



## مستخلص البحث باللغة العربية

### البحث رقم (١)

د/ أحمد محمد يسن علي

مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج  
بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة بنها

### (عنوان البحث)

"التخطيط الإعلامي للبرامج الرياضية وعلاقته بمستوي إرضاء الجمهور بالفتوات الفضائية  
المصرية"

يهدف هذا البحث إلى: معرفة العلاقة بين التخطيط الإعلامي للبرامج الرياضية ومستوي رضي الجمهور، وتمثلت عينة البحث في عدد (330) فرد من القائمين على إدارة البرامج الرياضية موزعة على الثلاث برامج (قيد البحث)، والجمهور المشاهد للبرامج الرياضية (قيد البحث)، واشتملت الأدوات على إستبيانين من إعداد الباحث، المقابلة الشخصية، المسح المرجعي، واستخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية: النسبة المئوية، الأهمية النسبية، كلاً ودلالاتها، الوزن الترجيحي، معامل ألفا كرونباخ، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

لا توجد علاقة بين التخطيط الإعلامي للبرامج الرياضية (قيد البحث) وبين مستوي رضي الجمهور، أن البرامج الرياضية (قيد البحث) تفتقر إلى عملية التخطيط لها، كما انه لا توجد فروق بين استجابات (عينة البحث) في الثلاث برامج سواء كان للقائمين على الإدارة أو الجمهور المشاهد للبرامج، حيث بلغت الأهمية النسبية للمحاور في الثلاث قنوات (قيد البحث) على النحو التالي:

#### - أولاً: في محور تحديد الأهداف:

انحصرت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بين ٥١,٨٥% لقناة التي سي في حين بلغ الحد الأدنى للأهمية النسبية ٤٩,٢% لقناة المحور.

#### - ثانياً: في محور الهيكل التنظيمي:

انحصرت الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بين ٤٩,٥٢% لقناة التي سي، في حين بلغ الحد الأدنى للأهمية النسبية ٤٦,٤٢% لقناة الحياة .

- **ثالثاً: في محور اختيار الموضوعات:**  
انحصرت الاهمية النسبية لآراء عينة البحث بين ٦٨,٦٦% لقناة ، في حين بلغ الحد الأدنى للأهمية النسبية ٥٧,٢٢% لقناة الحياة.
- **رابعاً: في محور اختيار الضيوف:**  
انحصرت الاهمية النسبية لآراء عينة البحث بين ٥١.٣٣% لقناة التي سي ، في حين بلغ الحد الأدنى للأهمية النسبية ٤٧,٧٧% لقناة الحياة.
- **خامساً: في محور توقيت البرنامج:**  
انحصرت الاهمية النسبية لآراء عينة البحث بين ٦١.٦٦% لقناة التي سي، في حين بلغ الحد الأدنى للأهمية النسبية ٥٠% لقناة المحور.