

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

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

بشير عبد الحق¹ دحماني نعيمة² زحاف محمد³

1- جامعة المسيلة/ مخبر التعلم والتحكم الحركي/

abdelhak.bachir@univ-msila.dz

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

3- جامعة المسيلة / مخبر التعلم والتحكم الحركي / mohamed.zahaf@

univ-msila.dz

تاريخ

تاريخ القبول: 2020/..../

تاريخ الاستلام: 2020/..../

النشر: 2020/..../

المخلص :

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

الكلمات الدالة: الإعلام الرياضي، التخطيط الإعلامي، البرامج الرياضية

Abstract:

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

Key words: sports media, media planning, sports program

مقدمة و اشكالية الدراسة

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

اكثر تعمق وشمولية حيث اضحت تسعى جل وسائل الاعلام الرياضية بمختلف منظوماتها الصحفية و الاذاعية هاته الاخيرة الى كسب مصداقية وتفاعل لدى الجمهور الذي تستهدفه انطلاق من مستوى برامجها الرياضية هذا الاخير لايمكن الحكم والحديث عليه بالنجاح و الفشل دون التعرّيج عن ما سبقه من تحضير و كولسة و اعداد و اخراج و تسجيل و ارسال و برمجة و امكانيات و مهارات اعلامية متخصصة ... الخ او ما أصبح يعرف حديثا بالتخطيط الاعلامي للبرنامج الرياضي و الذي اضح الاسلوب و المبدأ الذي تبنى و تقيم عليه مختلف البرامج و الحصص الرياضية و تتبناه كبريات المحطات الاذاعية المحلية لان نجاح هاته البرامج من اشكالها و مضامينها و تأثيرها لا بد ان يقوم على تخطيط علمي اعلامي مسطر و بناء على ذلك : هل للتخطيط الاعلامي الاذاعي دور في انجاح البرامج الرياضية الجزائرية؟. و هل الشبكة البرمجية المعتمدة ضمن التخطيط الاعلامي الاذاعي دور في انجاح البرامج الرياضية و هل للأساليب المنتهجة دور في انجاح البرامج الرياضية الجزائرية؟.

فرضيات الدراسة :

- الشبكة البرمجية المعتمدة ضمن التخطيط الاعلامي الاذاعي لها دور في انجاح البرامج الرياضية الجزائرية.
 - الاساليب المنتهجة ضمن التخطيط الاعلامي الاذاعي لها دور في انجاح البرامج الرياضية الجزائرية.
- #### اهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور التخطيط الاعلامي في الاذاعة لانجاح البرامج الرياضية الجزائرية من خلال :

- معرفة واقع التخطيط ودوره في إنجاح البرامج الرياضية و الكشف عن دور الشبكة البرمجية بالاذاعة في انجاح البرامج الرياضية.
- تنبيه القائمين على مختلف البرامج الرياضية للدور الذي يلعبه التخطيط الإذاعي المسطر في الرفع من كفاءة البرامج الرياضية .
- التعرف على المعوقات التي تحول دون استمرار التخطيط و البرامج الرياضية معا.

اهمية الدراسة :

تكمن اهمية دراسة موضوع التخطيط الإعلامي الإذاعي و دوره في إنجاح البرامج الرياضية الجزائرية من خلال إبراز الآثار الايجابية لهذا الأخير في تحضير البرامج من خلال مواجهة عنصر المفاجئة و احداث البدائل و بالتالي سرعة الاحتواء . ان وجود تخطيط اذاعي فعال يتضمن التنسيق بين مختلف المصالح يؤدي الى انجاح الرسالة الاعلامية الرياضية و بالتالي كسب رضى الجمهور , كما تسهم هذه الدراسة في التعرف على الآثار الايجابية بادارة العلاقات العامة بالاذاعة في وضع الخطط و تحضير البرامج الرياضية من خلال التعرف على العوائق التي تحول دونها تسهم بفاعلية في توجيه العاملين قبل اثناء وبعد

الخطيطة لغرض وضع سيناريوهات عملية اعلامية مسبقة لكيفية اعداد البرامج الرياضية و بالتالي استثمار عاملا الوقت و الجهد و التكلفة .
الكلمات الدالة

1- الإعلام الرياضي:

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

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

2- البرنامج :

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

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

3- التخطيطي الإعلامي الإذاعي:

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

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

الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى:

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

2- الدراسة الثانية:

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

3- الدراسة الثالثة:

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

4- الدراسة الرابعة:

عبد العزيز بن سلطان الضويحي (2004) التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات أطروحة (ماجستير)--جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية ، تهدف إلى التعرف على الدور الإعلامي لإدارة العلاقات العامة بالدفاع المدني في مواجهة الكوارث والتنسيق بينها وبين وسائل الإعلام مستخدما المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب المسح الاجتماعي على عينتين قوامهما (40%) على الترتيب بكل العاملين بالمديرية العامة للدفاع المدني والعاملين بوزارة الإعلام بالطريقة العشوائية وباستعمال أداة الاستبيان وتوصل إلى أن للإعلام دور مهم في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث وهذا من خلال التنسيق بين إدارة العلاقات العامة للدفاع المدني وأجهزة الإعلام.

5- الدراسة الخامسة:

دراسة زامل عبد الله مخلف الزيد (2000) في دراسة وصفية حول التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات أطروحة (ماجستير)--جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية السعودية هدفت إلى إبراز أهمية التخطيط الإعلامي في الوقاية من

المخدرات مستخدما المنهج الوصفي ومعتمدا على أداة الاستبيان ومن بين أهم النتائج لوسائل الإعلام دور كبير في مجال التوعية بالمخدرات وإضرارها عن طريق الحملات الإعلامية.
مناقشة الدراسات السابقة :

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

الجانـب التطبيقـي

١. الدراسة الاستطلاعية:

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

٢. المنهج المتبع في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة و البرهنة على فرضياتها اعتمدنا المنهج الوصفي المناسب لطبيعة الموضوع الذي يهدف إلى جمع بيانات وأوصاف دقيقة علمية للظواهر الاجتماعية في وضعها الراهن وإلى دراسة العلاقات التي توجد بين الظواهر الاجتماعية ومن أهم طرق المنهج الوصفي، الملاحظات العلمية، التي تعتبر موردا خصباً للحصول على معلومات وبيانات دقيقة. (محمد حسن علاوي ، أسامة كامل راتب 1987 ص217)

٣. مجتمع وعينة الدراسة:

له مجموعة من التعاريف نذكر منها:

- تعريف (grawitz) مجموعة منتهية او غير منتهية من العناصر المحدد مسبقا التي تركز عليها الملاحظات (موريس انجرس ،2004،ص29)

- ومجتمع البحث في العلوم الانسانية هو مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها التقصي(رشيد زرواتي،2002،ص119)
- حيث تكون مجتمع الدراسة الحالية من 42صحفي باذاعة المسيله الجهوية بالجزائر اما عينة الدراسة فهي النموذج الذي يمثل جانبا او جزءا من وحدات المجتمع الاصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له ،بحيث تحمل صفاته المشتركة ،وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات المجتمع الاصلي(عامر ابراهيم قنديلجي،1983،ص143)،وتتكون عينة الدراسة الحالية من 20صحفي باذاعة مسيله المحلية تم اختيارهم بطريقة عشوائية،موزعين حسب سمات السن والجنس والخبرة المهنية وفق الجداول التالية
- **الجدول (أ): يمثل خصائص أفراد العينة حسب سمة السن**

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

من اعداد بشير عبد الحق الباحث و طالب دكتوراه

- نطلاقا من الجدول يتبين لنا ان اكبر نسبة والتي تمثل 70% من الصحفيين اعمارهم لا تتجاوز 39سنة ،في حين نجد 30%منهم اعمارهم تتراوح بين الفئة 40-45سنه يفوق 40سنة وهذا ما يفسر ان معظمهم من عنصر الشباب ومنه نستنتج ان معظم صحفي الاذاعة الجزائرية من محطة مسيله المحليه يمثلون الفئة بين {30-39سنة} لنخلص بالاخير الى اعتماد اذاعة مسيله الجهويه على صحفيين شباب يتمتعون بالقوة والقدرة على تحمل مشاققة العمل وهو ما ينعكس ايجابيا على نجاح البرامج الرياضية
- **الجدول (ب): يمثل خصائص أفراد العينة حسب سمة الجنس**

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

المجموع	20	%100	40	100%
---------	----	------	----	------

من اعداد بشير عبد الحق الباحث و طالب دكتوراه

نطلاقا من الجدول نلاحظ عدد افراد عينه الدراسة من جنس الذكور قد بلغ 15 صحفيا اي بنسبة 75%. مقارنة بنسبة 5% صحفيات من جنس الاناث وهذا ما يفسر اعتماد الاذاعة على العنصر الرجالي اكثر من النسائي نظرا لخصائص معينة قد نجدها في المذيع الرياضي مقارنة بالمذيعات كالصوت الرجالي مثلا. و البنية الجسدية التي يتطلبها العمل الميداني الرياضي خاصة ما اذا صاحبه عنف او تعصب بالميادين الرياضية في سبيل الوصول للمعلومة الرياضية وهذا بدوره يمثل جانبا ايجابيا في انتاج البرامج الرياضية ونجاحها

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

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

من اعداد بشير عبد الحق الباحث و طالب دكتوراه

انطلاقا من الجدول (ج) نلاحظ ان عدد الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم المهنية اقل من 5 سنوات قد كان 02 صحفيين أي بنسبة 10% في حين ان الذين خبرتهم تتراوح بين 5-10 سنوات قد بلغ 06 صحفيين بنسبة 30% اما الصحفيين الذين كانت لهم خبرة طويلة بالاذاعة لاكثر من 10 سنوات فقد بلغ 12 صحفيا بنسبة 60% وهي النسبة الاكبر وهذا ما يفسر اعتماد الاذاعة المحلية على عنصر التجربة والخبرة لتقديم البرنامج الرياضي وقد يتجلى ذلك ربما في التعامل مع المستجدات الآنية والمباشرة والبداهة وحسن التصرف بالمواقف الطارئة و ايجاد الحلول، وهي سمه تضاف الى عملية التخطيط الاعلامي لنجاح البرامج الرياضية

IV. أدوات جمع البيانات والمعلومات:

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

1) طريقة التحليل البيبليوغرافي:

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

2) استمارة الاستبيان:

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

3) المقابلة:

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

4) الخصائص السيكمترية:

- الشروط العلمية للأداة:

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

- صدق الأداة:

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

- إجراءات التطبيق الميداني للأداة:

بعد توزيع أسئلة الاستبيان على الأساتذة المحكمين، ابدوا آراهم في تلك الأسئلة بالإضافة إلى إعادة الصياغة لبعضها مع التركيز على عدة نصائح وإرشادات وبعد الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان والحصول على ترخيص من

المعهد، اتجهنا مباشرة لتوزيعها شخصيا على أفراد العينة بهدف شرح أي غموض قد يلف أسئلة الاستمارة بالنسبة لأفراد العينة وبعد الانتهاء من توزيع الاستمارات والحصول على الإجابات، تم الشروع مباشرة في عملية تفريغ البيانات وتحليل نتائجها.

- الأساليب الإحصائية:

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

$$س = \frac{ك \times 100}{مج}$$

س: النسب المئوية لكل سؤال

مج: مجموع التكرارات.

ك: تكرارات الصحفيين

عرض النتائج وتحليلها:

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

● جدول يمثل ايجابيات لعبارات استبيان

النسبة المئوية%	التكرارات	الإجابات	
100%	20	نعم	1
0	0	لا	
55%	11	نعم	2
45%	09	لا	
55%	11	نعم	3
45%	09	لا	
55%	11	نعم	4
45%	09	لا	
55%	11	نعم	5
45%	09	لا	
95%	19	نعم	6
05%	01	لا	
95%	19	نعم	7
05%	01	لا	
50%	10	نعم	8
50%	10	لا	
100%	20	نعم	9
00%	00	لا	

100%	20	نعم	10
00%	00	لا	
60%	12	نعم	11
40%	08	لا	
60%	12	نعم	12
40%	08	لا	

من اعداد بشير عبد الحق الباحث و طالب دكتوراه

انطلاقا من الجدول نلاحظ:

- عبارة رقم 01 يتضح لنا ان مانسبته 100% من الصحفيين يرون أن ربط البرامج الرياضية باحتياجات الجمهور يساعد في تحديد الخطة الاعلامية وهذا ماتطرقت له نضريه الاستخدام والاشباع وبالتالي نستنتج ان الجمهور عنصر مشارك في وضع الخطة الاعلامية وبالتالي تحقيق الاهداف ونجاح البرامج تلمريضية في ان واحد ،

من العبارة رقم 02 نلاحظ ان نسبه 55% من مجموع نسب افراد العينة ترى ان الحصص الرياضية بالاذاعة كافيه ،في حين مانسبته 45% ترى عكس ذلك نستنتج ان الحصص او البرامج الرياضية كافية لاحتواء مختلف المواد الاعلامية الرياضية ،اما عن دور الجنس في التقديم والتنشيط الرياضي بالاذاعة فانه مهم بالنسبه لافراد العينه وهذا مادلت عليه النسبه 55% على عكس 45% ترى غير ذلك وهذا كله

من العبارة رقم 03 اين نستنتج ان للافصوات الاعلامية الرجالية والنسائية في التقديم الرياضي لها دور مهم في التخطيط وبالتالي فهو نقطه فعاله ضمن البرمجه والتخطيط الاعلامي

اما عن الاساليب المستخدمه ضمن التخطيط الاداعي الاعلامي وانطلاقا دائما من الجدول:

ومن العبارة رقم 06 نلاحظ ان مانسبته 95% من افراد عينه الدراسه يؤيدون فكرة مراعاة المساحة الزمنية للبرامج الرياضية شريطه لنجاح وصول المعلومة الرياضية على عكس نسبه 5% لها نضرة مخالفة

ومنه نستنتج ان الوقت او الساحة الزمنية للحصص الرياضية واخذها بعين الاعتبار يساهم في وصول المعلومة الرياضييه خاصة فيما تعلق بالمضمون وهو عنصر لنجاح في التخطيط والبرمجه لنجاح البرامج الرياضية

من العبارة رقم 07 نلاحظ ان تطوير البرامج الرياضية وتحسينها فان معظم افراد العينه اجابو بنعم لذلك وهو اكدته النسبه 95% مقارنة بنسبه 5% لها نضرة معاكسة

ومنه نستنتج ان: الاخذ باتجاهات وافكار و آراء الصحفيين مهم جدا في عملية البرمجة وبالتالي لهاته النقطة مساهمه فعاله في تحسين البرامج من خلال الازراء وابدأ وجهات النظر والنقد وبالتالي ضمان تطويرها ونجاحها نا ،
اما عن اعتماد الاسلوب الموضوعي في عرض الرساله الاعلامية الرياضية فقد اكدت افراد العينه ذلك بالاجابة الساعفه بنسبة 100% وهذا ماتطرقت له العديد من الدراسات حول سمة الموضوعية في عرض الرساله ومنه
نستنتج: ان اعتماد الموضوعية دون الحياد او التحيز والذاتيه ضمن التخطيط والبرمجة اثناء عرض الرساله الاعلامية الرياضية يساهم بقدر كبير في نجاح البرامج الرياضية

وانطلاقا من العبارة رقم 11 حول الصفات المميزه والواجب تو فرها لمقدمي البرامج الرياضية فقد اكدت نسبه 60% على ذلك من افراد العينه كالنشاط والحركية والانيه والسرعة في اثناء تناول الخبر الرياضي مقارنة باقرانهم الاخرين ببقية الاقسام الاعلامية الاخرى في حين كانت 40% من افراد العينه ترى عكس هذا

ومنه نستنتج ان الصحفي الرياضي ذو المهارات الحركية الرياضية والسرعة والانيه في عرض الخبر ومواصفات اخرى يجب ان يتميز بها مقدمي الاخبار الرياضية لها دور في نجاح البرنامج الرياضي
❖ مناقشة نتائج الفرضية

والتي تنص على ان الشبكة البرمجية بالتخطيط الاعلامي الازاعي في دور بنجاح البرامج الرياضية

و انطلاقا من النتائج المحصل عليها نلاحظ ان نسبة الاجابة بنعم كانت كالآتي :
• يرى اغلبية المبحوثين ان ربط البرامج الرياضية باحتياجات الجمهور . يساعد بنسبة كبيرة في تحديد الخطة الاعلامية و هو ما تؤكد نسبه 100% بالعبارة رقم (1) وهو ما يتوافق مع قول الكاتب عبد الرزاق محمد الديلمي حينما ذكر بضرورة إشراك الجماهير المعينة بالبرامج الرياضية المتخصصة عامل من عوامل نجاح الخطة البرمجية .

• معظم أفراد العينه الدراسة يرون أن الحصه الرياضية بالإذاعة كافية وهذا ما تؤكد نسبه 55% بالعبارة رقم (2) وهذا ما يعكسه الملحق رقم (03) الممثل للنسب المئوية لبرامج الشبكة العادية أين تأخذ البرامج الرياضية و باعتبارها برامج ترفيهيه بنسبه 36% وهي أعلى نسبة مقارنة ببقية البرامج الأخرى

• يرى اغلبيه أفراد العينه أن نوع الجنس له أهمية في التقديم وهذا ما أكدته النسبه 55% بالعبارة رقم(3) وهو ما يعكسه الملحق رقم (2) الذي يبين أن العنصر الرجالي هو الغالب في تقديم البرامج الرياضية (الشبكة العادية الحالية لإذاعة مسيلة).

- كما اكدت أفراد العينة إن الحجم الساعي للبرامج الرياضية كاف لاستعاب المادة الاعلامية الرياضية وهو ما تترجمه النسبة %55 بالعبارة رقم(5). وهو ما يثبتته الملحق رقم(3) الممثل لنسب البرامج الشبكة العادية اين احتلت البرامج الرياضية نسبة %36 كا كبر نسبة مقارنة ببقية البرامج بتصنيفها وحدة من البرامج الترفيهية . ومنه يمكن القول ان الفرصة الثانية قد تحققت.
- و انطلاقا من العبارة رقم (06) أكد معظم أفراد العينة ان مراعاة المساحة الزمنية للبرامج الرياضية ساهم بشكل كبير في نجاح وصول المعلومة وهذا ما تؤكد نسبة % 95 وهذا ما أكده طارق الشاري حين قال: " انه من بين الخطوات الأساسية للتخطيط الإذاعي هو تحديد موعد لإذاعة البرنامج و الالتزام به حتى يستطيع المتابع متابعته باستمرار ". كما أكد عبد الرزاق محمد الديلمي على تحديد الجدولة أي تحديد وقت كل برنامج بدقة وان يكون التوقيت مناسب مع الوضع العام و الأحداث الاجتماعية .
- كما أن أفراد العينة أكدوا بالتساوي على انه على المؤسسة الإعلامية أن تتوفر على اختصاصين بالتخطيط مهمتهم اقتراح برامج و مقدمين وهذا ما تعكسه نسبة %50 العبارة رقم (08) وهذا ربما ما اكد عليه كلا من عبد الرزاق محمد الديلمي و طارق احمد محمود الذين أكد على المخطط الإعلامي واهم السمات الواجب توفرها كالخبرة و التخصص . وغيرها . كما ذكر طارق احمد محمود السؤدود عندما قال : "انه على مخطط الإعلامي العمل مع عدة مساعدين يعملون بامرهم وهو ما يعرف بالتخطيط الجماعي .
- وانطلاقا من العبارة رقم(09) أكدت أفراد العينة على اعتمادها الأسلوب الموضوعي في عرض الرسالة الإعلامية.
- ومن العبارة رقم (10) أكدت العينة على استخدام أساليب فنية جديدة لتطوير الأداء الإعلامي وهو ما نسبته %100 وهذا ما يتوافق مع آليات تنفيذ الخطة الإعلامية حينما ذكر عبد الرزاق محمد الديلمي حين قال:" بالابتعاد عن الأساليب الغير خلاقة كالكذب و المبالغة و التلميح و الغمز ... " , كما أكد على ضرورة تحديد الاسلوب الفني الذي يناسب تقديم المادة المعنية بالبرنامج وهذا تحت عنصر عوامل نجاح الخطة البرمجية .
- انطلاقا من العبارة رقم (11) فان معظم أفراد العينة كانت لهم نظرة حول الموصفات المميزة لمقدمي برامج الرياضة وهذا ما عبر عليه بنسبة %60 وهذا ما يوافق بما تطرق له الكاتب محمود فهمي عند وضع شروط نجاح البرنامج الإذاعي و التي من بينها : التحكم بالمعلومات من قبل المقدم , الصوت الجميل , والتواضع والسلاسة والتفسير عند انتقال من موضع الى اخر .
- وانطلاق من العبارة الاخير رقم (12) اكدت افراد العينة على قيامها باجراء دراسات و سبر اراء على الجمهور للبرامج الرياضية و الاخذ بارائهم و هو ما

عبرت عليه النسبة %60 وهو كذلك ما ذهب اليه كلا من طارق احمد محمود و عبد الرزاق محمد الديلمي حين أكدا على ضرورة دراسة الجمهور , و البرامج ضمن خطوات ومراحل التخطيط الاعلامي.

استنتاجات عامة

انطلاقا من هاته النتائج و ما تضمنته الدراسة من عناوين نستنتج في الأخير أن للتخطيط الإعلامي الإذاعي دور في إنجاح البرامج الرياضية , وهذا انطلاقا من الشبكة البرمجية والتي تعتبر عمود أساسي في ذلك خاصة عند ربطها باحتياجات الجمهور و استنادها إلى دراسات و بحوث علمية .
ولا يأتي هذا طبعا إلا من خلال جملة من الأساليب الموضوعية والمتوازنة, التي تكون مواتية لتقديم المادة المعنية في البرامج الرياضية و عرض الرسالة الإعلامية سواء من ناحية الشكل أو المضمون لان الاهتمام بالمضمون دون سواه قد يعزف الجمهور عن متابعتها.
لنخلص في الأخير إلى أن التخطيط الإعلامي الإذاعي دور كبير في نجاح الحصص و البرامج الرياضية و هذا ما يؤكد صحة الفرضية العامة .

الاقتراحات

- من خلال مما سبق من نتائج واستنتاجات, يمكن اقتراح التالي:
- 1-الحرص على تخصيص مختصين في التخطيط الإعلامي لضمان وضع الخطط والياتها .
 - 2-وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية ممنهجة.
 - 3-النهوض بالبرامج الرياضية كما وكيفا
 - 4-التنوع في محتوى البرامج الرياضية .
 - 5- تكوين أحسن لطلبة الإعلام الرياضي في مختلف الكليات والمعاهد للوصول بهم إلى صحفيين ذو مرتبة راقية في المستقبل.
 - 6-يجب ان تساير البرامج الرياضية الاذاعية التطور العلمي الحاصل .
 - 7-يجب تاهيل مسؤولي البرامج الرياضية
 - 8-توفير كل الامكانيات المادية و البشرية و المحيطة بالعمل من اجل اعلام رياضي هادف
 - 9-فتح قنوات اتصال مباشرة بين المرسل و المستخدم .
 - 10-اهتمام اكثر بالابحاث المتخصصة في الرياضة و الاعلام .
 - 11-تهيئه المناخ التنظيمي داخل الاذاعة مع توفر عنصر ي المرونة والواقعية استجابة للاهداف المسطرة
 - 12-لتنوع في محتويات البرامج الرياضية من خلال ادخال فقرات خاصة بالترفيه والتحفيز على المناقشة الفكرية

13-القيام بدراسات حول الجمهور لمعرفة آرائهم والسماح للقائمين على الاعلام الرياضي المحلي بوضع سياسات هادفة تتماشى و آراء الجمهور المستهدف واتجاهاته

14-مراعاة المساحة الزمنية للبرنامج الرياضي وتناسبها مع الاحداث الراهنة الرياضية لضمان وصول المعلومة بشكل ادق

قائمة المراجع :

الكتب

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

المذكرات

- علي جرمون (2013): محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- عيسى الهادي (2008) البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر.
- بودربالة محمد (2006) شروط وضع إستراتيجية إعلامية على ضوء واقع الإعلام في المدرسة الجزائرية ، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- عبد العزيز بن سلطان الضويحي (2004) التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات ، رسالة ماجستير ، جامعة نايف للعلوم العربية و الأمنية ، الرياض
- زامل عبد الله مخلف الزيد (2000) في دراسة وصفية حول التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات

المقالات

- دروازي مصطفى طالب ،بوسكرة احمد، اقتراح برنامج إعلامي رياضي يلبي أولويات الجمهور الجزائري، مجلة الإبداع الرياضي المجلد رقم 10 العدد رقم 02 مكرجاء 03 ، 2019 .

- براهيم عيسى ، صلحاوي حسناء ، دور العالم الرياضي التربوي في تعديل اتجاهات تلاميذ المرحلة المتوسطة نحو الانشطة البدنية والرياضية، مجلة الابديع الرياضي المجلد رقم 10 العدد رقم 02 مكرر جزء 02 ، 2019