

جامعة محمد خيضر بسكرة - قطب شتمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال



عنوان المذكرة

اراء وتوجهات الطلبة حول دور الاعلام الرياضي المرئي
في نشر الثقافة الرياضية

دراسة مسحية على عينة من طلبة ثانية ماستر اذاعة
وتلفزيون وتربية بدنية ورياضية - جامعة بسكرة -

مشروع مذكرة مكمّل لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص الاذاعة والتلفزيون

إشراف الأستاذ

بشير الدين مرغاد

إعداد الطالبة

مباركة سهيلة حاج سعيد

السنة الجامعية 2015/2014

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا الى

انجاز هذا العمل أتقدم بالشكر للاستاذ المشرف "مرغاد بشير الدين" الذي لم يبخل

علي بتوجيهاته في البحث و أتمنى له التوفيق، كما أتقدم بالشكر و التقدير لكل

أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال، والى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في

انجاز هذا العمل، فالى كل هؤلاء أرق و آيات العرفان التقدير وأخلص عبارات الشكر

والوفاء .

اهداء

أهدي ثمرة جهدي الى من قال فيهما الله تعالى عز وجل : " لا تقل لهما أف و لا تنهرهما " ، الى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما .

الى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلهما ، الى والدي العزيزين أدمهما الله لي.

الى جدتي رحمها الله

الى أخي العزيز رياض

الى جميع أفراد عائلتي

الى عائلة صولي بالاخص بدرة وحميدة

الى جميع صديقاتي : لمياء ، خلود، خولة، سليمة ، هدى والى زملاء الدراسة

الى كل من ذكره قلبي و نسيه قلبي

مباركة سهيلة حاج سعيد

خطة الدراسة

الجانب المنهجي

- 1- اشكالية الدراسة
- 2- اهداف الدراسة
- 3- تحديد مفاهيم الدراسة
- 4- منهج الدراسة

الجانب النظري

الفصل الاول: الاعلام الرياضي المرئي

المبحث الأول : الاعلام الرياضي

المطلب الاول : ماهية الاعلام الرياضي

المطلب الثاني : نظريات تأثير الاعلام الرياضي

المطلب الثالث : انواع تأثيرات الاعلام الرياضي و مجالاته

المطلب الرابع : أهمية و أهداف الاعلام الرياضي

المبحث الثاني : المنظومة الاعلامية الرياضية التلفزيونية

المطلب الأول : الاعلام الرياضي في التلفزيون

المطلب الثاني : صناعة وسائل الاعلام الرياضي

المطلب الثالث : اقتصاديات وسائل الاعلام الرياضية

المطلب الرابع : عوامل تفوق الاعلام الرياضي المرئي

المطلب الخامس : المشاكل الناجمة عن الاعلام الرياضي المرئي

الفصل الثاني : الاعلام الرياضي المرئي و بناء الثقافة الرياضية

- المبحث الأول : العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية

المطلب الأول : مفهوم الثقافة الرياضية

المطلب الثاني : دور الاعلام الرياضي المرئي في ثقافة الطالب

المطلب الثالث :العلاقة بين الرياضة و الاعلام الرياضي المرئي

المطلب الرابع : العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي و ثقافة الطالب

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للمبحث الميداني

المبحث الاول : الاجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الاول : منهج الدراسة

المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة

المطلب ثالث : عينة الدراسة

المطلب الرابع : ادوات الدراسة

المبحث الثاني : تحليل و مناقشة النتائج

المطلب الأول : تحليل ومناقشة النتائج

المطلب الثاني: الاستنتاج العام

المطلب الثالث : خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق .

مقدمة

تعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل وتعبير عن مستوى تطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها، لذلك فإن من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية، إذ إن مشاهدة الرياضة والإحساس بها موجود في كل مكان. وقد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية والوضع الرياضي كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى، إذ استغلت بعض الفضائيات من خلال احتكارها لبث الأحداث الرياضية والترويج للرياضة وسيلة لتحقيق الربح في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من الثقافة العامة، ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة به، حيث يتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضا على إمكاناته المادية والبشرية. و الإعلام الرياضي يمثل المرأة العاكسة للحياة الرياضية، وهو النظرة الأكثر شمولية وعمقا لها مضطرا الى الابتعاد عن البساطة التقليدية المتمثلة في التغطية الاخبارية السريعة والموجزة، فالواقع الاعلامي الجديد يفرض اعلاما جديدا. والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية، وتعد الفضائيات الرياضية الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض القنوات

الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم، ولأن البرامج الرياضية بالتلفزيون تعتبر سلاح ذو حدين، قد نستعملها كمعول لهدم القيم وترسيخ ثقافات أجنبية دخيلة إذا لم نخطط ونؤسس لبرامج رياضية ممنهجة بطريقة علمية وهادفة هذا من جهة، ومن جهة أخرى- وهذا ما سنحاول دراسته - يمكن لهذه البرامج الرياضية أن تساهم بقدر كبير في توعية الفئة الشبابية وتعريفهم بحقيقة الممارسة الرياضية وأساليبها وتقنياتها...، لخلق مجتمع ممارس وليس مستهلك للأخبار الرياضية، وهذه الدراسة نحاول من خلالها إلقاء الضوء على مايبث من خلال التلفزيون، وإعطاء الصبغة العلمية التربوية المناسبة لتبليغ وتحقيق الأهداف المنشودة والغايات التي وجد من أجلها البرنامج الرياضي والإعلام الرياضي بصفة عامة، ألا وهو نشر الوعي والثقافة الرياضية، وضمن هذا الإطار أردنا ان نجتهد للقيام بدراسة حول دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية و تنمية وعيه ، في أوساط الطلبة الجامعيين و هذا لكون هذه الفئة من المشاهدين في مرحلة تكوين انفسهم و شخصياتهم الذاتية و تكوين الوعي لديهم ، بالتالي اختيارنا لهذه الفئة لم يأتي بالصدفة بل لان هناك قابلية كبيرة للتأثر ببرامج رياضية من خلال مشاهدتها عبر التلفزيون بشكل كبير، و هذا يمكننا من تكوين مجتمع على مدى متوسط ذو وعي رياضي، خالي من كل ما نراه اليوم في الحياة الرياضية من عنف و سوء الفهم، و نرسخ لثقافة المناصرةالخ.

كما جرت العادة في البحوث العلمية قسمنا بحثنا الى جانبين :

1- **الجانب النظري** : يحتوي المادة العلمية موزع على فصلين:

الفصل الاول: يتضمن واقع الاعلام الرياضي المرئي (مفهوم، الاهمية، الاهداف، الخصائص، انواعه و تاثيراته و المنظومة و الاعلام الرياضي داخل التلفزيون، صناعة وسائل الاعلام الرياضي، اقتصاديات وسائل الاعلام الرياضية، و عوامل نجاحه و المشاكل الناجمة عنه).

الفصل الثاني: تمحور حول الاعلام الرياضي و بناء الثقافة الرياضية (تعريف الثقافة الرياضية، دور الاعلام الرياضي في ثقافة الطالب، العلاقة بين الرياضة و وسائل الاعلام الرياضية، العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي و ثقافة الطالب).

2- **الجانب التطبيقي** : هو جانب ممارسة البحث و خصص لعرض ومناقشة النتائج، وهذا

ما تم توضيحه في الفصل الاول، من خلال المبحث الاول تم تناول اجراءات الدراسة في توضيح لمنهج و مجتمع الدراسة والعينة و الاداة المستخدمة، اما الفصل الثاني خصص لعرض و تحليل ومناقشة النتائج وخاتمة.

الجانب المنهجي

1- الإشكالية:

للإعلام دور هام في تغير القيم والمعايير السائدة في المجتمع، فالإعلام في الحقيقة مهنة ورسالة، وليس مجرد شعارات تتغير وتتبدل بتغير الأهواء، فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، وقد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة، كان انتشار الرياضة أساساً بسبب دور الإعلام الذي ساهم بأجهزته كافة المقروءة والمسموعة والمرئية في التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس، ومن هذا المنطلق يشكل الإعلام الرياضي المرئي أهمية في حياة الإنسان ويعتبر من الأسس الرئيسية في الجهاز الإعلامي، حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية هامة في المجتمعات الحديثة ولقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة خاصة المرئية، و تظهر أهمية لإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات والبيانات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيره متباينة الاتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة، والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع وقد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية، وتعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم حيث ان المتابع للإعلام الرياضي المرئي بشكل عام وللقنوات الرياضية الفضائية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم ونظراً لما تقدمه هذه الفضائيات و مشاهدتها من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، لذا وجب التعرف على حقيقة مستوى الثقافة الرياضية لدى طلبة تخصص اذاعة وتلفزيون وقسم التربية البدنية و الرياضية، حيث حددت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي (ما الدور الذي يلعبه الاعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية ؟).

- و من هذه الاشكالية، و في محاولة للاجابة نصغ هذه التساؤلات التالية :
- هل القنوات الرياضية والبرامج تؤثر على الجانب المعرفي للطلاب . ؟
 - ما دور البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية
 - ماهي الاشباعات المحققة من مشاهدة الحصص والبرامج الرياضية.؟
 - ما دور مشاهدة مباريات الكلاسيكو الاوروبية و تحقيق اشباعات الطالب و ميولاته ؟

2/ اهداف الدراسة :

- نهدف من خلال بحثنا في هذا الموضوع الى ابراز النقاط التالية :
- معرفة ما اذا كانت مضامين البرامج الرياضية تتماشى مع ميول الطالب .
 - معرفة الدور الذي يلعبه الاعلام الرياضي المرئي في التعريف بالثقافة الرياضية .
 - التعرف على اتجاهات و تطلعات الطلبة نحو محتوى و مضمون الحصص الرياضية.
 - معرفة ما اذا كان مقدمو البرامج يستخدمون اسلوب واضح في توصيل المعلومة .
 - معرفة مدى رضا جمهور الطلبة على شكل الحصص والبرامج الرياضية (اخراج ، بلاتوه....).
 - اثراء الدراسات في المجال الرياضي و خاصة من الجانب الاعلامي لما له دور في نشر الثقافة الرياضية .

3/ تحديد المفاهيم :

1- الاعلام الرياضي :

إن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي و بعرض و تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية ، و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية و الرياضية و ذلك من خلال وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين ، و تنمية اتجاهاتهم الايجابية

نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية و الحركية و توجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.¹

- التعريف الاجرائي:

نستطيع القول بأن الإعلام الرياضي عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.²

3- الثقافة الرياضية: هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون، للأنشطة الرياضية المختلفة والتي يكتسبها الفرد من البيئة، وبتزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية. هي حصيلة المعلومات التي تكون لدى الفرد ، والتي من خلالها يستطيع الفرد أن يكون فكرة عن الألعاب الرياضية التي من شأنها تكوين وتطوير الشخصية المتكاملة والشاملة ، كما أنها لا تتجزأ من الثقافة العامة فهي تساعد على تثبيت النواحي السياسية وتنمية النواحي الصحية والخلقية و تحسين العلاقات الاجتماعية للفرد.³

1 - الزواوي أحمد المهدي، الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة "من الملاعب" ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر ، 2007-2008 ، ص 13.

2 _ خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم ، الاعلام الرياضي ، ج 1 ، مركز الكتاب للنشر ، مصر القاهرة ، ط1 ، 1998 ، ص 22

3 - خالد زيود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك"مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد الرابع، 2013، ص326.

4/ منهج الدراسة :

يملك الباحث في مجال علوم الإعلام والاتصال عدة مناهج علمية، يستعملها في دراساته وأبحاثه العلمية، تختلف حسب قواعد دراسة المشكلة محل البحث وجوانبها والآثار المحيطة بها، ولذلك يعد المنهج العمود الفقري في تصميم البحوث لأنه الخطة التي تحتوي على خطوات تحدد المفاهيم و إطار الدراسة المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يشير لها موضوع البحث و هو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق و طرق اكتشافها، و على الباحث أن يكون على علم كبير بأهمية الجوانب المنهجية في إقامة البحث، و ذلك بإتباع الخطوات المنتظمة و المحددة التي تمكن الباحث من الوصول إلى نتائج الدراسة، ولقد اعتمدنا كمنهج لبحثنا على منهج المسح الاجتماعي، هذا لأنه يتلاءم مع طبيعة بحثنا، ومن المؤكد أن هذا المنهج يتم في خطوات ميدانية معينة، وهذا لكي نتمكن من دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة مضامين البرامج الرياضية تتماشى مع ميول الطالب والتعرف على تطلعاتهم نحو محتوى الحصص الرياضية ، وهذا يسمح لنا بتغطية موضوع الدراسة، والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب .

الجانب النظري

الفصل الاول

الاعلام الرياضي المرئي

- المبحث الأول : الاعلام الرياضي :

المطلب الاول : ماهية الاعلام الرياضي :

1- مفهوم الاعلام الرياضي :

عملية نشر الاخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية ، و شرح القواعد والقوانين الخاصة بالالعاب و الانشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع و تنمية وعيها الرياضي¹، وفي تعريف اخر هو العملية التي تقوم بنشر الأخبار كالمعلومات الحقائق المرتبطة بالرياضة كتفسير القواعد و القوانين المنظمة للالعابو أوجه النشاط الرياضي و ذلك للجمهور بقصد نشر ثقافته الرياضية ببيت أفراد المجتمع و تنمية الوعي الرياضي²

2- خصائص الاعلام الرياضي:

من ابرز خصائص الاعلام الرياضي :

- الاعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار ، حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه و يرغب في الوصول اليه ، مثلا حديث تلفزيوني موجه الى جمهور كرة اليد او كرة القدم او التنس.....
- يتميز بانه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة و مخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير .
- الاعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب اكبر عدد من الجمهور يتوجه الى نقطة متوسطة افتراضية ، يتجمع حولها اكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين و غيرها .

1- خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الاعلام الرياضي ، ط1، القاهرة:مركزالكتاب للنشر، 1998،ص22

2- محمد الحماصي، الاعلام التربوي في مجالات الرياضةواستثمار الفراغ، ط1، القاهرة:مركز الكتاب للنشر 2006،ص98.

- الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التي يعمل فيها ، بسبب التفاعل القائم بينه و بين المجتمع ، و حتى يمكن فهمه لابد اولا من دراسة او فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية ، مع القيم و العادات السائدة في هذا المجتمع فالاعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة و فلسفة هذا المجتمع³

3- انواع الاعلام الرياضي :

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله، ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالتالي :

- الإعلام الرياضي المقروء : وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل صحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات .

- الإعلام الرياضي المسموع :وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء .

- الإعلام الرياضي المرئي :وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والفيديو وشبكة المعلومات(الإنترنت) وأحيانا ي يطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد .

- الإعلام الرياضي الثابت : وهو الذي يتوجه إليه الناس للإطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.⁴

المطلب الثاني : نظريات التأثير الاعلامي الرياضي :

اصبح تأثير الاعلام الرياضي على الجمهور مجالا مخصصا ضخما قائما بذاته له نظرياته و ابحاثه الخاصة ، حيث سنتناول علاقة الاعلام الرياضي من خلا بعض اهم النظريات في حقل الاعلام و الاتصال ، لايضاح اساليب تأثيره على الجمهور . من بين هذه النظريات نذكر :

3- ياسين فضل ياسين،الاعلام الرياضي،طبعة مزيدة،الأردن:دارأسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص 49-50.

4- خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق ، ص 91.

أ/ نظرية التأثير المباشر (قصير المدى) :

ترى هذه النظرية ان علاقة الفرد بمضمون المواد الاعلامية للاعلام الرياضي ، هي علاقة تأثير مباشر و تلقائي ، فالانسان الذي يتعرض لاي مادة اعلامية في الاعلام الرياضي سواء كانت صحيفة او اذاعة او تلفزيون ، فانه يتأثر بمضمونها مباشرة و خلال فترة قصيرة . معنى ذلك هو ان مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في احدى المباريات من خلال التلفزيون ، فانه بضرورة بناء على هذه النظرية سوف يحاكيها و يحاول تطبيقها في واقع حياته، فالرسائل الاعلامية حسب هذه النظرية ، مهما كان نوعها و التي تبثها من خلال وسائل الاعلام تؤثر في الانسان المتلقي تأثيرا مباشرا⁵،

ب/ نظرية الاستخدامات و الاشباع :

تتظر هذه النظرية الى العلاقة بين الاعلام الرياضي و جمهوره بشكل مختلف ، ففي هذه النظرية الاعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الاعلامية التي يتلقاها بل ان استخدام الجمهور لتلك الرسائل لاشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي يعرضها الاعلام الرياضي، لذا ترى هذه النظرية ان الجمهور يستخدم المواد الاعلامية الرياضية لاشباع رغبات معينة لديه، مثال ذلك الشخص الميال للعنف و المغامرات تستهويه مشاهدة أحداث العنف كبرنامج wwe Entertainment من خلال شاشة التلفزيون، فنظرية الاستخدام و الاشباع يكون لها تأثير ايجابي في المجتمع الرياضي ، لظلم ما يقدمه الاعلام الرياضي في هذا المجتمع خال من العنف و العدوان ، ويعمل على كبح الخيالات المريضة بمعنى عدم مسابرتها للسلوكيات المريضة⁶،

ج/ نظرية تحديد الاولويات :

فكرة هذه النظرية على انه مثلما يحدد جدول الاعمال في اي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناءا على اهميتها ، كذلك يقوم الاعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول اعمال خاص ، وعلى اساسها ترتب الموضوعات وفقا لدرجة اهميتها فالاهم ثم الاقل

5- خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم ،مرجع سابق ،ص29-30.

6- المرجع نفسه ، ص38-39.

اهمية، وجدول اعمال الاعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج رياضية ، وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى ليبدو لجمهور القراء والمشاهدين ، ان هذه البرامج او الموضوعات اولى واهم من غيرها بالاهتمام، كما ان الحي الذي يوفره الاعلام الرياضي في جدول اعماله لموضوع رياضي معين دليل على اهمية هذا الموضوع ، فمثلا تركيز الاعلام الرياضي على رياضة بعينها ككرة القدم مثلا يجعل أفراد المجتمع يشعرون بانه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة ، و ان لا شيء يستحق الاهتمام سواها، فتركيز الاعلام الرياضي على موضوع معين أو شخص معين ، واعطائه حيزا كبيرا يعني للجمهور ان هذا الموضوع او الشخص له من الاهمية ما تجعله حاضرا باستمرار او بكثرة في الاعلام الرياضي، ان ما يقدمه الاعلام الرياضي من خلال جدول اعماله الان ، يدل على تراجع قيمة المثقفين و قادة الفكر من المجتمع الرياضي ، اما طغيان مثل هذه العناصر و قد ادى ذلك الى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها في القيادة الفكرية و العلمية في المجال الرياضي⁷ و قد يرجع السبب في ان الاعلاميون يحرصون على وضع لاعبي الكرة في جدول أعمالهم دون غيرهم في كل ما يقدمونه من مواد اعلامية رياضية ، وخاصة البرامج التلفزيونية الى سهولة اعداد و اخراج البرامج لهم ، بل و توافر موادها في مكتبة التلفزيون، و التي لا تخرج عن اختيار بعض الاهداف التي يحرزها هؤلاء الاعبين في المباريات ليشغل بها المساحة الزمنية لهذه البرامج ، سواء في مقدمة هذه البرامج أو اثنائها او في نهايتها و لا يكلفون أنفسهم عناء الاجتهاد في وضع مادة اعلامية تتناسب و طبيعة البرامج التي يستضيفون فيها رجال العلم والفكر في المجال الرياضي ، فتكون المحصلة مزيدا من الضعف لهذ البرامج، و بعدها عن تحقيق اهدافها ووجود تشابه و تكرار لمعظم فقراتها، مما سبق يتضح ضرورة الاهتمام باعداد الكوادر الاعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لاهدافها ، وفي نفس الوقت يجب على القائمين على الاعلام الرياضي وفقا لنظرية تحديد الاولويات ، ان يضعوا القضايا الرياضية الهامة و الملحة في جدول اعمالهم ، بحيث يتم تناولها بالاسلوب و الشكل الذي يتناسب و درجة أهمية هذه القضايا حتى يمكن المساهمة في وضع الحلول المناسبة ، و ان يكون لرجال العلم الرياضي من اساتذة كليات التربية الرياضية دورا كبيرا و بارز في جدول أعمال الاعلام الرياضي ، بما يمكن الاستفادة الكاملة

7_ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق،ص34-35.

من نتائج ابحاثهم و الخروج بها الى دائرة الضوء و التي تقدم الحلول العلمية ، لكثير القضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة بما يمكن الرياضة في المجتمع من مسايرتها للتقدم العلمي و التكنولوجي في الدول المتقدمة.⁸

د/نظرية الغرس الثقافي: هذه النظرية المتعلقة بالقائم بالاتصال ، نفترض من خلال هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الاعلام في ادراك العالم المحيط به ، وتزيد معارفهم ، خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الاعلام،⁹

- المطلب الثالث :انواع تأثيرات الاعلام الرياضي و مجالاته :

1-أنواع تأثيرات الاعلام الرياضي :

هناك عدة أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور وذلك كالتالي

-/تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي :

تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر، مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال أحد اللاعبين، ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو لشخص ما، وشعوره تجاهه، وبناءا على هذا الموقف يبني الإنسان حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم، والقضايا التي يتعرض لها هذا الموقف قد يتغير أو سلبا إيجابا، رفضا أو قبولا، أو حبا كرها، وذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما من يبثه معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة، حيث يعتبروا مضيعة للوقت، من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين، والقضايا الرياضية المعاصرة، فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص و تلك القضايا فمثلا حين يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث والمواقف عن إحدى الفرق الرياضية وما يظهره أعضاؤها من عنف داخل الملعب، كالاعتراض على قرارات الحكام، أو الاعتداء عليهم، أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر، أو غير ذلك من مظاهر العنف تكون النتيجة أن المشاهد قد يغير موقفه من

8- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم،مرجع سابق ، ص36.

9- ياسين فضل ياسين ، المرجع السابق،ص53.

هذا الفريق، ويصبح هذا الفريق هل سمعة طيبة، ويقترن اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملاعب. ومن الأمثلة على تغير الموقف، الانتقال من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريدة النادي بدور في كبير الفريق إزاء انتقال اللاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر، كما ان تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد و القضايا الرياضية فقط، بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية، فكثيرا ما قبل الناس سلوكا كانوا يرفضونه ويشتمزون منه، وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوها بقيم دخيلة،¹⁰ ومن خلال العرض السابق يتبين لنا ضرورة ألا يستقي الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة، والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الآخر،¹¹ ومن الأمثلة على تغير الموقف الانتقال من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريدة النادي بدور في كبير الفريق إزاء انتق ال لاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر،¹²

ب/ تغيير المعرفة الرياضية :

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه إن التغيير في المواقفهو تغير طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر، أما التغير المعرفي فهو بعيد الجذور يتم بعملية تحول بطيئة تستغرق زمتا طويلا، فالإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له، باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية، أو موضوع رياضي، أو مجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا

10 - ياسين فضل ياسين، المرجع السابق، ص92.

11- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص44.

12- محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات و الأساليب، الرياض: مكتبة العبيكان، 1994، ص30.

للأشياء من خلال ما نلقاه منه من معلومات رياضية، يؤدي إلى تحول في قناعاتنا ومعتقداتنا الرياضية، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبتها، أن أي عقيدتنا في شيء، هي نتاج ما علمناه من ذلك الشيء، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات، كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يجعل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده، سواء هو ما ضد قائم ومناهض هو ما مع أو له قائم و داعم له.¹³

ج/التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي :

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضيا و تعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة، ومن هذه المؤسسات: المتزل، المدرسة، والمراكز الدينية، هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها، ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة، بل أصبح عاملا هاما ومؤثرا في هذه العملية . لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت، وخاطب النشء والشباب والكبار، واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة، مرورا بالثقافة إلى الترويج الرياضي، لقد تضاعف دور مصادر المعلومات وفرق التلقي الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال الاتصال، استهدفت بأسلوب جذاب العقل والوجدان، في المقابل استسلم الإنسان وسلم أطفاله لهذا المربي الذي صار يقوم بدور الأب والأم في بعض الأحيان، كثيرا من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي أنه على مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر، إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة، فليس هناك ترفيه برئ ولا أخبار محايدة، إن ما كل نسمعه أو نراه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها إيجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم

وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي ، فالقيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يتفرح على ما يعتقد أنه تسلية أو ترويح بل يرى تلك القيمة هي التي تنتقل إلى اللاشعور لتشكل موقفاً أوتجاهاً من التعصب¹⁴ ، إن الفرد سيكون أقل تجاوباً مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلاً أن :التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية . في أنه حين قبل هذا الرأي حينما تم عرض من عليه خلال تلك التمثيلية، فإنه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضي صفة خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام، وتمس الأمن القومي ووحدة الشعب، حتى لا يحدث تناقض ما بين يقدم في هذه الأجهزة وما يسمعه الفرد في المسجد، فيحدث نوع من البلبلة والتشتت في فكر وسلوك هذا الفرد، قد يصل إلى به حد الاغتراب وفقدان الهوية والانتماء، وبالتالي لجوئه إلى وسائل العنف والإرهاب، واستغلاله للحشود الجماهيرية التي تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية، لإثارة العنف والقيام بأعمال شغب،¹⁵

د/الإثارة الجماعية :

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع من كبير الجمهور، هذا يمثل وجهاً من الأوجه الرياضية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في سوء استخدام هذه الخاصية، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها الوطنية، حيث يعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور الوطني للجماهير، لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز، ما هذا يسمى بالإثارة الجماعية،

وعملياً الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث أي في وقت، لكنها أنجح ما تكون في وقت الأزمات، كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية، وخروجها من إحدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم (كما حدث في كأس العام 2014 بالبرازيل

14- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص46.

15، المرجع نفسه ، ص47.

حيث خرجت اسبانيا من الدور الاول ما خلق استياء و غضب جمهورها) ، الذي كان يعد بمثابة الحلم لكل الجماهير، نتيجة للتقصير الواضح في أداء اللاعبين، والأخطاء الفادحة في التشكيلة، في وقت هم كانوا فيه أقرب للفوز من الفرق الأخرى، وخاصة وإن كانت هذه البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره ، إن حسن التصرف في أوقات الأزمات و القدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات، يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه، اي إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة،¹⁶ وحتى يمكن تجنب مثل هذه الأزمات، أن لابد يتميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية، وأن يضع الأمور في نصابها الصحيح بعدم المغالاة والمبالغة فيها، وأن يعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز وخسارة، وحتى يكون هناك فائز لابد وأن يكون هناك خاسر، فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحث على الكفاح وبذل الجهد، أما النتيجة فيكون للتوفيق دور كبير فيها وهذا هو الهدف الأسمى للرياضة¹⁷

ه/الاستشارة العاطفية :

الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه يتنازع أمران : المشاعر والعواطف، أو المنطق والعقل، ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد، و عدة مشاعر وعدد من العواطف، فهناك الحب والكراهية، الحزن والسعادة، الرضا والغضب وغيرها من المشاعر .

فالعقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات، حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة. والعواطف الكامنة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها ، والإنسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع دائماً السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله، فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر

16 _ ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص95

17 _ بورغداد عقبة ، دور الاعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية و الرياضية،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية-

بسكرة-2011-2012،ص26.

الحزن أو الكراهية على سبيل المثال¹⁸، والإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان، من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانات تخاطب الفكر والوجدان، فمثلا يستطيع الإعلام الرياضي أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية، بل ونبكي معها حينما يعرض لنا مشاهد المعاناة والألم التي تعرضت لها، كاعتداء الجمهور على حكم إحدى المباريات مما أودى بحياته، وفي أحيان أخرى نشعر بالحزن والأسى حينما نشاهد أو نسمع عن لاعب أصيب إصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة، فالإعلام الرياضي بما يقدمه لنا من معلومات يجعلنا نحب أو نكره، نشجب أو نتضامن، ندين أو نؤيد، فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة الأمم الإفريقية نتيجة لظلم الحكام على الرغم أن من هذه المبررات لا تقوم على سند صحيح¹⁹، فنجد أنفسنا بناء على تلك المعلومات و المبررات الخاطئة، نكره حكام هذه المباراة، و لانحزن للأذى الذي قد يتعرضون من له الجماهير، ونتجاهل إدانة أو شجب هذا السلوك غير الرياضي ، بحجة أنهم السبب في هزيمة الفريق وخروجه من البطولة.

و/الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي :

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية، مما يتيح الفرصة للاعبين لتنافس الشريف، وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية .ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي، السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية، فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم، منم بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة، بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك، في ظل عدم رؤية الحكم له اذا كان لاعبا أو مدربا، أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور . فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم، أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات وقدرات كبيرة تمكنه من التأثير

18- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص49.

19_ ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص97.

الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين²⁰، يحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع، وللجمهور بالمشاهدة والاستمتاع، و للضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة أنواع هي كالآتي :

- الأول :

يتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد و الأعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه، فمثلا قيمة ضبط النفس، فإذا تعرض اللاعب لخشونة زائدة من اللاعب المنافس، وجب عليه التحلي بضبط النفس وعدم الرد بالمثل، فهذه القيم التي نقاتها المجتمعات الرياضية الإسلامية، من هي تعاليم الإسلام، كحديث النبي صلى الله عليه وسلم "ليس القوي بالصرعة لكن القوي من يملك نفسه عند الغضب". رواه الترمذي عن ابي هريرة رضي الله عنه ،هذه القيمة تأخذ جزءا رفيعا في منظومة القيم الرياضية في تلك المجتمعات، ونادرا ما نجد شخصا مهما ضعف دينه ،يتجاهل هذه القيمة ولا يقيم لها اعتبارا²¹

*الثاني :

يتحقق على ضوء المعايير والقيم الرياضية التي يلزم الفرد نفسه بها فمثلا قد : يتبنى لاعبو إحدى الفرق الرياضية في كرة القدم طريقة أو أسلوبا للتعامل مع الفرق الأخرى، كإخراج الكرة خارج خط التماس لإعطاء الفرصة لعلاج لاعب أصيب من الفريق الآخر المنافس، فيعرفون بها حتى تصير نوعا من القيم الرياضية .فالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي يمارسه اللاعب على نفسه مهما اختلفت الظروف و المواقف، بمعنى أنه يمكن أن يمارسه وهوفي حالة الفوز والهزيمة .

*الثالث :

يتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتصرف بها الآخرون، حيث لا يستطيع أن يخالف و إلا اعتبر خارجا عن التقاليد و الأعراف الرياضية، والإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات، أصبح من أهم أدوات عملية

20- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق، ص98.

21- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق، ص98.

الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي، أولاً: لكونه ذو طبيعة جماهيرية و ثانياً: لاعتماد الناس عليه كمصدر قد يكون هو الوحيد للكثير من المعلومات الرياضية: لقطاع من كبير الجمهور، جعله قادراً على ان يجمع الناس إن لم يحدد ما لهم ماصح ولايصح القيام من به سلوكيات رياضية، وخاصة فيما يتعلق بالقيم و المعتقدات الرياضية حيث إن ترويج الإعلام الرياضي لأراء أو أفكار رياضية معينة، و التعنيم على ما يخالفها، يجعله يخلق ما يشبه العرف الرياضي الذي يتفق الجمهور على قبوله، بل و يحذر الناس من مخالفة ما عمل الإعلام الرياضي أن على يجعله إجماعاً فمثلاً كرة القدم النسائية و اهتمام الإعلام الرياضي بها، وإبرازها، و إلقاء الضوء عليها، و احتلالها لمساحات كبيرة سواء في التلفزيون أو الإذاعة، للإعلان عنها و الدعاية لها، وذلك من أجل تشكيل رأي عام و إجماع يقبل ممارسة الفتاة لكرة القدم.²²

ي/صياغة الواقع :

حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي، و يقدمه للجمهور كما هو، يقصد بالواقع: هو ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث و القضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي، حيث يبدو و كأنه واقعي و طبيعي و معبر عن الحقيقة، و هذا ما يجب ان يكون عليه الإعلام الرياضي، و لكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع، فمثلاً قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما، لكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة، يعطي انطباعاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع و مثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة و مثال ذلك: "عندما يصوغ لنا الإعلام الرياضي واقع الفريق القومي، و كيف أنه فريق لا يقهر وتسخر إمكاناته في إبراز قدرات هذا الفريق الفنية والبدنية والخطية، ولكن في أول احتكاك رسمي له في بطولة ما انهزم الفريق هزيمة ثقيلة، وكان أداء لاعبيه سيئاً، وبذلك اكتشفت الجماهير ما أن قيل عن واقع هذا الفريق لم يكن إلا واقعا غير صحيح، صاغه الإعلام الرياضي، و بالتالي يفقد الإعلام مصداقيته لدى الجماهير التي تتصرف عن متابعة ما يقدمه من

22_ بورغداد عقبة، المرجع السابق، ص29.

رسائل إعلامية، بل وقد يفسد اهتمامها بالرياضة عموماً و بشكل نهائي، و بالتالي يكون الإعلام الرياضي قد أضر بالرياضة، و خرج بها عن نطاق تحقيق رسالته، فلذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضي أن يقوموا بصياغة الواقع كما هو دون مزيدة أو نقصان، حتى لا يصيب الجمهور بالتمزق، و يفقد الثقة في المجتمع الرياضي بصفة خاصة، و المجتمع الأصلي بصفة عامة²³

2- مجالات تأثير الاعلام الرياضي :

هناك الكثير من المجالات التي يمكن للاعلام الرياضي ان يكون له دور كبير في التأثير عليها ، كالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي و كذلك العنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية ، بل انه يمكن القول ان الاعلام الرياضي يمكنه التأثير في كل ما له علاقة بالسلوك الانساني في المجال الرياضي، و سوف يتم تناول مجالين مهمين من هذه المجالات هما :

التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي ، والعنف في الملاعب الرياضية و ذلك للآثار العميقة التي قد يتركها كل منهما ، على كثير من فئات المجتمع الرياضي وخاصة الشباب - أولاً/ : التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي :

قبل التحدث عن دور الاعلام الرياضي في التنشئة الاجتماعية ، علينا ان نوضح أولاً مفهوم التنشئة الاجتماعية . فاذا نظرنا الى هذه العملية لنميز أبعادها ، ولننتعرف على حدودها لوجدنا تعددا فب الآراء التي تفسرها ، وان كانت جميعا تلتقي عند هذين الحدين ، وهما :

- 1- امتصاص و تمثّل ما تراه الجماعة ضروريا لاستمرارها و بقائها .
- 2- ضمان التماسك و التوازن داخل الجماعة بتحقيق قدر مشترك من التشابه ، يبسر التعامل و التفاعل و يقلل من التنافر و التصادم أو يساعد على حله عندما ينشأ في داخلها، كما توجد هناك الكثير من التعريفات للتنشئة الاجتماعية ، فيعرفها خير الدين عويس- عطا حسن عبد الرحيم انها : عملية مستمرة مدى الحياة مع اختلاف في

23_ ياسين فضل ياسين، الاعلام الرياضي، المرجع السابق، ص52.

الدرجة فتعلم افكار جديدة و معايير جديدة واكتساب انفعالات جديدة ، لا يتوقف مع فترة معينة أو مع نهاية فترة الدراسة المدرسية و لكن هذا التعلم يستمر مع الانسان طوال حياته، فلا شك ان هناك ادوار جديدة يكتسبها الانسان و يترتب عليها انواع جديدة من السلوك تتناسب و طبيعة العصر الذي يعيش فيه هذا الانسان.²⁴

كما تعني التنشئة الاجتماعية : عملية تعلم وتعليم وتربية، تقوم على التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى اكتساب الفرد: طفلاً، فمراهقاً، فراشداً، فشيخاً، سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لادوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة مجتمعه والتوافق الاجتماعي معه، وتكسبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية، ان التنشئة الاجتماعية تعتبر عملية جوهرية في حياة البشر، فهي عملية تفاعل تتم بين الفرد بما لديه من استعدادات وراثية و بيئته الاجتماعية ليتم النمو التدريجي لشخصيته من جهة و اندماجه في المجتمع من جهة أخرى ، ضمن اطار ثقافي يؤمن به و يتمسك بمحتواه ، حيث كلما ارتقى الفرد و تقدمت وسائل الحضارة لديه احتاج لتنشئة أكثر ، كما انها تشمل على كافة الأساليب التي من شأنها أن تعمل أو لا تعمل على بناء شخصية الفرد . " فهي العملية التي تتم عن طريقها تربية و تدريب و اعداد الفرد ، لكي يصبح كائناً اجتماعياً و عضواً صالحاً في المجتمع .

وتهدف التنشئة الاجتماعية الى :

- غرس عوامل ضبط داخلية للسلوك و تلك التي يحتويها الضمير و تصبح أساسياً ، لذا فان مكونات الضمير اذا كانت من الانواع الايجابية فان هذا الضمير يوصف بانه حي.

- توفير الجو الاجتماعي السليم الصالح و اللازم لعملية التنشئة الاجتماعية،²⁵ و من مؤسسات التنشئة الاجتماعية اهمها نجد : الاسرة التي تقوم بوظيفة التربية ، ونقل الثقافة المتطورة وتوفير الظروف المناسبة للنمو ، وايضا نجد دور العبادة التي تعمل على تعليم الفرد و الجماعة و التعاليم و المعايير الدينية التي تمد الفرد باطار سلوكي معياري،

24- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص80.

25- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق، ص116.

وترجمة التعاليم الدينية الى سلوك عملي، وايضا ومن أهم وسائل الاعلام التي يتلخص دورها في نشر المعلومات المتنوعة ، واشباع الحاجات النفسية المختلفة و دعم الاتجاهات النفسية و تعزيز القيم و المعتقدات أو تعديلها ، و التوافق في المواقف المختلفة . و ابرز صفة لهذا العصر يمكن أن يوصف بها انه عصر الاعلام و مع التقدم العلمي والتكنولوجي الهائل والانفتاح على فضاءات اوسع.²⁶

- اثر الاعلام في التنشئة الاجتماعية :

لقد كان الانسان و مازال في حاجة الى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به و تحيطه علما بالاطار المحدقة به والفرص المتاحة له ، و الاعلام يمكنه القيام بهذا الدور على الوجه

امكانيات تكنولوجية متطورة ، و بإمكان وسائل الاعلام ان تصل الى كل سكان العالم بل وتؤثر في آراء وتصرفات الافراد، فالاعلام اليوم أصبح يمتلك قوة ذات شأن عظيم في الصراعات الفكرية والسياسية والاقتصادية وسلاحا فعالا في الحروب النفسية . فالاعلام هو فن نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص الى اخر عن طريق الصوت او الصورة او الذوق او الشم او غير ذلك ، كما تكون وسائل الاعلام الجماهيرية مساعدا و ناصحا و معلما في تثقيف الجيل الناشئ ، لذا يجب ان يفهم دورها من خلال معرفة الناس لاستخدام هذه الوسائل الاعلامية ، و يتحدد دور الوسائل الاعلامية في التنشئة الاجتماعية من خلال تأثيرها على الافراد دون وجود عمليات تفاعل اجتماعي مباشر ، وعرض نماذج من المشكلات الاجتماعية ، ويتوقف تأثيرها على نوع الوسيلة المتاحة للفرد ، وان ردة فعله على ما يعرض يحدده مستوى سنه ، ويكون ادراكه الانتقائي حسب انتمائه الطبقي، و يعد الاعلام الرياضي أفضل وسائل الاتصال بالجمهور فهو علم يخاطب عقولهم ويعرض لهم حقائق تحرك فيهم أسمى معاني الانسانية ولذلك فان تأثيره يكون اقوى واعمق اذا عرفنا كيف نقدم الرسالة الاعلامية الرياضية بطريقة فعالة وقادرة على تحقيق الأثير الايجابي في الجمهور²⁷ فهو لا يعمل في فراغ ولا يتطور في فراغ فهو جزء من حركة المجتمع ككل

26- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص123.

27- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص125.

تتعرض فيه طبيعته كما يؤثر و يتأثر بالنظم الاجتماعية والسياسية و الاقتصادية الموجودة داخل المجتمع . بحيث ان الاثر الاكبر للاعلام الرياضي هو تعديل المواقف اكثر من تفسيرها ، كما انه يعمل على تعزيز و اعادة تثبيت القيم و المفاهيم والانماط السلوكية الرياضية . و بالاضافة الى مهمة غرس افكار وقيم وانماط معينة من السلوك الرياضي لدى الجمهور . هناك عدة أساليب تتمثل في الاثارة الجماعية ، كما يحدث في بعض المناسبات ، والاستثارة العاطفية من خلال نفاذها الى سلوك الانسان من خلال استخدام اساليب عرض مختلفة ، والضبط الاجتماعي عن كونها ذات طبيعة جماهيرية من جهة ، و اعتماد الناس عليها كمصدر وحيد لغاية الناس من جهة اخرى . و يمكن القول ان جاذبية وسائل الاعلام ، وقدرتها التأثيرية الفائقة من جهة ، وادمان الجمهور على استهلاك المواد الاعلامية التي تقدمها له هذه الوسائل من جهة أخرى ، يؤدي الى تكوين هذا الجمهور وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد الاعلامية من قيم و سلوكيات و انماط حياة²⁸

ثانيا / ظاهرة العنف في المجال الرياضي :

الالعاب الرياضية كانت و لازالت من وسائل الترويح عن النفس ، ولكن عندما تحولت الى غاية من الغايات التي يتنافس عليها في المجتمعات أدت الى شيوع بعض العادات والافرازات السيئة الذي يعد خارجا عن اطر الاداب و الاعراف التي بين الناس ، و من تلك الافرازات ظاهرة العنف الرياضي التي أدت الى اهلاك الكثير من الارواح و انتشار العصبية المقيمة بين متابعي الرياضة بمختلف أشكالها .

تعتبر ظاهرة العنف في المجال الرياضي -خاصة كرة القدم - من الظواهر الاجتماعية النفسية التي بدأت تظهر في المجتمعات ، و أصبحت تشكل خطرا على الارواح والممتلكات في بعض الاحيان ان لم نقل على الاغلب ، وباعتباره ظاهرة اجتماعية نفسية تظهر ملامحها بصورة ملموسة في سلوك اللاعبين و المشجعين قبل واثناء وبعد المباريات الرياضية، وقد أصبحت ظاهرة العنف ظاهرة واسعة الانتشار في الملاعب الرياضية ، وهي ليست حديثة في المجال الرياضي ظاهرة قدم الرياضة التنافسية ، ولكن الجديد هنا هو تعدد

مظاهر العنف وتغير طبيعته، حيث أصبحت هذه الظاهرة تتعدى حدود الملاعب الرياضية و أصبح من الامور المؤسفة التي التصقت بالمنافسات الرياضية و خاصة في الالونة الاخيرة حيث اصبحت تأخذ مسار اسوأ²⁹، فكم من انسان فقد حياته أو أصيب اصابة خلال مشاهدته لاحدى المباريات الرياضية ، ومن جانب اخر يعتبر تعصب الجماهير من العوامل الهامة التى تؤدي الى زيادة سرعة القابلية للاستثارة لدى اللاعبين اثناء المنافسة الرياضية ، لذا من الالهمية استخدام برامج التوعية الجماهيرية كعامل مساعد في تقليل من هذه الظاهرة

وتتضمن استراتيجيات المنافسة جميع أنواع السلوك والافكار منذ بداية المنافسة وعندما يكون اللاعب تحت السيطرة الكاملة للقائمين على المنافسة من حكام واداريين ، و القدرة على التغلب على جميع الازعاجات المختلفة والتي قد تحدث في المنافسة لم يتحقق بعد من خلال طريقة تعليمية ثابتة في خطوات تعديل السلوك ، ولكن على اللاعبين تطوير المعرفة وممارسة السلوك للتحكم في جميع الضغوط التي تحدث في المجال الرياضي ، ويجب ان توضع في الاعتبار جميع المصادر للمشكلات المدرب،المنافسون، الاداريون ، الجمهور ، وابعاد أخرى يمكن ان تؤثر على الظروف المحيطة بالمنافسة ، وتعرف ملاعب كرة القدم بصفة خاصة ، - لانها اللعبة الاكثر شعبية : اشكالا مختلفة من العنف :

- **العنف الذي يمارسه المناصرين فيما بينهم** : بمعنى مناصري فريق اول ومناصري فريق ثاني يتحولون من مشجعين الى أعداء يتبادلون الشتم والضرب والكسر، يحدث هذا وسط الملعب وقد يمتد الى خارجه ليشمل الشوارع والسكنات والسيارات وحتى الاشخاص، مما ينتج عنه فوضى عارمة تؤدي الى سقوط جرحى، قتلى وخسائر مادية .

- **العنف المتبادل بين اللاعبين اثناء المباراة**: عندما تكون مباراة حاسمة و مصيرية للفريقين يلجأ بعض اللاعبين الى استخدام العنف والخشونة في اللعب ، كما ان للحكم دور مهم و فعال في رفع او خفض درجة العنف .

29- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص130.

- **عنف المشجعين ضد فريقهم:** ان التصريحات التي يدلي بها مسيرو الفريق او اللاعبين قبل المباراة قد تدفع الانصار الى اللجوء للعنف ، كان يتوعد المدرب او بعض اللاعبين جمهورهم بالفوز لكن اثناء المباراة يظهر الاداء السيئ وبالتالي الخسارة مما يدفع المشجعين الى السب و الشتم و الرشق والحجارة والزجاجات والقارورات و غيرها من التصرفات الطائشة³⁰، و من جملة الاسباب الدافعة والمغذية لظاهرة العنف في الملاعب نوجزها في مايلي :

- 1 انتشار ظاهرة العنف في المجتمع بصفة عامة ، حيث نجد العنف في الوسط العائلي والمدرسي و من خلالها يكتسب الفرد تنشئته الاجتماعية ، وثقافته و اخلاقه و تعاليمه .

- 2 عدم معي الشباب باهمية الرياضة ، كونها لعبة فيها الربح والخاسر .
- 3 غياب او ضعف الامن داخل المنشآت الرياضية .
- 4 التعبئة او الشحن الاعلامي السلبي لل جماهير .
- 5 التعصب والانصراف العاطفي والحماس الزائد
- 6 استفزاز المشجعين من قبل بعض اللاعبين .
- 7 سوء وادارة او تحكيم المباراة .
- 8 قلة الامكانيات المادية التي يعاني منها اللاعب ، مما ينعكس على مردوده الرياضي يضعف ادائه .

- 9- قلة الوسائل الامنية داخل الملعب مثل : كاميرات المراقبة والتفتيش .

*ونجد اسباب العنف في المجال الرياضي من ناحية :

- الاعلام .
- الجمهور .
- العوامل الذاتية والنفسية .
- التنشئة الاجتماعية³¹

30- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص131.

31- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص131.

• أسباب العنف الرياضي التي يكون مصدرها الاعلام :

بالرغم من أهمية الاعلام الرياضي في نشر الوعي بين الجماهير واللاعبين الا انه يكون سببا في التعبئة النفسية لممارسة العنف في المجال الرياضي سواء قبل او بعد المباراة ، وذلك من خلال تحيزه لبعض الفرق الرياضية .

• أسباب العنف الرياضي التي يكون مصدرها الجمهور :

يعتبر الجمهور عنصر أساسيا في اثارة العنف الرياضي خصوصا اذا كانت المباراة تمثل قيمة لها مدلولها الرياضي ، حيث ان هناك بعض الانماط السلوكية التي تصدر من الجمهور وهذه السلوكيات تشير الى ضعف الوعي الجماهيري بمفهوم المنافسة الرياضية ، حيث ان هذه المنافسات بين الاندية ناهي الا قوة كبيرة دافعة في المجتمع لتحقيق مفهوم التكامل الرياضي وتحقيق مفهوم الرياضة الايجابية، الا انه للأسف يلاحظ انخفاض القيم التربوية للمنافسات الرياضية بسبب السلوكيات غير المسؤولة من قبل الجماهير أو اللاعبين .

• أسباب العنف الرياضي التي يكون مصدرها العوامل الذاتية والنفسية :

ان العوامل النفسية تلعب دورا مهما في اثارة العنف الرياضي ، وذلك من خلال ما يصدر من سلوكيات من طرف اللاعبين أو المشجعين ، تحركها دوافع نفسية أو بعض السمات الشخصية للشخصية التي تصف صاحبها بالتطرف³²

*- اسباب العنف الرياضي التي يكون مصدرها التنشئة الاجتماعية :

ان مشاهدة احداث العنف وبشكل مستمر في اجهزة الاعلام الرياضي يؤدي الى رفع مستوى الاثارة النفسي والعاطفي عند الجمهور ، مما يؤدي الى احتمال حدوث السلوك العدواني عند الافراد لاسيما اذا كان العنف الذي شاهده مبررا ففي هذه الحالة يصبح التأثير كبيرا وخطرا، كما ان الشباب الذين يأتون من الطبقة الاجتماعية الفقيرة او من اسر مفككة او اسر بها خلاف مستمر ،يجدون في ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية طريقهم لتحقيق رغباتهم ، وذلك لتحقيق رغباتهم وذلك من اجل اثبات وجودهم وان

طبيعة الحياة التي عاشوها في الاسر المفككة او المدارس سهلت لها هذا الامر، و قد يلعب الاعلام الرياضي دورا كبيرا في تصميم رؤية الفرد وبنائها على المدى الطويل وفي اعادة تنظيم الصورة العقلية لديه لتشكل آراء ومعتقدات رياضية جديدة تؤثر بطبيعة الحال على سلوكه وتصرفاته في حياته الرياضية، و ان الاخطاء الناتجة عن التعرض للرسائل الاعلامية الرياضية التي يحتوي مضمونها على احداث العنف في الملاعب ، تهدد الاجيال الناشئة التي تمتاز بسرعة التأثر ، وتقوم بتغيير أنماط الحياة السائدة في المجتمع الرياضي³³

المطلب الرابع : اهمية و اهداف الاعلام الرياضي:

1. اهمية الاعلام الرياضي :

يعتبر الاعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالاندية و مراكز الشباب بل و التعليمية بمراحلها المختلفة و تتجاوزها ، فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنتشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا او صغارا ، بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة .
فقد ظهر بجلاء بعد انتشار على نطاق واسع في القرن الواحد و العشرين ، و لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف و القنوات التلفزيونية والاذاعية، وتوجهها نحو تحقيق اهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم، وتعريفهم باهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة واستخدامها ايضا للوصول الى اهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية الذي يعكس رقي و تقدم الدول في شتى المجالات³⁴

كما يمكن ان نحدد اهمية الاعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط التالية :

33- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص134.

34- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص23.

- 1) يؤثر الاعلام الرياضي تأثيرا واضحا في تشكيل الرأي العام الرياضي ، وخاصة الموضوعات التي لميتبلور عنهاالرأي العام بعد .
- 2) يلعب الاعلام الرياضي دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من ازالة فوارق طبيعية بينهم .
- 3) للاعلام الرياضي تأثير بارز في تكوين الاراء و الاتجاهات الايجابية نحو الرياضة ، اذا احسن استغلاله وفق طرق و اساليب تستطيع ان تؤثر في العادات و التقاليد و القيم الاجتماعية الراسخة ، كما يستطيع ان يلعب دورا فاعلا في خلق الحافز و ارادة التغيير لدى اللاعبين و الجمهور نحو التقدم والافتداء به ، كما يستطيع ان يلعب دورا حيويا في توضيح الطرق التي يمكن بها تحفيز هؤلاء اللاعبين و الجماهير بهدف الوصول الى مستوى البطولة و تحقيق الانجازات الرياضية على المستوى الاولمبي و الدولي بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع³⁵
- 4) اذا ما وضع الاعلام الرياضي في ايدي امينة و حكمته سياسة بناءة و هادفة ، كان له أثر كبير وسريع على حياة الافراد وتوجهاتهم الرياضية السليمة،
- 5) الاعلام الرياضي السليم يقدم لشباب المجتمع الثقافات الرياضية اللازمة ، كما يقدم لهم المعارف والعلوم الرياضية على اختلاف اعمارهم وبما ينمي ثقافتهم و قدراتهم الرياضية³⁶، من هنا يتضح اهمية الاعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالاضافة الى زيادة تدفق المعلومات الرياضية، و زيادة مصادرها و تشابك المجال الرياضي بالمجالات الاخرى ، من هنا تبرز الحاجة الضرورية، والملحة في قيام الاعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه، و الانسان في نظر رجال الاعلام تتغذى بالخبر و تنمو بالفكر ، من هنا تبدو اهمية الاعلام الرياضي ، ايضا في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه، فقد اصبح في الوقت الراهن يؤثر

35- خير الدين عويس وعطا حسن عيد الرحيم ، المرجع السابق ،ص76.

36- خير الدين عويس وعطا حسن عيد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص78..

تأثيرا كبيرا، ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي و القيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي³⁷.

2. اهداف الاعلام الرياضي :

-نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور القواعد و القوانين الخاصة بالالعاب و الانشطة الرياضية المختلفة ، و التعديلات التي تطرأ عليها.

- تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية ، و المحافظة عليها حيث ان لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي، متفقة مع تلك القيم و المبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع .

- نشر الاخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة، ومحاولة تفسيرها و التعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي، واعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا او تلك المشكلات، وهذه اوضح الاهداف التي ترمي الى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا، من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي و الدولي .

- الترويج عن الجمهور و تسليتهم بالاشكال و الطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

- تحقيق عائدات اقتصادية و مالية لدعم جوانب أخرى من الاعلام .

- احداث التقارب والانسجام بين الهيئة و جماهير المجتمع المحلي والدولي³⁸.

المبحث الثاني :المنظومة الاعلامية الرياضية التلفزيونية:

المطلب الاول: الاعلام الرياضي في التلفزيون :

37- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص48.

38- ميروك براهيم، دور الاعلام المرئي والسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا، أطروحة دكتوراه العلوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية-معهد التربية البدنية والرياضية-جامعة الجزائر، 2012؛ 2013، ص34.

ظهر التلفزيون في العقد الرابع من القرن العشرين، وتحول في تسارع رهيب في العقد الخامس، وخاصة السادس إلى وسيلة إعلام جماهيرية هامة و فعالة، و "ككل وسيلة اتصال جديدة أخذ التلفزيون في البداية الكثير من المفردات عن وسائل الاتصال الأخرى التي سبقته في الظهور، إذ أخذ من السينما الصورة والحركة وعن الإذاعة الصوت وعن الصحافة النص المكتوب، وعن المسرح الإخراج والديكور وحتى التمثيل والإضاءة وهذا ما تجلى من خلال التسميات المطروحة لهذه الوسيلة (إذاعة مرئية سينما منزلية) . فلقد تطور التلفزيون بفعل الممارسة وبشكل متسارع جدا مما جعل سرعة البحث الإعلامي في جوانبه لا تواكبه بسرعة مما حد من القدرة الكافية لاستخلاص قضايا نظرية من الممارسة " لكن هذه العلاقة الجدلية بين نتائج الأبحاث العلمية في مجال التلفزيون و بين معطيات الممارسة العملية مكنت التلفزيون من طرح لغته الموافقة له وتقوم على أسسه الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون على أساس تحويل الصوت والصورة والحركة، أي تحويل الإشارة الضوئية إلى نبضات كهربائية ذات طبيعة خاصة يتم تحويلها إلى موجات كهرومغناطيسية تبث في الفضاء ومن خلال جهاز خاص و هو جهاز الاستقبال التلفزيوني يتم تحويل الإشارة الكهرومغناطيسية إلى صورة و صوت وعن طريق عرض الصور بسرعة 25 لقطة في الثانية تظهر اللقطات الثابتة والمنفصلة وكأنها متصلة أي تشكل حركة، وعليه فأبرز السمات الخصوصية

التكنولوجية للتلفزيون و تأثيرها الحاسم على الصحافة التلفزيونية هي :

- 1- يعرض التلفزيون صوت،صورة، حركة أي يمس الحواس (السمع و البصر معا) و عليه فهو قوة تأثير فعالة في مادتها.³⁹
- 2- يقدم التلفزيون الصورة المتحركة ملونة، و لهذا أبحاث مادته التمتع بالواقعية و المصدقية أكثر و كذا الوثائقية و منه القوة في التأثير.
- 3- خاصية التزامن أي تقديم التلفزيون المادة لحظة وقوعها .
- 4- يستطيع الوصول إلى عين الحدث بمعداته ويوصله إلى أي مكان يقع ضمن مجال بثه.

39- علي جرمون، محاولة لاقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية

والرياضية، تخصص اعلام رياضي، عين الدفلى، 2007/2008،ص38..

5- ثمة علاقة جدلية بين الصورة و النص في التلفزيون، النص عبارة عن تجريد يخاطب الذهن والعقل أساسا أما الصورة فهي شيء محدد ملموس ومشخص لتخاطب العاطفة والانفعالات، وعليه فمادة التلفزيون يجب أن تراعي خواص اللغة و الصورة لكي تتميز لغة التلفاز عن الوسائل الأخرى.

6- تستفيد المادة التلفزيونية من قوة الحضور⁴⁰ فاذا كانت الصور الثابتة على ما يبدو تستقر في العقل ، و كان من السهل استحضارها في الذهن بجميع تفاصيلها الدقيقة و معالمها المحددة بوضوح ، فان الصور الرياضية المتحركة غالبا ما تملأ أي مكان

خال فبالعقل او في الادراك، وكما ان الرياضة هي أيضا موضوع للعديد من الأفلام السينمائية وبعض الاعمال المسرحية أيضا . وقد ابتكر المبرمجون العشرات من طرق تقديم الرياضة في التلفزيون فهناك البث الحي على الهواء مباشرة للاحداث الرياضية ، وكذلك البث في وقت لاحق، كما يتم تقديم العديد من برامج "المجلة " الرياضية ، و برامج الأسئلة و الاعمال الدرامية و معظم اشكال البرامج التلفزيونية الرياضية تعتمد على التسجيل الحي للحدث الذي يصبح جاهزا للعرض و الاعداد و عرض الذكريات الطريفة فيه، حيث ان الجمهور الاساسي للرياضة التلفزيونية هم الرجال، غير ان هناك أيضا اعدادا لا يستهان بها من السيدات يشاركن في الرياضة بحماس و يشاهدنها أيضا بحماس، وقد ساعد التلفزيون كثيرا في اتاحة الموضوعات الرياضية للرجال و السيدات على السواء الذين لا يعدون من الجماهير المتزايدة المتحمسة ، فمثلا نسبة مشاهدة الرجال للبرامج الرياضية التلفزيونية خلال مباريات كأس العالم لكرة القدم عام 2002 والتي أقيمت في كوريا و اليابان قد وصلت الى 51 بالمئة ، مقارنة مع السيدات اللاتي شاهدن هذه المباريات التي لم تتجاوز 49 بالمئة⁴¹ كما علينا ان ندرك ان العديد من القرارات التي تتخذ و المهام التي تنفذ في اطار عملية انتاج البرامج الرياضية الحية قد لا تكون مترابطة كلها في اطار منطقي واحد محدد .حيث في بعض الاحيان بعض البرامج تستخدم التزييف بحيث تبدو و كأن الاحداث الرياضية فيها تداع على الهواء مباشرة . حيث ان احد المسؤولين الكبار التنفيذيين في احدى القنوات

40- علي جرمنون ، المرجع السابق، ص38.

41- ديفيد روي:ترجمة هدى فؤاد، الرياضة و الثقافة والاعلام الثالث الصعب، ط1، القاهرة:مجموعة النيل العربية، 2006، ص340

التجارية الرياضية عن المباريات الاولمبية التي تقدم في التلفزيون " ان الأمريكيين يريدون ان تقدم لهم الأحداث الرياضية بشكل واضح و مفصل في الفترة من السابعة أو السابعة و النصف مساء حتى منتصف الليل⁴²

1-الخبر الرياضي المتضمن داخل التلفزيون :

تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان أخبارا رياضية في الغالب تكون في آخر النشرة الإخبارية المركزية، مما يعكس تزايد اهتمام الحدث الرياضي وكذا دائرة الجمهور المهتم به، كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه بالجانب مع السياسة والثقافة ...، وفيما يتميز الخبر الرياضي بمايلي

- خبر حركي مصور.
- إيقاعه سريع و متطور.
- يكون كثيفا نصا و صورة.
- يستعان به في الأخبار العامة للزيادة من حيويتها و إيقاعها.
- يقدمه مذيع النشرة الرئيسي.
- يقدم الحدث مصورا في أجزاء محددة و لقطات معدودة و بتفاصيل أساسية⁴³

2-النشرة الإخبارية التلفزيونية الرياضية:

يتابع التلفزيون كل نشاط رياضي و تعرض في نشرة خاصة عبر حصص متخصصة مرة أو عدة مرات في اليوم (في بضع دقائق 5 دقائق) و تهدف إلى رصد الحركة الرياضية ومتابعة حياتها و تغطيتها(الآنية) بأقصى سرعة ممكنة كما تكون هذه البرامج (النشرة) سريعة موجزة تأتي بالجديد و تغطي المباشر و حية فهي بذلك تتمتع بميزات و خصائص أهمها⁴⁴ :

42- ديفيد روي، المرجع نفسه،ص340.

43-علي جرمون، مرجع السابق،ص39.

44- أديب خضور، "أدبيات الصحافة"، ط1، دمشق، جامعة دمشق، 1986م، ص155.

1. الطابع الإخباري الصرف.
 2. التنوع (مختلف أنواع الرياضات) .
 3. -التصنيف (وفقا للعبة ، النتائج). .
 4. بنية النشرة:
- مقدمة عامة (عرض سريع و عام لمحتوى النشرة، يقدمه المذيع التلفزيوني) .
 - فقرات منفصلة و متتابعة، حسب التصنيف المتبع.
 - تلخيص سريع للبرامج (الأحداث) .
 - 5. التنسيق في النشرة⁴⁵ .

3- البرنامج التلفزيوني الرياضي الإخباري:

نجد في أغلب القنوات التلفزيونية برامج إخبارية رياضية أسبوعية، نصف أسبوعية و تدوم 20 دقيقة فأكثر، و نجد فيها الشمولية و العمق و الجدية في طرح الأحداث الرياضية، فهو لا يقتصر على تقديم أخبار مختصرة و حسب ،بل يأتي بالتغطية الكاملة و المعالجة العلمية الجدية للأحداث الرياضية، و لهذا النوع خصائصه أبرزها:

- يقدم البرنامج الرياضي التلفزيوني الإخباري لأحداث رياضية ضمن سياقها العام مع عرض التحليل و التفسير و التقويم و الأسباب للتنبؤ بالنتائج و الآثار.
- لا يقدم الأحداث مجردة بل يدعمها برأي الخبراء و المحللين و المختصين و حتى المشاهدين و الرياضيين أنفسهم، والمدربين لهدف تعميق المعرفة
- يقدم هذا البرنامج صحفي رياضي متمرس .
- جمهور هذا البرنامج من (المشاهدين النوعين المختصين، و المهتمين...) .
- محتوى هذه البرامج هي التقارير التلفزيونية المباشرة
- المادة الحية هي العمود الفقري لهذه الحصص (تغطية حية بالصورة والصوت للحدث)
- التخطيط قبل العرض في غرفة تحرير الحصة

45-علي جرمن، مرجع سابق، ص39-40.

- طريقة التقديم والتي يقوم بها صحفيون متمرسين ورياضيون مختصون متمرسين ليس كما يحدث في الأخبار الرياضية التلفزيونية السريعة، فهو الذي يعد النوع الصحفي الملائم للحدث المعروض، وللجو العام الذي ينبغي أن يعيش فيه المشاهد والجمهور ككل⁴⁶
- ان البرامج الرياضية التلفزيونية التي تعتمد على نقل الحدث الرياضي لا تعتمد ببساطة على جذب الحواس من خلال الاثارة المباشرة باستخدام الصوت والصورة، فالمشاهدون سرعان ما سيشعرون بالسأم والملل من البرامج الرياضية التي تحتوي على الكثير من الصخب والضجيج الذي لا يعني شيئاً (و هذا غالبا هو المصير المنتظر لكثير من المباريات المصطنعة التي تحاكي الرياضة مثل برنامج المصارعون (Gladiators)⁴⁷) لذلك يجب أن يتم عمل شئ يجعل المشاهدين يشعرون أن ما يقدم على شاشة التلفزيون هو شئ مهم فعلا ويتم ذلك من خلال احداث او تعزيز الاندماج العاطفي بين المشاهدين والأبطال الرياضيين أو الفرق الرياضية ، كالفرق التي يشجعونها على المستوى المحلي او التي تمثلهم على المستوى القومي و يستغل منتجو الرياضة القوة المؤثرة الكامنة في تعصب الجمهور للحي الذي يعيش فيه، او للمنطقة التي يعيش فيها او المدينة او الدولة الذي ينتمي اليها، والرياضة في أضخم صورها وهي الاحداث الرياضية العالمية التي تحظى بتغطية اعلامية ضخمة يمكن ان نفهمها ونفسرها على انها في الاساس عبارة عن مباريات ومنافسات رغم انه يوجد بها أيضا فرص لتحقيق انتصارات وانجازات (مثل تحطيم الارقام القياسية العالمية) أو "حفلات تتويج و تكريم" كجائزة الكرة الذهبية أو الحذاء الذهبي لاحسن لاعب في العالم التي تقوم جل الوسائل بالتغطية الحية لها⁴⁸ والبرامج الرياضية التي تقدم على شاشة التلفزيون، بالاضافة الى قواعدها اللغوية المرئية الخاصة بها والتي تركز على التعليق المصاحب للحدث الرياضي، فمثلا كيف تحلل شركة نايك Nike للملابس الرياضية

46- عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم التسانية

والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص92.

47- دفيد روي: ترجمة هدى فواد مرجع سبق ذكره ، ص341.

48- دفيد روي، المرجع السابق، ص342.

لتحاول ان تتواصل مع الجماهير السوداء من خلال الاعلانات التلفزيونية، فقد ظهر اللاعب جرانث فاريد grant farred في أحد برامج قناة اي اس بي ان « espn » التلفزيونية وهو يمتدح شكلا جديدا من أشكال "الحدث الرياضي الجميل" وهذا البرنامج يجمع بين أسلوب ما بعد الحداثة وبين الارتباط المثمر بالقضايا العرقية⁴⁹ و القنوات التلفزيونية الرياضية، التي تعتبر الوسيلة الاعلامية المسموعة والمرئية المنزلية الأولى ، مهياً بشكل جيد للتركيز عن قرب على الجسم - الذي يعتبره تيرنر turner السبب الأول للشعور الحالي بالقلق في "المجتمع الذي يهتم بالجسم"، و لهذا فقد ذكرت هدى فؤاد أن صامويل وبير اقترح أن "تعيد البرامج الرياضية التلفزيونية التركيز على الجسم الفردي باعتباره النقطة المركزية للحقيقة التي يناقشها التلفزيون نفسه، فالجسم الذي يظهر في الأحداث الرياضية التي يقدمها التلفزيون هو الجسم الذي يقبل القيود و القواعد لكي يتجاوزها و يتفوق عليها ، في عملية تقدم لا نهائية نحو تحطيم الأرقام القياسية و تسجيل أرقام قياسية جديدة ". حيث قد يشعر المشاهد بالتوتر لانه يدقق في الصور الرياضية التي تقدمها الشاشة التلفزيونية - و ينظر بشكل خاص الى الأداء غير طبيعي للجسام ' بحثاً عن دلائل "الحقيقة" الاجتماعية والشخصية، وفي البرامج التلفزيونية الرياضية لا تتم اقامة هذه الروابط بين الرياضة والموضوعات غير الرياضية فحسب، بل يتم أيضا الربط بين الموضوعات الرياضية المقدمة في وسائل الاعلام وبين سائر الموضوعات التقليدية الأخرى وبمجرد أن يبدأ عرض الحدث الرياضي على الشاشة، فانه ينظر اليه باعتباره نوع من الدراما التي تعرض على الشاشة وفي الملعب⁵⁰ ومن المفيد ذكر ان تقييم الأساليب التي تستخدمها وسائل الاعلام والاستخدامات الموضوعية التي تحول الحدث الرياضي الى دراما تلفزيونية، وقد اشارت هدى فؤاد ان كل من روز rose وفريدمان fridman قد توصلوا انه باستخدام نظرية سيجفريد كراكيور التي وضعها الى وجود علاقة قوية بين البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون و بين اقبال الرجال على مشاهدة التلفزيون، الأمر الذي يثير مسألة اختلاف أنماط مشاهدة التلفزيون بين الجنسين وتذكر هدى ان بالنسبة لروز وفريدمان ان ترتيب أنماط مشاهدة التلفزيون ، ان المسلسلات الاجتماعية

49- دافيد روي ، المرجع السابق، ص 357.

50- دفيد روي، المرجع السابق، ص 358.

غالبا ما تكون أدنى مستوى وتوصف بانها نوع من التسلية الخفيفة لربات البيوت اللاتي يشعرن بالملل، وعلى العكس من الوصف التقليدي للسيدات الذي يوضح أن محور اهتمامهن الرئيسي هو العواطف، والعلاقات كسينما العواطف chick flick الذي يهتم بالجوانب الانسانية، على العكس من أفلام الاثارة والأكشن والمطاردات التي يقبل الرجال على مشاهدتها، كما اضافت ان كل منهما يصفان (روز وفريدمان) ان نمط المشاهدة الخاص بالرجال بانه ذلك النمط "الذي يتجنب التسجيل الدقيق للعواطف و المشاعر، ويركز بدلا من ذلك على المتع التقليدية مثل الاثارة والتعبير عن العواطف بشكل مادي ملموس، ذلك فان كانت الثقافة تعود الرجال وما زالت حتى الان من الخيارات المفضلة لديهم من بين البرامج التي يقدمها التلفزيون، برامج معتدلة و هادئة⁵¹ وهذا النوع من مشاهدي البرامج

الرياضية التي يقدمها التلفزيون يقدرون المثل العليا للألعاب الأولمبية المتمثلة في اللعب بأمانة واحترام المشاركة أكثر من احترامهم للفوز ولكن الصورة المألوفة والمعتادة للمشاهدين الرجال وهم يؤيدون بشكل متعصب وهستييري لاعبا معيناً أو فريقاً معيناً وهو يلعب مباراة تداع على الهواء مباشرة لا تتفق اطلاقاً مع هذا الرأي، حيث ذكرت هدى مقولة لروز وفريدمان بأن : " ان النظرة للرياضة لا تعتمد على المسافة أو الموضوعية أو التنشيت ، بل على التوحد والاندماج والمشاركة، وعلاقة المشاهد الرجل بالصورة المقدمة على الشاشة تشبه تماما العلاقة بين المرأة والمسلسلات الاجتماعية: فهو يندمج في أدوار متعددة مع اللاعبين و يركز بشدة فيما يعرض أمامه، وبدلاً من التركيز على مشاهدة الأشياء المادية المحسوسة ، فان البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون يبدو أنها تدعو المشاهد الى الاندماج والتركيز في مشاهدة حوارية . اذا افترضنا ان مشاهدي البرامج الرياضية التي يقدمها التلفزيون من الرجال(أيضا من السيدات) يكون لديهم موقف متماثل ازاء الموضوعات الرياضية التي تقدم على شاشة التلفزيون بالضبط مثل مدمني مشاهدة المسلسلات الميلودرامية⁵² ، حيث ارتأت هدى فؤاد ان كل من روز وفريدمان يتوقعان ان مشجعي الرياضة يريدون أن تعرض البرامج الرياضية على شاشة التلفزيون بطريقة معينة أو أن

51- دفيد روي، المرجع السابق ، ص360.

52- دفيد روي، المرجع السابق ، ص360.

المنطق العملي الذي يهدف الى ضمان جذب عدد كبير من المشاهدين لمشاهدة التلفزيون، هو الذي يفرض على الموضوعات الرياضية المقدمة أن تتجه نحو ايجاد رابطة عاطفية بين الموضوع والمادة المقدمة والمشاهد. وفي الواقع فان كلا الاحتمالين قائم فتأثير الرياضة قوي لدرجة ان عددا قليلا من مشاهدي الرياضة المهتمين بها والذين يندمجون بشدة مع اللاعبين وغيرهم (سواء الرياضيون، او المدربين او المشجعون) هم فقط الذين يستطيعون ان يشاهدوا المباريات بهدوء وبتركيز شديد⁵³، لهذا فان منطق التلفزيون (خاصة القنوات التلفزيونية التجارية) تعتمد بشدة على تغذية احساس الجمهور بالاندماج في الحدث . و اذا كان الرجال والسيدات يهتمون اهتماما كبيرا بالرياضة، فان القنوات التلفزيونية الرياضية سوف تكون على نفس هذا المستوى من الاهتمام والالتزام العاطفي بالرياضة، بل وقد تحاول اثارته وزيادته⁵⁴ و لكن الشعبية الضخمة للعبة رياضية معينة قد لا تكفي وحدها لدفع الجماهير الى مشاهدة المباريات في بعض الحالات . فهناك دائما حالة من المنافسة المستمرة بين بعض الرياضات (مثل كرة القدم وكرة السلة) وبين بعض أشكال الترفيه والتسلية الجماهيرية الأخرى (السينما أو الموسيقى) . و لهذا فان جماهير البرامج الرياضية التلفزيونية ينبغي تحفيزهم لمشاهدة الرياضة وجذبهم للاهتمام بها ثم يمكن بعد ذلك العمل على زيادة أعدادهم وجني الأرباح الطائلة من ورائهم⁵⁵ حيث ان الرياضة التلفزيونية هي عبارة عن مشهد متحرك بسرعات مختلفة (فلعبة الجولف ، ذات سرعة بطيئة اذا ما قورنت بالهوكي) فانها تعتمد على حشد وتركيز الدراما المرئية للحركة عندما يكون من الممكن تصويرها وعلى اعطاء المشاهد احساسا بسرعة تدافع الاحداث عندما يتعذر ذلك .

و حتى الرياضات التي تبدو حماسية ومثيرة بالفعل فان التلفزيون يحاول أن يزيد أيضا من سرعتها و شدة اثارها سعيا لجذب المشاهدين الذين لا يهتمون بالرياضة، و لكن يبدو أن هذه الزيادة المستمرة في سرعة ايقاع الموضوعات الرياضية المقدمة في التلفزيون تتعارض الى حد ما مع الدافع الذي يدعو الى ابطاء الحدث و رؤيته ببطء من

53-المرجع نفسه ، ص361.

54- دفيد روي، المرجع السابق ،ص362.

55- المرجع نفسه ،ص363.

زوايا عديدة و بمزيد من التفصيل الدقيق . و من خلال جعل المشاهد الرياضية المقدمة عبر التلفزيون أكثر اثارة في محاولة لجذب المشاهدين المتوقعين، ثم جذب انتباههم وتركيزه فيما يشاهدونه وجعلهم يجلسون بلا حراك أمام شاشة التلفزيون، و يحاول معدو البرامج ملء الفراغ الخارجي والداخلي في العقول، و هذه الطريقة الملحة في مخاطبة المشاهدين⁵⁶ ولقد أخذ التلفزيون ببساطة الكثير من تقاليد تقديم الحقيقة من صناعة الأفلام مثل قاعدة 180 درجة، وقاعدة الزوايا المتكاملة وغيرها من القواعد وتهدف هذه التقاليد الى الشفافية وتأكيد الرأي الذي يقول ان التلفزيون يعكس الأحداث و يقلل من تدخله في عرضها بشكل معين الى أدنى حد.

وهكذا فان الكاميرا التلفزيونية كان ينظر اليها باعتبارها عينا غير مرئية ، تنقل بشكل كامل ما يحدث أمامها من موقف واحد ثابت يشبه خبرة المشاهد الذي ينظر الى الحدث من نقطة مميزة معينة، والمحور الاساسي لهذا النوع من البث التلفزيوني ، مثل سائر اشكال تقديم الحقيقة، يدور حول جعل البنية التحتية لهذا النمط من الاتصال غير مرئية،

وتحويل خبرة المشاهد الثنائية الأبعاد التي كانت احادية اللون في البداية الى خبرة ثلاثية الأبعاد وملونة، ولم يعد اسلوب التصوير يعتمد على كاميرات موضوعة في موضع واحد وانما على كاميرات عديدة موضوعة في أماكن متفرقة تكمل بعضها⁵⁷ وقد أعقب ذلك أن اصبح معدو هذه البرامج يحددون زاوية الرؤية و يتخذون القرارات نيابة عن المشاهد ، مضحين بذلك بدرجة من درجات الحقيقة والمصادقية في سبيل تقديم رؤية تكنولوجية متطورة للحدث ، والصراع القائم بين معدو البرامج في تقديم التقارير المصورة للاحداث وبين الذين ينظرون اليها باعتبارها مجرد شكل من أشكال الترفيه والتسلية الجماهيرية، وبالتالي فانه ينبغي أن يستخدم في تقديمه جميع الوسائل والأساليب التي تحقق المتعة للجمهور مثل جميع أنواع البرامج الترفيهية الأخرى، و قد تضمن تطوير هذه الأساليب استخدام اسلوب اللقطات السريعة المتلاحقة، التي يمكن ان تعرض أكثر الألعاب الرياضية اثارة للمل على هيئة سلسلة متتابعة من اللقطات الشيقة، ومن بين

56- دفيد روي ، المرجع السابق ، ص368.

57- دفيد روي، المرجع السابق، ص370-371.

الطرق المستخدمة لتأكيد وجود مثل هذه التحولات من الأساليب البطيئة الى الأساليب الأكثر سرعة في عرض الأحداث الرياضية على شاشة التلفزيون هو أن نقيس طول وفترة عرض اللقطات في أحد البرامج التلفزيونية التي تذيع الأحداث الرياضية على الهواء مباشرة ونقارن بينها وبين طول اللقطات الحية في المضي و من بين المتغيرات التي يمكن قياسها أيضا أية تغييرات يمكن ان تحدث بمرور الوقت والاختلافات بين الدول التي يمكن ان تتأثر ببعض التقاليد المتبعة في اذاعة الأحداث الرياضية الدولية الهامة

حيث قدر كمتوسط اللقطة الواحدة قدر بستة ثوان من متوسط عدد اللقطات في كل سلسلة من الحركات⁵⁸ الذي يصل الى 46 لقطة، وبالطبع هناك اختلافات في نظام وشكل انواع الرياضات المختلفة كالنتس و كرة القدم الأمريكية وهذه الاختلافات تفرض قيودا معينة على الأسلوب الذي يتبعه التلفزيون في تغطية المباريات في شتى انواع الرياضات⁵⁹ كما زاد أيضا استخدام اسلوب تغيير رؤية المشاهد في التغطيات التلفزيونية بحيث ان اعادة عرض الحركة بالتصوير البطيء اصبح يتم غالبا من خلال كاميرا

اخرى أو اكثر من كاميرا التي تعرض اللقطة الحية، وهو ما يعتبر اليوم من متطلبات "التغطية التلفزيونية الجيدة" التي تستخدمها العديد من البرامج المعاصرة التي تقدمها القنوات التلفزيونية التجارية⁶⁰ ان مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية المختلفة مثل برامج ألعاب الورق والبرامج التي تصور أحداثا واقعية يبدو واضحا فيها وجود تأثير للرياضة وبعض أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى عليها، فنجد ان البرامج التي تقدم الاحداث الرياضية على الهواء مباشرة قد بدأت تنثر على الانواع الاخرى من البرامج وبدأت بعض عناصرها تتسرب التي برامج اخرى سعيا الى جذب المزيد من المشاهدين، و اعتماد وسائل الاعلام الجماهيرية على الأسلوب القصصي واستخدام أساليب مختلفة لتحويل مشاهدة الرياضة من مجرد نشاط الى صور ثرية و مشاهد مترفة ، فالبرامج الرياضية تستخدم عنصر الاسلوب

58- دافيد روي ، المرجع السابق ، ص 373.

59- دافيد روي، المرجع السابق، ص373.

60- دافيد روي، المرجع السابق، ص 377-378.

القصصي من خلال تقديم أبطال الرياضة في صورة المشاهير و زيادة شهرتهم و شعبيتهم، فالبرامج الرياضية التلفزيونية هي برامج تصنع المشاهير المتميزين وتحسن من صورتهم او تضع حدا لعملهم، فان التلفزيون يبرز صفات شخصية معينة في الرياضيين فانه غالبا ما يخفي بعض الجوانب الاجتماعية الهامة في الرياضة³، لذلك عند وصفه لفريق ما بمجموعة من الصفات التي يلصقها به دائما المعلقون الرياضيون كأنه صلب وغير ذلك، تكوم أسهل و أبسط طريقة لتقديم الحدث الرياضي في صورة درامية من خلال شخصيات اللاعبين وفهنا يتم التركيز عن قرب على أحد اللاعبين . وهي ليست خطوة بعيدة عن صناعة نجوم الرياضة من خلال التلفزيون يلي ذلك ظهورهم في الأفلام .

المطلب الثاني : صناعة وسائل الاعلام الرياضية المرئية :

ان نشاط وسائل الاعلام المرئية فيما يتعلق بالانتاج والاستقبال ، فانه يعتمد بدرجة كبيرة على تكامل الطاقم المهني للقنوات التلفزيونية من مشغلي كاميرات مؤلفون ومنفذون ومذيعين وغيرهم، ولكن تقييم عملهم غالبا ما يتم على أساس المعايير الجمالية من خلال تأثير الكاتب في وضع الكلمات المناسبة للمذيع ، أما أنشطة استقبال وتلقي الموضوع، فان الرياضة ووسائل الاعلام المرئية باعتبارهما مؤسستان تنظيميتان مختلفتان لهما أسباب مختلفة للوجود والبقاء مثل العاملين فيها، و أصبح في الوقت الحالي لكلا المجالين ارتباط وبق بينهما لدرجة عدم تخيل رياضة دون استحضار ما توفره وسائل الاعلام المرئية من

امكانيات مثل اعادة اللقطة والتحريك البطيء للصور والصورة المأخوذة من زوايا متعددة⁶¹

ان اعطاء المزيد من الأهمية والضخامة للحدث الرياضي من خلال التلفزيون و زيادة رغبة مشاهدي التلفزيون في أن يصبحوا عناصر أساسية في الحدث الرياضي له وجزءا لا يتجزأ من ممارسة الرياضة و خبرتها، فلم يعد من الممكن الفصل بين المباريات الرياضية

61-دفيد روي ، المرجع السابق،ص40.

والرياضة نفسها وبين الجو الذي تحدث فيه⁶² وقد بدأت المنظمات الرياضية الرئيسية هي الاخرى في ادراك ما تنطوي عليه مشاهدة الرياضة من امكانات ضخمة وعديدة فاتحاد الفيفا FIFA سنة (2000) قام بتقدير العدد الاجمالي لمشاهدي كأس العالم التي اقيمت في كل من كوريا و اليابان (عام 2002) بحوالي 28.8 بليون مشاهد كما قام لأول مرة بتقدير أعداد المشاهدين خارج المنازل ، كما اضاف اتحاد الفيفا أيضا أن هناك خيارات مستقبلية أخرى يتم تجربتها الان ، مثل بث الأحداث الرياضية الى أجهزة الهاتف المحمول كما أن هناك تحسينات واضحة قد أدخلت على بعض الصور التلفزيونية الرياضية في نفس الوقت التي يمكن أن يتم فيه ارسال صور مصغرة الى أماكن مختلفة . فقد أصبح جمهور الرياضة بالفعل أكثر تعقيدا ولم يعد يقتصر على مشاهدي الرياضة في المنزل والملعب فقط ، فمن المتوقع أن يزداد هذا الجمهور تنوعا وتعقيدا خاصة في ظل التقدم التكنولوجي و ظهور تكنولوجيات جديدة، و بصرف النظر عن الأشكال المتنوعة لمشاهدة الرياضة ، فانه يجب أولا جذب المشاهد للجلوس أمام الشاشة و دفع مقابل لمشاهدة

المباراة الذي يعرف بالتشفير أو اشتراك في القناة الفضائية التي تبثها، حتى وان لم تكن هناك فرصة لديهم لمشاهدة كل المباريات دائما، و القنوات التلفزيونية الرياضية غالبا ما تروج لنفسها باعتبارها تقدم أشياء بالغة الأهمية يجب مشاهدتها ، مثلها في ذلك مثل باقي أنواع القنوات التلفزيونية⁶³، و في صناعة الاعلام المرئي الرياضي الحالي الذي أصبح بدرجة أولى وكبيرة يقوم على التشفير الذي أصبح أمرا واقعا ، وأن حقوق البث الفضائي والتلفزيوني تسهم في تطوير الرياضة والكرة العربية وانتشارها لفضاءات عالمية ، والعمل على تظافر الجهود وتنسيق المواقف بين الفضائيات العربية والرياضية خدمة للمشهد الاعلامي، ان المنافسة لم تعد منطقية بين القنوات الرياضية وبخاصة المشفرة منها وبعضها لا ينظر للجانب التجاري ولكنه يرغب فقط بشراء الحقوق دون أي تنسيق بعكس ما يجري في سوق الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا من تنسيق مسبق بين

62- دفيد روي ، المرجع السابق، ص 350.

63- دفيد روي، المرجع السابق، ص 353.

ممثلي الجهات الراغبة بشراء الحقوق، وتقدم ART دعماً للدوريات⁶⁴، إذ تؤمن بدورها دعم أنشطة تطوير الكرة العربية وانتشارها لحدود العالمية وأن ما تدفعه على الدوري المغربي مثلاً يعادل ما يدفع على الدوري الفرنسي، منوهاً إلى اعتزاز شبكته بدورها في القفزة النوعية التي أصابت النقل الفضائي المباشر لعديد الدوريات العربية و في مقدمتها السعودي و المغربي والأردني ان ART مالكة حقوق بث كأس العالم 2010 تعرض

أسعار الاشتراك دون مضاعفة لكن بشرط التقدم لذلك في الفترة المحددة إلا أن

عالمنا العربي اعتاد على الاشتراك في آخر أسبوع كما حدث في تجربة نقل كأس العالم لمونديال 2006، وأن ART تتابع عبر قنواتها الرسمية محاولات بعض وكلاء الاشتراكات رفع أسعار البطاقات بطريقة فردية. ومن أجل تحسين جودة النقل لمباريات و بطولات والأحداث الرياضية فإنها تواكب التطور التكنولوجي في هذا الإطار وتتفق مبالغ ضخمة لتحسين الجودة، ان الشبكة ار تي ART وفي سبيل انتشار الكرة العربية أنفقت مؤخراً قرابة سبعون مليون دولار لشراء أحداث سيارات النقل الخارجي، حيث يتم توزيعها على كل من ملاعب السعودية، مصر، الأردن و هذه الأرقام تعكس حرص ART على تلبية احتياجات المشاهد العربي في كل مكان⁶⁵ ان دخول الرياضة العربية عالم الاحتراف يدفعها لضرورة قبول التعاطي والتعامل مع ظاهرة التشفير وحقوق البث الفضائي، و ان العائد المالي من حقوق البث التلفزيوني والفضائي يشكل مصدر الدخل الأكبر للرياضة والكرة العربية وكذلك العالمية، و مبدأ التشفير في عصر الاحتراف الذي يتطلب انفاق الملايين في عالم الكرة العربية، فالوصول الى البطاقة السنوية لبث قنوات ART يخفف الأعباء المالية على الراغبين بحضور المباريات في الملاعب، وهناك تحديات ستواجه الفضائيات العربية والقنوات الرياضية في المرحلة المقبلة، حيث ستكون خلال السنوات القادمة بحاجة لانفاق الملايين لتحديث أجهزة بثها لتواكب التكنولوجيا العالمية الحديثة في هذا المجال. لان في عقد التسعينات المشاهد العربي وعبر القنوات الأرضية يتابع

64- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص300.

65- ياسين فضل ياسين، الاعلام الرياضي، طبعة مزيدة، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015 ص301.

وبالمجان الألعاب الأولمبية و كأس العالم والدوريات الأوروبية وغيرها، الا أن الأمر تغير كثيرا منذ عدة سنوات بعد الانتقال للفضاء العالمي، حيث يتوقع زيادة في أسعار وبطاقات الاشتراك للقنوات الفضائية ما لم يكن هناك صوت واحد ينسق الجهود بين ممثلي الفضائيات العربية الراغبة بشراء حقوق بث الأحداث الكبرى⁶⁶، والتأكيد على أهمية التوافق العربي بين ممثلي الفضائيات والقنوات العربية للحد من ظاهرة الاستغلال العلمي للرغبة العربية في هذا المجال مستفدين من تجربة دخول عديد الشركات المتخصصة في عالم البث الفضائي والحصري ما يضاعف من حجم الأعباء المالية على القنوات الرياضية.⁶⁷

المطلب الثالث: اقتصاديات وسائل الاعلام الرياضية :

تعتبر وسائل الاعلام المرئية القوة الدافعة الاقتصادية والثقافية في الرياضة لأنها تقدم أو تجذب معظم رؤوس الأموال التي تساعد على انشاء و بث الصور والمعلومات، والتي تقوم بدورها بتحقيق مزيد من الأرباح والأموال الرياضية ، وجدير بالذكر أن الطفرات في تراكم رأس المال تمر من وقت الى اخر بأزمات و اخفاقات مأسوية قد تصل الى حد الافلاس، وأن البرامج الرياضية هي نهر من الذهب بالنسبة للمذيعين، ولكن لا شئ يحطم الايمان بالعمل و فائدته التجارية أكثر من وصول المسؤولين عن النواحي المالية، كما يمكن ان تتغير مصائر الرياضات الفردية والشركات الاعلامية تغيرا سريعا

نتيجة دخول الشركات الراعية للرياضة وال جماهير الذين يحضرون المباريات ، فان التنافس الحاد والاستثمارات التي تصل قيمتها الى عدة ملايين دولارات التي تتفق للحصول على هذه الحقوق والممتلكات الضخمة الخاصة بوسائل الاعلام المرئية الرياضية مثل حقوق البث واذاعة بعض الأحداث الرياضية كدورات الألعاب الأولمبية الصيفية والشتوية

66- ياسين فض ياسين، المرجع السابق،ص302.

67- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص303.

والمباريات الرئيسية لدوري كرة القدم الانجليزي ، حيث تستثمر فيها مبالغ مالية ضخمة.⁶⁸

ان القاعدة الاقتصادية التي كانت تعتمد على التبادل المباشر لأنه ليس هناك حاجة الى التسويق والترويج الجماهيري الضخم للرياضة، لأن معظم أرباح المشروعات الرياضية تأتي من الزبائن الذين يدفعون ثمن التذكرة لمشاهدة الرياضة بأنفسهم، لم تكن في السابق وسائل الاعلام المرئية الرياضية من السلع الضرورية الهامة في الحياة كالأكل والملبس على غرار ما هو موجود حالياً، فالموضوعات التي تقدمها ليست بالسلع المفيدة ولكن تعتبر ذات قيمة كبيرة والسبب في ذلك تواجدها في بيئة اقتصادية يتم فيها انتاج الكثير من السلع بكثرة طبقاً لمعايير معينة⁶⁹ فالجانب الاقتصادي الواسع من أهم الميادين في العصر الحديث التي يتم منها ترجمة التعبير عن النفس أو المشاعر الى مصدر لتحقيق أرباح ضخمة ، أو ملتقى للرموز الجمالية والعاطفة الجماهيرية التي قد تأخذ أحيانا شكل الهستيريا الجماهيرية، كما ان لها القدرة على جذب الزبائن واحضارهم الى السوق بأعداد كافية و قد تكون بالغة الضخامة بشكل مذهل أحيانا وهي قادرة أن تعيد بشكل رمزي في بعض الأحيان تنظيم المجموعات البشرية المختلفة المتباينة، وتجعلهم يشعرون وكأنهم وحدة واحدة كما يحدث في الدورات الأولمبية ومباريات كأس العالم لكرة القدم⁷⁰ ان الموضوعات المقدمة عبر وسائل الاعلام المرئية الرياضية هي البداية الرائدة لتحول الثقافة الى سلعة اقتصادية ، فهذه الموضوعات المقدمة ليست بالشيء المادي غير أن ملايين الناس يرغبون في مشاهدة البرامج الرياضية بمختلف أنواعها ، والشركات الاعلامية مستعدة لانفاق الملايين من المبالغ المالية لتقديم مثل هذه البرامج للمشاهد ، فالبرامج هذه تعطي فرصة للمعلنين لاتقدر بثمن للوصول الى الجماهير على نطاق عالمي ، وذلك في مقابل مبالغ مالية طائلة على الاتحادات الرياضية ،والأندية و المسؤولين واللاعبين ،

68- دفيد روي ، مرجع سبق ذكره،ص146.

69 - دفيد روي ، المرجع السابق ، ص 148.

70- المرجع نفسه، ص 154.

والشركات التلفزيونية وإدارات الأندية ، والشركات الراعية للأحداث الرياضية فالمواضيع المقدمة عبر وسائل الاعلام التلفزيونية الرياضية مصادر قيمة للحصول على الثروات والأرباح بسبب مرونة . فالحدث الذي تقوم القناة الرياضية بنقله مباشرة وقت وقوعه يمكن أن تتم اذاعته بعد ذلك عدة مرات ، ويمكن أن يتم اختصاره في صور ويمكن فصل الصوت عن الصورة بحيث يمكن استغلال كل منهما على حدة وإعادة انتاجه وتقديمه في أشكال أخرى⁷¹ لا يخفى على أحد أن الرياضة تحتاج الى بنية تحتية في المنشآت والملاعب والخدمات المختلفة ، وهذه تحرك دورة المال وحركة الاعمار والاقتصاد في مختلف البلدان ولأن أي دولة تنشأ التنمية والتطور في الرياضة لا غنى لها عن البنى التحتية لتطوير ألعابها الرياضية ورفع مستوى لاعبيها وصولاً لتحقيق نتائج فنية متقدمة، علاوة على ما تحتاجه الرياضة من مصاريف أخرى على اللاعبين والمدربين والمعسكرات التدريبية وغيرها من مستلزمات الأجهزة الرياضية كان لابد من البحث عن وسائل أخرى للانفاق على الرياضة وادخال القطاع الخاص ، ليظهر حل بسيط و هو التسويق الرياضي من أجل تحقيق أرباح ومنافع لكافة الأطراف المعنية والمستثمرة⁷² في المجال الرياضي فتسويق كرة القدم يختلف عن الرياضات الأخرى على أساس أنها الأكثر شعبية ، فهناك شركات تحرص على دعم هذه الرياضة لأنها تعتبر أن منتوجها شعبي و جماهيري كما أن هناك شركات تتسابق الى دعم الفرق الناجحة والمتفوقة وذات الجماهير الواسعة وتدفع من أجل ذلك مبالغ خيالية⁷³ ان السبب في العداء بين الشبكات التي تحصل على حقوق بث الدورات الأولمبية والشبكات الأخرى التي تفشل في ذلك، هذه الصراع الذي يكون له اثر على المؤسسات الرياضية والرياضيين⁷⁴ فالصراع حول الرياضة التي يقدمها التلفزيون

71-دفيد روي ، المرجع السابق ، ص155-156.

72- ياسين فضل ياسين، المرجع السابق،ص156.

73- دفيد روي دفيد روي: ترجمة هدى فؤاد مرجع سبق ذكره، ص164.

74- دفيد روي ، المرجع السابق،ص159.

75-المرجع نفسه،ص154.

ليس مجرد صراع للحصول على الارباح ، فهو يظهر القوة الثقافية للرياضة، خاصة في المستويات العليا للشركات التجارية الكبرى حيث تظهر بجلاء الصفات العدوانية والتنافسية مثل خسارة شبكة سي بي أس CBS لحقوقها في اذاعة مباريات كرة القدم، والتي فازت بها شبكة فوكس FOX التي كانت مستعدة لدفع أكثر ما تدفعه قناة سي بي أس⁷⁵ و في نفس المجال الاقتصادي لوسائل الاعلام الرياضية يؤثر جانب الفضائح في الرياضة عليه، وأن الرياضة لها جاذبية جماهيرية ملحوظة لدى قطاعات كبيرة من الاشخاص، وأن موضوعات وسائل الاعلام الرياضية المرئية تأخذ أشكالاً عديدة ، بدءاً بالتقارير الموضوعية الى أخبار الشائعات التي تكون لها خلفيات عديدة . غير أن المكانة الثقافية البارزة للرياضة والجماهيرية التي يحظى بها مشاهيرها الذي يجعل منها وسيلة مناسبة لحمل القصص الاخبارية خارج نطاقها وخارج نطاق جمهورها العادي، فبعض القصص ايجابية بطبيعتها ولكن الفضائح بالذات لها قدرة تثقيفية ،لأن قدرتها على الانتقال والذيعوع تزيد من احتمال انتشارها بسرعة، فالرياضة تعتبر حاملة صفات كالنبيل والمنافسة الشريفة بسبب صفاتها الذاتية التي لا تنفصل عنها، وفي نفس الوقت نجد أن الأشخاص الذين لا يشجعون الرياضة يدركون بالضرورة النجاح المادي والوضع الاجتماعي المرتفع لنجوم الرياضة، فهذه التجاوزات تعد انتهاكا لقيم المنافسة الشريفة للرياضة، لتبقي هذه الفضائح متقدمة باستمرار، خاصة وأن القنوات الرياضية تزيد في حدة طرحها باستمرار⁷⁶ كما أن من غير الممكن حماية أسطورة البطولة الرياضية من الفضيحة خاصة عندما تتال منها التصرفات غير الأخلاقية للرياضيين وتشوه سمعتها نتيجة لارتباطهم بها وفضائح وسائل الاعلام المرئية الرياضية مثل الفضائح التي تتحدث عن قضايا استخدام المنشطات والعدوانية والميل للعنف، والطبيعة العنصرية بين اللاعبين ومسألة اللجوء الى أساليب غير أخلاقية سعياً الى تحقيق الأهداف المنشودة كحاكمة مايك تايسون لقيامه بقطم أذن خصمه⁷⁷ فان الفضائح بالقنوات الرياضية التي تبثها وسائل الاعلام المرئية الرياضية تخدم الاقتصاد الثقافي من،

76- دفيد روي ، المرجع السابق ، ص235.

77 - المرجع نفسه، ص229

فهي في النهاية مشاهد وحوادث مثيرة من انتاجها لأنها تحرص على الاستفادة من كل شئ وتحويله الى مصلحتها، وعلى جعل الرياضة دائما في مقدمة التغطيات الاخبارية الرسمية تهتم بأخبار المشاهير والحديث اليومي عنهم ، وتجعل الفضائح الرياضية جزءا من نظام انتاجها وليست مجرد حوادث عارضة مزعجة وغريبة⁷⁸ ولم يكن هذا التوسع المالي الكبير لولا التقدم في وسائل الاعلام التي عرفت طفرة قوية مع انتشار البث عبر الأقمار الصناعية، حيث أصبح التلفزيون مستهلكا كبيرا للعروض الرياضية وتبذير اموال كثيرة، وأصبحت الشركات الراعية موضع مزايدات من طرف المحطات التلفزيونية العالمية⁷⁹ أما في السياسة و القوات الرياضية، ونظرا لما نعيشه في العصر الحالي من ارتباط الرياضة والسياسة ببعضهما البعض بطرق عديدة وأشكال مختلفة من بينها تحديد أولويات الانفاق العام مثل المخصصات المالية التي تعطيها الحكومات والدول للمؤسسات الرياضية والأندية، والتسهيلات التي تمنحها الحكومات المحلية للرياضة وسيايات مكافحة التمييز ولكي نكون على منتبهين وعلى يقظة للفصل بين الرياضة والسياسة، سوف يكون من الضروري عدم استخدام السياسيين لمصطلحات وتشبيهات مأخوذة من عالم الرياضة كقولهم " لقد قطعنا شوطا بعيدا"، فهم يستخدمونها كثيرا في خطبهم ولقاءاتهم من هنا يتضح ان مهمة الفصل مستحيلة ونتيجة لذلك فان وسائل الاعلام المرئية المتداخلة في سياسات الاتصال لا بد أن تكون متداخلة في سياسات الرياضة أيضا وفي رياضة السياسة أيضا⁸⁰ ومع ذلك فان الاقتصاديات المتغيرة لبث الاحداث الرياضية الجماهيرية، والتي قد تخضع أحيانا الى السيطرة من قبل جانب السياسة العامة بسبب رغبة المنظمات الرياضية الرئيسية مثل اللجنة الأولمبية الدولية IOC في ضمان أقصى قدر من المشاهدة التلفزيونية للأحداث الرياضية تعدل دائما وبشكل مستمر الظروف التي يتم فيها اعداد الموضوعات التي تقدمها وسائل الاعلام المرئية الرياضية⁸¹. فسلبا أو ايجابا تعاد عن طريق الاعلام الرياضي المرئية

78- دفيد روي، المرجع السابق،ص192.

79- المرجع نفسه،ص236.

80- مزروع السعيد ، الرياضة بين الواقع و الاحتراف ، مجلة كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد7، 2010،ص21

81- دفيد روي، المرجع السابق،ص176.

العلاقات بين الدول اذا أردنا استخدام الرياضة ايجابا، ويمكن استخدامه لاىصال رسائل سياسية أخرى ومواقف يراد توصيلها الى الجماهير عبر المحافل الرياضية الجماهيرية⁸²

المطلب الرابع : عوامل تفوق الاعلام المرئي الرياضي :

إن الإعلام اهتم بالرياضة بشكل كبير نظرا لاتساع الجمهور المهتم بها والتعامل مع الحدث الرياضي بقدر كبير من الحرية، وأصبح هذا النوع من الإعلام مطالبا بإدراك هذه الحقائق بشمولية وعمق والتوسع فيها الإشباع رغبات المشاهدين .وهذا التعامل بين الجمهور والإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام وساعده في ذلك عوامل نذكر منها:

- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد.
- تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يحس المشاهد أنه على اتصال مباشر معها،وتجعله يعيش تلك الأحداث، وتزرع فيه حب الاستطلاع. كذلك من العوامل المؤثرة في قوة الاعلام الرياضي المرئي وجود حوافز ومنبهات مادية ومعنوية التي تقدمها الجماعة أو المسؤولين عنها، الذين يبرزون في الميادين التدريبية المتعلقة بالنشاط الرياضي والقيام بحملات اجتماعية شاملة تهدف الى تغيير المواقف السلبية التي يحملها بعض المواطنين ازاء الرياضة والرياضيين⁸³.

المطلب الخامس : المشاكل الناجمة عن الاعلام الرياضي المرئي :

إن المنتبغ لما ينشره الإعلام الرياضي المتلفز في وقتنا المعاصر يجد صعوبة في معرفة ما إذا كان الإعلام يسهم في إيجاد الحلول السليمة للمشاكل التي تواجه الرياضة، أو أنه يعمل

82-ياسين فضل ياسين ،المرجع السابق، ص155.

83- راجحي صابر، تأثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية،كلية العلوم

الانسانية والاجتماعية ، جامعة بسكرة، 2011-2012،ص28.

على تعميمها، أو يقتصر على مجرد التعريف ، لكن المؤكد بأن هناك مشاكل جد هامة ذات طابع إعلامي بحت يمكن أن نشير إليها فيما يلي⁸⁴ :

• الافتقار للإرشاد التربوي :

وهذا يتبين في تجاهل الإعلام الرياضي المتلفز لواجبه الأساسي، فيما يتعلق بالترشيد والتوجيه والتركيز على القيم التربوية، فيما تنتشره عن الرياضة عموماً والذي يعاني نقصاً هائلاً ، ذلك أن دور الإعلام الرياضي المتلفز لا يقتصر على نقل الأخبار ووصف الأحداث الرياضية بل يشتمل أيضاً على إسداد التوجيهات الرامية لتنمية السمات الاجتماعية والخلقية المرغوب فيها، هذا الافتقار في وسائل الإعلام قد يفرغ الرياضة من مضمونها ويجعلها كأنها نشاط حركي يهدف إلى تقوية البدن وليس التربية عن طريق النشاط البدني.

• التجاهل و الاذعان :

كثيراً من يذعن الإعلام الرياضي المتلفز إلى كثير من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب، فتعتمد إلى عدم التصدي لها بقوة كافية وتعزف عن نقلها ودراستها بغية إيجاد الحلول لها، فتشير إليها إشارة عابرة وربما نتجاهلها في بعض الأحيان لأسباب تتعلق بالسمعة والكرامة أو بالوطنية أو ما يشبه ذلك، اعتقاداً بأن إبراز هذه الانحرافات والأخطاء يؤدي إلى غضب البعض كما يؤدي للتشكيك في قيمته الرياضية بصفة عامة⁸⁵ و أيضاً نشر التعصب بين الجمهور الأمر الذي يعرف تصاعداً خطيراً في الآونة الأخيرة الذي له خلفيات خطيرة بتصرفات عدوانية حيث يؤدي إلى مشادات بين جماهير الأندية أو اللاعبين أثناء المباريات و تصريحات الإدارات والأعضاء واللاعبين والتصرف في حالة الهزيمة أو في حالة الانتصار فتصرفات اللاعبين والإداريين عقب المباريات أو أثناءها هي التي تثير

84- عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي ، مرجع السابق،ص89.

85- عيسى الهادي ، المرجع السابق،ص89.

التعصب بين الجماهير وتؤدي الى حدوث خلافات⁸⁶. و ان ابرز المشاكل والمعوقات هي ضعف الثقافة البدنية العامة للمواطنين وتركيزهم على نوع واحد من أنواع الرياضات وترك الأنواع الأخرى وقلة خبرة الاعلاميين بأنواع الفعاليات الرياضية ودور الجمهور السلبي في الوسط الرياضي و دكتاتورية طرح المواضيع في قسم من وسائل الاعلام المرئية الرياضية و عدم دعوة الاعلاميين الى أنشطة و فعاليات الاتحادات الرياضية.⁸⁷

86- ياسين فضل ياسين، الاعلام الرياضي، طبعة مزيدة، الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص140.

87- ياسين فضل ياسين، المرجع نفسه، ص300..

الفصل الثاني

الإعلام الرياضي المرئي وبناء

الثقافة الرياضية

المبحث الأول : العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية

المطلب الاول: الثقافة الرياضية :

ان الرياضة هي مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع والثقافة البدنية، بدورها هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، ان الرياضة للجميع تعد حالة عقلية لطريقة الحياة الرياضية وفقا لحرية الانسان كاملة في الممارسة الرياضية¹ فالثقافة بوجه عام، هي كل النماذج السلوكية البشرية التي تكتسب وتنتقل اجتماعيا بين افراد المجتمع البشري، عن طريق الرموز، ومن هنا يمكن القول بأن الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققها الجماعة البشرية، ويشمل ذلك اللغة، الدين، الاخلاق... الخ. فتشمل أيضا الآلات المادية والمصنوعات التي تمثل فيها عناصر ثقافية معينة. اذا مفهوم الثقافة يتضمن كل ما يمكن أن يعلم عن طريق العلاقات الانسانية المتداخلة²، ويتضمن اللغة والعادات والنظم الاجتماعية. ويعرفها الشافعي هي "الزيادة الزاخرة للخبرة الانسانية من خلال الانشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها الى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءا منها³ ان الثقافة الرياضية هي الكم التراكم عبر الازمنة المختلفة من المعلومات الرياضية التي تتناقل من جيل الى آخر، في إطار تنسيق العلاقة التكاملية بين الثقافة الرياضية والاعلام كأداة لتطوير ودعم الاطار المعرفي و المعلومات الرياضي لتلبية احتياجات ركب التطور الرياضي⁴. فالثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الانساني و الحضاري وتحتل مركزا أساسيا في الخطط المحلية والقومية والدولية وترتبط ارتباطا بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم دول العالم، وتتصل جذورها بحياة الأفراد ممارسة ومشاهدة وهواية وثقافة، و في العصر الحديث الذي أصبحت الرياضة فيه مظهرا حضاريا وثقافيا للمجتمع، وأن المراحل القديمة التي مرت

1- احسان أحمد الشافعي، الاعلام الرياضي كحق من حقوق الانسان في التربية البدنية والرياضية، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007، ص44.

2- عروي عبلة مونية، دور الاعلام الرياضي التفرزي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، شعبة التربية الحركية، جامعة ورقلة، 2013-2014، ص8.

3- احسان أحمد الشافعي، الاتصال في التربية البدنية والرياضية، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء للنشر والتوزيع، 2005، ص130.

4 فتحى البخاري، مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة مستغانم، 2012-2013، ص51.

بها الرياضة جعلتها جزءا من حياة الانسان وثقافته حتى أصبحت نظاما معترفا به ومستقرا، فهي مؤسسة ثقافية ناقلة لثقافة المجتمع. ونستنتج أن الامم في الوقت الحاضر ترى أن التقدم في المجال الرياضي من أهم عناصر تفوقها الحضاري ، لذلك نرى أ كثيرا من الدول تحاول جاهدة وحتى الدول الصغيرة منها أن تصنع لنفسها مكانا في المنافسات الرياضية الدولية بأنواعها كافة ، لكي تثبت للاخرين بأنها دول متحضرة⁵، و في الوقت الحاضر نجد الثقافة الرياضية هي بوابة النجاح لكل رياضي يسعى لأن يكون لاعبا كبيرا، هذه الثقافة ليست ثقافة معلومات وانما هي الثقافة التنظيمية التي ترسم ملامح النادي وشخصيته وتؤسس لسلوك رياضي متحضر يتسم به كافة منسوبي النادي بما في ذلك الجماهير التي تحضر الى الملعب، لنجد أن ثقافة كرة القدم وثقافة الحوار الاجتماعي يلتقيان في نقاط كثيرة، بالرغم من أن كرة القدم لها طابعها الخاص، ألا وهو الطابع التنافسي الذي يسيطر على اللعبة ويخضعها لأنظمة تحكم نتائجها، لكنها تبقى مجالا خصبا لتذكية روح التعايش والسلم الاجتماعي بين الشعوب، وشكلا من أشكال الحوار بين الثقافات والشعوب ويحتاج إليها اللاعب حتى في حياته الشخصية. فقد حقق كأس العالم ما لم تحققه السياسة؛ فقد اجتمع ملايين البشر في لقاءات رائعة جدا بمختلف أشكالهم وألوانهم وانتماءاتهم العرقية والدينية واللغوية؛ فكان اللقاء رائعا وتعارفا بين الشعوب وإطلاع على ثقافتهم بأسلوب التشجيع الفلكلوري الذي تقدمه وطريقة ملابسهم وألوان أعلام بلادهم.. أشياء لا يمكن أن تقدم إلا عبر كرة القدم ويجب ألا تقتصر الثقافة العامة والمعرفة الواسعة على اللاعبين والجهازين الفني والإداري للنادي أو المنتخب، بل تتعدى ذلك وتعم الحركة الثقافية لتصل إلى كل المنظومة التي تعمل في حقل كرة القدم، بل في الرياضة عامة. فإن الرياضة فن تربوي، وهي جسر محبة بين شعوب العالم، بها تسقط أوراق الخلافات، وبها تتقارب القلوب متى ما تمتع من يمارسها ويشرف عليها بقدر من تلك الثقافة الرياضية.

المطلب الثاني: دور الاعلام الرياضي المرئي في تنمية ثقافة الطالب

5- فتحي البخاري، المرجع السابق، ص52.

ان التربية الرياضية في جوهرها عملية تشكيل اجتماعي للفرد ومساعدته على استثمار قدراته وإمكاناته، كما أنها عملية تعديل لسلوك الإنسان بقصد التنمية الشاملة للفرد إلى أقصى حد ممكن من النواحي الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية. ونظراً للأهمية التي لعبها الاعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التنقيف للجمهور⁶ الرياضي خاصة الطلبة باعتبارهم أكثر فئة مشاهدة للعلام المرئي الرياضي ، حيث تعمل القنوات الفضائية الرياضية بدور مهم في التركيز على هذه الفئة ، وذلك أنه يعمل على بث القيم الاجتماعية والتربوية الحميدة وما تقدمه البرامج عبر الفضائيات الرياضية يساعد على تنمية الفرد ثقافياً وصحياً كذلك من خلال الحث المستمر على أهمية الأنشطة الرياضية وتعريف المشاهد بأهم صفات اللاعبين (اللاعب المثالي) الايجابية وأهداف البطولات التي تشجع التنافس الشريف وعلى التعاون والمحبة والسلام. و ان دور الإعلام الرياضي المرئي يظهر على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي المرئي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال⁷ ، هذا فضلاً عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى وهذا بدوره يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه والدور الفعال والايجابي للاعلام المرئي الرياضي عبر القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية في المجال الاجتماعي بين طلبة من خلال غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي لدى الطلبة، وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيهه وتوحيد عواطف المواطنين ومشاعرهم خلال المحافل الدولية والعالمية وزرع محبة الوطن في نفوسهم خاصة بعد

⁶ خالد زيود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد الرابع، 2013، ص341.

7- خالد زيود، المرجع السابق، ص341.

انتشار أجهزة التقاط القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، ان كل شاب من المؤكد أنه يقضي بعض الوقت⁸ أمام الشاشة لمتابعة البرامج والأحداث الرياضية المختلفة التي تعرضها القنوات الرياضية الفضائية ، والتي عادةً ما تركز عليه هو البطولات والأحداث ذات المتابعة الجماهيرية العريضة مثل الألعاب الأولمبية ومباريات كأس العالم لكرة القدم والدوريات المحلية في مختلف الدول، لهذا فهي تتمتع بشعبية مشاهدة كبيرة بين اوساط الطلبة الجامعيين من خلال ما تبثه من أحداث رياضية حاضرة في الدورات الأولمبية والبطولات العالمية المنقولة مباشرة على الهواء.

المطلب الثالث : العلاقة بين الرياضة والاعلام المرئي الرياضي :

ان العلاقة بين الرياضة و التلفزيون هي انجح العلاقات ذلك من خلال تزايد الاعتماد المتبادل بين كلتا المؤسستين في شكل تبادل مكثف وباهظ التكاليف التي تتمثل في نفقات الحصول على حقوق العرض للرياضة مقابل قيام التلفزيون بتقديم محتوى معين واجتذابهم، فان مشجعي الرياضة والصحفيون المتخصصون في أخبار الرياضة غالبا ما يتحسرون على أن كل شئ في الرياضة اصبح خاضعا لمصالح الاعلام المرئي، فهو يضع أفضل المباريات وأهمها في النهاية ، وليس في البداية . وهذا الأمر يضايق المراهنين الذين يدفعون الأموال ، ولكنه بالنسبة للتلفزيون شئ جيد لانه اكبر المراهنين. وقد كان من التصرفات المهنية المعتادة للقائمين على شئون الرياضة احداث توازن بين ما يرضي المراهنين وما يرضي التلفزيون، ولكن جميع الأحداث الرياضية يجب أن تراعي التوازن بين احتياجات الرياضة الخالصة و ضرورات التجارة . فبدون التجارة لن يكون احتراف، واثبت التلفزيون تفوقه وبشكل كبير في النقل الفوري للأحداث الرياضية في لحظة وقوعها أو بعد وقوعها بوقت قصير فالكثير من البطولات والسباقات تنقلها محطات التلفزيون من خلال "البث الحي" الذي يعني نقل صورة الحدث في لحظة وقوعها إلى المتلقي وبسرعة تساوي سرعة الضوء حيث أصبح من المعتاد للمشاهدين في الوقت

8-خالد زيود، المرجع السابق،ص340.

الحاضر مشاهدة الأرقام القياسية تتهاوى ساعة وقوعها، فضلا على امتلاكه القدرة على الاحتفاظ بمواده لتكون أرشيفا شاملا للفعاليات الرياضية المختلفة⁹، فمثلما تسربت تقاليد الرياضة التلفزيونية الى نسيج البرامج التلفزيونية الدائمة التغير، نجد أن البرامج التلفزيونية التي تقدم الأحداث الرياضية على الهواء مباشرة قد بدأت تؤثر على الأنواع الأخرى من البرامج و بدأت بعض عناصرها تتسرب الى البرامج في سعيها الدائم نحو جذب المزيد من المشاهدين من الطلبة الجامعيين، ان مجموعات المشاهدين غير المترابطة التي تتكون وتتغير بشكل مستمر في اطار المنظومة الثقافية لوسائل الاعلام الرياضية والذين يطلق عليهم "الجمهور" يجب الحفاظ عليهم وجذبهم لأطول فترة ممكنة، و نظرا للطلبات الملحة لحاملي الأسهم فانه لا يمكن أن يترك شئ للصدفة ولا يمكن أن تعتمد أي شاشة مقدمة على جاذبيتها الخاصة فقط، ولقد ساهم الإعلام التلفزيوني بقدر كبير في التأثير على رياضة الكرة بصفة خاصة والرياضات الأخرى بصفة عامة، وساعد الأولى على تألقها من بين مختلف الرياضات الباقية فجعلها الرياضة الأولى عبر شاشاته، واهتم الإعلام الرياضي بجميع المشكلين للعبة من لاعبين وجمهور وحتى المسيرين لكونهم الركيزة لأي فريق طموح، كما أن فوزه أو انهزامه يرجع إلى طبيعة التأثير الحاصل بينهما، فقد يؤثر عليهم من عدة جوانب¹⁰ كالجانب الأخلاقي يتفق رجال الإعلام على أن للإعلام الرياضي بشتى أصنافه دور هام في ترسيخ المبادئ العامة وحمائتها من أي تيارات جارفة، ولها الفضل في التوعية والإرشاد، فهذا الجهاز يعتبر بمثابة القائد الذي يقود المجتمع إلى المعركة الحياتية، ومنه تتضح الرؤية في أن سلوك وحضارة أي مجتمع مرهون بالدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التوجيه، ثم الجانب التثقيفي الذي هو ثقافة الحياة، وما يجري فيها من شؤون، وما يطرأ عليها من تغيرات وتعقيدات وتصورات، تقدم للجماهير ثقافة الحياة إذ تحسن استعمالها واستخدامها وتعمل

9-عمار طاهر،التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية،مجلة الباحث الاعلامي،العدد6-7، 2006، ص153.

10-اديب خضور، الاعلام الرياضي، الاسكندرية: دار الوفاء للنشر والتوزيع،1989،ص104.

على رفع مستوى ثقافة المجتمع¹¹ والتلفزيون لما له من هذه القوة المؤثرة فهو وسيلة لها دور فعال ومؤثر جدا فهي تحقيق أهداف التربية الرياضية وكذلك تحقيق مهام الإعلام التي تتلخص في التنشئة الإجتماعية والترفيهية والتوجيه والتعليم للفرد في جميع مراحلها العمرية ،ان دور التربية الرياضية وهو تنشئة الفرد تنشئة متكاملة من جميع الجوانب، ويتم هذا عن طريق إتباع ما يوجه له من برامج رياضية هادفة لتحقيق أهداف التربية البدنية والرياضية والتي هي هدف التربية العامة والتي هي تخدم بدورها سياسة الدولة في تنشئة مواطن صالح للوطن والمجتمع .

المطلب الرابع : العلاقة بين الاعلام المرئي الرياضي و ثقافة الطالب :

بما أن التلفزيون و خاصة قسمه الرياضي يعتبر من أهم وسائل الإعلام بالنسبة للطلبة الجامعيين لما يتميز به من خصائص في مقدمتها أنه وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت و الصورة الملونة و المتحركة، و لا تتطلب مشاهدته استعدادات سابقة، فمن أهدافه التي يسعى دائما إلى تحقيقها هي توجيهه إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعيا¹²، و نضرب مثلا لذلك هو أنه في كثير من الأحيان يعطي القسم الرياضي بعض السلوكيات الرياضية التي يتقبلها المجتمع و خاصة المجتمع الجزائري كالعنف في الملاعب و تراه يحث دائما عن الابتعاد عن السلوكات المشينة و أيضا من أهدافه تنمية السلوكات العقلية لدى هذه الفئة، و تنشيط المدركات و تنمية معلوماته إضافة إلى ذلك، فهو يلعب دورا كبيرا في تدريب ذاكرتهم و قوة إشباعهم، وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للبرامج الرياضية بالنسبة للطلبة الجامعيين، ودورها الكبير في تثقيفهم وإمدادهم بالمعلومات والقيم فلا تزال تعاني من العديد من العوائق والمشاكل ، في ان تكون البرامج كلها مقدمة حول موضوع كرة القدم لا غير، ما يجعل الرياضة تقتصر على هذا المجال لا وجود لرياضات أخرى تمكن من كسب معارف و ثقافات أخرى لرياضات

11-راجحي صابر،تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في التربية البدنية والرياضية،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،جامعة بسكرة،2011-2012،ص32.

12-- راجحي صابر ، المرجع نفسه، ص32.

مختلفة¹³ فتأثير الاعلام المرئي الرياضي يكمن في التأثير على الطالب من خلال الجانب المعرفي وذلك باعطائه معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة وتغيير أو خلق صور ذهنية عن الأحداث أو المواقف أو الأشخاص، كما أنه نجح في تحقيق هدف متعة المشاهد واشباع رغبته في متابعة البطولات العالمية " كأس كرة القدم"، ويبقى الاعلام المرئي الرياضي من أدوات التنقيف للجمهور الرياضي و ذلك بالاجابة على كثير من الأسئلة و اشباع والعمل على تبادل الثقافات عبر اللقاءات والمقابلات الكروية خاصة البطولات الأوروبية التي أصبحت حديث العام، كما ساعد بقدر كبير على التأثير على رياضة الكرة بصفة خاصة لدى الطلبة الجامعيين والرياضات الأخرى بصفة عامة وساعد على تألقها من بين مختلف الرياضات ، فجعلها الأولى على شاشاته حسب الطلب.

فالإعلام المرئي الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم ووداعم له. أصبحت الرياضة جزءا من الثقافة و أصبحت الحياة الرياضية جزءا لا يتجزأ من الحياة الثقافية للطالب وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي، وتعتبر هذه الثقافة البدنية جزءا متما لكل ثقافة حقيقية للإنسان .

13 راجحي صابر ، المرجع السابق ،ص32-33.

الجانب التطبيقي

المبحث الاول : الاجراءات المنهجية

المطلب الأول:- منهج الدراسة :

المنهج يعني مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول الى الحقيقة في العلم¹، و يعرفه رشيد زرواتي أنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه²، كما وردت في القرآن الكريم في قول الله تعالى : " ... لكل جعلنا منكم شرعة و منهاجا ولو شاء الله لجعلكم أمة واحدة..."³ ، أيضا المنهج هو مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف و يعرف محمود حسن اسماعيل المنهج أنه مجموعة من الاجراءات الذهنية التي يتمثلها الباحث مقدما للوصول الى المعرفة التي سيحصل عليها من

أجل التوصل الى حقيقة مادة البحث⁴ و لقد اعتمدنا كمنهج لدراستنا المسح الاجتماعي وهو الذي يتناول مشكلات اجتماعية بيئية معينة ويكون لها طابع نفسي أو اعلامي⁵ ، هذا لأنه يتلاءم و طبيعة الدراسة، ومن المؤكد أن هذا المنهج يتم في خطوات ميدانية معينة، وهذا لكي نتمكن من دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة المظاهر أو مجموعة الأفراد وهذا يسمح لنا بتغطية موضوع الدراسة، والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب.

المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة :

هو مجموعة من المفردات التي تشترك معا في صفة أساسية أو في بعض الخصائص المشتركة قد يكون مجتمعا بشريا أو غير ذلك⁶ وأيضا هو مجموعة عناصر لها خاصية

1-عمار بوحوش ومحمد محمود الزنبيات،مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث،ط2، بن عكنون-الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية،1999،ص99.

2-رشيد زرواتي تدريبات على منهجية البحث العلمي في ع الاجتماعية،ط1،دار هومة-الجزائر،2002،ص119.

3-سورة المائدة ،اية رقم 48.

4-محمود حسن اسماعيل، مناهج البحث الاعلامي، ط1، القاهرة:دار الفكر العربي،2011،ص29.

5-المرجع نفسه، ص99.

6- محمود حسن اسماعيل، المرجع السابق، ص 139 .

أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث⁷، وقد ارتأينا أن يكون مجتمع دراستنا خاص بطلبة جامعة محمد خيضر بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال وقسم التربية البدنية و الرياضية .

المطلب الثالث : عينة الدراسة

هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين⁸، وينظر الى العينة على أنها الجزء الذي يتم اختياره لكل بهدف دراسته أو قياسه وتعميم ما نحصل عليه من نتائج على الكل⁹، في هذه الدراسة تكونت العينة من 126 طالب تشكلوا من 23 طالب بسنة ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون و103 طالب بسنة ثانية ماستر تربية بدنية و رياضية بتخصصاته الثلاث (محضر بدني، ادارة وتسيير المنشآت الرياضية، تربية حركية)، وهي عينة قصدية، لأن العينات القصدية تستخدم في دراسة الاتجاهات نحو الموضوعات والمشكلات، " حيث نشير الى انه تم اختيار هذا النوع من العينة للتحكم في الدراسة ولقربها من مكان استطلاع مما يوفر لنا الوقت والمال والجهد.

- **المجال المكاني :** أجريت هذه الدراسة بجامعة محمد خيضر على طلبة سنة ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون وطلبة سنة ثانية ماستر تربية بدنية ورياضية .
- **المجال الزمني :** بعد الصياغة النهائية لاستمارة الاستبيان التي قام بتحكيماها أستاذين من قسم علوم الاعلام والاتصال، بدأنا في توزيع الاستمارات على الطلبة من 22/04/2015 الى غاية 27/04/2015 وتمت العملية في ظرف 6 أيام. حيث تضمنت دراستنا متغيرين هما كالآتي:

متغير مستقل : الاعلام الرياضي المرئي.

7-موريس أنجلس:ترجمة بوزيد صحراوي،كمال بوشرف،سعيدسبعون. منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ،ط2،دار القصة للنشر-الجزائر،2004،2006، 298.

8- موريس أنجلس، المرجع السابق، ص463.

9-عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، المرجع السابق ، ص 166.

متغير تابع: الثقافة الرياضية.

المطلب الرابع : أدوات الدراسة :

ان طبيعة دراستنا تتطلب استخدام الاستمارة الإستبائية كأداة من أدوات جمع البيانات، ووضعت الاستمارة لجمع المعلومات من أفراد العينة للتعرف على رأيهم حول موضوع البحث والاستبيان مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين ، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها¹⁰ وله ثلاث أنواع:

-**الاسئلة المغلقة:** تكون الاجابة فيها على الأسئلة في العادة محددة بعدد من الخيارات وعلى المستجيب أن يختار من بينها الاجابة المناسبة

-**الاسئلة المفتوحة:** يتيح للمستجيب على أن يعبر عن رأيه بدلا من التقيد وحصر اجابته فيعدد محدود من الخيارات.

- **الأسئلة المغلقة - المفتوحة:** هذا النوع يتكون من مجموعة من الأسئلة منها مغلقة تتطلب من المفحوصين اختيار الاجابة المناسبة لها ومجموعة أخرى من الأسئلة المفتوحة وللمفحوصين الحرية في الاجابة¹¹ و قد احتوت الاستمارة على اربعة محاور، المحور الأول تمثل في البيانات الشخصية لدى الطلبة، وشمل سؤالين وهي(الجنس، التخصص). المحور الثاني تمثل في مشاهدة الطالب للقنوات الرياضية وشملت 5 أسئلة (1، 2، 3، 3، 4، 5). المحور الثالث تمثل في البرامج الرياضية والمشاهدين وشملت 9 أسئلة (6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14) المحور الرابع تتمثل في الثقافة الرياضية للطلاب شمل 7 أسئلة (15، 16، 17، 18، 19، 20، 21).

المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

10-محمود حسن اسماعيل، المرجع السابق، ص 139 .

11- عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات، المرجع السابق، ص68.

- المطلب الأول: تحليل ومناقشة النتائج

النسبة المئوية	المجموع	أنثى	ذكر	الجنس المستوى
25.55	23	21	2	ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون
74.44	67	4	63	ثانية ماستر تربية بدنية ورياضية
100	90	25	65	المجموع
100	100	27.77	72.22	النسبة المئوية

جدول (1) يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الشخصية

يظهر من خلال الجدول أن نسبة الذكور المقدر ب 74.44% بعدد 65 طالب، أكبر من نسبة الاناث التي تقدر ب 25.55% بعدد 25 طالبة من مجموع 90 مبحوث . و ذلك باعتبار أن المبحوثين في تخصص التربية البدنية والرياضية بنسبة 74.44% الذي يمثل لأغلبية الساحقة ذكور لطبيعة التخصص الذكوري مقارنة مع تخصص اذاعة وتلفزيون الذي يغلب عليه الطابع الأنثوي الذي قدر ب 25.55%.

النسبة المئوية	التكرار	الاجابة

55.55	50	دائما
44.44	40	أحيانا
0	0	أبدا

جدول (2) يوضح مدى تتبع القنوات الرياضية

يوضح الجدول أن أعلى نسبة من عينة البحث والقدرة بـ 55.55% يتابعون القنوات الرياضية دائما ، تليها نسبة 44.44% الذين يشاهدون القنوات الرياضية أحيانا وفي الأخير تتعدم نسبة طلبة مجتمع البحث الذين لا يشاهدون هذه القنوات .

النسبة المئوية	التكرار	فترات المشاهدة
33.33	30	مساء
22.22	20	ليلا
6.66	6	مساء وليلا
37.77	34	دون اجابة

جدول (3) يوضح فترات مشاهدة القنوات الرياضية

يوضح الجدول أن أغلب فترة لمشاهدة هذه القنوات التي اختارها الطلبة من مجتمع البحثي الفترة المسائية بنسبة 33.33% لأن الطالب يتفرغ من الدراسة ويشاهد الأخبار الرياضية الجديدة ، لتأتي الفترة الليلية بنسبة 22.22% والسبب بث المباريات الحصرية والمباشرة ، ثم بنسبة 6.66% للفترتين معا ، لتأتي اعلى نسبة في فترات المشاهدة لهذه القنوات بنسبة 47.77% بدون اجابات هذا راجع الى ان عينة البحث تشاهدالقنوات الرياضية في أي وقت وذلك حسب توقيت البرنامج أو المباراة .

النسبة المئوية	تكرار	أنواع الرياضات
21.11	27	كرة القدم
12.60	49	كرة اليد
9.97	34	كرة الطائرة
13.48	46	كرة السلة
13.78	47	التنس
7.62	26	ألعاب القوى
5.27	18	السباحة
11.43	39	رياضات أخرى
4.69	16	دون اجابة
	341	المجموع

جدول (4) يوضح أنواع الرياضات الأكثر مشاهدة عبر القنوات الرياضية

من خلال نتائج الجدول نجد أن كرة القدم ترتب في المقام الأول من حيث أنها الرياضة الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة عبر القنوات الرياضية حيث قدرت درجة التفضيل ب 21.11%، يليها التنس كثاني رياضة مشاهدة بعد كرة القدم بنسبة 13.78% وذلك

لهتمام هذه القنوات بالتنتس في الاونة الأخيرة لما تبثه من قيم ، ثم تأتي كرة السلة (مباريات NBA) كثالث رياضة بنسبة 13.48 فكرة اليد في المرتبة الرابعة بنسبة 12.60% ، لتأتي فئة الطلبة الذيم لم يحددو نوع الرياضة الذين يشاهدونها بنسبة 4.69%، لتأتي كرة الطائرة بنسبة 9.97%كخامس رياضة مشاهدة في القنوات الرياضية وفي المرتبة السادسة ألعاب القوى بنسبة 7.62% و نسبة 11.43% تمثلت في عينة البحث الذين اجابوا رياضات أخرى فردية أو جماعية كالعدو والرماية وركوب الخيل وغيرها .

النسبة المئوية	التكرار	القنوات و أنواعها
14.08	20	محلية
55.63	79	عربية
26.76	38	أجنبية
3.52	5	دون اجابة
33.68	64	بي ان سبورت
5.78	11	الكأس القطري
13.15	25	دبي الرياضية
7.89	15	أبو ظبي الرياضية

الهداف	17	8.94
أوروسبور	7	3.68
سكاي سبور	12	6.31
كنال سبور	12	8.94
دون اجابة	22	11.57

جدول (5) يوضح نسب أهم أنواع القنوات الرياضية متابعة

من خلال بيانات الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة والمتمثلة بـ 55.63% تحب مشاهدة القنوات العربية لأعلى تكرر بمجموع قدره 79 أهم قناة هي قناة بي ان سبورت بأكبر تكرر قدره 64 يعني أن أغلب الطلبة تحب مشاهدة القنوات العربية وذلك لأنها تسيطر على المجال الرياضي بتوفير كل الشروط، و في المقابل نجد أن أفراد العينة بنسبة 26.76% يشاهدون القنوات الأجنبية كثاني أهم قنوات متابعة و القنوات المحلية كالثالث نوع من القنوات الشاهدة بنسبة 14.08% ، وبنسبة 3.5% كادنى نسبة لعينة الدراسة التي لم تشهد أي اجابة . لتحصد قناة بي ان سبور أعلى نسبة مشاهدة بـ 33.68% هذا لطبيعة توفير مختلف الحصص والأخبار بالقناة ، ثم قناة دبي الرياضية كثاني قناة متابعة بـ 13.15% لتأتي الهداف وكنال سبور في المرتبة الثالثة بنسبة 8.94% ، وبنسبة 7.89% لقناة أبوظبي سبور كرابع قناة رياضية متابعة من طرف الطلبة وسكاي سبور بنسبة 6.31% في المرتبة الخامسة من متابعة عينة الدراسة لها ،

وقناة الكأس القطرية في المرتبة السادسة بنسبة 5.78 لتعرف أدنى نسبة مشاهدة لقناة أورو سبور من قبل عينة الدراسة بنسبة 3.68% لنجد نسبة 11.57% امتنعوا عن تحديد القناة الذي يحبون مشاهدتها .

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
متابعة أخبار اللاعبين العالميين	59	59
ترفيه وتسلية	39	39
الهروب من الواقع	2	2

جدول (6) يوضح الهدف من متابعة القنوات الرياضية

يوضح الجدول أن أعلى نسبة من عينة الدراسة والمقدرة بنسبة 59% أن متابعة أخبار اللاعبين العالميين هي الهدف الرئيسي من متابعة القنوات الرياضية بمجموع أكبر تكرار قدره 59 ، في المقابل بمجموع 39 كثنائي هدف غايتهم الترفيه والتسلية بنسبة 39% و كأدنى نسبة 2% هدفهم من المتابعة للقنوات الرياضية الهروب من الواقع .

نوع البرنامج	التكرار	النسبة المئوية
مباريات	79	67.52

برامج اخبارية	31	26.49
برامج حوارية	7	5.98

جدول (7) يوضح نوع البرامج الرياضية الأكثر متابعة

من خلال بيانات الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة المتمثلة بنسبة 67.52% تفضل برامج المباريات الرياضية بأعلى مجموع تكرار قدر بـ 79 وهذا بسبب بث المباريات المباشرة على القنوات واغلبها مباريات الدوري الأوروبي للاحترافية في اللعب، في المقابل نجد بنسبة 26.4% يختارون الأخبار كنوع البرامج وذلك من أجل متابعة الحصاد الرياضي اليومي للرياضة بشتى أنواعها خاصة كرة القدم ، وبنسبة 5.98 كأدنى نوع متابعة للبرامج الحوارية التي اختارتهما عينة الدراسة وهذا راجع لعدم كثرة مشاهدتها لوجود نقاشات حادة بين ضيوف البرامج .

ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	5	5.55
ساعة واحدة	23	25.55
ساعتان	28	31.11
ثلاث ساعات	13	14.44
أربع ساعات	5	5.55

أكثر من أربع ساعات	6	6.66
دون اجابة	10	11.11

جدول (8) يوضح نسبة ساعات مشاهدة البرامج الرياضية

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يقضون ما يعادل ساعتان يوميا في مشاهدة البرامج الرياضية بنسبة تقدر 31.11% وفي حين بنسبة 25.55 يقضون ساعة واحدة في المشاهدة بنسبة 14.44% كثلاث ساعات يقضيها أفراد العينة في المتابعة وأربع ساعات بنسبة 5.55% وأدنى نسبة مشاهدة ب6.66% لأقل من ساعة و أكثر من أربع ساعات متابعة للبرامج الرياضية، وبنسبة 11.11% لم تعرف اجابة قد يعود للأوقات المختلفة وعدم وجود فترة محددة من وقت مشاهدة الحصص والبرامج الرياضية .

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	69	76.66
لا	21	23.33

جدول (9) يوضح مدى كفاية الوقت المخصص للبرامج الرياضية في اكتساب

المعلومات والأخبار

من خلال نتائج الجدول تؤكد غالبية أفراد العينة أن مدة البرنامج كافية لاكتساب الأخبار والمعلومات حسب المدة الزمنية التي يشاهد فيها التي قدرت بنسبة 76.66%، بينما

أشارت نسبة 23.33% أن الوقت المخصص للبرنامج غير كافي لاكتساب المعلومات والأخبار هذا راجع الى الكم الهائل من المواضيع والأخبار الرياضية التي تعالجها في وقت قصير مما يجعلها سطحية جدا حيث أن هذه الفئة تهتم بالتفاصيل في الأخبار و الأحداث الرياضية .

النسبة المئوية	التكرار	أنواع البرامج الرياضية
18.51	30	الليغا
2.46	4	صدي الملاعب
8.64	14	الاقتصادية
5.55	9	الحصاد الرياضي
7.40	12	الدوري الأوروبي
11.11	18	أخبار النجوم
3.70	6	من الملاعب
4.32	7	لقاء الصحافة
2.46	4	شبكة مراسلين
22.83	37	برامج أخرى
12.96	21	دون اجابة

جدول (10) يوضح أشهر البرامج الرياضية متابعه لدى الطالب

يوضح الجدول أن أعلى نسبة من أفراد العينة المقدرة بنسبة 18.51% عرفها برنامج الليغا كأفضل برنامج يتابع على بي ان سبورت لعرضه لمختلف بطولات مباريات كرة القدم ، ليأتي برنامج أخبار النجوم بنسبة 11.11% كثاني برنامج مشاهد من طرف أفراد عينة الدراسة لعرضه أخبار نجوم ومشاهير كرة القدم والرياضات الأخرى ، أما بنسبة 8.64 امتلكها برنامج الاقتصادية كالثالث نوع مفضل متابعته ، ثم برنامج الدوري الأوروبي بنسبة 7.40 في المرتبة الرابعة لعرضه مختلف الدوريات الأوروبية كالاسبانية والايطالية والانجليزية ...، وعرفت نسبة 22.83%رياضية أخرى يفضل أفراد العينة مشاهدتها كساعة رياضة وألوان الرياضة وأكشن يا دوري الخ . فيما امتنع عن تحديد برنامج رياضي معين بنسبة 12.96% قد يكون بسبب تذبذب في مشاهدة البرامج الأخرى و تنوعها وكثرتها.

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	66.66
لا	30	33.33

جدول (11) يوضح مراعات البرامج الرياضية لاحتياجات وميولات الطالب

من خلال قراءة بيانات الجدول يتبين لنا أن غالبية أفراد العينة والممثلة بنسبة 66.66% يرون أن البرامج الرياضية تلبي حاجاتهم و ميولاتهم في المقابل نجد باقي أفراد العينة والممثلة بنسبة 33.33% يرون أن هذه البرامج لا تتفق مع ميولاتهم و حاجاتهم . فالاكثر تكرار بمؤشر نعم لمجموع تكرار قدره 60 يعني أن أغلب الطلبة يرون أن هذه البرامج الرياضية وما تبثه من مباريات وأخبار تتفق مع ميولهم الخاص وذلك لأن هذه البرامج الرياضية تسعى الى تلبية كل ما يحتاجه وتشارك دائما الجمهور وتأتي بكل ما هو جديد .

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	43.33
لا	40	44.44
دون اجابة	11	12.22
مصارعة	15	16.66
ألعاب قتالية	7	7.77
أخرى	40	44.44
دون اجابة	28	31.11

جدول (12) يوضح البرامج التي تثير ميول عدواني

يوضح الجدول أن أفراد العينة والممثلين بنسبة 44.44% أنه لا توجد برامج تثير عندهم ميول عدواني وهي أغلب تكرارات التي قدرت ب 40، تقابلها نسبة 43.33% يرون بأنه توجد برامج تثير العدوانية من خلال برامج المصارعة التي عرفت أعلى نسبة برامج تثير ميول عدواني ب16.22%، وأدنى نسبة لبرنامج يثير العدوانية هي الألعاب القتالية ب 7.77%.

جنس	تكرار	النسبة المئوية
ذكر	33	36.66
أنثى	14	15.55
معا	43	47.77

جدول (13) يوضح طبيعة المقدم لدى الطالب

من خلال نتائج الجدول نجد أن أفراد العينة وبغالبية وأعلى نسبة قدرت ب 47.77% يرون أن الجنسين معا مناسبين كمقدمين للبرامج الرياضية الذي قد يضيف لمسة جمالية ،في المقابل بنسبة 36.66% يرون أن الرجال هم المناسبون كمقدمين

للبرامج الرياضية ، فيما يرى بقية المستجوبين التي قدروا بنسبة 15.55% أن النساء يصلحن أكثر من الرجال لتقديم البرامج الرياضية خاصة النسائية منها .

الاجابة	تكرار	النسبة المئوية
نعم	79	87.77
لا	11	12.22

جدول (14) يوضح فعالية اسلوب مقدموا البرامج الرياضية في ايضاح المعلومات

يبين لنا الجدول أن نسبة 87.77% من أفرا العينة يرون أن مقدمو البرامج الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في توصيل المعلومات وفي المقابل نجد أن باقي أفراد العينة والممثلة بنسبة 12.22% يرون عكس ذلك . والاجابة ب (نعم) هي الأكثر تكرار

بمجموع قدره (79) مما يعني أن أغلب أفراد العينة يرون أن مقدمي البرامج الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في توصيل المعلومات وذلك لأن القنوات الرياضية أصبحت تختار الأشخاص الذين تتوفر فيهم الصفات المطلوبة وهذا ما يساعد المتتبع على عدم الملل بل تنمية الثقافة الرياضية .

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	58.88

لا	37	41.11
----	----	-------

جدول (15) يوضح مدى مخاطبة أهداف البرامج الرياضية للمستويات والطبقات

الاجتماعية

من خلال تحليل نتائج الجدول يتبين لنا 53 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 58.88% من أفراد عينة الدراسة يعتبرون أن أهداف البرامج الرياضية تخاطب جميع المستويات والطبقات الاجتماعية ، فيما أشار 37 تكرار بنسبة 41.11% من الطلبة يعتبرون أن أهداف هذه البرامج لا تخاطب جميع المستويات والطبقات الاجتماعية ونستنتج أن معظم الطلبة يعتبرون أن أهداف البرامج الرياضية من خلال الاعلام الرياضي المرئي تخاطب جميع المستويات والطبقات الاجتماعية وهذا ما يلاحظ من خلال بث المباريات في مختلف الأنشطة الرياضية والدورات الرياضية .

النسبة المئوية	التكرار	ممارسة الرياضة ونوعها
66.66	60	نعم
33.33	30	لا
		نوع الرياضة الممارسة
42.22	38	كرة القدم

6.66	6	كرة اليد
4.44	4	كرة السلة
8.88	8	كرة الطائرة
13.33	12	السباحة
7.77	7	أخرى
16.66	15	دون اجابة

جدول (16) يوضح نسب ممارسة الطالب للرياضة وأنواعها

يوضح الجدول أن أعلى نسبة من عينة الدراسة المقدرة ب 66.66% يمارسون الرياضة ، من خلال كرة القدم بنسبة 42.22% كأهم رياضة و أغلب الطلبة يمارسونها لتأتي ثاني رياضة ممارسة بنسبة 13.33% هي السباحة ثم بنسبة 8.88% كرة الطائرة في رابع نشاط رياضي ممارس من قبل الطلبة ثم خامس نشاط رياضي هي كرة اليد بنسبة 6.66% لمجموع تكرار قدر ب 6 ، و أقل نشاط رياضي ممارس من طرف الطلبة بنسبة 4.44% هي رياضة كرة السلة ، فيما عرفت نسبة 33.33% أدنى اجابة ب (لا) لمجموع تكرار 30 انهم لا يمارسون النشاط الرياضة أو يزولون الرياضة كوسيلة للتخفيف عن الضغوطات اليومية.

النسبة المئوية	التكرار	أماكن المتابعة
----------------	---------	----------------

63.33	57	في المنزل
19.38	19	في القهى
15.55	15	في الملعب

جدول (17) يوضح أماكن متابعة الطالب للبرامج الرياضية

يبين الجدول أن نسبة 63.33% من الأفراد العينة يرون أن أفضل أماكن لمتابعة البرامج الرياضية والمباريات التي تعتبر أكثر البرامج مشاهدة تكون في المنزل مع أفرا العائلة في المقابل نجد أن بنسبة 19.38% يفضلون المشاهدة بالمقهى مع الأصدقاء من خلال الشاشات الكبيرة التي توفرها المقاهي ،فيما اجاب باقي أفراد العينة بنسبة 15.55% أنهم يفضلون مشاهدة المباريات بالملعب مباشرة من الحدث

مدى التأثير	التكرار	النسبة المئوية
منعدم	3	3.33
تأثر قليل	39	43.33
تأثر كبير	48	53.33

جدول (18) يوضح مدى تأثر المشاهدين بالرياضيين العالميين

النسبة المئوية	التكرار	مظاهر التأثير
24.80	32	في اللباس
35.65	46	في قصات الشعر
33.33	43	في الحركات
6.20	8	تأثيرات أخرى

جدول (19) يوضح مظاهر التأثير لدى المشاهدين

يوضح الجدول رقم (18) أن أفراد العينة الممثلين بنسبة 53.33% أن المشاهدين يتأثرون بشكل كبير بالرياضيين العالميين بمجموع تكرار قدر ب 48 ، في حين وبنسبة 43.33% يرون أن هذا التأثير يكون بشكل قليل أي عابر في المقابل أدنى نسبة قدرت ب 3.33% يرى الطلبة أفراد العينة انعدام تأثير المشاهد بالرياضيين العالميين.

يبين الجدول رقم (19) أن نسبة 35.65% وهي أعلى نسبة يرون أفراد عينة الدراسة أن الجمهور يتأثر من خلال المشاهدة سواء رياضيين عالميين أو محليين تكون من خلال قصات الشعر حيث يقومون بنفس طريقة تسريحة اللاعب هذا للتأثر الكبير به ، وفي المقابل بمجموع تكرار قدر ب 43 بنسبة 33.33% كظاهرة ثانية هي في الحركات أي طريقة العب والمهارات الكروية التي يقوم بها الرياضي يقلدها الفرد من أجل أن يلعب

باسم ذلك اللاعب فيما كانت أدنى قيمة بنسبة 24.80% في التأثر والتقليد في اللباس كأن يلبس الفرد نفس ما يلبسه اللاعب دون أن يعي ثمنها سواء كانت ماركات عالمية أو ألبسة فريق ، فيما نجد تأثيرات أخرى قدرت بنسبة 6.20% تظهر في الأعمال الخيرية التي يقوم بها اللاعب وغيرها .

النسبة المئوية	التكرار	أماكن مناقشة الحوارات الرياضية
56.36	62	في الجامعة
30	33	في مقهى
13.63	15	في النادي

جدول (20) يوضح أماكن مناقشة الحوارات الرياضية

من خلال نتائج الجدول نجد أن أفراد العينة بغالبية و اعلى نسبة قدرت ب 56.36% حيث تتم مناقشة الحوارات والمواضيع الرياضية في الجامعة ، في المقابل بنسبة 30% يفضل أفراد العينة مناقشة المواضيع الرياضية بالمقهى وأدنى نسبة لمناقشة الحوارات و المواضيع الرياضية تكون بالنادي التي يقبل عليها بكثرة الذكور للقيام بالعباب القوى

وممارسة اللياقة البدنية حيث يجدون متنفسا لطرح مواضيع الساعة حول الرياضة خاصة كرة القدم .

النسبة المئوية	التكرار	أسباب الاهتمام بالبرنامج الرياضي
27.82	32	الموضوع
7.82	9	المقدم
53.04	61	نوع الرياضة
11.30	13	البلد

جدول (21) يوضح نسب أسباب الاهتمام بالبرامج الرياضية

يوضح الجدول لنا أن أفراد العينة الممثلين بأعلى نسبة قدرت 53.04% يهتمون بالبرامج الرياضية ويشاهدونها حسب نوع الرياضة التي يبيثها حيث أن اغلب البرامج تتناول رياضة كرة القدم والتنس، في المقابل نجد بعض المستجوبين سبب المشاهدة هو موضوع البرنامج بنسبة 27.82% في حين يهتم البعض الاخر بمتابعة البرنامج الرياضي كسبب هو البلد الذي يشجعه الفرد أو يشجع فريق لاجل البلد لا غير ، و ادنى نسبة قدرت ب 7.82% كسبب لمشاهدة هذا البرنامج هو من خلال مقدم البرنامج الذي قد

يكون حسن المظهر أو له قدرة على توصيل الأخبار والمعلومات وله طريقة جيدة في الاداء هذا النوع يخص جزء من عينة الدراسة تخصص اذاعة وتلفزيون .

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	77.75
لا	20	22.22

جدول (22) يوضح نسبة العلاقة بين النشاط الرياضي الممارس والبرامج الرياضية

المتابعة

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن المستجوبين الذين قدروا ب 77.77% يرون أن هناك علاقة بين النشاط الرياضي الذي يمارسونه سواء كان كرة قدم او سباحة أو غيرها من الأنشطة الرياضية و البرامج التي يشاهدونها التي تمدهم بأخبار ما يحدث في عالم الرياضة التي يمارسونها ، في المقابل بأدنى نسبة قدرت ب 22.22% لا يرون أن هناك علاقة بين النشاط الرياضي الذي يمارسونه والبرامج التي يشاهدونها التي قد تختلف مشاهدتهم للبرامج وما تتناوله من مواضيع أنشطة رياضية مختلفة لا يحرصون نشاط رياضي معين يتابعن من خلال الحصص والبرامج الرياضية .

الجدول المركبة:

23- جدول يوضح مشاهدة القنوات الرياضية بدلالة التخصص

النسبة المئوية	المجموع	%	2ماستر تربية بدنية ورياضية	%	2ماستراذاعة و تلفزيون	التخصص
						متابعة القناة
56.66	51	92.15	47	7.84	4	دائما
43.33	39	51.28	20	48.71	19	أحيانا
0	0	0	0	0	0	أبدا
100	90	74.44	67	25.55	23	المجموع
100	100		74.44	-	25.55	أبدا

يوضح الجدول أدناه أن متابعة القنوات الرياضية من خلال التخصص ، أن طلبة التربية البدنية والرياضية الذي يقدر عددهم ب 47 من مجموع 51 دائمي المشاهدة مقارنة بطلبة تخصص اذاعة وتلفزيون الذي يقدر عددهم 4 من أصل 51، في حين أن المشاهدة في بعض الأحيان كانت بنسبة كبيرة لطلبة اذاعة و تلفزيون عل غرار المتابعين الدائمين بنفس التخصص ، و نجد أن طلبة تربية بدنية ورياضية بعدد 20 طالب من أصل 67 اقل متابعة من الطلبة الدائمين للقنوات الرياضية بنسبة 92.15%، فنسبة أعلى مشاهدة

قدرها 56.66% لكلا التخصصين هم دائمي المتابعة للقنوات الرياضية في المقابل ادنى مشاهدة بنسبة 43.33% لمشاهدين غير دائمين.

24- جدول يوضح مدى كفاية الوقت المخصص للبرامج في اكتساب المعلومات بدلالة التخصص:

النسبة المئوية	المجموع	%	2ماستر تربية بدنية ورياضية	%	وتلفزيون 2ماستر اذاعة	التخصص الوقت المخصص كاف
76.66	69	76.81	53	23.18	16	نعم
23.33	21	66.66	14	33.33	7	لا
100	90	74.44	67	25.55	23	المجموع
100	100	-	74.44	-	25.55	النسبة المئوية

يبين الجدول أن طلبة سنة ثانية ماستر تربية بدنية ورياضية بأعلى عدد قدر ب 53 يرون أن الوقت المخصص للبرامج الرياضية كاف لاكتساب المعلومات والأخبار وبأقل عدد قدر ب 14 طالب من أصل 67 بنفس التخصص يرون عكس ذلك، في المقابل طلبة سنة ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون يجدون أن الوقت المخصص كاف لاكتساب الأخبار والمعلومات بعدد قدر ب 16 طالب في حين 7 من أصل 23 يجدون أن الوقت لا يكفي لتلقي الاخبار واكتساب المعلومات.

25- جدول يوضح مراعاة البرامج الرياضية لاحتياجات الطالب بدلالة التخصص:

التكرار	المجموع	%	2ماستر تربية بدنية ورياضية	%	2ماستر اذاعة وتلفزيون	التخصص الاجابة
66.66	60	75	45	25	15	نعم
33.33	30	73.33	22	26.66	8	لا
100	90	74.44	67	25.55	23	المجموع
100	100	-	74.44	-	25.55	النسبة المئوية

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن مجموع عدد 45 طالب من أصل 67 بسنة ثانية ماستر تربية بدنية أن البرامج الرياضية تراعي احتياجاتهم وميولاتهم لأنها تكمل ما يمارسونه من أنشطة رياضية بينما أدنى عدد ب22 طالب يرون أن البرامج لا تراعي ميولاتهم في المقابل عرفت أقل نسبة لطلبة سنة ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون التي قدرت ب25% أن البرامج تراعي احتياجاتهم وميولاتهم مقابلة بعدد الطلبة الباقين لنفس التخصص قدرت بأعلى نسبة قدرت ب26.66 يرون عكس ذلك لأن طبيعة التخصص لا توافق مضمون البرنامج و ما يريدون اكتسابه من أجل اكمال المعارف النظرية كطريقة الالتقاء الاعلامي والأسلوب الجيد في توصيل الأخبار والمعلومات.

26- جدول يوضح مدى مخاطبة أهداف البرامج الرياضية للمستويات والطبقات الاجتماعية بدلالة التخصص:

النسبة المئوية	المجموع	%	2ماستر تربية بدنية ورياضية	%	2ماستر اذاعة وتلفزيون	التخصص الاجابة
58.88	53	75.47	40	24.52	13	نعم
41.11	37	72.97	27	27.02	10	لا
100	90	74.44	67	25.55	23	المجموع
100	100	-	74.44	-	25.55	النسبة المئوية

يوضح الجدول أن أعلى عدد قدر ب 40 طالب في تخصص سنة ثانية ماستر تربية بدنية ورياضية بنسبة 75.47% يجدون أن أهداف البرامج مخاطبة لجميع المستويات الطبقات فيما نجد أقل عدد قدر ب 27 من أص 67 طالب من عينة الدراسة بنسبة 72.97% يرون عكس ذلك ، في المقابل نجد يتخصص سنة ثانية ماستر اذاعة وتلفزيون بأعلى نسبة طلبة قدرت ب 27.02% يرون أن أهداف البرامج الرياضية تخاطب مستويات وطبقات مختلفة في حين أدنى نسبة قدرت ب 24.52% يرون خلاف ذلك.

المطلب الثاني: الاستنتاج العام

ان الفكرة الرئيسية والهامة والتي يمكن أن نستوحيها من خلال دراستنا استنادا الى الدراسة التطبيقية باستعمالنا استمارة الاستبيان ، هي أن الاعلام الرياضي المرئي يؤثر تأثيرا ايجابيا في نشر وتنمية الثقافة الرياضية، و ايضا في التأثير على العادات والتقاليد من خلال المتابعة الدائمة للنجوم والمشاهير العالميين للرياضة حيث يفضل مشاهدة مختلف الأنشطة الرياضية من خلال الاعلام الرياضي المرئي لأنه يساعد في توصيل الأخبار والمعلومات من خلال البرامج الرياضية و لترحهاالجيد للمواضيع الرياضية، وأن الطلبة متتبعين دوما للقنوات الاعلامية الرياضية بالنسبة لتلقي أخبار الأنشطة الرياضية التي تخص الرياضيين لتعلم الأداء الاعلامي الرياضي بالنسبة للاعلاميين و المتابعة الدائمة للمباريات خاصة لرياضة كرة القدم لما تنتشره من قيم رياضية خاصة الدوري الأوروبي الذي ينشر قيم روحية وتربوية وثقافية ، حيث تكون المشاهدات من قبل الطلبة لكلا التخصصين وأغلب أفراد المجتمع على القنوات العربية تترأسها قناة بي ان سبورت لما توفره من برامج بمختلف الأنشطة الرياضية، كما أن أهداف البرامج الرياضية من خلال الاعلام الرياضي المرئي مخاطبة لجميع المستويات والطبقات، حيث يتم متابعة أغلب المباريات والبرامج بالمنزل مع أفراد العائلة بالرغم من جزء اخر يفضل أن يتم مناقشة المواضيع والحوارات الرياضية مع زملاء الدراسة بالجامعة ليكون هناك تبادل لمعلومات وأخبار أخرى جديدة مكملة حتى تبنى من خلال هذه الحوارات آراء وتوجهات حول تنمية الوعي الرياضي بين الطلبة، هذا ما يجعل القنوات الرياضية بصفة عامة والاعلام الرياضي المرئي خاصة، يلعب دورا ايجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية.

خاتمة

يعتبر الاعلام الرياضي المرئي من خلال برامجه ومواضيعه المقترحة وسيلة اتصال هامة لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع خاصة طلبة اذاعة وتلفزيون و تربية بدنية ورياضية بتدعيم وترسيخ الرياضة و من بين حاجيات الطالب التطلع و معرفة كل ما يتعلق بالرياضة والمعلومات الرياضية التي من شأنها اثراء رصيده ووعيه وثقافته نحو الرياضة وممارستها .

فالرياضة لم تعد ذلك النشاط العبثي الخالي من أي معاني أو قيم بل أصبحت من الميادين الحيوية التي تولها الدول المتقدمة من أهمية بالغة وتسخر لها كل الامكانيات اللازمة لتؤدي وظائفها على أكمل صورة ، فهي نظام فاعل في كل المجتمعات والشبابية على وجه الخصوص أنها أصبحت كمؤسسة اجتماعية وثقافية ، كما أنها أصبحت تشكل جسر حوار وتفاهم وصنع السلام بين الدول . فلا بد على هذه الأخيرة أن تولي أهمية بالغة للرياضة من الجانب الاعلامي المرئي الذي اصبح هذه من خلال البحث في مستوى الاعلام الرياضي المرئي وما يلعب من دور في نشر الثقافة الرياضية، فالطلبة يمتلكون مستوى ثقافي مقبول للاعلام الرياضي، ودوره لاكسابهم لتلك الثقافة الرياضية و ذلك من خلال ما يجدونه بالبرامج الرياضية من خلال القنوات الرياضية حيث أن جل موضوعات البرامج موجه نحو الجانب الاخباري و التثقيفي مهملا الى حد كبير و وظيفة التوجيه و التربية خاصة القنوات المحلية لعدم توفيرها لبرامج تتناول جميع الرياضات و تقديمها في صورة اعلامية جيدة وهذا ما يفتقر اليه اعلام بلادنا.فان معالجة موضوع بهذا الحجم يتطلب جهدا أكبر و مزيدا من الدراسات والبحوث وعليه فالنتائج المتوصل اليها ليست نهائية، وانما يمكن اعتبارها نتائج أولية يمكن الانطلاق منها لمعالجة ها الموضوع من زاوية ادق وأعمق .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

• القرآن الكريم :

1-سورة المائدة ، الآية48.

• الكتب:

- 2- احسان محمد حسن ، علم الاجتماع الرياضي ، ط1، عمان:دار وائل للنشر والتوزيع،2005.
- 3- احسان أحمد الشافعي، الاعلام الرياضي وآلياته كحق من حقوق الانسان في التربية البدنية والرياضية، ط1، الاسكندرية:دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، 2007.
- 4-احسان أحمد الشافعي : الاتصال في التربية البدنية والرياضية ،ط1، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، 2005.
- 5- أديب خضور ، أدبيات الصحافة، ط1، دمشق:جامعة دمشق، 1986.
- 6- أديب خضور ، الاعلام الرياضي ، الاسكندرية: دار الوفاء للنشر و التوزيع، 1989.
- 7- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الاعلام الرياضي ، ط1، القاهرة: مركز الكتاب للنشر،1998.
- 8- دفيد روي ترجمة هدى فؤاد، الرياضة والثقافة والاعلام الثالث الصعب،ط1، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006.

9- رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار هومة- الجزائر ، 2002.

10- عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث ، ط2، بن عكنون- الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.

11-محمد الحماحي ، الاعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ ، ط1، القاهرة:مركز الكتاب للنشر ، 2006.

12- محمد عبد الرحمان الضيف ، تأثير وسائل الاعلام؛دراسة في النظريات والأساليب، الرياض:مكتبة العبيكان، 1994.

13- مورييس أنجلس ترجمة: بوزيد صحراوي؛كمال بوشرف؛سعيد سبعون، ط2، الجزائر: دار القصبه للنشر ، 2004؛2006.

14- ياسين فضل ياسين، الاعلام الرياضي ، طبعة مزيدة، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2015.

• الرسائل الجامعية :

1- بورغداد عقبة ، دور الاعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012.

2-راجحي صابر، تأثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة بسكرة، 2011-2012.

- 3- عروي عبلة مونية ، دور الاعلام الرياضي التفرزي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، شعبة التربية الحركية، جامعة ورقلة ، 2013-2014.
- 4- علي جرمون ، محاولة لاقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية والرياضية ، جامعة عين الدفلى ، 2007-2008.
- 5- عيسى الهادي ، البرامج الرياضية التلفزيونية و أثرها على نشر الوعي الرياضي ، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية والرياضية ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 6- فتحي البخاري، مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية،معهد التربية البدنية والرياضية؛جامعة مستغانم، 2012-2013.
- 7-مبروك براهيمى ، دور الاعلام المرئي و المسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا ، أطروحة دكتوراه العلوم في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية ،معهد التربية البدنية والرياضية؛جامعة الجزائر، 2012-2013.

• المجالات :

- 1- خالد زيود ،خالد زيود،دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك"مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية،العدد الرابع،2013.
- 2-عمار طاهر،التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية،مجلة الباحث الاعلامي،العدد6-7،2006.
- 3- مزروع السعيد ، الرياضة بين الواقع و الاحتراف ، مجلة كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد7،2010.

الملاحق

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم عوم الاعلام والاتصال

تخصص اذاعة وتلفزيون

استمارة استبيان

هذه الاستمارة تعد اداة بحث مهمة في دراستنا التي تدرج في اطار التحضير لشهادة الماستر ، تتعلق بدور الاعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية ، دراسة ميدانية على مستوى جامعة محمد خيضر - بسكرة . لذا يرجى منكم المساعدة باجابتم الموضوعية و الدقيقة عن الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة ، و نحيطكم علما ان المعلومات التي تدلون بها لن تستعمل الا لغرض علمي بحث .

المطلوب منكم :

-القراءة المتأنية لكل سؤال .

- ضع علامة (x) داخل اطار الاجابة المناسبة .

الاستاذ المشرف :

-مرغاد بشر الدين

اعداد الطالبة :

-حاج سعيد مباركة سهيلة

¶ السنة الجامعية 2014/2015

المحور الأول : البيانات شخصية :

-الجنس :

- ذكر - أنثى

-التخصص :

- اذاعة وتلفزيون - تربية بدنية و رياضية

المحور الثاني : مشاهدة القنوات الرياضية

1-هل تتابع القنوات الرياضية يوميا ؟

-دائما

- احيانا

- ابدا

2- ما هي فترات مشاهدتك لهذه القنوات ؟ ولماذا ؟

.....
.....
.....

3-ما هي الرياضات الأكثر مشاهدة عبر هذه القنوات ؟أذكرها بالترتيب.

.....-
.....-
.....-
.....-
.....-
.....-

4- هل تتابع القنوات الرياضية ؟

- المحلية
 - العربية
 - الغربية
- أذكرها بالترتيب :

.....-

.....-

.....-

.....-

.....-

.....-

المحور الثالث : البرامج الرياضية و المشاهدين

6- ما نوع البرنامج الذي يستهويك ؟

- مباريات رياضية
- برامج اخبارية
- برامج حوارية

7- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة البرنامج :

.....

.....

8- هل الوقت المخصص للبرنامج كاف لاكتساب الأخبار والمعلومات المقدمة ؟

- نعم
- لا

9- ما هي البرامج الرياضية المشهورة التي تحب مشاهدتها ؟ أذكرها بالترتيب :

.....-

.....-

.....-

.....-

.....-

.....-

10- هل تلبى البرامج الرياضية كل احتياجاتك و ميولك ؟

- نعم
- لا

11- هل هناك برامج ترى أنها تثير العدوانية ؟

- نعم
- لا

اذكرها ، اذا اجبت بنعم :

12- هل تحبذ أن يكون مقدم البرنامج ؟

- ذكر
 -انثى
 -معا

13- هل مقدموا البرامج يستخدمون أسلوب واضح في تقديم الأخبار والمعلومات ؟

- نعم
 - لا

14- هل أهداف هذه البرامج مخاطبة لجميع المستويات والطبقات الاجتماعية ؟

- نعم
 - لا

المحور الرابع : الثقافة الرياضية للطالب

15- هل تمارس الرياضة ؟

- نعم
 - لا

اذا اجبت بنعم ، فما نوع هذه الرياضة

16- أين تفضل متابعة هذه البرامج ؟

- في المنزل
 - في المقهى
 - في الملعب
أماكن اخرى :

17- ما مدى تاثر المشاهدين بالرياضيين العالميين ؟

- منعدم
 - تأثر قليل
 - تأثر كبير

18- فيما يظهر هذا التأثير؟

- في اللباس
 - في قصات الشعر
 - في الحركات

تأثيرات اخرى :

19- أين تتم مناقشة الحوارات الرياضية :

- في الجامعة

- في المقهى

- في النادي

أماكن أخرى :

20- هل اهتمامك ببرنامج رياضي معين مبني على أساس ؟

- الموضوع

- المقدم

- نوع الرياضة

- البلد

اهتمامات أخرى :

21- هل هناك علاقة بين النشاط الرياضي و البرامج التي تشاهدها ؟

- نعم

- لا

الفهرس

الصفحة	الفهرس
1	مقدمة
5	الجانب المنهجي
6	اشكالية الدراسة
7	اهداف الدراسة
7	تحديد المفاهيم
9	منهج الدراسة
10	الجانب النظري: الفصل الاول: الاعلام الرياضي المرئي
11	المبحث 1: الاعلام الرياضي
11	المطلب 1: ماهية الاعلام الرياضي
12	المطلب 2: نظريات تاثير الاعلام الرياضي
15	المطلب 3: انواع الاعلام الرياضي ومجالاته
30	المطلب 4: اهمية واهداف الاعلام الرياضي
32	المبحث 2: المنظومة الاعلامية الرياضية التلفزيونية
32	المطلب 1: الاعلام الرياضي في التلفزيون
43	المطلب 2: صناعة وسائل الاعلام الرياضية المرئية
46	المطلب 3: اقتصاديات وسائل الاعلام الرياضية المرئية
51	المطلب 4: عوامل تفوق الاعلام الرياضي المرئي
51	المطلب 5: المشاكل الناجمة عن الاعلام الرياضي المرئي
54	الفصل الثاني: الاعلام الرياضي المرئي وبناء الثقافة الرياضية
55	المبحث الاول: العلاقة بين الاعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية
55	المطلب 1: مفهوم الثقافة الرياضية
56	المطلب 2: دور الاعلام الرياضي المرئي في تنمية ثقافة الطالب
158	المطلب 3: العلاقة بين الرياضة والاعلام المرئي الرياضي

60	المطلب 4:العلاقة بين الاعلام المرئي الرياضي وثقافة الطالب
62	الجانب التطبيقي
63	الاجراءات المنهجية
63	منهج الدراسة
63	تحديد مجتمع الدراسة
64	عينة الدراسة
65	ادوات الدراسة
65	تحليل ومناقشة الجداول
91	الاستنتاج العام
92	خاتمة
93	قائمة المراجع
97	الملاحق
103	الفهرس

فهرس الجداول

الصفحة	قائمة الجداول البسيطة والمركبة
ص66	جدول (1) يوضح توزيع عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الشخصية
ص67	جدول (2) يوضح مدى تتبع القنوات الرياضية
ص68	جدول (3) يوضح فترات مشاهدة القنوات الرياضية
ص69	جدول (4) يوضح أنواع الرياضات الأكثر مشاهدة عبر القنوات الرياضية
ص70	جدول (5) يوضح نسب أهم أنواع القنوات الرياضية متابعة
ص72	جدول (6) يوضح الهدف من متابعة القنوات الرياضية
ص73	جدول (7) يوضح نوع البرامج الرياضية الأكثر متابعة
ص74	جدول (8) يوضح نسبة ساعات مشاهدة البرامج الرياضية
ص74	جدول (9) يوضح مدى كفاية الوقت المخصص للبرامج الرياضية في اكتساب المعلومات والأخبار
ص75	جدول (10) يوضح أشهر البرامج الرياضية متابعة لدى الطالب
ص76	جدول (11) يوضح مراعات البرامج الرياضية لاحتياجات وميولات الطالب
ص77	جدول (12) يوضح البرامج التي تثير ميول عدواني
ص78	جدول (13) يوضح طبيعة المقدم لدى الطالب
ص79	جدول (14) يوضح فعالية اسلوب مقدموا البرامج الرياضية في ايضاح المعلومات
ص80	جدول (15) يوضح مدى مخاطبة أهداف البرامج الرياضية للمستويات والطبقات الاجتماعية
ص81	جدول (16) يوضح نسب ممارسة الطالب للرياضة وأنواعها
ص82	جدول (17) يوضح أماكن متابعة الطالب للبرامج الرياضية
ص82	جدول (18) يوضح مدى تأثر المشاهدين بالرياضيين العالميين

83ص	جدول (19) يوضح مظاهر التأثير
84ص	جدول (20) يوضح أماكن مناقشة الحوارات الرياضية
85ص	جدول (21) يوضح نسب أسباب الاهتمام بالبرامج الرياضية
86ص	جدول (22) يوضح نسبة العلاقة بين النشاط الرياضي الممارس والبرامج الرياضية المتابعة
87ص	جدول (23) يوضح مشاهدة القنوات الرياضية بدلالة التخصص
88ص	جدول (24) يوضح مدى كفاية الوقت المخصص للبرامج في اكتساب المعلومات بدلالة التخصص:
89ص	جدول (25) يوضح مراعاة البرامج الرياضية لاحتياجات الطالب بدلالة التخصص.
90ص	جدول (26) يوضح مدى مخاطبة أهداف البرامج الرياضية للمستويات والطبقات الاجتماعية بدلالة التخصص