوثين من خلال الدراسة بأن طريقة طرح المواضيع في حصة الفريق الدولي متوسطة بنسبة 54% في حين نسبة من يرونها أنها جيدة فكانت النسبة 40%.

استنتاج عام

من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن نوعية الحوار بناء وتحليل الضيوف يتميز بالدقة والموضوعية في الحوار، بالإضافة إلى أن مستوى الحوار عال جدا و عال أحيانا، فإنه يمكننا القول بأن فرضية البحث التي مفادها للطلبة اتجاهات ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي قد تحققت وأيضا من خلال الدراسة السابقة ل: دراسة محمود فايز عبد عابد: "مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية" والتي توصل إلى أن " نسبة للعوامل المؤثر في نجاح مقدمي وبناء نوعية الحوار في التلفزيون وفقا لمشاهدين من الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل "مهارات التحدث".

الفرضية الثالثة: اتجاهات طلبة الاعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر ايجابية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي.

- نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يؤكدون و بنسبة 56% على أن المستوى الثقافي لضيوف حصة " الفريق الدولي" هو مستوى عال أحيانا.

- نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للمستجوبين يوافقون و بنسبة 60% على أن ضيوف حصة "الفريق الدولي" لهم علاقة بالمواضيع المثارة

استنتاج عام: من خلال ما توصلنا إليه من النتائج التي تؤكد بأن لضيوف حصة الفريق الدولي حرية كاملة في التعبير ولهم الوقت الكافي للتعبير عن آرائهم وباستعمالهم لغة واضحة في الحوار بالإضافة إلى علاقتهم بالمواضيع المثارة والتميز بالافتح العقلي دائما، بأنه يمكننا القول بأن فرضية البحث التي مفادها بأن للطلبة اتجاهات إيجابية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي و هذا من خلال نسبة 60% على أن للضيوف حصة الفريق الدولي لهم علاقة بالمواضيع المثارة .

1- استنتاجات عامة:

من خلال دراستنا هذه الموسومة " اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر نحو حصة الفريق الدولي " تبين لنا أن الإعلام الرياضي التلفزيوني دور هام في نشر الثقافة الرياضية ، وكذا التعرف بالعادات والتقاليد الكروية للبلدان من خلال المتابعة المستمرة للقنوات الفضائية التي تنشط في المجال الرياضي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحاصل في الإعلام والاتصال ، والانتشار الواسع للقنوات الفضائية بكم هائل، واحتدام المنافسة بينها والتي من بينها قناة الهدف، أين أصبحت هذه القنوات مجبرة على بث ونقل الأخبار والمعلومات عن طريق البرامج الرياضية، وطرحها الجيد للمواضيع والأحداث الراهنة ومناقشتها وتحليلها، كل هذا يجعل المتبعين لهذه القنوات والبرامج، خاصة طلبة الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر، على دراية بما يجري حولهم من مستجدات في الساحة الرياضية، وكسبهم ثقافات ومعارف رياضية لا بأس بها، سواء أكانت مادية بالممارسة أو معنوية بالأفكار، وجعلهم يناقشون ويحللون المواضيع الرياضية رفقة زملائهم في الجامعة، وبإمكانهم حتى تشخيص المشاكل التي تعاني منها الرياضة سواء في الجزائر أو حتى على المستوى الدولي، وإيجاد الحلول المناسبة لها.

2- الاقتراحات والتوصيات:

توصل من خلال النتائج التي أسفرت عليها الدراسة إلى مجموعة من التوصيات لعل من أهمها مايلي:

- فتح باب المشاركة لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي من طرف قناة الهدف وإشراكهم في تقديم وإعداد البرامج، لأنهم أدرى باحتياجاتهم في هذا المجال.
- تنظيم دورات تدريبية للصحفيين على يد أخصائيين في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، وتكوينهم تكويننا جيدا يتلاءم مع وظيفتهم.
- الاهتمام بنوعية المواضيع المقدمة للتحليل في قناة الهدف، والتركيز على استضافة محللين خبراء ولاعبين مميزين في مختلف الرياضات.
- إنشاء برامج رياضية موجهة خصيصا لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي على المستوى الوطني، وفتح باب الحوار وجعلها برامج تفاعلية، من اجل تبادل الآراء بينهم وطرح انشغالاتهم.
- زيادة الاهتمام بالبرامج الرياضية الموجهة لطلبة المعاهد والجامعات، خاصة الذين يدرسون في المجال الرياضي من أجل نشر الثقافة الرياضية الأكاديمية.
- فتح مجال لتوظيف صحفيين ومراسلين ذو كفاءة عالية من خريجي المعاهد والجامعات من أجل تكثيف التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية. ونشر ونقل أكبر عدد ممكن من الأخبار الرياضية وتوصيلها إلى الجمهور زمن وقوعها.

- الاهتمام بجميع الرياضات الفردية والجماعية، وليس فقط كرة القدم، وهذا عن طريق تخصيص برامج في هذا المجال من طرف قناة الهذاف.
- شراء حقوق البث لبعض الدوريات من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين.
- استعمال اللغة العربية أثناء الحوار وتحليل المواضيع المطروحة للنقاش، من أجل تسهيل الفهم للمتبعين، خاصة الطلبة.
- الاهتمام بالرياضة النسوية.
- التنوع في اختيار الضيوف، بما يتناسب مع المواضيع المطروحة للتحليل والنقاش.
- التكتيف من الأنواع الصحفية، خاصة الروبوتاج والبرتري بطريقة حديثة خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل، من أجل أكبر عدد من المتبعين.
- وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية منهجية والمتبعة من طرف الدول المتقدمة في ميدان العمل الصحفي الرياضي.

3- الأفاق المستقبلية للدراسة:

يعتبر الإعلام الرياضي حقلا خصبا للدراسات الإعلامية، خاصة في المجال الرياضي وبالتالي يبقى الباب مفتوحا لكل الباحثين في هذا المجال من خلال:

إعداد بحوث مشابهاة تخص معرفة اتجاهات الطلبة نحو الحصص الرياضية والتي تلبىها وتحققها وسائل الإعلام للجماهير الرياضية بصفة عامة وطلبة الإعلام والاتصال السنة الثانية ماستر على وجه الخصوص، تخص جميع وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وليس فقط التلفزيونية، والوصول إلى نتائج موضوعية، يمكن مقارنتها بهذه الدراسة، لمعرفة مدى الأخذ بالتوصيات التي اقترحها الباحث.

الخاتمة:

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطاً كبيرة من التطور الإيجابي، خاصة في السنوات الأخيرة، من حيث زيادة العاملين من الصحفيين والتقنيين والإداريين، وكذا التحسن النسبي في ظروف العمل. إلا أنه وبالرغم من كل ذلك مازال يعاني واقعا ملئاً بالمشاكل التي حالت دون بلوغه المستوى الحقيقي، ولحاقه ومسايرته للإعلام الرياضي في الدول الأجنبية، وما يقوم به من دور. وما هذا إلا نتيجة عدم توفر بعض الشروط الضرورية التي أدت بالإعلام الرياضي بكل فروعها إلى عدم القيام بالدور المنوط به، وحالت دون تحسين كبير في كمية ونوعية الإنتاج الرياضي المقدم للجمهور.

ومن خلال دراستنا هذه، يجب على الإعلام الرياضي في الجزائر خاصة في قناة المهداف الرياضية لا بد من تكثيف الجهود لإنتاج حصص رياضية أخرى، وتحسين مضمونها، لان الرياضة أصبحت تشكل جسراً للحوار والتقارب والتفاهم والاحترام وقبول الآخر، والمساهمة الفاعلة في حل مشاكل الرياضية وصنع السلم العالمي، وأن الوصول إلى ذلك يتطلب درجة عالية من المهنية والعصرية والموضوعية والانفتاح والحيادية والالتزام وتوظيف آخر ما توصلت إليه التقنية الحديثة في المجال الإعلامي المتخصص في الرياضة.

وفي هذه الدراسة محاولة لاكتشاف مدى ميول واتجاه الطلبة نحو الحصص الرياضية بقناة المهداف الرياضية وعلى مضمون الرسالة الإعلامية التي تحملها هذه الحصص.

فالناتج المتحصل عليها تؤكد ميول الطلبة لهذه المواضيع ولنوعية الحوار وكذا المقدم الحصص ولضيوف البرامج، بشكل يجعلنا نعطي أكثر اهتماماً لهذه الحصص والأخذ بعين الاعتبار كل ما يمكن أن يجعل المتابع لها يستفيد إخبارياً وتربوياً وترفيهياً.

4- المراجع والمصادر :

قائمة المراجع باللغة العربية:

1. أديب حضور: الإعلام الرياضي .دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون،1994ص87.
2. خير الدين علي عويس عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998.
3. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
4. إبراهيم أمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيون ط2 دار الفكر العربي، مصر 1995
5. أديب حضور، الإعلام الرياضي "دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون"،المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994.
6. عبد الرحمان عيساوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، 1974.
7. أبو النيل محمود السيد: علم النفس الصناعي، ط4، دار النهضة العربية، بيروت، 1985.
8. مصطفى سويف: مقدمة لعلم النفس، ط.2، المكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة، 1966.
9. مصطفى فهمي ومحمد القطان: علم النفس الاجتماعي، ط 2، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1979.
10. عباس محمود عوض: علم النفس ، دار الجمعية المعرفة، الإسكندرية، 1944.
11. عباس محمود عوض: علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية،بيروت،1980.
12. محمد علي شهيب: السلوك الإنساني في التنظيم، دار النهضة الحديثة، القاهرة، 1976.
13. راجع زهير احداث، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،1991.
14. محمود السيد أبو النيل: علم النفس الصناعي، بحوث عربية وعالمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1985.
15. محمد الفهمي: الصوت والصورة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة1976.
16. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الوراق للنشر ط1عمان 2000.
17. رشيد زرواتي .تدريبات في منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1.الجزائر 2002.
18. عمار بوحوش محمد محمود الذنبيات. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية ط3،الجزائر 2001.
19. فاطمة عوض صابر. ميرفت علي خفاجة، أسس البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط1 الإسكندرية، مصر 2002.

20. الإعلام والثقافة في الجزائر 1962-1980، وثائق تشريعية من منشورات وزارة الإعلام، الجزائر 1981.
21. راجع زهير احدادن، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991.
22. أسامة عويبة، البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودورها في إشباع احتياجات الجمهور. 2012-2013.
23. فاتح عمرون، شهادة ماجستير اتجاهات الطلبة نحو حصة أستوديو الكرة بالقناة الأولى. 2007/2008.
24. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الوراق للنشر ط1 عمان 2000.
- القوانين والمراسيم:**
25. القانون رقم 14-05 المؤرخ في : 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري
26. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ل: 23 مارس 2014 على 113 مادة تنظم القطاع السمعي البصري في الجزائر.
27. وكالة الأنباء الجزائرية، القانون الخاص بالسمعي البصري : 113 المادة لتنظيم السمعي البصري، 29 مارس / أذار 2014
28. المادة 59 من القانون رقم 14-04 المؤرخ في : 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.
29. الميثاق الوطني 1976.
30. المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية، حزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1982.
31. قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية، المجلس الأعلى للإعلام.
32. مشروع تمهيدي لقانون عضوي يتعلق بالإعلام، مارس 1998.
33. القانون العضوي رقم (12-05) الصادر رسميًا بتاريخ 12 جانفي 2012م
34. المشروع التمهيدي لقانون الإعلام، 2001.
35. الإعلام والثقافة في الجزائر 1962-1980، وثائق تشريعية من منشورات وزارة الإعلام، الجزائر 1981.
- المعاجم والقواميس**
36. قاموس لاروس الفرنسي، دار حمومة، بيروت، 1998.
37. قاموس المعاني الجامع عربي عربي.

جامعة المسيلة

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

استمارة الاستبيان

اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي سنة ثانية ماستر نحو حصة الفريق الدولي

بقناة الهدف الرياضية

دراسة ميدانية لطلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستري العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

تخصص: إعلام واتصال الرياضي

بعد التحية والتقدير:

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث علمي ميداني، لتحضير شهادة الماستر حول الموضوع المذكور أعلاه، هذه الاستمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة، فالرجاء منكم قراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة، والتي تستخدم في أغراض علمية.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة التي تناسبك.

إعداد الطالب:

بداح عبد الحليم

تحت إشراف الدكتور:

جلال صلاح الدين

السنة الجامعية : 2016 - 2017

الملحق رقم 01

المحور الأول: بيانات حول متابعة المبحوث لحصة " الفريق الدولي "

1- هل تتابع حصة "الفريق الدولي"؟

دائما أحيانا نادرا

2- غالبا ماتتابع حصة "الفريق الدولي" في:

البيت المقهى الإقامة

3- عندما تشاهد حصة " الفريق الدولي " فإنك :

- تتابعها كاملة دون انقطاع - تتابعها مع بعض فترات الانقطاع
- تتابع جزءا كبيرا منها - تتابع نصفها
- تتابع جزءا قليلا منها

4- متابعتك لحصة "الفريق الدولي" كانت:

أ- منذ انطلاق تقديمها في قناة الهداف
ب- بعد مدة قليلة من إنطلاق تقديمها في قناة الهداف
ج- بعدة سنوات من انطلاق تقديمها
د- مؤخرا فقط

المحور الثاني: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو المواضيع التي تقدمها حصة " الفريق الدولي "

5- حصة "الفريق الدولي" تهتم بالمواضيع:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*في كل الحالات يسأل: هل تجد تلك المواضيع:

هاما جدا هامة لا أدرى غير هامة غير هامة تماما

الملحق رقم 01

6- حصة "الفريق الدولي" تحمل دائما مواضيع ذات أهمية:

موافق تماما موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

7- المواضيع التي تقدمها حصة "الفريق الدولي" ترتبط بالأحداث على الساحة الرياضية:

موافق تماما موافق محايد غير موافق غير موافق تماما

المحور الثالث: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو مستوى حوار الحصة "الفريق الدولي".

8- مستوى الحوار بين الضيوف في الحصة ط الفريق الدولي " هو:

عال جدا عال متوسط دون المتوسط ضعيف لا أدري

9- يتميز التحليل الذي يطرحه ضيوف الحصة بالدقة؟

موافق تماما موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

10- هل طريقة طرح المواضيع ؟

جيدة متوسطة ضعيفة

11- توجد حرية للتعبير من طرف ضيوف حصة "الفريق الدولي"

موافق تماما موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

12- يعطي مقدم الحصة، وقتا كافيا للضيوف للتعبير عن آرائهم

موافق تماما موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

13- اللغة التي يتكلم بها الضيوف تتميز بالوضوح:

موافق تماما موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

14- يتميز التفكير، خلال الحوار بحصة "الفريق الدولي" بأنه تفكير نقدي

موافق تماما موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

المحور الرابع: اتجاهات الطلبة المبحوثين نحو ضيوف حصة "الفريق الدولي".

15- هل المستوى الثقافي لضيوف حصة "الفريق الدولي" هو :

- عال دائما - عال أحيانا - عال نادرا
- متوسط دائما - متوسط أحيانا - متوسط نادرا
- ضعيف دائما - ضعيف أحيانا - ضعيف نادرا

16- ضيوف حصة "الفريق الدولي" لهم علاقة بالمواضيع المثارة

موافق تمام موافق لا أدري غير موافق غير موافق تماما

الملحق رقم 01

*في كل الحالات يسأل هل ذلك:

نادرا

أحيانا

دائما

17- يتميز ضيوف حصة " الفريق الدولي " بالتفتح العقلي

لا أدري

أبدا

نادرا

أحيانا

دائما

الملحق رقم 02

هلتتابعصحة الفريق الدولي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	18	36,0	36,0	36,0
أحيانا	21	42,0	42,0	78,0
نادرا	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هلتتابعصحة الفريق الدولي

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	18	16.7	1.3
أحيانا	21	16.7	4.3
نادرا	11	16.7	-5.7-
Total	50		

Test

	هلتتابعصحة الفريق الدولي
	ي
Khi-deux	3.160 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.206

غالباماتبصحة الفريق الدولي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
البيت	41	82,0	82,0	82,0
الإقامة	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

غالباماتبصحة الفريق الدولي

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
البيت	41	25.0	16.0
الإقامة	9	25.0	-16.0-
Total	50		

Test

	غالباماتبصحة الفريق الدولي
	لدولي
Khi-deux	20.480 ^a
ddl	1
Signification asymptotique	.000

عندماتبصحة الفريق الدولي ليفاتك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تتابعها كاملة بدون انقطاع	7	14,0	14,0	14,0
تتابعجزءا كبيرا منها	32	64,0	64,0	78,0
تتابعجزءا قليلا منها	10	20,0	20,0	98,0
تتابعنصفها	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الملحق رقم 02

Test

	عندما تشاهد حصة الفرد قالو ليفانك
Khi-deux ddl 3	43.920 ^a
Signification asymptotique	.000

متابعة كل حصة الفريق بالدوليكات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مناظرة تقديمها فيقناة الهداف	34	68,0	68,0
	بعدم نظلية مناظرة تقديمها فيقناة الهداف	7	14,0	82,0
	بعدهسناو اتمانظرة تقديمها	9	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

متابعة كل حصة الفريق بالدوليكات

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
مناظرة تقديمها فيقناة الهداف	34	16.7	17.3
بعدم نظلية مناظرة تقديمها فيقناة الهداف	7	16.7	-9.7-
بعدهسناو اتمانظرة تقديمها	9	16.7	-7.7-
Total	50		

Test

	متابعة كل حصة الفرد بالدوليكات
Khi-deux ddl 2	27.160 ^a
Signification asymptotique	.000

التثقيفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافقة شدة	14	28,0	29,2
	موافق	31	62,0	93,8
	محايد	3	6,0	100,0
	Total	48	96,0	100,0
Manquante	Système manquant	2	4,0	
Total	Total	50	100,0	

التثقيفية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقة شدة	14	16.0	-2.0-
موافق	31	16.0	15.0
محايد	3	16.0	-13.0-
Total	48		

Test

	التثقيفية
Khi-deux ddl 2	24.875 ^a
Signification asymptotique	.000

الملحق رقم 02

الإعلامية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة	11	22,0	22,0	22,0
موافق	36	72,0	72,0	94,0
محايد	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الإعلامية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقة	11	16.7	-5.7-
موافق	36	16.7	19.3
محايد	3	16.7	-13.7-
Total	50		

Test

	الإعلامية
Khi-deux	35.560 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

الترفيهية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقة	6	12,0	12,0	12,0
موافق	30	60,0	60,0	72,0
محايد	13	26,0	26,0	98,0
غير موافق	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الترفيهية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقة	6	12.5	-6.5-
موافق	30	12.5	17.5
محايد	13	12.5	.5
غير موافق	1	12.5	-11.5-
Total	50		

Test

	الترفيهية
Khi-deux	38.480 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.000

الملحق رقم 02

الإخلاقية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافقة شديدة	21	42,0	42,0
	موافق	22	44,0	86,0
	محايد	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

الإخلاقية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقة شديدة	21	16.7	4.3
موافق	22	16.7	5.3
محايد	7	16.7	-9.7-
Total	50		

Test

	الإخلاقية
Khi-deux	8.440 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.015

هتجدتلكالمواضيع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	هامتجددا	8	16,0	16,0
	هاممة	37	74,0	90,0
	لاادري	5	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

هتجدتلكالمواضيع

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
هامتجددا	8	16.7	-8.7-
هاممة	37	16.7	20.3
لاادري	5	16.7	-11.7-
Total	50		

Test

	هتجدتلكالمواضيع
Khi-deux	37.480 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

الملحق رقم 02

حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافقتاما	10	20,0	20,0
	موافق	21	42,0	62,0
	محايد	9	18,0	80,0
	غير موافق	10	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاما	10	12.5	-2.5-
موافق	21	12.5	8.5
محايد	9	12.5	-3.5-
غير موافق	10	12.5	-2.5-
Total	50		

Test

	حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية
Khi-deux	7.760 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.051

المواضيع التي تقدمها حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية الرياضية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافقتاما	25	50,0	50,0
	موافق	20	40,0	90,0
	محايد	5	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

المواضيع التي تقدمها حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية الرياضية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاما	25	16.7	8.3
موافق	20	16.7	3.3
محايد	5	16.7	-11.7-
Total	50		

Test

	المواضيع التي تقدمها حصة الفريق بالدوليتهملد انمامو اضيعدا اناهمية الرياضية
Khi-deux	13.000 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.002

الملحق رقم 02

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	عاجدا 28	56,0	56,0	56,0
	عال 16	32,0	32,0	88,0
	متوسط 6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

مستوى الحوار بين الضيوف في الحصص طاقم الفرق الدولية

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
عاجدا	28	16.7	11.3
عال	16	16.7	-.7-
متوسط	6	16.7	-10.7-
Total	50		

Test

	مستوى الحوار بين الضيوف في الحصص طاقم الفرق الدولية و
Khi-deux ddl Signification asymptotique	14.560 ^a 2 .001

يتميز التحليل الانبساطي للحمضيات بالجدولة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé	موافقتاماً 17	34,0	34,0	34,0
	موافق 30	60,0	60,0	94,0
	لا أدري 3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

يتميز التحليل الانبساطي للحمضيات بالجدولة

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاماً	17	16.7	.3
موافق	30	16.7	13.3
لا أدري	3	16.7	-13.7-
Total	50		

Test

	يتميز التحليل الانبساطي للحمضيات بالجدولة و
Khi-deux ddl Signification asymptotique	21.880 ^a 2 .000

الملحق رقم 02

هلطريقةأطر حالموأضبع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
جيدة	20	40,0	40,0	40,0
متوسطة	27	54,0	54,0	94,0
ضعيفة	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هلطريقةأطر حالموأضبع

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
جيدة	20	16.7	3.3
متوسطة	27	16.7	10.3
ضعيفة	3	16.7	-13.7-
Total	50		

Test

	هلطريقةأطر حالموأضبع ع
Khi-deux	18.280 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

توجدحريةالتعبير منطر فضيو فحصة الفرقبالدولي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقتاماً	8	16,0	16,0	16,0
موافق	39	78,0	78,0	94,0
لأدري	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

توجدحريةالتعبير منطر فضيو فحصة الفرقبالدولي

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاماً	8	16.7	-8.7-
موافق	39	16.7	22.3
لأدري	3	16.7	-13.7-
Total	50		

test

	توجدحريةالتعبير منطر ف ضيو فحصة الفرقبالدول ي
Khi-deux	45.640 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

الملحق رقم 02

يعطي مقدار الحصص وقائفا للضيو فلتتعبير عن انهم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقتاما	24	48,0	48,0	48,0
موافق	23	46,0	46,0	94,0
لاادري	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

يعطي مقدار الحصص وقائفا للضيو فلتتعبير عن انهم

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاما	24	16.7	7.3
موافق	23	16.7	6.3
لاادري	3	16.7	-13.7-
Total	50		

Test

	يعطي مقدار الحصص وقائفا للضيو فلتتعبير عن انهم بالضيو فلتتعبير عن انهم م
Khi-deux	16.840 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

اللغة التي تكلم بها الضيو فلتتميز بالوضوح

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقتاما	25	50,0	50,0	50,0
موافق	22	44,0	44,0	94,0
لاادري	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

اللغة التي تكلم بها الضيو فلتتميز بالوضوح

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافقتاما	25	16.7	8.3
موافق	22	16.7	5.3
لاادري	3	16.7	-13.7-
Total	50		

Test

	اللغة التي تكلم بها الضيو فلتتميز بالوضوح تميز بالوضوح
Khi-deux	17.080 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

يتميز التفكير خلال الحوار بحصة الفريق الذي قالوا لبيانه تفكير نقدي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافقتاما	14	28,0	28,0	28,0
موافق	25	50,0	50,0	78,0
لاادري	5	10,0	10,0	88,0
غير موافق	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الملحق رقم 02

بتميز التفكير خلال الحوار بحصة الفريق الدولي بآليات التفكير نقدي

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافق تماماً	14	12.5	1.5
موافق	25	12.5	12.5
لا أدري	5	12.5	-7.5-
غير موافق	6	12.5	-6.5-
Total	50		

Test

	بتميز التفكير خلال الحوار ب حصة الفريق الدولي بآليات تفكير نقدي
Khi-deux	20.560 ^a
ddl	3
Signification asymptotique	.000

هاللمستويات الثقافية لضيوف فحصة الفريق الدولي ليهو

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
عائدانما	15	30,0	30,0	30,0
عالأحيانا	28	56,0	56,0	86,0
عالنادر	5	10,0	10,0	96,0
متوسطانما	1	2,0	2,0	98,0
متوسطأحيانا	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

هاللمستويات الثقافية لضيوف فحصة الفريق الدولي ليهو

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
عائدانما	15	10.0	5.0
عالأحيانا	28	10.0	18.0
عالنادر	5	10.0	-5.0-
متوسطانما	1	10.0	-9.0-
متوسطأحيانا	1	10.0	-9.0-
Total	50		

Test

	هاللمستويات الثقافية لضيوف حصة الفريق الدولي ليهو
Khi-deux	53.600 ^a
ddl	4
Signification asymptotique	.000

ضيوف فحصة الفريق الدولي ليهو علاقة بالمواضيع الماثرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق تماماً	16	32,0	32,0	32,0
موافق	30	60,0	60,0	92,0
لا أدري	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الملحق رقم 02

ضيو فحصة الفريق والدوليهم علاقة بالمواضيع المثارة

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
موافق تماما	16	16.7	-7-
موافق	30	16.7	13.3
لا أدري	4	16.7	-12.7-
Total	50		

Test

	ضيو فحصة الفريق والدوليهم علاقة بالمواضيع المثارة
Khi-deux	20.320 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

فيكالاتيسالتهذا

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	15	30,0	30,0	30,0
أحيانا	31	62,0	62,0	92,0
نادرا	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

فيكالاتيسالتهذا

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	15	16.7	-1.7-
أحيانا	31	16.7	14.3
نادرا	4	16.7	-12.7-
Total	50		

Test

	فيكالاتيسالتهذا
Khi-deux	22.120 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.000

يتميز ضيو فحصة الفريق والدوليهم علاقة بالمواضيع المثارة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائما	25	50,0	50,0	50,0
أحيانا	21	42,0	42,0	92,0
نادرا	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

الملحق رقم 02

يتميز ضيو فحصة الفريق الدولي بالفتح العقلي

	Effectif observé	Effectif théorique	Résidu
دائما	25	16.7	8.3
أحيانا	21	16.7	4.3
نادرا	4	16.7	-12.7-
Total	50		

Test

	يتميز ضيو فحصة الفريق لدولي بالفتح العقلي
Khi-deux	14.920 ^a
ddl	2
Signification asymptotique	.001

مشاف جامعة "محمد بوضيف" بالمسيلة لمذكرات ماستر للفترة [2017/2016] على شكل word

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

رقم التسلسل:

رقم التسجيل:

الطالب: بداح عبد الحليم

تاريخ المناقشة: 2017/05/18

عنوان المذكرة: اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر نحو حصة الفريق الدولي بقناة
الهداف الرياضية.

لغة المذكرة: اللغة العربية

نوع المذكرة: ماستر

البلد: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية - ولاية المسيلة -

الجامعة :جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

إشراف : جلال صلاح الدين

عدد الصفحات : 125 صفحة.

ملف إلكتروني (cd-Rom * word * PDF)

التخصص:إعلام واتصال الرياضي فرع : سمعي بصري

الملخص :

بالعربية

عنوان الدراسة : اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر نحو حصة الفريق الدولي بقناة
الهداف الرياضية.

الهدف من الدراسة : معرفة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر نحو حصة الفريق
الدولي بقناة الهداف الرياضية.

مشكلة الدراسة : ماهي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو حصة " الفريق
الدولي " في قناة الهداف؟

فرضيات الدراسة :

1- اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من
مواضيع.

2- اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي.

3- اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي.

المنهج المتبع في الدراسة : المنهج الوصفي التحليلي

الأدوات المستخدمة في الدراسة :استمار الاستبيان

كلمات المفتاحية : الإعلام الرياضي، الإعلام الرياضي التلفزيوني، اتجاهات الطلبة.

Mots clés Médias sportifs, les médias de la télévision sportive, l'attitude
-des élèves.

Keywords: Sports media, television sports media, student attitudes.

جاء هذا البحث في فصول.

الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة، تطرقنا نظريا لمتغيرات الدراسة ،ومؤشراتهما (الإعلام الرياضي بما فيه التلفزيوني)،ناهيك عن الدراسات السابقة.

وتناول الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة، الذي يضم الكلمات الدالة في الدراسة ، إشكالية دراسة ، بالإضافة إلى أهدافها ، أهميتها و فرضياتها .

أما الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة ، و يندرج تحت هذا الفصل ، الدراسة الاستطلاعية ، المنهج المتبع ، مجتمع و عينة الدراسة ، أدوات جمع البيانات و المعلومات (...)

الفصل الرابع: و من اجل ربط الجانب النظري بالجانب الميداني ، فقد خصصناه لعرض النتائج المتوصل إليها من خلال تنظيمها و تبويبها في جداول إحصائية منظمة و المتعلقة عليها و تفسيرها و مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة ، وربطها بالخلفية النظرية ، و مناقشة النتائج المتوصل إليها على فرضيات الدراسة ، و في الأخير .

الفصل الخامس: فقد خصص للاستنتاجات إليها في الدراسة ، و اقتراح مجموعة التوصيات.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحث : من خلال النتائج المتوصل إليها بفضل هذه الدراسة استنتجنا بأن طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي اتجاهات ايجابية نحو حصة الفريق الدولي بقناة الهداف الرياضية، وهذا ما يؤكد بأن الفرضية العامة للدراسة قد تحققت.

توصل الباحث للعديد من التوصيات أهمها :

➤ فتح باب المشاركة لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي من طرف قناة الهداف وإشراكهم في تقديم

وإعداد البرامج، لأنهم أدري باحتياجاتهم في هذا المجال.

- تنظيم دورات تدريبية للصحفيين على يد أخصائيين في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، وتكوينهم تكويناً جيداً يتلاءم مع وظيفتهم.
- الاهتمام بنوعية المواضيع المقدمة للتحليل في قناة الهدف، والتركيز على استضافة محللين خبراء ولاعبين مميزين في مختلف الرياضات.
- إنشاء برامج رياضية موجهة خصيصاً لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي على المستوى الوطني، وفتح باب الحوار وجعلها برامج تفاعلية، من أجل تبادل الآراء بينهم وطرح انشغالاتهم.
- زيادة الاهتمام بالبرامج الرياضية الموجهة لطلبة المعاهد والجامعات، خاصة الذين يدرسون في المجال الرياضي من أجل نشر الثقافة الرياضية الأكاديمية.

كشاف بالفرنسية

**Faculté Institut des sciences et des activités sportives et
techniques et physiques**

:Information et communication Sport.

Département

N° d'ordre :

N° d'inscription :

Chercheur : BEDDAH ABDELHALIM

Soutenu publiquement le : 18/05/2017

Titre de la thèse (mémoire) : Sports d'information et de communication des étudiants de deuxième tendances Master année vers la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale

Language de la thèse ARABIC

Modèle de la thèse : MASTER

Pays : RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE-M'SILA

Université: Université de M'sila

Nom et Prénom de l'encadreur

Grade : conferencier

Nombre de page : 125 PAGE

Fichier électronique (cd-Rom* word * PDF)

Spécialité : Information et communication Sport

Option : audiovisuel

Résumé: Titre de l'étude: Sports d'information et de communication des étudiants de deuxième tendances Master année vers la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale

Le but de l'étude: La connaissance des tendances en matière d'information et de sport communication les étudiants de deuxième année de la part du Maître vers le meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale.

Problématique: Quelles sont les tendances de la deuxième année les étudiants Master sports médias et de la communication au sujet de la part du meilleur buteur du canal « équipe internationale »?

hypothèses:

1- Étudiants Master deuxième année athlète médias et à la communication des tendances positives prévues par la part de l'équipe internationale des sujets.

2- Étudiants Master deuxième année et les tendances des médias athlète communication dialogue positif sur la qualité de la part de l'équipe internationale.

3- Étudiants Master deuxième année athlète médias et de la communication des attitudes positives envers les clients partagent l'équipe internationale.

Mots clés : Médias sportifs, les médias de la télévision sportive, .l'attitude des élèves.

- Les résultats atteints les plus importants sont:

A travers les résultats obtenus grâce à cette étude, nous avons conclu que les étudiants de deuxième année de Master Médias et communication des attitudes positives arbore vers la part du meilleur buteur international de chaîne sportive de l'équipe, et cela confirme que la prémisse générale de l'étude ont été atteints.

ملخص

عنوان الدراسة: اتجاهات طلبة معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة نحو حصة الفريق الدولي بقناة اهداف الرياضية.

هدف الدراسة: هدفنا هو الكشف وقياس اتجاهات طلبة معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو حصة الفريق الدولي بقناة اهداف الرياضية.

مشكلة الدراسة: ماهي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو حصة " الفريق الدولي " في قناة اهداف؟
الأسئلة الفرعية:

* ما هي اتجاهات الطلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من الموضوعات؟

* ما هي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي؟

* ما هي اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو ضيوف الحصة في حصة الفريق الدولي؟

الفرضية العامة: اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي نحو حصة " الفريق الدولي " في قناة اهداف.

الفرضيات الجزئية:

* اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ما تقدمه حصة الفريق الدولي من مواضيع

* اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو نوعية الحوار بحصة الفريق الدولي.

* اتجاهات طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال رياضي ايجابية نحو ضيوف حصة الفريق الدولي.

عينة الدراسة: وقع اختيارنا على العينة القصدية التي سمحت لنا بتحقيق فرضيات البحث.

المنهج المتبع: استجابة لطبيعة الموضوع والإشكال القائم المطروح اخترنا المنهج الوصفي لمعرفة اتجاهات الطلبة نحو حصة الفريق الدولي بقناة اهداف الرياضية.

أدوات الدراسة: اعتمدنا في دراستنا هته على أداة الاستبيان مع طلبة الإعلام والاتصال الرياضي سنة الثانية ماستر.

النتائج المتوصل إليها: من خلال النتائج المتوصل إليها بفضل هذه الدراسة استنتجنا بأن طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال الرياضي اتجاهات ايجابية نحو حصة الفريق الدوحلي بقناة اهداف الرياضية، وهذا ما يؤكد بأن الفرضية العامة للدراسة قد تحققت.

أهم الاستنتاجات و الاقتراحات:

➤ فتح باب المشاركة لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي من طرف قناة اهداف وإشراكهم في تقديم وإعداد البرامج، لأنهم أدرى باحتياجاتهم في هذا المجال.

➤ تنظيم دورات تدريبية للصحفيين على يد أخصائيين في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، وتكوينهم جيداً يتلاءم مع وظيفتهم.

➤ الاهتمام بنوعية المواضيع المقدمة للتحليل في قناة اهداف، والتركيز على استضافة محللين خبراء ولاعبين مميزين في مختلف الرياضات.

➤ إنشاء برامج رياضية موجهة خصيصاً لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي على المستوى الوطني، وفتح باب الحوار وجعلها برامج تفاعلية، من اجل تبادل الآراء بينهم وطرح انشغالاتهم.

➤ زيادة الاهتمام بالبرامج الرياضية الموجهة لطلبة المعاهد والجامعات، خاصة الذين يدرسون في المجال الرياضي من أجل نشر الثقافة الرياضية الأكاديمية.

Résumé

Titre de l'étude: les attitudes des étudiants de l'Institut des activités physiques et sportives Science et technologie M'sila de la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale.

L'objectif de l'étude: Notre objectif est de détecter et de mesurer les étudiants de l'Institut des activités physiques et sportives Science et technologie tendances à la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale.

Problème d'étude: Quelles sont les tendances des étudiants de Master deuxième année sportive avec les médias et la communication au sujet de la part du meilleur buteur du canal « équipe internationale »?

Sous-questions:

* Quelles sont les tendances des étudiants de deuxième année Médias athlète Master et la communication fournie par la part des sujets de l'équipe internationale?

* Quelles sont les tendances des étudiants de deuxième année pour couvrir ce que les médias sportifs et de la communication à la qualité du dialogue, la part internationale de l'équipe?

* Quelles sont les tendances des étudiants de seconde année de Master informé sur les sports et les invités de contact part de la part de l'équipe internationale?

Le principe général: les attitudes des étudiants de deuxième année de Master athlète médias et de la communication au sujet de la part de « équipe internationale » dans le meilleur buteur du canal.

Hypothèses partielles:

* Les étudiants de deuxième année de tendances Media Master et athlète de communication positive fournie par la part de l'équipe internationale des sujets

* Les étudiants de seconde année de Master Tendances médias et athlètes de communication un dialogue positif sur la qualité de la part de l'équipe internationale.

* Les étudiants de deuxième année de tendances Media Master et athlète de communication positive clients au sujet de la part de l'équipe internationale.

L'échantillon d'étude: nous avons sélectionné l'échantillon de l'intentionnalité qui nous a permis de réaliser les hypothèses de recherche.

Méthodologie: En réponse à la nature du sujet et la confusion existant avant que nous avons choisi l'approche descriptive à la connaissance des attitudes des élèves à l'égard de la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale.

Outils d'étude: nous avons adopté dans notre étude outil questionnaire HTH avec l'information et les étudiants sportifs communication, maître de deuxième année.

Les résultats obtenus par les résultats obtenus grâce à cette étude, nous avons conclu que les étudiants de l'Institut pour les activités physiques et sportives des sciences et de la technologie Balmcilh attitudes positives à l'égard de la part du meilleur buteur de la chaîne sportive de l'équipe internationale, et cela confirme que la prémisse générale de l'étude ont été atteints.

Les conclusions les plus importantes et suggestions:

- était ouvert aux étudiants de l'information et de la communication par le meilleur buteur de la chaîne sportive et les impliquer dans la préparation et la présentation des programmes, parce qu'ils sont plus conscients de leurs besoins dans ce domaine.
- Cours de formation d'organisation des journalistes par des spécialistes dans le domaine de l'information et des sports de communication, et la composition de bonne éducation en ligne avec leur travail.
- attention à la qualité des sujets présentés aux fins d'analyse dans le canal de l'attaquant, et se concentrer sur l'hébergement des analystes experts et les joueurs distingués dans divers sports.