

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

ميدان : علوم وتكنولوجيا النشاطات البدنية والرياضية

فرع : إعلام واتصال الرياضي

تخصص : إعلام رياضي سمعي بصري



معهد : علوم وتكنولوجيا النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الاعلام والاتصال الرياضي

رقم :

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

اعداد الطالب (ة) : جلود ساعد

تحت عنوان

دور الاعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الأندية الرياضية

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة : محمد بوضياف	والي عبود
مشرفا ومقررا	جامعة : محمد بوضياف	بلبار السعيد
مناقشا	جامعة : محمد بوضياف	بيبط

السنة الجامعية : 2018 / 2019

شكر وعرهان

الفهرس

فهرس الجداول والأشكال البيانية

أ	مقدمة :
	الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة
2	أ- الخلفية النظرية:.....
2	1- تعريف خاصة بالاعلام:.....
2	1-1- تعريف الاعلام :
2	1-2- تعريف الاعلام الرياضي :
3	1-3- خصائص الاعلام الرياضي:.....
4	1-4- وظيفة الاعلام الرياضي:.....
5	2- الاعلام المكتوب :
5	2-1- تعريف الاعلام المكتوب :
5	2-2- مراحل نشأة وتطور الصحافة المكتوبة :
7	2-3- خصائص الصحافة المكتوبة :
7	2-4- أنواع الصحافة المكتوبة :
8	3- نشأة الصحافة الرياضية المختصة في الجزائر :
9	4- وظائف الصحافة الرياضية المتخصصة :
11	5- صنع القرار :
11	5-1- مفهوم صنع القرار :
12	5-2- أنواع القرارات :
12	5-3- مراحل صنع القرار :
14	5-4- نماذج صنع القرارات :

16.....	5-5-5 دور صانع القرار :
16.....	5-6-5-الفاعلية في صنع القرار :
17.....	5-7-5- مقومات القرار فعال :
19.....	5-8-5- طرق لصنع القرار داخل المؤسسة الرياضية:
21.....	5-9-5- الأخطاء الشائعة في صناعة القرار:
22.....	6-6- الأندية الرياضية :
22.....	6-1- نادي أمل بوسعادة :
22.....	ب- الدراسات السابقة :
22.....	1- الدراسة الأولى
23.....	2- الدراسة الثانية
24.....	3- الدراسة الثالثة :
25.....	4- الدراسة الرابعة :
25.....	5- الدراسة الخامسة :
الفصل الثاني : الاطار العام للدراسة	
27.....	1- الكلمات الدالة في الدراسة :
27.....	1-1- الاعلام :
27.....	1-2- الاعلام الرياضي:
28.....	- تعريف الاجرائي للإعلام الرياضي :
28.....	1-3 : الاعلام المكتوب:
28.....	1-4- صنع القرار :
29.....	1-5- الأندية الرياضية :
29.....	2- اشكالية الدراسة :
30.....	3- أهداف الدراسة :

4- أهمية الدراسة : 31.....

5- فرضيات الدراسة : 31.....

الفصل الثالث : الاجراءات الميدانية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية : 32.....

2- المنهج المتبع في الدراسة : 32.....

3- مجتمع وعينة الدراسة : 32.....

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات : 33.....

5- اجراءات التطبيق الميدانية للاداة : 34.....

6- الأساليب الاحصائية : 34.....

الفصل الرابع : عرض النتائج وتغييرها ومناقشتها

1- عرض النتائج : 35.....

1-1- المحور الأول : 35.....

1-3- المحور الثاني : 46.....

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات : 57.....

- مناقشة الفرضية الأولى : 57.....

- مناقشة الفرضية الثانية : 59.....

- مناقشة الفرضية العامة : 61.....

الفصل الخامس : استنتاجات واقتراحات

1- استنتاجات عامة : 62.....

الخاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

فهرس الأشكال والتمثيلات البيانية

الرقم	العنوان	الصفحة
عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها		
1	رسم بياني يبين لنا النسبة المئوية لمساعدة الاعلام الرياضي المكتوب في اتخاذ القرار	
2	رسم بياني يبين لنا نسبة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب كأحد الصعوبات في اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية	
3	رسم بياني يبين لنا مدى قوة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية .	
4	رسم بياني يبين لنا معرفة للوسائل الاعلام الرياضي المكتوب تلعب دورها في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.	
5	رسم بياني يبين لنا معرفة الكيفية التي يؤثر بها الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الأندية الرياضية .	
6	رسم بياني يبين النسبة المئوية لمدى اهتمام وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة بقرارات الأندية الرياضية.	
7	رسم البياني يبين النسبة المئوية لاختلاف درجة التأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية على حسب تنوعها .	
08	رسم بياني يبين لنا معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الأندية الرياضية .	
09	رسم بياني يبين النسبة المئوية لدور الاعلام الرياضي المكتوب في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الأندية الرياضية .	
10	رسم بياني يبين النسبة المئوية مدى تأثير الاعلام الرياضي المكتوب في إثارة الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية.	
11	رسم بياني يبين النسبة المئوية تأخذ الأندية الرياضية موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار قرار.	
12	رسم بياني يبين النسبة المئوية مدى تأثير نجاح وقوة الجريدة الرياضية على الرأي وإثارته حول القرارات الأندية الرياضية .	
13	رسم بياني يبين النسبة المئوية لصانع القرار قد تعرض لمشاكل الرأي العام وبإشارة من	

	احدى الصحف الرياضية.	
	رسم بياني يبين النسبة المئوية لإثارة شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الأندية الرياضية .	14
	رسم بياني يبين النسبة المئوية لمدى إثارة شخصية الصحفي للرأي العام حول القرارات الصادرة عن الأندية الرياضية بالقبول أو الرفض.	15



الرقم	العنوان	الصفحة
الاجراءات الميدانية للدراسة		
عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها		
1	جدول يبين مدى مساعدة الاعلام الرياضي المكتوب في اتخاذ القرار	
2	جدول يبين لنا درجة تأثير الاعلام الرياض المكتوب كأحد الصعوبات في اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية	
3	جدول يبين لنا مدى قوة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية .	
4	جدول يبين ان كانت وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرار داخل الأندية الرياضية	
5	جدول يبين الكيفية التي يؤثر بها الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الأندية الرياضية .	
6	جدول يبين مدى اهتمام وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة بقرارات الأندية الرياضية.	
7	جدول يبين اختلاف درجة التأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية على حسب تنوعها	
08	جدول يبين لنا معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الأندية الرياضية .	
09	جدول يبين لنا معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية .	
10	جدول يبين لنا ما اذا كان الاعلام الرياضي المكتوب قد تسبب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية.	
11	جدول يبين لنا ما اذا كانت الأندية الرياضية تأخذ موضوعات الصحافة المكتوبة بعين	

	الاعتبار أثناء اصدار القرار.	
12	جدول يبين لنا معرفة اذا كان نجاح وقوة الجريدة الرياضية عامل يثير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية .	
13	جدول يبين معرفة اذا كان صانع القرار قد تعرض لمشاكل الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة	
14	جدول يبين مدى اثاره شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الأندية الرياضية.	
15	جدول يبين كيفية اثاره شخصية الصحفي للرأي العام حول قرارات الصادرة من الأندية الرياضية بالقبول أو بالرفض .	

الفصل الأول :
الخلفية النظرية
والدراسات السابقة

تتم الدول في العصر الحديث بالمؤسسات الرياضية التي تعد أحد القطاعات الهامة لتحقيق الأهداف التي في مقدمتها الارتقاء بالإنسان، وتنفق الدول الكثير من الأموال في سبيل إنشاء تلك المؤسسات علما بأن ادارتها تحتاج الى كفاءات ذو مستوى عالي من التأهيل العلمي لضمان الاستفادة من الامكانيات المادية والبشرية المتاحة .

وتعد العملية الادارية من أهم عناصر نجاح أي نادي رياضي أو مؤسسة بل هي من ضمانات بقائه وإستمراره، وعنصر الادارة هو العامل الحاسم الذي يميز بين مؤسسة رياضية وأخرى في قياس مدى نجاحها في تحقيق الأهداف بالسمعة الطيبة وتحقيق نتائج رياضية والانجازات المختلفة وتدفع الأعضاء للمشاركة والعطاء من أجل استمرارية النجاح، فأصبح التنافس الحقيقي بين الأندية الرياضية مثلا على المستوى المحلي أو العالمي تنافسا في مجال الادارة الرياضية وأصبح التركيز على الأجهزة الادارية ودرجة كفاءتها مؤشرا لنجاح الأندية من عدمها، وتظهر دائما مشكلة الأندية الرياضية في مدى القدرة والكفاءة العلمية الادارية لتلك الأندية، وتعد العمليات الادارية والتنظيمية من العوامل الهامة لتحقيق أهداف المؤسسات و النوادي الرياضية .

وتعد عملية صنع القرارات أحد أهم العناصر الفعالة والفاعلة في العملية الادارية وهناك من ينظر اليها كونها العملية الادارية ذاتها بما تحتويه من تخطيط وتنظيم وبرمجة وتوجيه، فهي تمثل قلب الادارة كما أنها تعد جوهر الادارة، والقرار العقلاني والموضوعي هو أساس الادارة الناجحة والجيدة، ولهذا يجب القول أن عملية صنع القرار المناسب يمكن أن يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كفاءة الأندية الرياضية وهنا لا بد على المسؤولين والقائمين على سير الادارة تعلم مهارات وأساليب ومراحل وكل ما يتعلق بصناعة القرارات، والتي ترفع من مستوى أدائهم الوظيفي¹.

وأنه أيا كانت طبيعة ونمط شخصية صانع القرار في المجال الرياضي فانه تربطه علاقة وثيقة بوسائل الاعلام المكتوبة، وهذا للدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسائل الاعلامية في عملية صنع القرار، ومن خلال ماتقدمه من المعلومات التي تغطي كل المناطق وجميع الأحداث الرياضية وما تقوم به من جذب لمختف الأجناس والمستويات، وقدرتها على تشكيل اتجاه رياضي والرأي العام على الساحة الرياضية، قد يكون له علاقة كبيرة بصنع القرار داخل الأندية الرياضية، حيث تقدم المعلومات اللازمة والتي تساعد في حصر وتحديد المشكلات الرياضية داخل الأندية الرياضية ثم عن طريق ما تطرحه من حلول وبدائل يتم اختيار البديل الأنسب ثم يكون صنع القرار بالمشاركة، وتعمل على تهيئة الرأي العام لقبوله أو رفضه ومتابعته حتى يتم تنفيذه .

وقد وقع اختيارنا لهذا الموضوع والذي يدور مضمونه حول دور الاعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الأندية الرياضية، رغبة منا في اضافة الحقل المعرفي والساحة الرياضية يمثل هذه المواضيع الحساسة والتي لا تقل أهمية على مختلف المجالات والميادين العلمية الأخرى، والتعريف الاعلامي والإداري في المجال الرياضي.

¹ خير الدين علي عويس ، عطاء حسن عبد الرحيم ، الاعلام الرياضي ، ج 1 ، مراز الكتاب للنشر ، القاهرة، 1998 ص 22 .

أ- الخليفة النظرية:

1- تعاريف خاصة بالإعلام:

1-1- تعريف الإعلام:

إشتقت كلمة إعلام من الفعل علم، تقول العرب استعمله الخبر فأعلمه إياه أي صار يعرفه بعد أن طلب معرفته، فلغويا معنى الإعلام نقل الأخبار.⁽¹⁾

وكلمة الإعلام مشتقة من العلم ، فلغويا معنى الإعلام نقل الخبر.⁽²⁾

أما اصطلاحا فهو إبلاغ أو إخبار الجمهور بالمستجدات الحديثة، إذا فالإعلام "هو عملية نشر وتقديم المعلومات الصحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة ومنطقية وراجحة للجمهور مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام".⁽³⁾

ويقول الدكتور عبد اللطيف حمزة أن "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة".⁽⁴⁾

1-2- تعريف الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام فهو إعلام يهتم بمجال واحد وهو المجال الرياضي حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين ويعتبرون الموضوع الأساسي له، فالإعلام الرياضي يهدف أولا وقبل كل شيء إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام. وفي هذا المجال يمكن لنا عرض بعض التعاريف الخاصة بالإعلام الرياضي ومن أبرزها التعريف الذي قدمه الدكتور "أديب حضور" الذي يعرفه على انه: "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة عنصر جذب واستقطاب للنشء والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل"⁽⁵⁾.

(1) "المنجد في اللغة والآداب والعلوم"، ط 15، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ص 527.

(2) إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 12.

(3) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط 5، عالم الكتب، القاهرة، ص 337.

(4) عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 14.

(5) أديب حضور، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 87.

كما يعرفه فيصل غامض على انه: "ذلك النشاط الإعلامي الذي يختص بتقديم الأخبار المتعلقة أساسا بالرياضة والمرتبطة بما تصنعه الرياضة من أحداث رياضية والتي يدعمها نوع من التفسير والتحليل وأيضا توجيه فئات وشرائح المجتمع المهتمة بالرياضة".⁽¹⁾

1-3- خصائص الإعلام الرياضي:

يتميز الإعلام بامتلاكه للعديد من الخصائص والسمات التي تميزه على غيره من أنواع الإعلام المتخصص ومن أبرز هذه الخصائص نذكر:

1-3-1- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.⁽²⁾

1-3-2- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

1-3-3- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

1-3-4- لإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة إجتماعية تستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها.⁽³⁾

الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة إجتماعية تستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينها وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.

1-4- وظيفة الإعلام الرياضي:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة تتعلق بالمجال الرياضي ومن أهم الوظائف ما يلي:

⁽¹⁾ فيصل غامض، "مجلة الإذاعة"، العدد 31، الاثنين من 20 إلى 26 سبتمبر، 1993، ص58.

⁽²⁾ خير الدين علي عويس، عطاء حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص25.

⁽³⁾ خير الدين علي عويس، عطاء حسن عبد الرحيم، نفس المرجع، ص21.

1-4-1- الوظيفة المعرفية:

تقدم معلومات عن الأحداث الرياضية في المجتمع الرياضي الذي يحيط بالأفراد بما يؤدي إلى تكيف الأفراد مع هذا المجتمع والاندماج فيه، ويساهم في استقراره وتقدمه.

1-4-2- الوظيفة التفسيرية:

وذلك لدعم روابط المجتمع وتحقيق من خلاله ما يلي:⁽¹⁾

1-2-4-1- الشرح والتفسير والتعليق على الأحداث والقضايا المثارة وبيان أبعادها ودوافعها.

1-2-4-2- تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي.

1-4-3- الوظيفة الاستمرارية:

- صهر عناصر المجتمع في بوتقة واحدة والحفاظ على القيمة السائدة فيه والحفاظ على استمرارية ثقافته الرياضية.

1-4-4- الترويح:

التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والبعد عن الروتين اليومي وعجلة الحياة التي جعلت الناس لا يفكرون في أي شيء سوا لقمة العيش.

2- الاعلام المكتوب:

2-1- تعريف الاعلام المكتوب:

-التعريف الاصطلاحي:

حسب الباحث حسن عبد الحميد رشوان فان كلمة الصحافة بمعنى press تستخدم بمعنى كل شيء مرتبط بالطباعة وطبع ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا journal وتعني الصحيفة

⁽¹⁾ أوتر السعيد الموجي وآخرون، الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، ط1، دار نخضة مصر العربية، 2006، ص12 .

journalisme بمعنى الصحافة أما journaliste وتعني الصحفي، ومنه كلمة الصحافة تشمل الصحيفة والصحفي في نفس الوقت¹.

أما الباحث فاروق أبو زيد فالإعلام المكتوب هو: " وسيلة إعلامية مطبوعة وهو النشر عن طريق الصحف والمجلات، ولاشك أن الصحافة تلعب دورا هاما في الحضارات الحديثة، وتعتبر في البلاد المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا جزءا جوهريا من مقومات الحياة الفكرية الإنسانية"².

2-2- مراحل نشأة وتطور الصحافة المكتوبة:

لقد مر الإعلام المكتوب بعدة مراحل لعل من أهمها ما يلي :

المرحلة الأولى: كانت وسائل الإعلام في العصور القديمة تعتمد على قرع الطبول والدخان والحمام الزاجل، وكذلك كان التجار في ذلك الوقت يحملون معهم في أسفارهم الأخبار، كما كان رجال المعابد الذين يمارسون مهام رجال الإعلام مثلما مارسها رجال البريد العرب، ومع مرور الوقت وتحت الضغط الاجتماعي برزت الحاجة إلى مادة الكتابة التي تكون سهلة الاحتفاظ بها والحمل فاستخدم المصريون القدامى ورق البردي الذي انتقل فيما بعد إلى اليونانيين فالرومان ثم تمكن الصينيون من اختراع الورق من لحاء شجر التوت على يد تس آل لوب وكانوا أول من قام بطبع نصوص على الخشب فعرفت أول الدوريات الرسمية للجهاز الملكي في عهد تانغ سنة 618 م، ورغم السرية الشديدة التي أحاطوها باختراعاتهم إلا أن المسلمين استطاعوا كشفه والحصول عليه في منتصف القرن 8م وعملوا على تطويره بعد ذلك فأنتجوا ورقا من الكتان ونقلوه إلى أوربا إبان الفتوحات الإسلامية³.

المرحلة الثانية: ابتداء من القرن 14م عرف الإعلام المكتوب بعض السريان فاصدر عدد من النشرات المخطوطة لصالح الأمراء والتجار والصرافين كنوع من الخدمات مقابل أسعار معينة، إلى أن ظهرت الطباعة في قرن 15م على يد المخترع يوحنا غوتنبرغ حيث كانت هاته الآلة مصنوعة بالحروف المعدنية المنفصلة التي تمثل الفاصل الإعلامي الحقيقي بين العصر القديم والعصر الوسيط والحديث، كذلك بعد أن شعر الناس بالحاجة الملحة إلى الأخبار المطبوعة التي تطلعهم على أهم الأحداث المحلية والعالمية في القرن 15م وجزء من القرن 16م، مما ساهم في ظهور الأوراق الطائفة والمطبوعة فجاءت صحيفة القازيطة الايطالية وكانت عبارة عن أوراق إخبارية مطبوعة فجاءت خصيصا بمناسبة الأحداث الكبرى والاحتفالات والأعياد والمعارك والكوارث الطبيعية... الخ⁴.

(1) (حسن عبد الحميد رشوان، 1997م، ص299)

(2) (فاروق أبو زيد، 1997م، ص37)

(3) (زبير سيف الإسلام، 1984م، ص8)

(4) (خليل صابات، جمال عبد العظيم، 2001م، ص32)

المرحلة الثالثة: أما الإعلام المكتوب الحديث فظهر أولا في ايطاليا و في الولايات التابعة لأسرة هيسبورغ النمساوية في أواخر القرن 16م، وجاءت بعد ذلك فرنسا وانجلترا حوالي1630م أما أقدم الصحف والتي تعتبر الأولى عالميا من حيث أرقام توزيعها فكانت سنة1914م، مما سبق ذكره فإن نشأتها كانت في الدول الأجنبية، أما الإعلام المكتوب في الوطن العربي فقد تشابحت بحكم تشابه الظروف السياسية التي مرت بها خاصة الاستعمار الأوربي مما ساهم في صدور صحافة السلطة فالحاكم هو المسؤول الأول عليها

ومنه لم تكن الصحف العربية الأولى صحفا شعبية نابعة من الجماهير لتجسد حاجته إلى وسيلة إعلامية تحقق لها أغراض معينة، فكان ذلك أمرا منطقيا فلم يكن المجتمع في أي دولة عربية قد وصل إلى مرحلة النضج أو الوعي ما يسمح بأن ينشأ الصحافة فيه نشأة ذاتية .

ومن هنا فان مرحلة الصحافة الرسمية في البلاد العربية كانت ضرورة تاريخية وقد أدت هذه الصحافة في خدمة التطور الإعلامي في بلادها أحسن أداء فقد كان لا بد أن تستعين السلطات التي أنشأتها بعناصر وطنية للعمل فيها ، ومن ثم كانت الصحف الرسمية الأولى مدرسة لتلك العناصر التي تمرست فيها على العمل الصحفي وكانت صفحاتها مجالا طيبا لتدريب أولئك المحررين الأوائل لإبراز مواهبهم و تنميتها و هكذا تكون الأول من الصحافة العربية ولقد كان من هؤلاء من سخا بعطائه فجاوز حدود الإطار الرسمي لصحيفته إلى أفاق أوسع.¹

المرحلة الرابعة: شهدت هذه المرحلة عدة تطورات على مستوى الإعلام المكتوب في جميع دول العالم خاصة مع ظهور الدراسات الحديثة لوسائل الإعلام الجماهيرية التي ساهمت في وصول الإعلام المكتوب إلى نوع من الاستقرار والانتظام والاستقلالية والتعددية نموذجا على ذلك الجزائر خاصة بعد خروجها من سياسة الحزب الواحد والدخول مباشرة إلى التعددية الحزبية مما ساهم كثيرا في ظهور التعددية الإعلامية خاصة مع صدور قانون الإعلام 1990م الذي بدوره ساهم في ظهور الصحف المستقلة ولعل من أهمها جريدة الخبر اليومي، ولكن مع دخول عالم التكنولوجيا ومع ظهور الانترنت 1999م التي ساهمت بشكل كبير في تطور الإعلام المكتوب خاصة مع ظهور الصحافة الالكترونية وذلك بعد 2005م مما ساعد في جعل الإعلام المكتوب الالكتروني محل أنظار واهتمام حيث أصبح ذو أهمية بالغة لدى المستقبل ومن طرف جميع فئات مجتمع، ومن ذلك الحين إلى يومنا هذا تطور الإعلام المكتوب الصحافة في الجزائر خاصة وتنوعت أدواره التثقيفية والتوعية في جميع دول العالم عامة.²

2-3- خصائص الصحافة المكتوبة:

¹ (شاهيناز طلعت، 2003م، ص60)

² (فضيل دليو، 2006م، ص28)

للصحافة المكتوبة العديد من الخصائص يمكن حصرها فيما يلي:¹

أ- الإعلام المكتوب يتميز بنشر مساحات واسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث والأخبار اليومية .

ب- يمكن قراءة الصحيفة أكثر من مرة ، كذلك يمكن قراءتها في أي مكان ومن طرف أكثر من شخص .

ج- يمكن الاحتفاظ بالصحيفة والرجوع إليها في أي وقت علاوة على ذلك فإن أسعار الصحف تكون عادة رخيصة مقارنة مع غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

د- يمكن قراءة الصحيفة مثل بقية المطبوعات بالسرعة التي تناسب القارئ، كذلك يمكن إعادة قراءتها، خاصة وأن اللغة المستخدمة لغة سهلة وبسيطة وواضحة.²

ك- يمكن لصحيفة تغطية معظم الأحداث بتفاصيلها، حيث تخصص قسم لسياسة وثقافة ولرياضة... الخ.

هـ- كذلك تحرص الصحف على تلبية حاجات كل الأفراد، لهذا يزداد الاهتمام بها والإقبال عليها من قبل كل فئات المجتمع و في كل وقت.

و- تتميز الصحيفة بوجود عنوان ثابت وواحد لا يتغير الذي ينتظم جميع الأعداد وبالرقم المتسلسل وبانتظام في موعد الصدور سواء كان ذلك يوميا كما هو الحال في الجرائد أو الأنواع الأخرى للصحف .

ي- تعتبر الصحيفة وسيلة تربوية وتعليمية وثقافية بالدرجة الأولى خاصة مع ظهور الصحافة الالكترونية في الآونة الأخيرة.

2-4- أنواع الصحافة المكتوبة:

للإعلام المكتوب العديد من التصنيفات أهمها:

أ- **التصنيف الدوري:** وهو التصنيف الذي يعتمد على فترات الصدور و ينقسم حسبه إلى ما يلي:

اليومية: وهي الصحف التي تصدر مرة أو أكثر في اليوم الواحد وبشكل منتظم أي 365 عددا في السنة إلا في حالة وجود يوم عطلة في الأسبوع.³

الأسبوعية: وهي الصحف التي تصدر مرة واحدة في الأسبوع، وفي يوم محدد عادة و تبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة ما مقداره 52 عددا سنويا، وعادة ما تهتم بالتعليق على الحوادث السياسية والاجتماعية التي تحدث في ذلك الأسبوع.

¹ (رحمة الطيب عيساني، 2008م، ص96)

² (غريب عبد السميع، 1996م، ص44)

³ (غريب عبد السميع، 1996م، ص43) مرجع سابق

نصف الشهرية: وهي الصحف التي تصدر مرتين في الشهر، و في يومين و تاريخين محددين عادة في الشهر الواحد، حيث تبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة ما مقداره 24 عددا سنويا.

3- نشأة الصحف الرياضية المتخصصة في الجزائر :

عرفت الجزائر ظهور أول مطبوع رياضي قبل 36 سنة بمناسبة احتضان الجزائر للألعاب البحر الأبيض المتوسط لأول مرة وكأول تظاهرة دولية تستضيفها الجزائر سنة 1975 كما إن تأهل المنتخب الجزائري لنهائيات كأس العالم 1982 بإسبانيا مما أعطى دفعا قويا للصحف الرياضية الجزائرية فظهرت صحف "الهدف" الناطقة بالفرنسية و"المنتخب" الناطقة بالعربية التي وصل سحبها إلى 100 ألف نسخة وكذا "الوحدة الرياضية" التي كانت ملحق لمجلة الوحدة ذات الطابع السياسي .ومع الانفتاح الإعلامي الذي أتى نتيجة دستور 23 فيفري 1989 وقانون الإعلام لسنة 1991 وفتح المجال لإنشاء الصحف الخاصة ، أين صدرت مجموعة من الصحف الرياضية لعل أبرزها "صدى الملاعب" ثم برزت صحيفة "كومبتسيون" كأسبوعية سنة 1993 وهي صحيفة ناطقة باللغة الفرنسية، وتعد الأقدم بالنسبة للصحف الرياضية المستمرة إلى اليوم ثم كان ظهور صحيفة "الهدف" سنة 1998 كأسبوعية ناطقة باللغة العربية والتي هي اليوم تصدر بشكل يومي ويبلغ سحبه اليومي كمتوسط 150 ألف نسخة وهو ما يعد السحب الأكبر إفريقيا بالنسبة للصحف الرياضية ، ثم تلتها العديد من الصحف الرياضية "الهدف-وكنند" ، "الكرة" ، "الكرة+" ، "الشباك" "لوبيتور" ، "قول" ، "بلانيت سبور" ،..... هذا الكم الهائل من العناوين الرياضية يجعلها حقلًا خصبا للدراسة خاصة في ظل الأرقام الخيالية للمخرجات السحب التي تخطت في بعض الأحيان الأنواع الصحفية العريقة في السوق كالصحف السياسية. ويرجع الخبراء سبب هذا الإقبال الكبير على الصحف الرياضية إلى عاملين أساسيين هما:

-صغر سن المجتمع الجزائري باعتبار 75 % من أفراد المجتمع هم ممن تقل أعمارهم عن 35 سنة وعشقهم الجنوبي لكرة القدم الأقرب - الهروب والعزوف عن العناوين السياسية والاقتصادية وشغل أوقات الفراغ بعناوين رياضية يروا إليهم في الحياة اليومية.

4- وظائف الصحافة الرياضية المتخصصة :

للصحافة الرياضية خصوصا والصحافة بأنواعها عموما وظائف تجاه المجتمع وأفراده علي حد سواء لكن تختلف هذه الوظائف من مجتمع لآخر حسب تركيبته: الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها وعموما نلخص هذه الوظائف في:¹

¹ (خير الدين العويس، عطا حسن عبد الرحيم، 1998 ص 105)

أ. **الإخبار والإعلام** : وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بالشكل دقيق وصحيح وشامل ما يعطيها معناها الحقيقي وأن تقدم الصحافة في نفس الوقت دائرة واسعة من المعلومات والمعارف والقوانين الرياضية ومن المبادئ الهامة في الخبر الموضوعية وعدم خلطه بالرأي وحتى لا تتحول عملية التغطية للأحداث الرياضية إلى عملية لنشر أنصاف الحقائق.

ب. **الشرح والتفسير والتحليل** : وذلك حتى يمكن أن نقدم للأحداث أو الموضوعات الرياضية دلالاتها المختلفة ويساعد القراء علي فهمها وإدراكها وتكوين وجهة نظر أو رؤية حولها وهذا يتم من خلال وضع هذه الأحداث أو تلك الموضوعات الرياضية في البناء العام للأحداث وباستخدام أشكال صحفية مختلفة.

ج. **النقد والتحليل والتعليق** : وهذا يتوقف علي مقدار الحرية التي تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع، وليس هناك رأيا صحيحا وآخر خير صحيح ولكن هناك وجهة نظر أو رأيا مبنيا علي معلومات كاملة وسليمة وصحيحة ومن ثم يكون رأيا صائبا والعكس صحيح.

د. **تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي** : حيث يمكن للصحافة الرياضية أن تكون أداة للتكامل والوحدة بين أفراد المجتمع الرياضي بانتماءاتهم وورغباتهم في المشاركة في النهوض بالرياضة علي جميع المستويات.

هـ. **نقل التراث الرياضي من جيل لآخر** : وذلك بتعريف مختلف الأبطال الذين أثروا المجتمع الرياضي بما حققوه من إنجازات رياضية هذه بالإضافة إلي تعريف هذه الأجيال بالقيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساهمة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال القادمة.

و. **التوثيق والتاريخ** : باعتبارها وثيقة تاريخية من خلال تسجيلها للأحداث والوقائع الرياضية المتلاحقة ومتابعتها بما يعين علي فهم هذه الأحداث للمحاولة الاستفادة منها في النهوض بالرياضة.

ز. **التسلية والترفيه والترويح والترفيه** : حيث تقوم الصحافة الرياضية بالتخفيف عن القراء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم علي قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق له من المتعة والثقافة الرياضية وذلك من خلال نشر القصص الرياضية والكلمات المتقاطعة والمسابقات والألغاز الرياضية وذلك من خلال نشر القصص الرياضية والرسوم الكاريكاتورية الساخرة وغير ذلك من الأشكال الصحفية.

ح. **تقديم الخدمات** : وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية الصحفية التي تفيد القارئ فائدة مباشرة مثل تعريف القراء بمواعيد المباريات الرياضية وأماكن إقامتها والإعلان عن مواعيد إذاعتها سواء في الإذاعة أو التلفزيون وتقديم بعض الاستفسارات في مجال الطب الرياضي.

ط. **ذ - التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات** : حيث تقوم الصحافة الرياضية في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب علي الأندية الاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث بها.

إذ تسعى الصحافة الرياضية إلى التحري عن بعض القضايا الرياضية أو بعض المواقف التي قد تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد ويساعدها علي القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون من حماية عن تصديها لقضايا الانحراف في المجال الرياضي عند بطش المسؤولين أو بطش السلطات¹

5- صنع القرار:

5-1- مفهوم صنع القرار:

إن صنع القرار هو سلسلة الاستجابات الفردية أو الجماعية التي تنتهي باختيار البديل الأنسب في مواجهة موقف معين ويرى طومسون وتودين Thompson Et Tuden انه "وان كان الاختيار بين البدائل يبدو نهاية المطاف في صنع القرارات إلا أن مفهوم القرار ليس مقتصرًا على الاختيار النهائي بل انه يرجع إلى الأنشطة التي تؤدي إلى ذلك الاختيار"⁽²⁾.

ويرى بعض المفكرين أن صنع القرار أساس الإدارة، بل قلب الإدارة ولذلك ينبغي ألا ينظر إلى القرار أنه مجرد إجراء شكلي للبت في الأمور أو لحسم المشاكل أو أنه وسيلة للاختيار بين الحلول المختلفة فحسب.⁽³⁾

¹ (محمود علاء الدين، 1991، ص 19، 15)

⁽²⁾ أحمد إبراهيم أحمد، الإدارة المدرسية، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2003، ص 131 .

⁽³⁾ كمال درويش وآخرون، الإدارة الرياضية الأسس والتطبيقات، القاهرة، 1993، ص 317 .

5-1-1- تعريف القرار: عرفه علي السلمي أنه "إختيار بين بدائل مختلفة" وعرفه عبد الكريم درويش لأنه "النتائج النهائي لمحصلة مجهود متكامل من آراء وأفكار وإتصالات".

ويمكن تعريف القرار الإداري بأنه إفصاح الإدارة في الشكل الذي يتطلبه القانون عن إرادتها الملزمة بما لها من سلطة عامة بمقتضى القوانين واللوائح وذلك بقصد إحداث مركز قانوني متى كان جائزا وممكنا وإبتغاء تحقيق مصلحة عامة.⁽¹⁾

5-1-2- صانع القرار: هو الشخص أو الجهة المسئولة عن عملية الإختيار من البدائل لحل مشاكل العمل.

5-1-3- هو عملية الإختيار الواعية من بين البدائل المتاحة لحل مشكلة معينة، وتختلف أنواع القرارات التي يمكن صنعها داخل المنظمة بين القرارات الروتينية المتكررة و القرارات غير الروتينية.⁽²⁾

ويرى شول أن عملية صنع القرار هي عملية واعية وإنسانية تشتمل على نشاط سلوكي لإختيار واحد من بين بديل أو أكثر بقصد التحرك في إتجاه قضية مرغوب فيها.⁽³⁾

وعملية صنع القرار هي عبارة عن عملية طرح البدائل أو الحلول المحتملة ومناقشتها لحل المشكل موضع البحث.⁽⁴⁾ وكما تعرف بأنها عملية جماعية تضامنية، أي نتاج جهد مشترك.⁽⁵⁾

5-2- أنواع القرارات:

5-2-1- قرارات عادية: هي التي تتعلق بالمشكلات اليومية المتكررة في المنشأة الرياضية وعادة تكون مشكلات إنضباطية ويمكن البث فيها بصورة فورية.

5-2-2- قرارات غير عادية: عادة ما تحتاج مثل هذه القرارات إلى وقت أكثر من مثيلاتها من القرارات العادية حيث أنها توضع للدراسة.⁽⁶⁾

(1) عاطف عبد الله المكاوي، القرار الإداري، ط1 ، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، مصر، 2012، ص156 .

(2) المنظمة العربية للتنمية الإدارية، معجم المصطلحات الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص120 .

(3) منى محمد الهادي، استراتيجيات صنع القرارات، دار النهضة، القاهرة، 1999، ص6 .

(4) زاريا دوري وآخرون ، مبادئ الإدارة العامة ، دار يازور العلمية للنشر ، عمان ، الأردن ، 2010 ، ص89 .

(5) إبراهيم عبد العزيز شيما، أصول الإدارة العامة ، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت ، لبنان، 1983 ، ص355 .

(6) عبد الحميد شرف، الإدارة في التربية البدنية والرياضية بين النظري والتطبيقي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ، 1990 ، ص14

5-3- مراحل صنع القرار:

استخدمت معظم الكتابات التي اهتمت بتوضيح مراحل صنع القرار النموذج الذي قدمه العالم سيمون 1977 Simon لمراحل القرار والذي ميز فيه أربعة مراحل أساسية.⁽¹⁾

5-3-1- مرحلة الاستخبار:

تتضمن مرحلة الاستخبار عمليات مسح البيئة الخارجية والداخلية للمنظمة وذلك بغرض التعرف على مجالات المشاكل والتهديدات وأيضا لاستكشاف فرص التطور والنمو وتتضمن هذه المرحلة القيام بعدد من الأنشطة، تدور هذه الأنشطة حول البحث عن المشكلات وتصنيفها وتحليلها وتحديد المسؤول عنها.

فمرحلة الاستخبار تبدأ بالبحث عن المشكلات ويتم ذلك عن طريق التعرف على مدى فعالية تحقيق أهداف المنظمة، فالمقارنة بين الأداء المستهدف والأداء الفعلي تمكن من الكشف عن مجالات القصور والمشكلات التي تعوق تحقيق الأهداف. ويستلزم إجراء ذلك تجميع بيانات تصف الأداء المستهدف والأداء الفعلي للمنظمة ومن أكثر مقاييس الأداء التنظيمي شيوعا هو مقياس الإنتاجية، فإذا اتضح مثلا أن مستوى الإنتاجية اقل من المستوى المرغوب فيه فعندئذ تبدأ عملية البحث عن مسببات هذا التصور، والكشف عن المشكلات التي أدت الى وجوده وتحديد أعراضه هذه المشكلات وقوتها وأثارها على الإنتاجية وإجراء هذا التحليل المبدئي يمكن تحديد المشكلات ودرجة خطورتها وترتيب أولويات حلها.

أما الخطوة الثانية في مرحلة الاستخبار فهي تصنيف المشكلة، وكما سبق الإشارة فقد ميز "سيمون" بين نوعين من المشكلات هما المشكلات المبرجة والمشكلات غير المبرجة. فبناء على الخصائص المميزة للمشكلة يمكن تصنيفها الى إحدى هاتين المجموعتين من المشكلات.

تتمثل الخطوة الثالثة في مرحلة الاستخبار في تحليل المشكلة الى مكوناتها الأساسية فالمشكلات المعقدة عادة ما يتم تجزئتها وتحليلها الى مشاكل فرعية اقل تعقيدا وذلك حتى يمكن فهمها والتعامل معا بسهولة.

الخطوة الأخيرة في مرحلة الاستخبار هي تحديد من المسؤول عن المشكلة، فالمشكلة تعتبر من مسؤولية المنظمة إذا كانت المنظمة تملك إمكانية حلها. أما إذا كانت المشكلة ترجع الى عوامل بيئية لا تملك المنظمة القدرة على التحكم فيها فهنا تصبح مشكلة المنظمة هي كيفية تجنب هذه المشكلة أو التعايش معها وليس كيفية حلها.

5-3-2- مرحلة التصميم:

⁽¹⁾ علي الشريف، علي عبد الهادي مسلم، مرجع سابق، ص 209.

تتضمن مرحلة التصميم التعبير عن المشكلة موضع القرار في شكل نموذج مبسط يتضمن التغيرات المختلفة للمشكلة، ويظهر العلاقات المختلفة بين هذه المتغيرات، وتنطوي هذه المرحلة على عمليات تقديم تصورات بشأن بدائل الحلول الممكنة، واختبار مدى جدوى تطبيقها لحل المشكلة وعادة ما تستخدم في هذه المرحلة النماذج الرياضية الكمية للتعبير عن المتغيرات المؤثرة في المشكلة واختبار العلاقات بينها، وغالبا ما توجد عمليات مفاضلة بين التبسيط في بناء النموذج، فالنماذج الرياضية المبسطة يسهل فهمها وحلها ولكنها قد لا تكون معبرة تماما عن الواقع أما النماذج المعقدة فهي يصعب حلها ولكنها تعتبر أكثر تمثيلا للواقع، وفي أكثر النماذج الكمية شيوعا للتعبير عن المشكلات الإدارية البرمجة الخطية والبرمجة العددية والنقل والمباريات وتحليل التعادل وصفوف الانتظار وغيرها وبالإضافة الى النماذج الكمية والرياضية ويمكن أيضا بناء نماذج وصفية وهي تلك التي تصف عناصر المشكلة وأبعادها كما هي، ولذلك فهي تعتبر مفيدة في فهم تتابع الأحداث والتعرف على نواتج استخدام البدائل المختلفة في ظل التغيرات المتوقعة.⁽¹⁾

5-3-3- مرحلة البحث والاختيار:

الحدود الفاصلة بين مرحلة التصميم ومرحلة البحث والاختيار وليست واضحة تماما، وذلك لأن هناك أنشطة معينة يمكن ممارستها خلال كلتا المرحلتين، فمرحلة البحث والاختيار تتضمن البحث عن البدائل المناسبة لحل المشكلة وتقييمها ومرحلة التصميم تظهر البدائل التي يجب التركيز عليها عند حل المشكلة واختيار البديل الأمثل من بين هذه البدائل يعتبر مسألة بحث وتقييم واختيار ويجب أن نلاحظ هنا أن حل النموذج لا يعني بالضرورة حل المشكلة. فحل النموذج ينتج عنه مقترح لحل المشكلة فإذا تم تطبيق هذا المقترح بفعالية فهنا فقط يمكن القول أن المشكلة قد تم حلها.

ويمكن التمييز بين نوعين من طرق البحث هما: البحث الموجه بالبيانات والبحث الموجه بالهدف.

فالبحث الموجه بالبيانات هو ذلك الأسلوب في البحث الذي يبدأ من المعلومات المتاحة ويحاول أن يصل منها الى استنتاجات بشأن بدائل حل المشكلة. فإذا كانت إحدى الشركات مثلا تعاني من انخفاض المبيعات فان البحث في هذه الحالة يسعى للكشف عن أسباب حدوث هذه المشكلة دون وضع تصورات مسبقة بشأن أسبابها.

أما البحث الموجه بالهدف فانه يبدأ أولا بالتعرف على مدى تحقيق الهدف الذي كانت المنظمة تسعى لتحقيقه، ثم بعد ذلك يضع تصورات (فروض) بشأن أسباب عدم تحقيقه ومن خلال البحث يتم تجميع أدلة تثبت أو تنفي صحة هذه الفروض، ففي حالة الشركة التي تعاني من نقص المبيعات فان البحث يبدأ بوضع فرض مؤداه مثلا أن الانخفاض في المبيعات يرجع لعدم كفاية ميزانية الإعلان وبناء على ذلك يتم البحث عن أدلة الإثبات أو نفي هذا الفرض.

⁽¹⁾ منعم الموسوي، إتخاذ القرارات الإدارية بين النظرية والتطبيق، دار الثقافة، عمان، 1992، ص 69.

5-4- نماذج صنع القرارات:

نظرا لأهمية القرارات في نجاح الإدارة والمؤسسات على اختلاف أنواعها، فقد سعى بعض الكتاب الى توضيح وتفسير طريقة صنع القرارات واقترحوا عددا من النماذج لصنع القرارات ونستعرض فيما يلي أهم هذه النماذج:

5-4-1- نموذج سيمون Simon : لقد ميز بين نموذجين لصنع القرارات:

5-4-1-1- النموذج الراشد Rationd :

وبموجب هذا النموذج يقوم الإداري بالخطوات التالية المتتابعة:

◀ تعريف المشكلة.

◀ وضع حلول بديلة وتقييمها.

◀ اختيار الحل المناسب.

◀ التنفيذ والمتابعة.

ويستند هذا النموذج الى افتراض أن المدير يحاول تحقيق الأمثل و الأفضل حين صنع قرار ما، وهذا يتضمن حل المشكلات من خلال تطوير أفضل حل ممكن وهذا النموذج حسب رأي سيمون يفترض أن المديرين:

◀ لديهم معرفة وعلم بجميع البدائل الممكنة.

◀ لديهم معرفة كاملة عن نتائج كل بديل.

◀ لديهم منظومة ثابتة من الأفضليات لهذه النتائج.

◀ يمتلكون قدرة حسابية لمقارنة النتائج وتقرير ما هو أفضل.⁽¹⁾

وقد أكد سيمون أن الرشد الكامل مناقض ومخالف للواقع واقترح الرشد المحدود لان المدير يواجه قيودا ومحددات كثيرة في عملية صنع القرارات منها قيود شخصية وأخرى بيئية تقلل من درجة الرشد في عملية صنع القرارات ومنها: مقدرة العقل المحدود، تعقد المشكلة وعدم التأكد من المتغيرات ومقدار المعلومات المتوافرة وعامل الزمن لذا طور نموذجا بديلا.

5-4-1-2- النموذج المرضي:

نموذج الرجل الإداري ويتصف هذا النموذج بثلاث خصائص:

◀ معالجة محدودة للمعلومات.

◀ استخدام الحكم على أساس التجربة العملية وليس المعرفة العلمية.

◀ الرضى.

⁽¹⁾ فاتح حسني أبو حليلة، الحديث في الإدارة الرياضية، ط1، دار واثل، عمان، ص159 .

وموجب هذا النموذج يتوفى الإداري الوصول الى قرار معقول (مرضي وليس مثالي) ويتوقف بحثه عن البدائل عند توصله الى بديل معقول يقتنع انه مناسب على الرغم من احتمال وجود بدائل أفضل منه ويرى سيمون أن النموذج الثاني هو الطريقة السائدة في صنع القرارات الإدارية في شتى المؤسسات سبب صعوبة حصر البدائل الممكنة ومعرفة جميع نتائج كل بديل.

5-4-2- نموذج لندبلوم Lindblom:

اقترح لندبلوم نموذجين لإتخاذ القرارات وهما:

5-4-2-1- النموذج الراشد الشامل (الجذري):

وفيه ينظر الى المشكلة بطريقة عقلانية رشيدة ويتم دراسة جميع البدائل الممكنة دراسة جذرية شاملة تشمل جميع جوانبها وأبعادها ثم يتم اختيار البديل الأمثل.⁽¹⁾

5-4-2-2- المنهج الجزئي المتزايد:

وموجب هذا النموذج ينظر الإداري للمشكلة نظرة جزئية، أي يركز اهتمامه على الجوانب الهامة فقط، وعندما يتخذ قرارا فانه لا يفحصه من أساسه وإنما يولي عنايته للتغيرات التي تحصل عليه ويرى أن هذا النموذج هو الأكثر شيوعا.

5-4-3- نموذج الفحص المختلط للكاتب اتزيوني Etzioni :

في ضوء الانتقادات الكثيرة التي تعرض لها نموذج لندبلوم فان اتزيوني أكد أن عملية صنع القرارات الإدارية في الواقع هي مزيج من النموذجين الشامل الجذري والجزئي المتزايد، واقترح تسمية هذا النموذج الفحص المختلط حيث أن عملية صنع القرارات في رأيه يتم فيها فحص عام وجذري للمشكلة ثم يتم نقلها بعد الاهتمام بالنواحي البارزة التي تلفت الانتباه.⁽²⁾

5-5- دور صانع القرار:

يجد منظرو صنع القرار أنفسهم أمام إختيارين: النموذج واسع المدى الذي يقيم روابط عديدة بين النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، والنموذج شديد الذيق الذي ينظر إلى صنع القرار باعتبارها عملية ذاتية هادية ونزوعا إلى تخليد النفس يتم تنفيذها بالبحث عن أهداف صانع القرار، أي أن التمييز يدور حول التساؤل عن أهداف صانع القرار ومن أين تأتي؟ وذلك في المدخل الأوسع. أما في المدخل الأضيق فإن المسألة برمتها صانع القرار مع أهدافه المحددة

(1) فاتح حسني أبو حليلة، مرجع سابق، ص 159 .

(2) فاتح حسني أبو حليلة، نفس المرجع ، ص 160.

تؤخذ كمعطيات ومن ثم يدور التساؤل حول ماذا سيكون القرار؟ فصانع القرار يخضع لمجموعة من الضغوط التي يمكن تصنيفها إلى ثلاث فئات⁽¹⁾:

5-5-1- العوامل الإنسانية، وهي تتعلق بالحكم أو الرئيس متخذ القرار ومساعديه ومستشاريه المحيطين به.

5-5-2- العوامل التنظيمية، وهي عوامل كامنة في طبيعة المؤسسات، والمنظمات السياسية والإدارية، والتنافس بينهما.

5-5-3- العوامل البيئية، وهي العوامل التي تتعلق بطبيعة النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي في الدولة.

5-6- الفاعلية في صنع القرارات:

إن صنع القرارات الإدارية يعتبر من المهام الجوهرية للقائد الإداري ومن هنا وصفت عملية صنع القرارات بأنها قلب الإدارة ووصف القائد بأنه متخذ قرارات وتبدو أهمية عملية صنع القرارات بالنسبة لأية منظمة إدارية من خلال كونها ترتبط بجوانب العملية الإدارية المختلفة من تخطيط وتنظيم وتنسيق وسياسات واتصالات⁽²⁾، إذ أصبح النجاح الذي تحققه أية منظمة يتوقف الى حد بعيد على قدرة وكفاءة قيادتها على صنع القرارات المناسبة، ذلك أن عملية صنع القرارات تشمل من الناحية العملية كافة جوانب التنظيم الإداري. وان أي تفكير في العملية الإدارية ينبغي أن يركز على أسس وأساليب صنع القرارات⁽³⁾. كما تبدو أهمية القرارات الإدارية بالنسبة للقائد من خلال كونها تؤثر في أداء التنظيم الذي يقوده وأهدافه من ناحية، ومن خلال كونها تتطلب جهودات مشتركة من القائد ومرؤوسيه، وتعب عن نوع هيكل التنظيم ونوع العلاقات الإنسانية بين القائد - متخذ القرار - ومرؤوسيه.

ولكن ماهي مقومات القرار الفعال؟ وماهي العوامل التي تؤثر في فاعليته؟ وماهي أسباب هذه الظاهرة ومظاهرها؟

هذا ما سنحاول الإجابة عنه من خلال تحليلنا لمقومات القرار الفعال والعوامل المؤثرة في فاعليته والأحجام عن اتخاذ القرار.

5-7- مقومات القرار الفعال:

يقوم اتخاذ القرار الفعال أساسا على الاختيار الواعي بين عدد من البدائل المتاحة في موقف معين وهذا معناه أن تكون هناك مشكلة إدارية تتطلب حلا معيناً وأن يكون هناك حلول أو مسالك متعددة لمواجهةها، تطرح للنقاش ويتم دراستها وتقييمها حتى يتم اختيار الحل الأكثر ملاءمة. فاتخاذ القائد مثلاً قراراً بقبول عطاء توريد بعض المواد، يتم بعد دراسة العروض المقدمة وتحليلها لمعرفة أفضلها اقلها سعراً، أو أجودها مواداً، أو أسرعها توريداً. وهذا يتطلب معلومات

⁽¹⁾ السيد عليوه، مرجع سابق، ص 154-155.

⁽²⁾ L-white, introduction to the study of public administration, P 212.

⁽³⁾ نواف كنعان، القيادة الإدارية، دار الثقافة، الأردن، 2007، ص 388.

وافية ومتعددة الجوانب لمعرفة أفضل العروض كما أن قبول العروض قد يحدث تحت ضغط تأثيرات متعددة، الأمر الذي يجعل عملية اتخاذ القرارات عملية صعبة وتتطلب مستوى عاليا من الفهم.

ومن هنا فإن اتخاذ القرار الفعال يعتمد على قدرة القائد على الاختيار بين البدائل المتاحة للمشكلة موضوع القرار، وهذا لا يتم ولا يتحقق إلا إذا تم الاختيار نتيجة دراسة علمية وتقدير سليم للواقع والقرار الفعال هو الذي يتم اتخاذه في ضوء نظرة شاملة الى التنظيم ومحيطه وليس في ضوء نظرة قاصرة على مشكلة محلية أو وقتية.⁽¹⁾

5-7-1- العوامل المؤثرة في فاعلية القرار:

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في سلوك القائد أثناء اختياره بين البدائل المتاحة لاتخاذ القرار، وتؤثر بالتالي في فاعلية القرار وتمثل هذه العوامل في القيود التي تفرضها القوانين على القائد وفي الضغوط الداخلية والخارجية التي يتعرض لها أثناء اتخاذ القرار سواء كان مصدر هذه الضغوط رؤساء القائد أو مرؤوسيه أو الرأي العام.... يضاف الى ذلك بعض العقبات التي قد تحول دون اتخاذ القائد قرارا فعالا ونجمل فيما يلي أهم العقبات التي تؤثر في فاعلية القرار والتي كشفت عنها التجارب والتطبيقات العملية:

5-7-2-1- النصوص التشريعية:

وهذه القيود تكون مفروضة على القائد بحكم منصبه الرسمي، ولذلك فهي تشكل عقبات رسمية.... وتتضح هذه القيود بصورة أكثر في مجال صنع القرارات في الإدارة العامة، حيث يعتبر القرار الإداري جزءا من السياسة العامة للدولة ويكون القائد مضطرا حتى يضمن فاعلية القرار أن يأخذ في اعتباره عوامل معينة أهمها:

- آراء رؤسائه.
- مشورة مرؤوسيه.
- الالتزام بالقوانين.
- الميزانية، الاعتمادات المالية المخصصة له.
- اثر القرار على الخطة المرسومة.
- مدى وقع القرار على السلطات العليا التي يجب أن توافق عليه اللجان البرلمانية التي ستقره.

الرأي العام الذي يمكن أن يقبله أو يهاجمه، والاسترشاد بما سبق له اتخاذه من قرارات.⁽²⁾

5-7-2-2- العوامل الإنسانية:

(1) نواف كنعان، مرجع سابق، ص 390 .

(2) عبد الهادي الجوهري، إبراهيم أبو الغاز، إدارة المؤسسات الاجتماعية، دار المعرفة، ص 65 .

وهي ترشد سلوك القائد وتوجهه نحو اختيار البديل الأفضل وهي إما أن تكون تابعة من شخص القائد أو من سلوك مساعديه أو مرؤوسيه:

5-7-2-2-1- القائد صانع القرار:

فهو سواء كان فردا أو جماعة عامل هام يؤثر في فاعلية القرار فشخصية القائد وعواطفه قيمه وتاريخه في العمل ونوع الأعمال التي سبق وان مارسها ومركزه الاجتماعي والمالي خارج التنظيم، بل وحالته النفسية عند صنع القرار... كلها عوامل تؤثر في فاعلية القرار الذي يتخذه فقد تعطى المعلومات وتوضع البدائل أمام قائد فيختار بديلا معيناً.

5-7-2-2-2- المساعدون والمستشارون المتخصصون الذين يستعين بهم القائد:

فأسلوب تفكيرهم بل وطريقة عرضهم للموضوعات تؤثر أيضا في فاعلية القرار... فالقائد الذي يحسن اختيار معاونيه يمكنه أن يتحكم في نوعية القرارات التي يصدرها. ولهذا عليه أن يختارهم من ذوي الميول المتباينة حتى يخلق جوا مواتيا للأفكار المبدعة... إلا أن الملاحظ مع الأسف ناول ما يشترطه القادة وخاصة في الدول النامية فيمن يعملون معهم هو اتفاقهم معهم في أفكارهم واتجاهاتهم تفاديا للاحتكاك فيما بينهم أو وبين مديريهم، مع أن ذلك يصفهم بالخضوع والتبعية أو يحرمهم من ميزة الحوار الحر المفتوح الذي يساعد على جعل القرار المزمع اتخاذه أكثر نضوجا وفاعلية.

5-8-5- طرق لصنع القرار داخل المؤسسة الرياضية:

فيما يلي نعدد المميزات والمساوئ والطرق المختلفة لصنع القرار، ومن الاهمية مقارنة مساوئ وأضرار كل طريقة من الطرق عند محاولة الوصول إلى أفضل خيار للموقف.⁽¹⁾

5-8-1- صنع القرار من خلال الصلاحيات دون مناقشة مجموعة العمل المعنية:

5-8-1-1- المميزات:

- ◀ تنفيذ هذه المواقف البسيطة غير المعقدة والمعتادة كما تكون مفيدة في حالة الحاجة لصنع قرار نظرا لضيق الوقت.
- ◀ تنفيذ في المواقف التي تكون فيها مهارات ومعلومات الأفراد المعنيين بالقرار ضعيفة، ولا تتيح لهم إمكانية الخيار بين بدائل أخرى للقرار، حينما لا يكون هناك مجال للمناقشة.

5-8-1-2- المساوئ:

- ◀ صنع القرار يتم من خلال مصدر واحد محدد.
- ◀ تفاعل المجموعة يقل ولا يستخدم خلاله قدرات الافراد الآخرين.
- ◀ تتوقف عمليات الإتصال بين صانع القرار وباقي أفراد المجموعة وقد تكون هناك معارضة للقرار.

⁽¹⁾ مفتي إبراهيم حماد، تطبيقات الإدارة الرياضية، دار الوفاء ودنيا الطباعة، الاسكندرية، 2003، ص89.

5-8-2- صنع القرار من خلال الصلاحيات بعد مناقشة مجموعة العمل:

5-8-2-1- المميزات:

◀ الاستفادة من آراء أفراد المجموعة في صنع القرار.

◀ الاستفادة من مواقف مناقشة أفراد المجموعة في صنع القرار.

5-8-2-2- - المساوى:

◀ قد تظهر الخلافات وتعارض وجهات النظر بين أفراد المجموعة.

◀ قد تخلق مواقف تستغل من جانب أفراد المجموعة في خلق بيئة معارضة للقائد.

5-8-3- صنع القرار من خلال لجنة مشاركة صغيرة:⁽¹⁾

وهو يعني إشراك القائد لفرد أو اثنين في صنع القرار.

5-8-3-1- المميزات:

◀ هذه الطريقة تعتبر مفيدة في حالة عدم إمكانية مقابلة جميع أفراد المجموعة.

◀ تكون مفيدة في حالة توافر بعض الوقت.

5-8-3-2- المساوى:

◀ تشعر أفراد المجموعة بأن القيادة تميز بعض أفراد المجموعة عن بعض.

◀ عدم الاستفادة من آراء كافة أفراد المجموعة، مما يؤدي إلى عدم تشجيع الأفراد على المشاركة في العمل المطلوب تنفيذه.

5-8-4- صنع القرار من خلال الغالبية العظمى:

5-8-4-1- المميزات:

◀ طريقة جيدة لتطبيق مبدأ الديمقراطية.

◀ طريقة مفيدة حينما لا يتطلب الموقف ضرورة الحصول على الإجماع.

◀ طريقة مفيدة حينما يكون هناك وقتا للبحث عن قرار لا يتطلب الإجماع.

5-8-4-2- المساوى:

◀ إستدعاء أسلوب اللجان الصغيرة الأمر الذي قد يكون تأثيره سلبا على فاعلية إنجاز مجموعة العمل.

⁽¹⁾ مفتي إبراهيم حماد، مرجع سابق ، ص90 .

◀ قد لا تستغل قدرات وإمكانيات بعض الأفراد اللذين يشهد لهم بالكفاءة في مجال معين في موضوع القرار.

5-8-5- صنع القرار بالإجماع:

5-8-5-1- المميزات:

◀ غالبا ما يكون مستوى كفاءة القرار عال جدا.

◀ يستخدم في هذه الطريقة قدرات الأفراد.

◀ تؤدي هذه الطريقة إلى تحسين عملية صنع القرارات الجماعية.

◀ هذه الطريقة صغيرة في مواقف صنع القرارات التي تتسم بالتعقيد والأهمية وحينما يتطلب الأمر جهود كافة أفراد المجموعة.

5-8-5-2- المساوى:

◀ يتطلب صنع القرار بهذه الطريقة وقت طويل وطاقة كبيرة.

◀ كي يصنع قرار بهذه الطريقة فإن القائد يجب أن يتميز بالمقدرة الكبيرة على الإقناع وفهم ديناميكية الجماعة المشاركة وكذلك أساليب الإتصال وحاجات الجماعة وأفرادها.

عناصر هامة للحصول على الإجماع عند صنع القرار:

◀ الإستماع جيدا من أجل الفهم وتقييم أو رفض ما يقوله الآخريين.

◀ تجنب المناقشة من أجل المناقشة، ولكن حاول أن تكون مقنعا إذا ما رأيت أنك على حق.

◀ محاولة النظر إلى ما يقوله الآخرون على أنها فرص لتوضيح وجهات نظرهم أكثر من كونها آراء معارضة لرأيك.

◀ حاول التوصل إلى حل وسط.

◀ أظهر دائما المسؤولية في الحوار الدقيق بين نفسك والآخرون.

5-9- الأخطاء الشائعة في صناعة القرارات :

5-9-1- عدم إشراك صانعي القرار المسؤولين المرتبطين بالمشكلة بأولئك الذين سيتأثرون بالحلول المتوقعة للمشكلات.

5-9-2- التشخيص السيئ للمشكلة لعدم معرفة الوضع الأمثل.

5-9-3- تأثر صانع القرار بتركيبه السيكولوجي في صناعة القرار دون دراسة موضوعية لنتائج هذا القرار.

5-9-4- عدم إدراك المشكلة لعدم وجود وإطار عن الأوضاع المثلى.

5-9-5- الفشل في وضع خطة عمل لتنفيذ القرار أو في متابعة تنفيذ القرار.

5-9-6- ضعف قدرة صانع القرار في الاعتراف بالضغوط الاجتماعية والأعراف والتقاليد وسوء التصرف في عمل أوضاع متوازنة بين ما يتطلبه القرار وما يفرضه المجتمع من ضغوط وأعراف وتقاليد.

5-9-7- الفشل في تقييم البدائل تقييماً دقيقاً والفشل في تحديد معايير لاختيار البديل الأمثل.

5-9-8- الفشل في توليد بدائل جديدة والاكتفاء بقبول الحلول التقليدية المعروفة.⁽¹⁾

6- الاندية الرياضية:

6-1-تعريف النادي:

لغة:النّادي وهو مجلس القوم ماداموا مجتمعين فيه، وجمعها أندية، نوادي، أو أنديات².

اصطلاحاً: النادي مؤسسة تربوية رياضية ثقافية اجتماعية ذات شخصية اعتبارية ترعاها الرئاسة العامة لرعاية الشباب، وتهدف إلى المساهمة في إعداد المواطن الصالح من خلال النشاطات والبرامج المناسبة بما يتلاءم مع العقيدة الإسلامية والأهداف العامة للدولة³.

6-2-التعريف الاجرائي للنادي: الرياضة المنشآت الرياضية الخاصة لرعاية الشباب؛ لكي توفر البيئة المناسبة لاحتضان الشباب لمزاولة الأنشطة المختلفة من خلال ما تقدمه من برامج رياضية وثقافية واجتماعية، ؛ لاحتواء أوقات فراغهم بما يحقق لهم اللياقة الصحية والمناعة من الانحرافات الفكرية.

نادي امل بوسعادة:

هي مؤسسة ذات طابع اداري و الاهداف التي و وضعت من أجلها تكمن في حث و تدعيم البرامج الاجتماعية و التربوية عن طريق المؤسسات الشبانية التابعة لها ، التي من شأنها مساعدة الشباب لاندماجهم في الوسط الاجتماعي هذا من جهة و من جهة أخرى عن طريق المرافق الرياضية التي تساعد الشباب على الخروج من العزلة و الإشتراك في الحياة الاجتماعية مقرها ملعب مختار عبد اللطيف بوسعادة / ولاية المسيلة / الجزائر .

ب- الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى:

(1) فايز عبد الكريم الناطور، التحفيز ومهارات تطوير الذات، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2011، ص236.

(2) ابن زكيا، أحمد بن فارس(1981م). معجم مقاييس اللغة 3، ط، مصر: مكتبة الخانجي.

(3)- الحديدي، اسماعيل مهدي ابراهيم (1999م) المشاكل التي تواجه الأندية الرياضية الأردنية والحلول المقترحة لها، رسالة ماجستير ، الأردن: الجامعة الأردنية.

- عنوان الدراسة: " الإعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي " دراسة سامح كمال عبد القادر اجريت هذه الدراسة سنة 2012 م.

- مشكلة الدراسة: هل للإعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي.

- الفرضية العامة: للإعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي.

- المنهج المستعمل: هو المنهج الوصفي متبوعا بالأسلوب المسحي.

- العينة : أعضاء في الإتحاديات و إعلاميين.

- الادوات المستعملة في الدراسة: الإستبيان.

- النتائج التوصل اليها:

● يتأثر صانعي القرار في الأندية والإتحادات الرياضية بما ينشر في الصحف الرياضية في إتخاذ القرار ، ويساعد ذلك في توفير الوقت والجهد في إتخاذ القرار ، وهذا التناول يشعر صانعي القرار بأهمية قراراتهم ويعطوا إهتمام أكثر بالمشكلات والقضايا التي تركز عليها الصحافة الرياضية.

● تعمل الصحافة الرياضية على تهيئة الرأي العام لقبول أو رفض القرارات مما يؤدي إلى إختلاف في القرارات الصادرة عن الأندية والإتحادات الرياضية نتيجة لضغوط الصحافة الرياضية ، ويضع متخذ القرار في حساباته الرأي العام عند إتخاذ القرار ، فهي تمثل أحد الضغوط على صانعي القرار.

2- الدراسة الثانية:

- عنوان الدراسة: " وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير " للطالب (حسام الدين رفقي عبد الخالق) اجريت هذه الدراسة سنة 1983م

- هدف الدراسة: التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها نحو الأبواب الرياضية في الصحف اليومية والأسبوعية وصحف الأندية والبرامج الرياضية المسموعة والمرئية.

- مشكلة الدراسة: هل وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير.

- الفرضية العامة: يمكن ان تكون وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير.

- المنهج المستخدم: المنهج الوصفي.

- الادوات المستعملة في الدراسة: الاستبيان

- نتائج الدراسة:

- إن الأجهزة الإعلامية الثلاثة (الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون) تؤثر على المدرب لإتباع الأسلوب التربوي في التدريب.
- كما تؤثر على الرأي العام المتمثل في القراء والمستمعين لتقبل آراء الحكام.
- كما تؤثر أيضا على الحكام للالتزام بالعدالة في الملعب.
- إن الصحف تؤثر على إتحاد اللعبة لإختيار الحكام الأكفاء لإدارة المباريات.
- أوصى الباحث بضرورة إنشاء قسم للإعلام أو الصحافة أو العلاقات العامة بكل كليات التربية الرياضية أو يمكن تدريسها ضمن المواد التربوية بكليات التربية الرياضية.

3- الدراسة الثالثة:

- عنوان الدراسة: "دور وسائل الإتصال الجماهيري في صنع القرار في المؤسسات الرياضية العراقية" للطلاب دراسة (حسين يونس حسين) اجريت هذه الدراسة سنة 2002م.
- هدف الدراسة: التعرف على دور وسائل الإتصال الجماهيري (الصحافة، الإذاعة والتلفزيون (في عملية صنع القرارات الرياضية في المؤسسات الرياضية العراقية الأندية والإتحادات).
- مشكلة الدراسة: هل تلعب دور وسائل الإتصال الجماهيري في صنع القرار في المؤسسات الرياضية العراقية ؟
- الفرضية العامة: يمكن ان تلعب دور وسائل الإتصال الجماهيري في صنع القرار في المؤسسات الرياضية العراقية.
- إجراءات الدراسة الميدانية:
- العينة: شملت عينة البحث بعض الأفراد من جمهور المؤسسات الرياضية.
- المنهج: استخدام الباحث المنهج الوصفي.
- الادوات المستعملة في الدراسة: إستمارة الاستبيان.
- نتائج الدراسة:
- إن وسائل الإتصال تمارس دورها في عملية صنع القرارات الرياضية.
- إنها تساهم بشكل فعال في دفع القضية في بؤرة إهتمام الرأي العام وصانع القرار.
- تقوم بتغيير القرارات حيث يعتمد الجمهور في معرفته هذه القرارات على ما تقدم من وسائل الإتصال.
- لوسائل الإتصال دور متوازن في الغالب تجاه القضايا الرياضية ومن الممكن أن تأخذ موقفا مغايرا كالموقف السابق إذا ما إستجدت معلومات جديدة تدعم الموقف الجديد.

4 - الدراسة الرابعة :

- عنوان الدراسة : " دور الاعلام الرياضي المرئي في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية الجزائرية " للطالب حميدان عبد الوهاب أجريت هذه الدراسة سنة 2016م
- هدف الدراسة : معرفة الدور الحقيقي الذي يلعبه الاعلام الرياضي المرئي في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية الجزائرية .
- مشكلة الدراسة : هل يلعب الاعلام الرياضي المرئي دور في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية الجزائرية ؟
- الفرضية العامة : يلعب الاعلام الرياضي المرئي دور في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية الجزائرية .
- المنهج المستخدم : المنهج الوصفي .
- الادوات المستعملة في الدراسة : الاستبيان .
- نتائج الدراسة :
- تلعب وسائل الاعلام المرئية دورا كبيرا في عملية صنع القرار وكذا تهيئة واثارة الرأي العام .
- وسائل الاعلام المرئية تؤثر على قرارات الهيئة الرياضية بالنقد والتحليل .
- تعتقد الغالبية العظمى من أفراد العينة الدراسة ان درجة تأثير الاعلام الرياضي المرئي على قراراتهم اجابية ، واهتمامه ومنحهم ثقة عالية بمصداقية البرامج التلفزيونية المتخصصة بالرياضة في نقل الخبر .
- التلفزيون يساعد على اتخاذ القرار حيث يعتبر هو الوسيلة التي لها اكبر تأثير على اتخاذ القرار السليم داخل الهيئة الرياضية .

5- الدراسة الخامسة:

- عنوان الدراسة: "أساليب مقترحة لإدارة الأزمات من أجل دراسة إتخاذ قرارات أكثر عقلانية في موقف الأزمة" دراسة (بيرنيت Burnett) أجريت هذه الدراسة سنة 1998م.
- هدف الدراسة: وضع أساليب مقترحة لإدارة الأزمات من اجل اتخاذ قرارات أكثر عقلانية في موقف الأزمة.
- مشكلة الدراسة: هل أساليب مقترحة لإدارة الأزمات من أجل دراسة إتخاذ قرارات أكثر عقلانية في موقف الأزمة.
- الفرضية العامة: يمكن للأساليب مقترحة لإدارة الأزمات من أجل دراسة إتخاذ قرارات أكثر عقلانية في موقف الأزمة.
- المنهج المستخدم: استخدام الباحث المنهج الوصفي الوثائقي، والاعتماد على الكتب والدراسات.
- نتائج الدراسة:

- إن إدارة الأزمات تتطلب حساسية في أساسيات الإدارة، فالتحديد الملائم للأزمات من أولى الخطوات المهمة للأزمات ،ويتطلب ذلك إجراء عمليات تحليل بيئي لأهداف ومهام المنظمة، وإعادة تشكيل المنظمة من خلال تطوير الموارد البشرية، وتوفير الإمكانيات المادية، وأن هذه الرؤية لعملية الإدارة، وإعادة التشكيل تزيد خطورته

أثناء الأزمة بواسطة ضغوط عوامل " الوقت ومستوى الخطورة و الإستجابة للأزمات " كما أن إستخدام أساليب فعالة ومهارات عالية يؤدي إلى إتخاذ قرارات عقلانية.

الفصل الثاني:

الإطار العام

للدراسة

1- الكلمات الدالة في الدراسة:

1-1- الإعلام:

هو كلمة إتسع مدلولها لدرجة أنه أصبح من الصعب تعريفها فهي تعني لغويا الإبداع أو الأخبار أما من الناحية العلمية النظرية فتعرف بأنها كل أشكال وصور إرسال المعلومات من إنسان إلى إنسان.⁽¹⁾ والإعلام هو التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجتها في ضوء النظريات والمبادئ التي أعتمدت لدى كل نظام أو دولة.⁽²⁾

الإعلام لغة: كلمة الإعلام اصطلاحا في اللغة العربية مشتقة من علم فيقال: علم يعلم واعلم بالأمر أي اطلع عليه.³

التعريف الإجرائي:

ومن كل هذه التعريفات نفهم أن الإعلام عبارة عن عملية تعليم موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والاحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي من بينها الصحافة الاذاعة والتلفزيون وغيرها⁴

1-2- الإعلام الرياضي:

يعرفه بعض الكتاب أنه العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافته الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي.⁵

ويشير كل من "خير الدين عويس" و"عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد اتمع وتنمية الوعي الرياضي وانه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.

- التعريف الإجرائي للإعلام الرياضي:

هو عملية نقل ونشر المعلومات الرياضية بين الأطراف الفاعلة في الساحة الرياضية وفي مختلف الرقع الجغرافية ، بدءا بالجمهور الرياضي الذي هو لب العملية داخل الأندية الرياضية، وذلك قصد إكتساب ثقافة الوعي الرياضي.

(1) أيمن محمد الهداوي، برامج التلفزيون المصري الرياضية، ط 1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، 2004، ص21

(2) ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط 1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2011، ص 21

(3) أيمن محمد الهداوي مرجع سابق.

(4) حسن احمد الشافعي ، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار ألواء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية 2003، ص 2. 37

(5) محمد الحماسي، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار أوقات الفراغ، ط 1، مركز الكتاب للنشر، لقاهرة، 2006، ص98.

1-3- الإعلام المكتوب :

-التعريف الاصطلاحي:

حسب الباحث جمال علي فيعرف الإعلام المكتوب بأنه إحدى وسائل الإعلام التي تعبر عن حرية الفكر، وكذلك هو يجسد حرية الفكر والرأي بحيث يمكن القول بأن حرية الصحافة تعد مقياساً لحرية الشعوب، فحرية الرأي والتعبير تكمن في جريدة أو كتاب أو خطاب مصور أو مذاع.¹

1-4- صنع القرار:

يعرف مارتين دافيز صنع القرار على أنه عملية إختيار بديل من بدلين أو أكثر كما أن القدرة على صنع القرار هي لب المكون المهني.⁽²⁾

1-4-1- القرار:

هو مسار فعل يختاره المقرر بإعتباره أنسب وسيلة متاحة أمامه لإنجاز الهدف أو الأهداف التي يتبعها، أي لحل المشكلة التي تشغله.⁽³⁾

1-4-2- صانع القرار:

هو الذي يحدد القرارات وفق شروط معينة يضعها القرار ولا يجوز تجاوزها، أي هو الذي يسن القرار وفق الظروف والإمكانيات المتاحة.⁽⁴⁾

1-4-3- التعريف الإجرائي لصنع القرار:

تعد عملية صنع القرار بأنها عملية ديناميكية تتضمن في مراحلها المختلفة تفاعلات متعددة تبدأ بمرحلة التصميم وتنتهي بمرحلة متابعة القرار حتى يتم تحقيق الهدف، أي من أسباب وجود المشكلة حتى الوصول إلى حلها، وعملية صنع القرار من أهم مسؤوليات رجل الإدارة.

¹ (شاهيناز طلعت، 2003م، ص43)

⁽²⁾ منى عطية خزام خليل، الإدارة و إتخاذ القرار في عصر المعلوماتية، المكتب الجامعي الحديث، 2009 ، ص56 .

⁽³⁾ فايز عبد الكريم الناطور، التحفيز ومهارات تطوير الذات، ط1 ، دار أسامة للنشر، الأردن ، 2011 ، ص224 .

⁴ أحمد إبراهيم أحمد ، نفس المرجع ، ص 131.

1-5- الاندية الرياضية:

- النادي الرياضي هو الهيكل القاعدي للحركة الرياضية الذي يضمن تربية و تحسين المستوى الرياضي من اجل تحقيق الاداءات الرياضية¹.

1-5-1 التعريف الاجرائي للاندية: هي المنشآت الرياضية الخاصة لرعاية الشباب؛ لكي توفر البيئة المناسبة لاحتضان الشباب لمزاولة الأنشطة المختلفة من خلال ما تقدمه من برامج رياضية وثقافية واجتماعية؛ لاحتواء أوقات فراغهم بما يحقق لهم اللياقة الصحية والمناعة من الانحرافات الفكرية.

2- اشكالية الدراسة:

أشار العالم منتزج إلى أن أدوار صنع القرار تعتبر من أهم ما يمارسه المسؤولين في المنظمات ، كما تعتبر عملية صنع القرار من أكثر الأنشطة استهلاكاً لوقت المسؤولين وذلك كونهم مركزاً لمعلومات المنظمة ، وأيضاً بسبب مسؤوليتهم عن نتائج الأعمال بها وتعرف عملية صنع القرار بأنها العملية التي يتم من خلالها تحديد المشكلة و تحديد أسبابها ومرحلة حل المشكلة ويتم فيها تحديد بدائل التصرفات وتقييمها واختيار البديل الأمثل من بينها.⁽²⁾

ومن أجل صنع قرار عقلائي يجب على المسؤول إدراك أساليب ومراحل ومهارات وصعوبات صنع القرار ، وكذا جمع المعلومات التي تساعد على الفهم الحسن بما يدور داخل وخارج النادي الرياضي وأن يعطي لمرئوسيه الفرصة وإشراكهم في إبداء الرأي وطرح القضايا التي تخص سير هيتهم الرياضية ، وكذا إقامة علاقات خارج النادي وخاصة مع وسائل الإعلام الرياضية وذلك للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الرياضية بصفة عامة والمكتوبة منها خاصة، دورا هاما في الأوساط المتحضرة والدول المتقدمة بنشر الثقافة والوعي الرياضي ، وهذا راجع لتأثيره وانعكاساته على سيرورة الحياة بالمجتمعات، وعلى خلفية هذا اهتمت الدول بوسائل الإعلام لما لها من دور في فضاء التعبير عن الآراء ونقل الرسالة بين أفراد المجتمع.

لذا فإن النظرة الأكثر شمولية وعمقا للرياضة والمستندة إلى المعطيات وضعت الإعلام أمام مسؤوليات عدة، حيث أصبح الإعلام الرياضي جزء من مسيرة الأمم وسجل حافل بالإنجازات والمكاسب الرياضية للبلدان والشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية، وهو الجسر الذي يعبر من خلاله الجماهير إلى بعضهم البعض من خلال المنافسات والتظاهرات الرياضية المحلية والدولية. ولم يعد مقتصر على هذا فقط بل تعدى ذلك وأصبح يساهم في عملية صنع القرارات داخل الأندية الرياضية المختلفة بصفته شريك حيوي وفعال في الساحة الرياضية لأنه يلعب دور الوسيط بين النادي والجماهير الرياضي، فالجمهور المشاهد والمتتبع للأخبار الرياضية والشغوف لمعرفة ما يدور داخل الساحة الرياضية

(1)- الحديدي، اسماعيل مهدي ابراهيم (١٩٩٩م) المشاكل التي تواجه الأندية الرياضية الأردنية والحلول المقترحة لها، رسالة ماجستير ، الأردن: الجامعة الأردنية.

(2) علي شريف و آخرون ، الإدارة المعاصرة دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007 ، ص189 .

وحتى في الكواليس له الحق بمعرفة كل صغيرة وكبيرة حول الرياضة ومؤسساتها، لأنه في الأول والأخير هو لب هذه العملية.⁽¹⁾

وعلى العموم يرى منظرو نظرية القرار بأن القرار يمثل فعلا منعزلا حرا وعقلانيا، فمن المفترض أن صانع القرار يستجيب بطريقة ديكارتية (عقلانية) وفي سياق حصوله على معلومات كافية،⁽²⁾ فالقرار يعتمد على القدرة وتوفر المعلومة ولا يتأتى إلا بمساعدة وسائل الإعلام الرياضية له.

وفي بحثنا هذا ركزنا على الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الاندية الرياضية من وجهة نظر اللاعبين والعاملين داخل هذه النوادي، وعلى ضوء ما تقدم تطرح الاشكالية التالية: هل يلعب الإعلام الرياضي المكتوب دور في صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

وحتى نجيب على هذه الاشكالية نطرح الاسئلة الجزئية التالية:

التساؤلات:

- 1- هل للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية؟
- 2- هل وسائل الاعلام الرياضية المكتوب تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية ؟
- 3- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق بعض الأهداف منها :

◀ الكشف عن تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار

◀ الكشف ما اذا كانت الوسائل الاعلام الرياضي المكتوب تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية.

4- اهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في أنه أحد البحوث العلمية التي تساهم في إضافة معلومات حول صنع القرار ودور وسائل الإعلام كعامل مهم داخل هذه الاندية الرياضية.

(1) صالح دياب هندي ، أثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط3 ، دار الفكر، عمان، الأردن، 2001 ، ص4 .

(2) بلقاسم سلاطية ، إسماعيل قيرة ، التنظيم الحديث للمؤسسة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008 ، ص165 .

كما أن لهذه الدراسة أهميتها من الناحية الأكاديمية ستشير الدراسة إلى أهمية الإعلام الرياضي داخل الاندية الرياضية وخاصة الجانب الإداري ، وعلى ذلك يمكن القول بأن هذه الدراسة ستقدم بعض الإضافات وإلقاء الضوء على واقع الخبرة في الاندية الرياضية ، أما من الناحية العملية فإن الإعلام الرياضي له تأثير في العملية الإدارية.

5- فرضيات الدراسة:

5-1- الفرضية العامة:

يلعب الإعلام الرياضي المكتوب دور في صنع القرار داخل الاندية الرياضية .

5-2- الفرضيات الجزئية:

1- للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

2- وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية .

الفصل الثالث:

الاجراءات

الميدانية للدراسة

1- الدراسة الاستطلاعية:

قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية تهدف :

- ضمان السير الحسن لتجربة البحث الأساسية
- الوصول إلى أفضل الطرق لتطبيق أدوات البحث التي تؤدي إلى الحصول نتائج صادقة
- معرفة صعوبات ومشاكل التي قد تواجهنا خلال إجراء البحث
- اختيار العمليات الإحصائية المناسبة للدراسة
- دراسة (صدق والثبات) المقياس

قمنا بزيارة ميدانية إلى إدارة نادي أمل بوسعادة حيث قابلنا لاعبين وتم طرح مجموعة من الأسئلة لغرض تفصي الحقائق والحصول على معلومات كافية عن المجتمع الأصلي للدراسة، ولقد وجدنا الدعم الكبير والتفهم من لاعبي النادي مما سهل من مهمة البحث كثيرا عند القيام بجانب التطبيقي .

2- المنهج الوصفي :

ويعرفه وجه محبوب بانه : "عبارة عن استقصاء حول ظاهرة التربوية النفسية على ماهي عليه في الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها وإيجاد العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى التي لها علاقة بها "

يعتمد الكثير من الباحثين في بحوثهم على المنهج الوصفي لدراسة المواضيع المتعلقة بالإعلام والتعرف على التغيرات الاجتماعية.

وفي بحثنا هذا يتطلب منا دراسة نظرية وميدانية وصفية لتوضيح خطوات المنهج الوصفي التي تسمح بطرح مشكلة بطريقة موضوعية من الناحية النظرية ثم وضع الفرضيات ويتم التحقيق لها من خلال البحث الميدانية باستعمال تقنيات خاصة بجم المعطيات ثم تصنيفها وتحليلها لاستخراج النتائج وطبيعة موضوع البحث هي التي فرضت علينا المنهج المستخدم.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

3-1- مجتمع الدراسة: من الناحية الاصطلاحية هو " تلك المجموعة الاصلية التي تأخذ منه العينة وقد تكون تكون هذه المجموعة مدارس فرق ، تلاميذ، أساتذة ، سكان أو أي وحدات أخرى"¹

¹ وجيه محمود جاسم ، طرق البحث العلمي اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1995 ص 130.

ولذا فقد اعتمدنا في بحثنا وارتأينا أن يكون مجتمع البحث على النحو التالي : لاعبين في نادي أمل بوسعادة وخترنا 23 لاعبا.

3-2- عينة الدراسة:

إن عملية المعاينة هي اختيار جزء من المجموعة من المادة بحيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها ، ولكي نحكم على الكل باستخدام الجزء وجب أن تهتم بطريقة التي نختار بها هذا الجزء حتى نحصل على أدق النتائج ، وهذا الجزء الذي نختاره ونستخدمه في حكم على الكل يسمى (بالعينة) أما طريقة الاختيار فيطلق عليها طريقة(المعاينة) ، ويجب أن تكون طريقة المعاينة التي نستخدمها قادرة على أن تمدنا بعينة ممثلة للمجتمع الكلي أصدق تمثيل حتى أن كل الخواص المجتمع بما فيها من اختلاف بين الوحدات تنعكس في العينة بأحسن ما يسمح به حجم العينة .¹

وهكذا قمنا في بحثنا باختيار عينة في صورة محدودة العدد، مراعيًا أهم شروط العملية التي ينبغي توافرها في اختيار العينة ومن أهمها : أن تكون العينة ممثلة ، وأن تكون لأفراد المجتمع متساوية للوقوع في العينة حيث يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من 23 لاعبا وأخترنا أن يكون المسح الكلي .

3-3- متغيرات الدراسة:

3-3-1- المتغير المستقل : والأداة التي تؤدي التغير في قيمتها الى احداث تغيير في قيم المتغيرات أخرى ذات صلة به والتأثير عليه أي هو السبب.

تحديد المتغير المستقل: الاعلام الرياضي المكتوب

3-3-2- المتغير التابع :هو الذي تتوقف قيمته على المفعول تأثير قيم المتغيرات الأخرى ، حيث أنه كلما أحدثت تعديلات على قيم المتغير المستقل ستظهر حتما نتائجها على المتغير التابع أي هو النتيجة.

- تحديد المتغير التابع: صنع القرار داخل الأندية الرياضية

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

لإضافة الموضوعية والدقة اللازمة لأي دراسة علمية لابد من استعمال بعض الأدوات العلمية والوسائل التقنية بواسطتها يصل الباحث الى كشف النقاب على الظاهرة محل الاهتمام والدراسة وقد استخدمنا في دراستنا استبيان موجه الى نادي أمل بوسعادة .

1- محمد زيدان عمر ، البحث العلمي - مناهجه وتقنياته ، ط4 ، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 1983 .

4-1- الاستبيان:

هو أداة من الأدوات الحصول على البيانات والحقائق والمعلومات فيتم جمع هذه البيانات من خلال وضع استمارة الاسئلة ، ومن بين مزايا هذه الطريقة انها اقتصاد في الجهد والوقت كما أنها تسهل في الحصول على بيانات من العينات في أقل وقت بتوفير شروط التقنين من الصدق وثبات وموضوعية.¹

وفي الاستبيان الذي ادناه محورين أساسيين لتعالج الفرضيات بدقة حيث تتم صياغتها بوضوح تام لتكون سهلة الفهم من طرف لاعبين نادي أمل بوسعادة وعدد الاسئلة 15 سؤال مقسم على محورين وأعطينا لكل سؤال ثلاث خيارات (نعم ، لا ، أحيانا) والمحورين الاثنان مشكلة في الاستبيان فهي على النحو التالي :

- للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.
- وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية .

5- اجراءات التطبيق الميداني للإدارة :

خلال الفترة الممتدة من 2019/04/08 الى غاية 2019/04/25

وفي هاته الفترة تم توزيع الاستبيان على 23 لاعب من نادي أمل بوسعادة وبعد ما تم استرجاع الاستبيان تم تحليلها وفق محاور المحددة ثم بعد ذلك تم القيام بالعمليات الحسابية اللازمة.

6- الأساليب الاحصائية:

تعتبر من اهم الطرق المؤدية الى فهم العوامل الاساسية التي تؤثر على الظاهرة المدروسة من خلال الحصول الى النتائج ليتم تحليلها ومناقشتها بعد ذلك علما أن لكل باحث وسائل احصائية خاصة والتي تناسب مع نوع المشكلة وخصائصها وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المعادلات الاحصائية التالية :

6-1- النسبة المئوية:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{العدد الفعال}}{\text{مجموع العينة}} \times 100$$

1- حسن أحمد الشافعي ، تطبيقات معاصر في ت ب ر ، ط 1 ، دار الوفاء ، مصر ، 2010.

فصل الرابع:

عرض النتائج

وتفسيرها

1- عرض النتائج :

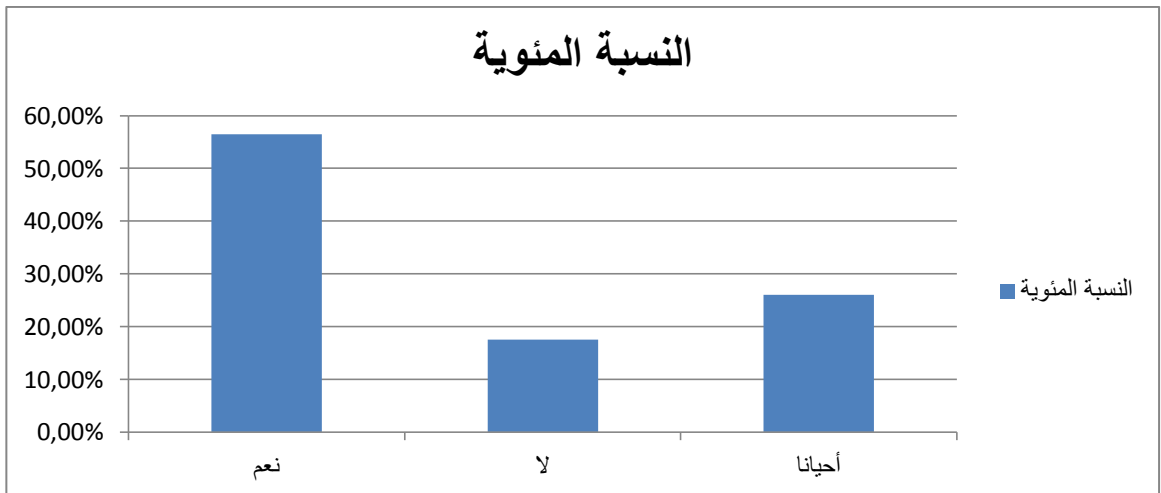
نتعرض في هذا الفصل الى تحليل النتائج التي كشفت عنها الدراسة وفق لخطة مناسبة لطبيعة الدراسة ونحن نقوم بعرض هذه النتائج في جداول بالإضافة الى تمثيل البياني لها ، وهذا لغرض اثبات الفرضيات أو الاجابة على الأسئلة المتعلقة بمشكل البحث .

1-1- المحور الأول : للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الأندية الرياضية .

- السؤال الأول : هل ساعدك الاعلام الرياضي المكتوب على اتخاذ قرار فعال داخل النادي ؟
- الغرض من السؤال : معرفة اذا ما كان للإعلام الرياضي المكتوب له القدرة على المساعدة لاتخاذ القرار فعال وسليم داخل الأندية الرياضية .
- الجدول رقم (01) : يبين مدى مساعدة الاعلام المكتوب في اتخاذ القرار .

النسبة المئوية	التكرارات	الإجابات
56.5%	13	نعم
17.5%	4	لا
26%	6	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (01): يبين لنا النسبة المئوية لمساعدة الاعلام الرياضي المكتوب في اتخاذ القرار.



- عرض وتحليل النتائج :

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن (13) من بين اللاعبين أجابوا أن الاعلام الرياضي المكتوب يساعدهم على اتخاذ القرار فعال و(04) فقط أجب أن الاعلام الرياضي المكتوب لا يساعد على اتخاذ القرار فعال ،و(06) من اللاعبين أجابوا أن الاعلام الرياضي المكتوب أحيانا ما يساعد على اتخاذ قرار فعال وسليم.

من خلال تحليل العمود البياني رقم (01) نلاحظ أن نسبة (56.5%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الإعلام الرياضي المكتوب يساعدهم على اتخاذ القرار فعال داخل ناديهم ، و(17.5%) من اللاعبين النادي أكدوا أنه لا يساعدهم الاعلام الرياضي المكتوب على اتخاذ قرار فعال داخل ناديهم و(26%) من اللاعبين في النادي أكدوا على أن الإعلام الرياضي المكتوب أحيانا ما يساعدهم على اتخاذ القرار فعال داخل ناديهم .

وهذا يدل أن الاعلام الرياضي المكتوب له تأثيرا داخل هذه الأندية الرياضية ، فصانع القرار ينبغي الاعتراف بأن الوسائل الاعلام الرياضي المكتوب تأثير في عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية وذلك بمساعدة صانع القرار لأجل اتخاذ قرار فعال وسليم من خلال ماتطرحه من آراء وحلول للمشكلات .

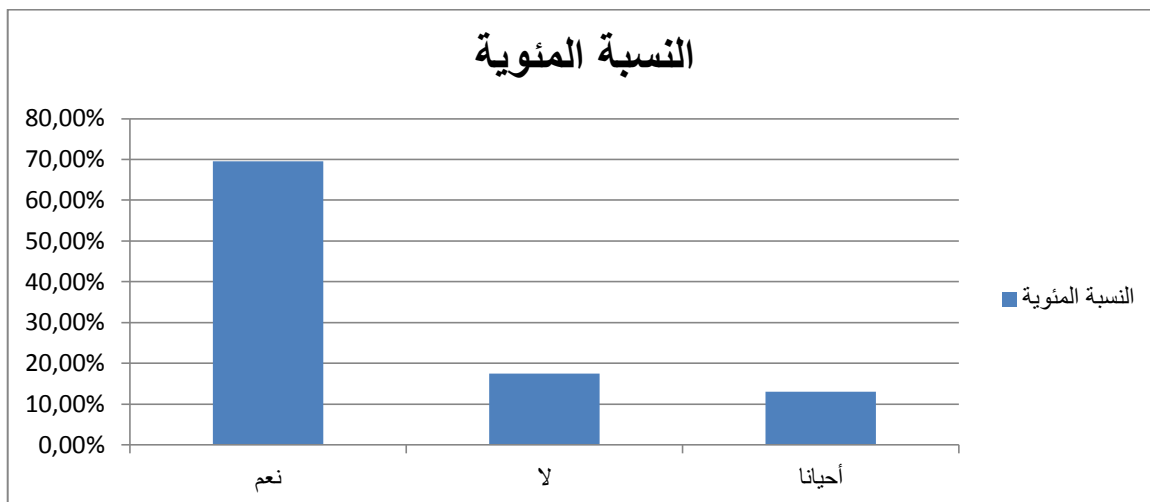
- السؤال الثاني (02) :هل يعتبر الاعلام الرياضي المكتوب أحد الصعوبات التي تقابلك أثناء اتخاذ القرار ؟

- الغرض من السؤال : معرفة درجة التأثير الاعلام الرياضي المكتوب كأحد الصعوبات في اتخاذ القرار داخل النوادي الرياضية ؟

- الجدول رقم (02) : يبين لنا درجة التأثير الاعلام الرياضي المكتوب كأحد الصعوبات في اتخاذ القرار داخل النوادي الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
69.5%	16	نعم
17.5%	4	لا
13%	3	احيانا
100%	23	المجموع

- الرسم البياني رقم (02): يبين لنا نسبة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب كأحد الصعوبات في اتخاذ القرار داخل الاندية الرياضية .



-عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (02) نلاحظ أن (16) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الاعلان الرياضي المكتوب يعتبر أحد الصعوبات التي تقابلهم أثناء اتخاذ القرار ، و(04) من اللاعبين في النادي أكدوا أنهم لا توجد أي صعوبات ومشاكل في اتخاذ القرار من ناحية الاعلام الرياضي المكتوب في حين أن (03) من اللاعبين أكدوا على أن الاعلان الرياضي المكتوب أحيانا ما توجد صعوبات تقابلهم أثناء اتخاذ القرار.

من خلال تحليل العمود البياني رقم (02) نلاحظ أن نسبة (69.5%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الإعلام الرياضي المكتوب يعتبر أحد الصعوبات التي تقابلهم أثناء اتخاذ القرار ، و(17.5%) من اللاعبين النادي أكدوا أنه لا توجد أي صعوبات ومشاكل في اتخاذ القرارات من ناحية الاعلام الرياضي المكتوب ، و(13%) من اللاعبين النادي أكدوا أنه أحيانا ما توجد صعوبات ومشاكل في اتخاذ القرارات من ناحية الاعلام الرياضي المكتوب.

ومن أجل ضمان تسيير جيد وصنع القرار تخدم النادي ويزدهر بها ، لابد من الاندية الرياضية أن تقيم العلاقات ودية من مختلف المؤسسات الاعلامية المختلفة ، وللأندية الرياضية مصالح مع تلك المؤسسات ومن ثم فان اقامة العلاقات ودية معها تقي النوادي من بعض العراقيل التي تعترض طريق أدائها لرسالتها على الوجه الأكمل.

- عمل ملف لكل مصلحة أو مؤسسة لها صلة مع النادي الرياضي توضع في ملخصات جميع المسائل التي تهم كلا منهما وما أتخذ حيالها.
- التنسيق مع قسم التشريعات بدعوة بعض اللاعبين في تلك الادارات بين فترة وأخرى لزيارة النادي الرياضي والإطلاع على نشاطاته المتعددة.

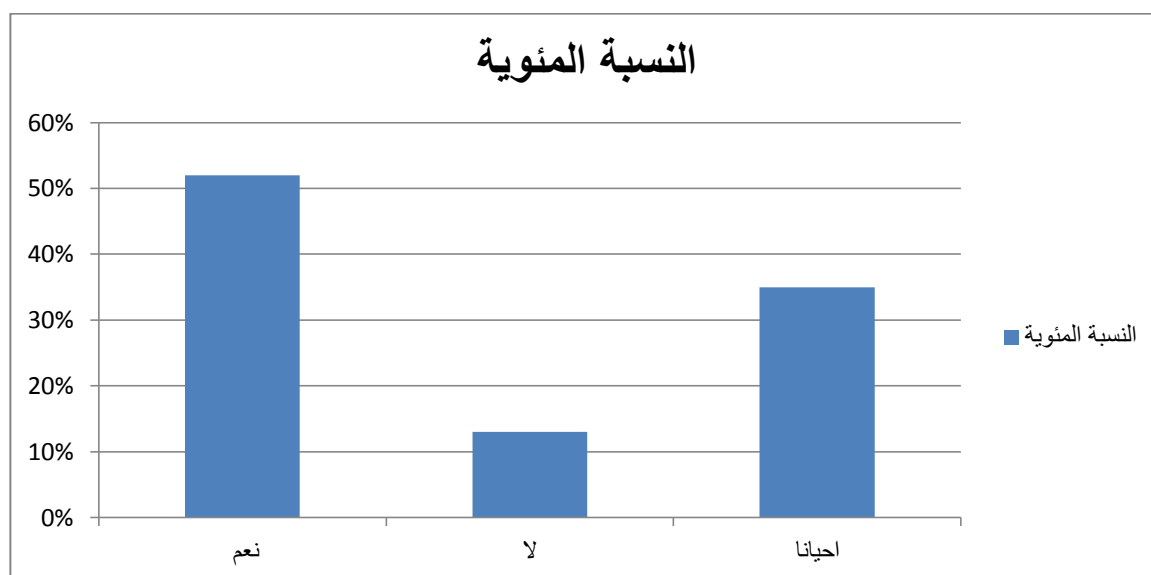
السؤال الثالث: هل يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي يتخذها ناديكم ؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى قوة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية .

الجدول (03) : يبين مدى قوة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	12	52%
لا	3	13%
احيانا	8	35%
المجموع	23	100%

الرسم البياني رقم (03): يبين لنا مدى قوة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية.



-عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (03) نلاحظ أن (12) من اللاعبين يرون أنه يوجد تأثير في الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضي. و (03) من اللاعبين يرى أنه لا يوجد تأثير من جهة الاعلام الرياضي

المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية ، و(08) من اللاعبين أكدوا أنه احيانا ما تأثر القرارات على مستوى الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (03) نلاحظ أن نسبة (52%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الإعلام الرياضي المكتوب له تأثير على القرارات التي تتخذ الأندية الرياضية ، و(13%) من اللاعبين النادي أكدوا أنه لا يوجد أي تأثير من ناحية الاعلام الرياضي المكتوب عند اتخاذهم لقرار ما ، وفي حين أن نسبة (35%) من اللاعبين أكدوا انه احيانا ما يَأثر الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي يتخذها النادي .

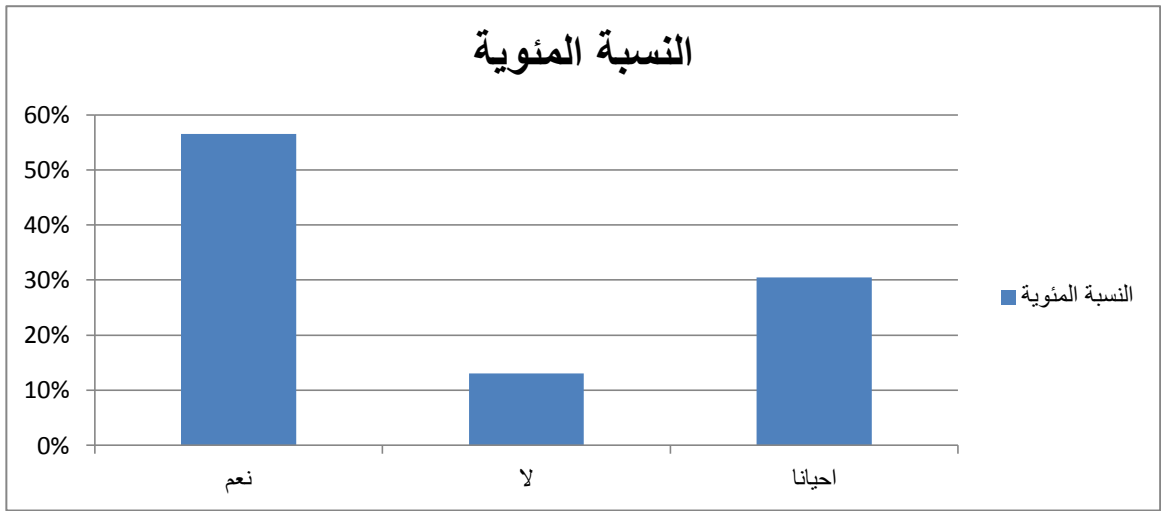
السؤال الرابع (04) : هل وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرارات داخل الأندية الرياضية ؟

الغرض من السؤال : معرفة ان كانت وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرارات داخل الأندية الرياضية ؟

الجدول رقم (04): يبين ان كانت وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرارات داخل الأندية الرياضية ؟

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
56.5%	13	نعم
13%	3	لا
30.5%	7	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (04) : يبين لنا معرفة ان كانت الوسائل الاعلام الرياضي المكتوب تلعب دورها في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.



- عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (04) نلاحظ أن (13) من اللاعبين يرون أن وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تمارس دورها في صنع واتخاذ القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية. و (03) من اللاعبين يرون ان وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة لا تمارس دورها في صنع واتخاذ القرارات داخل الأندية الرياضية ، و(07) من اللاعبين يرون أنه احيانا ما تمارس دورها في صنع واتخاذ القرارات داخل الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (04) نلاحظ أن نسبة (56.5%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الاعلام الرياضي المكتوب يمارس دوره في صنع القرارات داخل الاندية الرياضية ، و(13%) من اللاعبين النادي أكدوا أن الاعلام الرياضي المكتوب لا يمارس دوره في صنع واتخاذ القرارات داخل الاندية الرياضية ، وفي حين أن نسبة (30.5%) من اللاعبين أكدوا ان الاعلام الرياضي المكتوب احيانا ما يمارس دوره في صنع واتخاذ القرارات داخل الاندية الرياضية.

ان الاعلام الرياضي المكتوب يمارس دوره وبقوة في صنع و اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية من خلال تأثيره على صانع القرار وذلك عم طريق ما يقدمه من مواضيع وحصص رياضية ذات صلة بالموضوع وتسليط الضوء القرارات الصادرة من الأندية الرياضية.

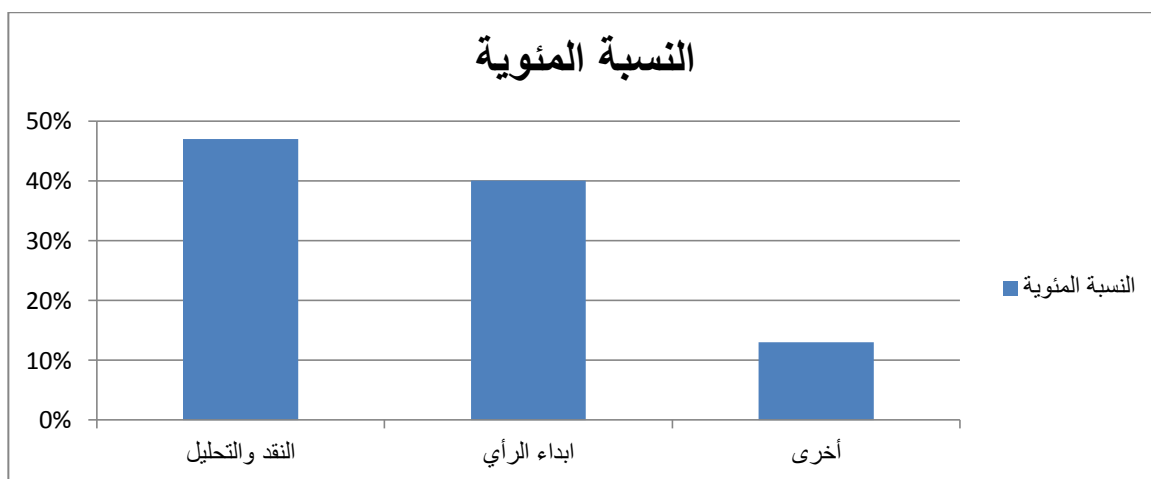
السؤال الخامس (05) : كيف يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الاندية الرياضية ؟

الغرض من السؤال : معرف الكيفية التي يؤثر بها الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

الجدول رقم (05): يبين الكيفية التي يؤثر بها الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
47%	11	النقد والتحليل
40%	09	إبداء الرأي
13%	3	أخرى
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (05) : يبين لنا معرفة الكيفية التي يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (05) نلاحظ أن (11) من اللاعبين داخل النادي يرون أن وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تؤثر بالنقد والتحليل على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضي. و (09) من اللاعبين النادي يرون ان وسائل

الاعلام الرياضية المكتوبة تأثر بإبداء الرأي حول القرارات داخل الأندية الرياضية ، و(03) من اللاعبين يرون أنه يؤثر من الجوانب أخرى على القرارات داخل الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (05) نلاحظ أن نسبة (47%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الاعلام الرياضي المكتوب يؤثر بالنقد والتحليل ، و(40%) من اللاعبين النادي أكدوا أن الاعلام الرياضي المكتوب يؤثر بإبداء الرأي في صنع القرار القرارات داخل الاندية الرياضية ، في حين أن نسبة (13%) من اللاعبين النادي أكدوا أن الاعلام الرياضي المكتوب أنه يؤثر في جوانب أخرى .

إن الناقد في أي مجال من المجالات هو كالقاضي لا بد له من دراسة مابين يديه دراسة دقيقة متأنية وأن يكون محايدا في حكمه لا يخضع للرأي مسبق ولا لمصلحة شخصية ، فكل ممتحن لمهنة الاعلام أن يمر بمراحل كثيرة حتى تكون له القدرة الحقيقية في نقد الرياضي الصحيح وتحليل الهادف .

ومن خلال توفر هذه الميزات في الاعلامي الرياضي يصبح قادر على التأثير في عملية صنع القرارات داخل الأندية الرياضية ، فإن دور الناقد الاعلامي الرياضي ليس مجرد ممارسة للمديح المستمر أو انه تجسيد للشاء ولا على أنه ممارسة لقدرات هذا الناقد العلمية والرياضية فقد يعتبر بعض النقاد أن كل ما يصدر على الجهة الادارية أو اللاعبين هي أحداث فوق مستوى النقد ، فوظيفة الناقد الأولى الابداع وهذا الابداع لا يتحقق إلا إذا إستخدم الناقد معيار الموضوعية في التحليل .

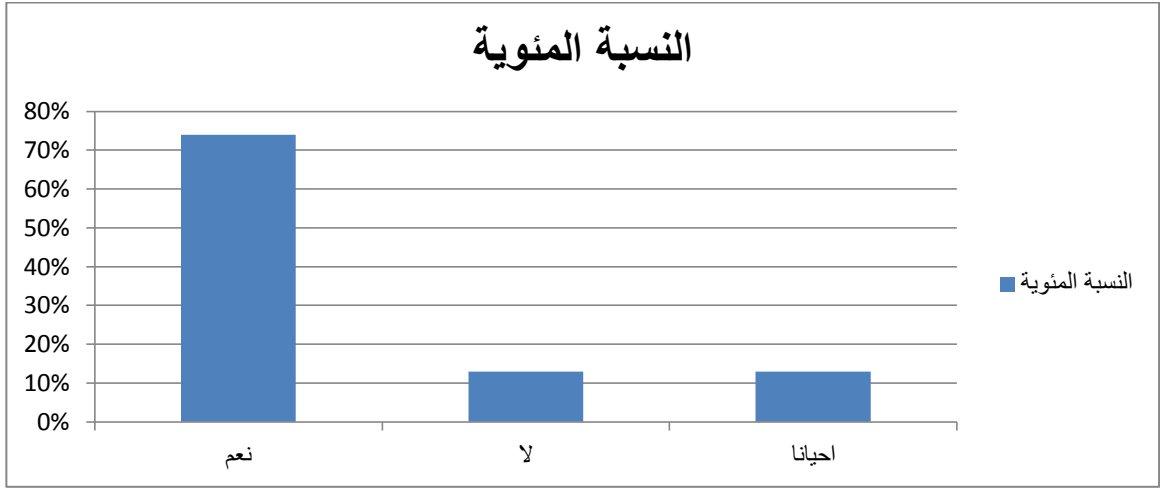
السؤال السادس (06): هل تولي وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة أهمية للقرارات التي تتخذونها ؟

- الغرض من السؤال : معرفة اهتمام وسائل الاعلام الرياضية المكتوب بقرارات النوادي الرياضية.

- جدول رقم (06) : يبين مدى اهتمام وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة بقرارات النوادي الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
74%	17	نعم
13%	3	لا
13%	3	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (06) : يبين النسبة المئوية لمدى اهتمام وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة بقرارات النوادي الرياضية .



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (06) نلاحظ أن (17) من اللاعبين داخل النادي يرون أن وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تولي أهمية لقرارات الأندية الرياضي. و (03) من اللاعبين النادي يرون ان وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة لا تولي أهمية لقرارات الأندية الرياضية ، و(03) من اللاعبين يرون أنه أحيانا ما يولي الاعلام الرياضي المكتوب أهمية لقرارات الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (06) نلاحظ أن نسبة (74%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين في النادي أكدوا على أن الاعلام الرياضي المكتوب يولي أهمية لقرارات الاندية الرياضية ، و(13%) من اللاعبين النادي أكدوا أن الاعلام الرياضي المكتوب لا يولي أهمية لقرارات داخل الاندية الرياضية ، في حين أن نسبة (13%) من اللاعبين النادي أكدوا أنه أحيانا ما يولي الاعلام الرياضي المكتوب أهمية للقرارات النوادي الرياضية .

الاعلام الرياضي المكتوب أحيانا ما يولي أهمية للقرارات للنوادي الرياضة فالإعلام الرياضي المكتوب يهتم بالقرارات المهمة التي تؤثر على الرأي العام والصادرة على الأندية الرياضية أي أن هذا الاهتمام يكون بحسب طبيعة القرارات وأهميتها .

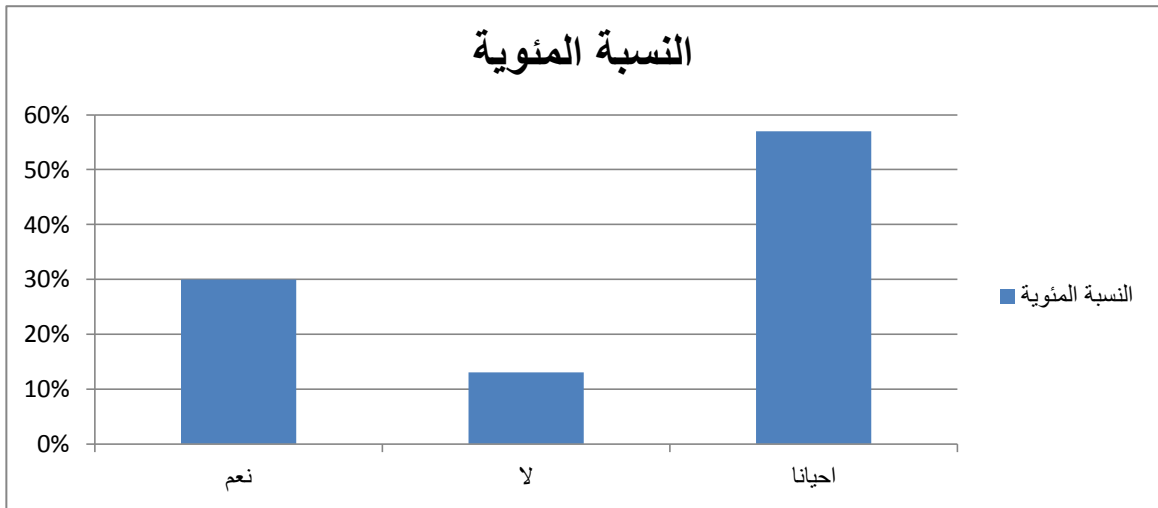
السؤال السابع (07) : هل تختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل ناديتكم حسب تنوعها ؟

الغرض من السؤال : معرفة إختلاف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية حسب تنوعها ؟

الجدول رقم (07): يبين إختلاف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية حسب تنوعها ؟

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	7	30%
لا	3	13%
احيانا	13	57%
المجموع	23	100%

الرسم البياني رقم (07) : يبين النسبة المئوية لاختلاف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية حسب تنوعها ؟



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (07) نلاحظ بأن (07) من اللاعبين داخل النادي يرون أنها تختلف درج التأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضي على حسب تنوعها. و (03) من اللاعبين النادي يرون ان درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة لا تختلف حسب تنوعها ، و(13) من اللاعبين يرون أنه أحيانا ما تحتل درجة التأثير وسائل الاعلام الرياضي المكتوبة على حسب تنوعها على عملية صنع القرار.

من خلال تحليل العمود البياني رقم (07) نلاحظ أن نسبة (30%) من مجموع العينة تشير على أنها تختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الاندية الرياضية على حسب تنوعها ، و(13%) من اللاعبين النادي أكدوا أنها لاختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الاندية الرياضية على حسب تنوعها ، في حين أن نسبة (57%) من مجموع العينة أي معظم اللاعبين النادي أكدوا أنها أحيانا ما تختلف وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الاندية الرياضية على حسب تنوعها.

المحور الثاني : وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية .

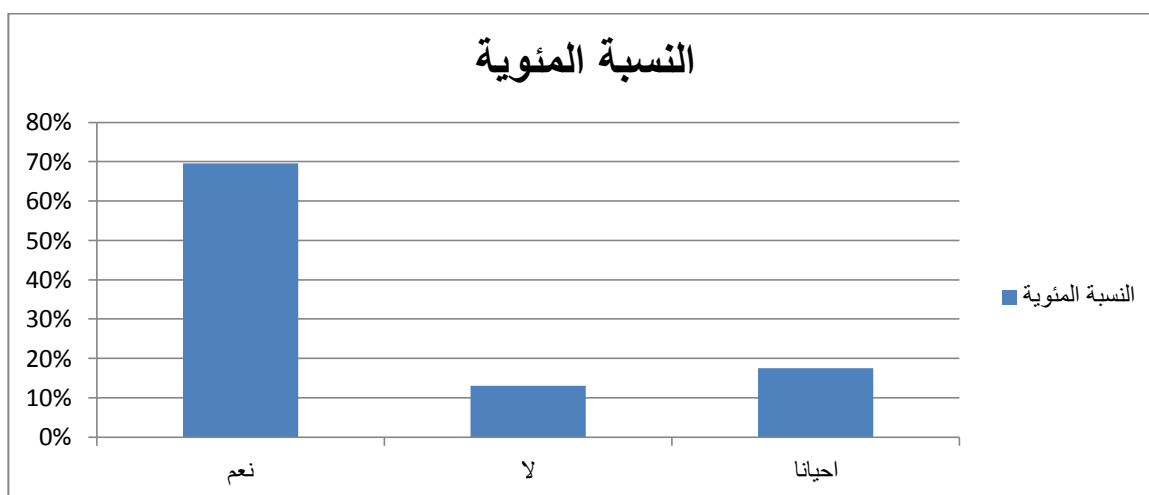
السؤال الثامن : هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قراراتكم ؟

الغرض من السؤال: معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الاندية الرياضية .

الجدول رقم (08) : يبين لنا معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الاندية الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
69.5%	16	نعم
13%	3	لا
17.5%	4	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (08) : يبين النسب المئوية للوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تشير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (08) نلاحظ أن (16) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على ان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول القرارات الاندية الرياضية ، في حين أن (03) من مجموع اللاعبين

النادي أكدوا على انه احيانا ما يكون للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الأندية الرياضية، و(04) من لاعبي النادي أجابو على ان للإعلام الرياضي المكتوب أحيانا ما يكون له دور في تهيئة الرأي العام لقبول القرارات الاندية الرياضية.

من خلال تحليل العمود البياني رقم (08) نلاحظ أن نسبة (69.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا على أن للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الأندية الرياضية ، في حين أن (13%) من مجموع اللاعبين أكدوا على انه احيانا ما يكون للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الاندية الرياضية ، و(17.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا على أن للإعلام الرياضي المكتوب أحيانا ما يكون له دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارات الأندية الرياضية.

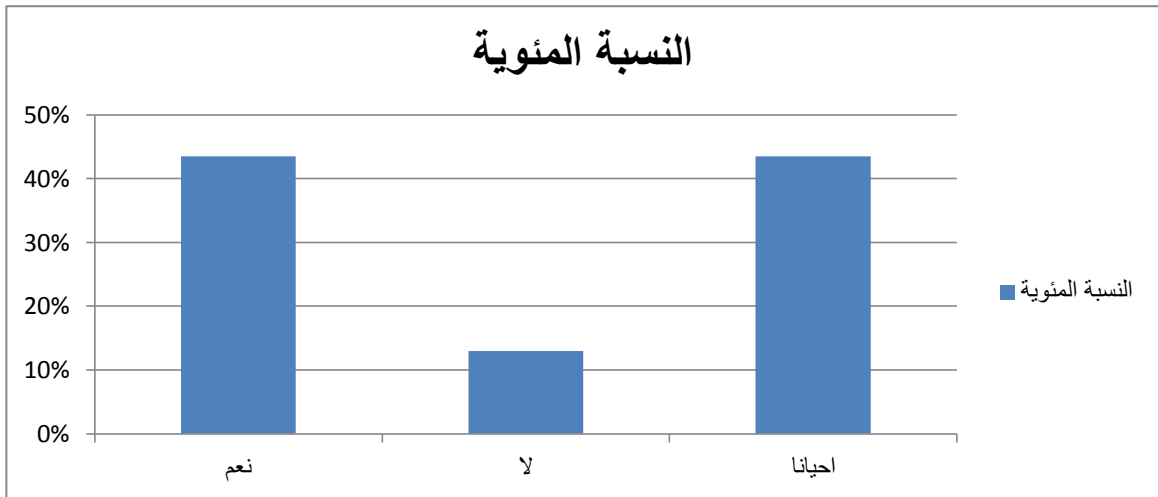
السؤال التاسع : هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قراراتكم ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية .

الجدول رقم (09) : يبين لنا معرفة ما اذا كان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
43.5%	10	نعم
13%	3	لا
43.5%	10	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (09) : يبين النسب المئوية لدور الاعلام الرياضي المكتوب في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (09) نلاحظ أن (10) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على ان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض القرارات الاندية الرياضية ، و (03) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على انه ليس للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض القرارات الاندية الرياضية ، في حين أن (10) من مجموع اللاعبين النادي أكدوا على انه احيانا ما يكون للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (09) نلاحظ أن نسبة (43.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا على أن للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الأندية الرياضية ، و (13%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على انه ليس للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض القرارات الاندية الرياضية ، في حين أن (43.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا على انه احيانا ما يكون للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية .

وهذا ما تأكده الدراسة التي قامت بها سامح كمال عبد القادر 2012 " الاعلام الرياضي وصنع القرار في مجال الرياضي " وأشارت الدراسة على أن الاعلام الرياضي المكتوب يعمل على تهيئة الرأي العام لقبول أو رفض القرارات مما يؤدي الى اختلاف في القرارات الصادرة عن الأندية نتيجة لضغوط الاعلام الرياضي ، ويضع متخذ القرار في حساباته الرأي العام عند إتخاذ القرار ، فهي تمثل أحد الضغوط على صنع القرار .

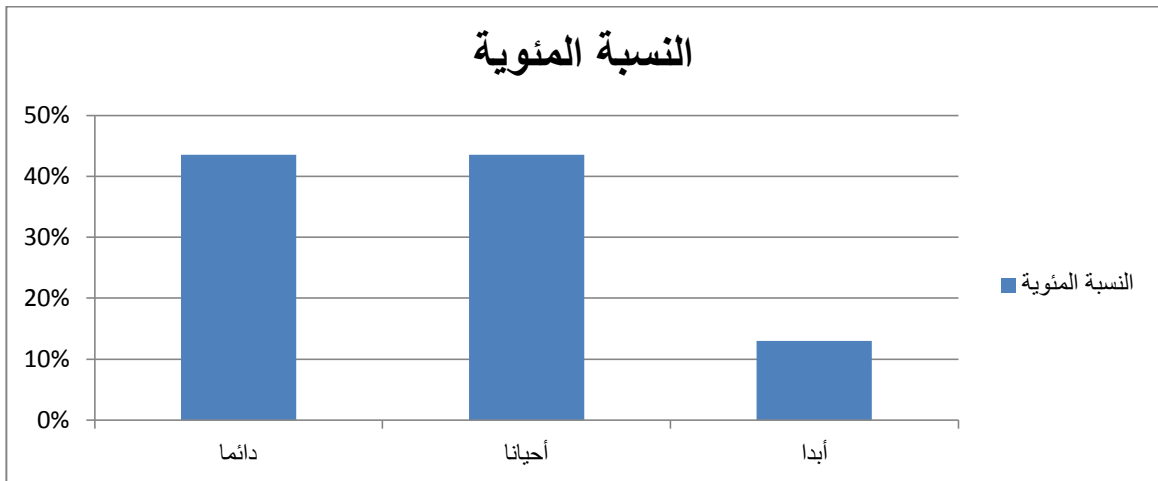
السؤال عاشر : هل سبق وأن تسبب الاعلام الرياضي المكتوب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي يصدرها ناديتكم؟

الغرض من السؤال : معرفة ما اذا كان الاعلام الرياضي المكتوب قد تسبب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية .

الجدول رقم (10) : يبين لنا ما اذا كان الاعلام الرياضي المكتوب قد تسبب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية.

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	10	43.5%
أحيانا	10	43.5%
أبدا	3	13%
المجموع	23	100%

الرسم البياني رقم (10) : يبين لنا النسب المئوية لمدى تأثير الاعلام الرياضي المكتوب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (10) نلاحظ أن (10) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على ان للإعلام الرياضي المكتوب قد تسبب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية بشكل دائم ، و (10) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على انه احيانا ما يتسبب الاعلام الرياضي المكتوب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية ، في حين أن (03) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على انه لم يسبق وان تسبب الاعلام الرياضي المكتوب في اثاره الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية .

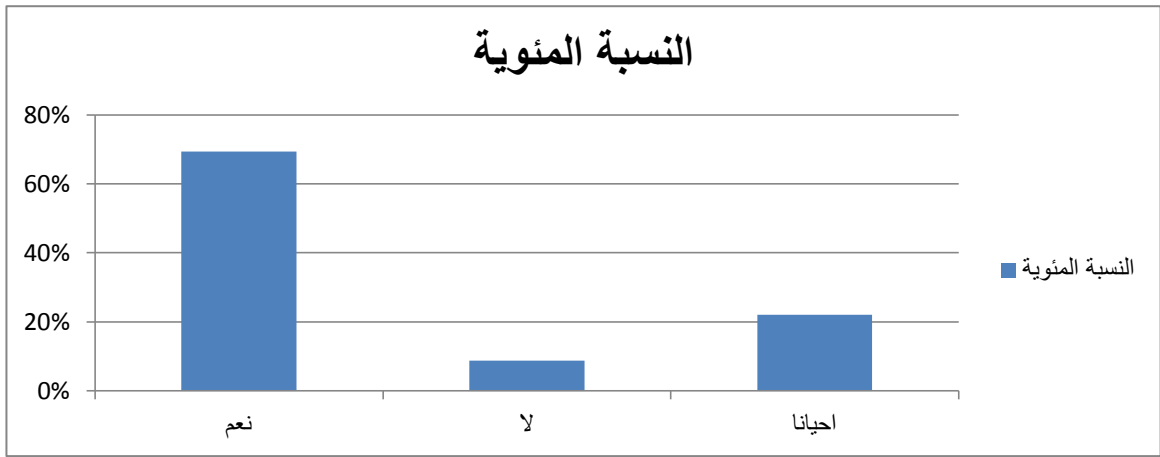
من خلال تحليل العمود البياني رقم (10) نلاحظ أن نسبة (43.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا على أن للإعلام الرياضي المكتوب قد تسبب في إثارة الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية بشكل دائم ، و (43.5%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا على انه أحيانا ما يتسبب الاعلام الرياضي المكتوب في إثارة الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية ، في حين أن (13%) من مجموع اللاعبين أكدوا على انه لم يسبق وان تسبب الاعلام الرياضي المكتوب في إثارة الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية .

السؤال الحادي عشر: هل تأخذ الأندية الرياضية موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار ؟
الغرض من السؤال : تبين ما اذا كانت الأندية الرياضية تأخذ موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار.

الجدول رقم (11) : يبين لنا ما اذا كانت الأندية الرياضية تأخذ موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار.

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	16	69.3%
لا	2	8.7%
احيانا	5	22%
المجموع	23	100%

الرسم البياني رقم (11) : يبين النسب المئوية تأخذ الأندية الرياضية موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (11) نلاحظ أن (16) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا أنهم يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار ، و (02) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا أنهم لا يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار ، في حين أن (05) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا أنهم أحيانا ما يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (11) نلاحظ أن نسبة (69.3%) من مجموع اللاعبين أكدوا أنهم يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار ، و (8.7%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا أنهم لا يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار ، في حين أن (22%) من مجموع اللاعبين أكدوا أنهم أحيانا ما يأخذون موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار أثناء اصدار القرار .

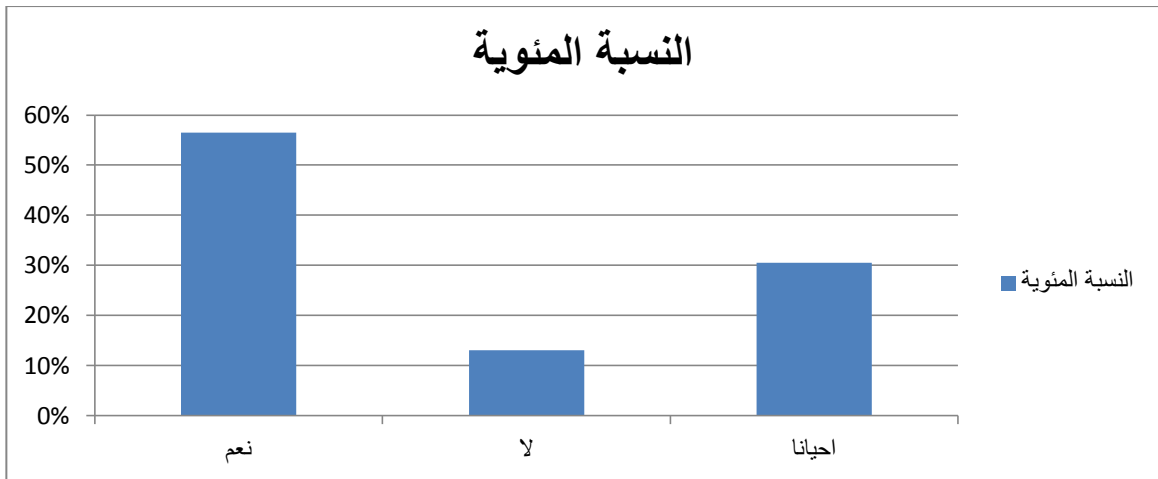
السؤال الثاني عشر: هل يعتبر نجاح وقوة الجريدة الرياضية هي من يثير الرأي العام حول القرارات ؟

الغرض من السؤال : معرفة اذا كان نجاح وقوة الجريدة الرياضية عامل يثير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية .

الجدول رقم (12) : يبين لنا معرفة اذا كان نجاح وقوة الجريدة الرياضية عامل يشير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
56.5%	13	نعم
13%	3	لا
30.5%	7	احيانا
100%	23	لمجموع

الرسم البياني رقم (12) : يبين لنا النسبة المئوية مدى تأثير نجاح وقوة الجريدة الرياضية على الرأي العام وإثارته حول القرارات الأندية الرياضية .



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (12) نلاحظ أن (13) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية هي من يشير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية ، و (03) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية ليس لها دخل في اثاره الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية ، في حين أن (07) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية احيانا ما تثير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (12) نلاحظ أن نسبة (56.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية هي من يثير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية ، و (13%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية ليس لها دخل في اثاره الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية ، في حين أن (30.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية احيانا ما تثير الرأي العام حول القرارات الأندية الرياضية .

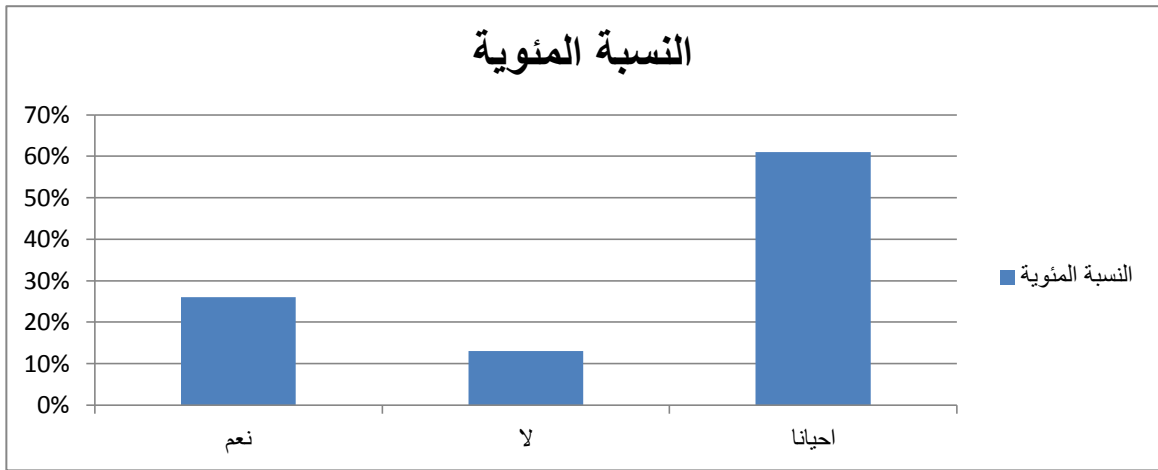
السؤال الثالث عشر : عند اتخاذ قرار ما هل سبق وأن تعرضت لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة ؟

الغرض من السؤال : معرفة ما اذا كان صانع قرار قد تعرض لمشاكل الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة ؟

الجدول رقم (13) : يبين معرفة اذا كان صانع قرار قد تعرض لمشاكل الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة ؟

النسبة المئوية	التكرارات	الاجابات
26%	6	نعم
13%	3	لا
61%	14	أحيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (13) : يبين النسبة المئوية لصانع قرار قد تعرض لمشاكل الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة.



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (13) نلاحظ أن (06) من مجموع اللاعبين أكدوا انه سبق وان تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة ، و (03) من مجموع اللاعبين أكدوا انه لم يسبق وان تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة، في حين أن (14) من مجموع اللاعبين أكدوا انه احيانا ما تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة.

من خلال تحليل العمود البياني رقم (13) نلاحظ أن نسبة (26%) من مجموع اللاعبين أكدوا انه سبق وان تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة ، و (13%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا انه لم يسبق وان تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة، في حين أن (61%) من مجموع اللاعبين أكدوا انه احيانا ما تعرضوا لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية المكتوبة.

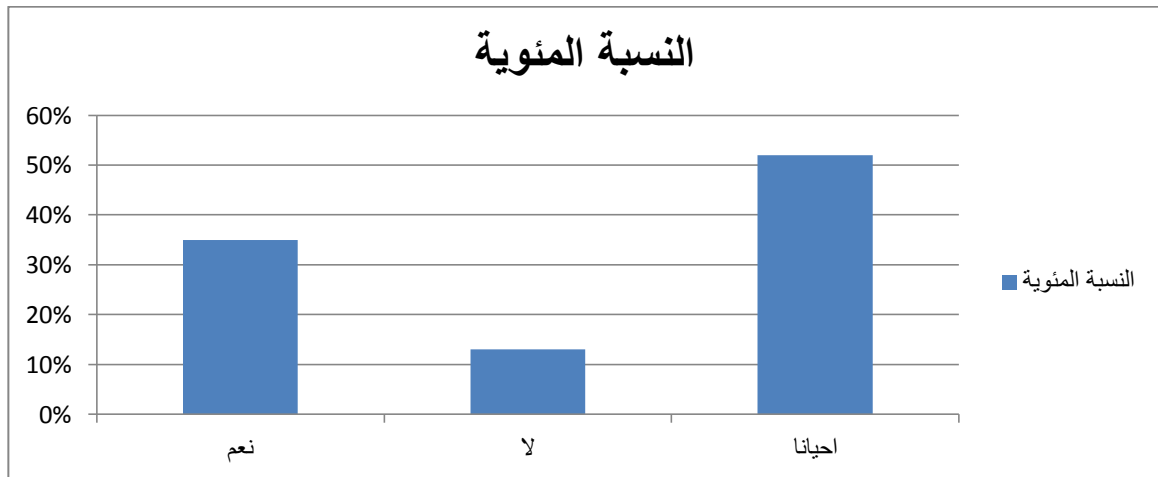
السؤال الرابع عشر : هل تعتبر شخصية الصحفي أحد العوامل التي تؤثر على الرأي العام بالقرارات الصادرة عن ناديتكم ؟

الغرض من السؤال : معرفة مدى اثاره شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الأندية الرياضية .

الجدول (14) : يبين مدى اثاره شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الأندية الرياضية .

النسبة المئوية	التكرارات	التكرارات
35%	8	نعم
13%	3	لا
52%	12	احيانا
100%	23	المجموع

الرسم البياني رقم (14) : يبين النسبة المئوية لمعرفة مدى اثاره شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الأندية الرياضية .



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (14) نلاحظ أن (08) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي أحد العوامل التي تؤثر في الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية ، و (03) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي لا تعتبر كعامل يثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية ، في حين أن (12) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي احيانا ما تكون أحد العوامل التي تؤثر في الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (14) نلاحظ أن نسبة (35%) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي أحد العوامل التي تؤثر في الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية ، و (13%) من مجموع اللاعبين داخل النادي أكدوا ان شخصية الصحفي لا تعتبر أحد العوامل التي تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية ، في حين أن (52%) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي احيانا ما تكون أحد العوامل التي تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية .

السؤال الخامس عشر : اذا كانت الاجابة بنعم :

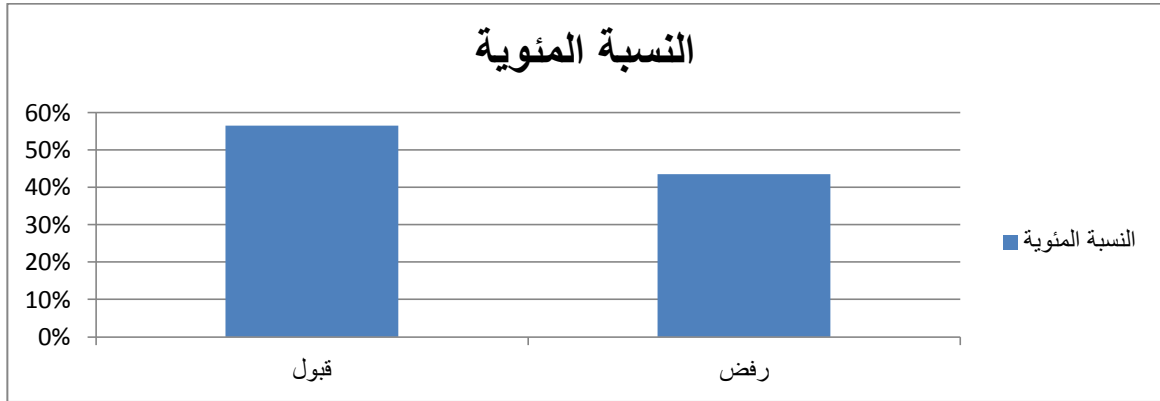
- هل كان ذلك بقبول أو رفض قراراتكم ؟

الغرض من السؤال : معرفة اذا كان الصحفي يثير الرأي العام حول قرارات الأندية بالقبول والرفض .

الجدول (15) : يبين كيفية اثاره شخصية الصحفي للرأي العام حول قرارات الأندية الرياضية بالقبول أو بالرفض .

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
قبول	13	56.5%
رفض	10	43.5%
المجموع	23	100%

الرسم البياني (15) : يوضح النسبة المئوية لمدى إثارة شخصية الصحفي للرأي العام حول قرارات الصادرة عن الأندية الرياضية بالقبول أو بالرفض .



عرض وتحليل النتائج :

من خلال تحليل الجدول رقم (15) نلاحظ أن (13) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي أحد العوامل التي تثير في الرأي العام حول القرارات الصادرة عن الأندية الرياضية بالقبول ، و (10) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي لا تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية لكن بالرفض .

من خلال تحليل العمود البياني رقم (15) نلاحظ أن نسبة (56.5%) من مجموع اللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي أحد العوامل التي تثير الرأي العام حول القرارات الصادرة عن الأندية الرياضية ، و(43.5%) من مجموع اللاعبين واللاعبين أكدوا ان شخصية الصحفي تثير الرأي العام حول القرارات الصادرة عن الأندية الرياضية لكن بالرفض

مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات :

من خلال ما تناولناه في الجزء التطبيقي من طرح أسئلة الاستبيان الموجهة للاعبين النادي أمل بوسعادة وكذا عرض نتائجها وعرض تحليلها ، استخلصنا من خلال هذا البحث النتائج التالية :

بعد تفرغ محتوى الاستبيان وعرضها نلجأ بعدها الى مناقشة النتائج المتحصل عليها على ضوء الفرضيات التي وضعناها ، ولكي تكون العملية أكثر دقة وموضوعية سنحاول تلخيص ما كان من الاجابات من طرف لاعبين نادي أمل بوسعادة في الاستبيان ، " وتم حساب نسب المثوية بالقيمة المقربة الى الوحدة " الذي وضعناه بين أيديهم ، فكانت جملة النتائج كالتالي :

- مناقشة الفرضية الأولى : للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الأندية الرياضية .

من خلال السؤال الأول : هل ساعدك الاعلام الرياضي المكتوب على اتخاذ قرار فعال لناديكم ؟
والذي أردنا منه معرفة ما اذا كان الاعلام الرياضي المكتوب يساعد على اتخاذ قرار فعال داخل الأندية الرياضية وجدنا أن نسبة (56.5%) من مجموعة العينة أي معظم اللاعبين في نادي أمل بوسعادة أكد أن الاعلام الرياضي المكتوب يساعدهم على اتخاذ القرارات الفعالة في الاندية الرياضية ، أي أن الاعلام الرياضي المكتوب له دور كبير وفعال في مساعدة صانع القرار على اتخاذ قرار فعال.

ثم قمنا بالاستفسار في السؤال الثالث عن ما اذا كان يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على قرارات الأندية الرياضية كهيئة رياضية : هل يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي يتخذها ناديكم ؟
وكانت الاجابة أن نسبة (52%) من مجموع العينة من اللاعبين في نادي أمل بوسعادة قالو أن الاعلام الرياضي المكتوب له تأثير كبير أثناء اتخاذ قرار داخل الأندية الرياضية ، وهذا يدل على أن الاعلام الرياضي المكتوب له جانب من التأثير على قرارات الأندية الرياضية .

وعند محاولة معرفة ان كانت وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرار داخل الأندية الرياضية في السؤال الرابع : ان وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع القرار واتخاذ القرارات داخل الأندية الرياضية ؟
وجدنا أيضا أن نسبة (56.5%) من مجموع العينة من اللاعبين في نادي أمل بوسعادة أكدوا أن وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع واتخاذ القرار داخل الاندية الرياضية وهذا يبين أنه توجد علاقة بين الاعلام الرياضي المكتوب وقرارات الأندية الرياضية.

وفي السؤال الخامس : كيف يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل ناديكم ؟

والذي أردنا منه معرفة الكيفية التي يؤثر بها الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الأندية الرياضية

أكد معظم اللاعبين نادي أمل بوسعادة بنسبة (47%) أن الاعلام الرياضي المكتوب يؤثر على صنع القراراتهم بكيفية النقد والتحليل ، أي أن الاعلام الرياضي المكتوب يقوم بنقد القرارات وذلك بذكر إيجابياتها وسلبياتها وإعطاء حلول المناسبة لها.

أما في السؤال السابع : هل تختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل ناديكم على حسب تنوعها ؟

فيرى العديد من اللاعبين النادي أي بنسبة (57%) وذلك في الجدول رقم (07) منهم أنه أحيانا ما تختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضي المكتوب على قرارات الأندية الرياضية على حسب تنوعها أي تختلف بحسب أهمية ونوع المتخذ من طرف النادي الرياضي.

فمن بين أهداف الاعلام الرياضي المكتوب معالجة القضايا والمشكلات التي لها علاقة بالجمال الرياضي ، فالأندية الرياضية بها العديد من القضايا والمشكلات الرياضية التي تحتاج الى قرارات حاسمة بحيث يعتبر الاعلام أحد العوامل المؤثرة على اتخاذ القرار داخل هذه الأندية الرياضية ، وتحتاج المشاركة الاعلام الرياضي عامة والمكتوبة خاصة لديه من الامكانيات ما يؤهله لمتابعة كل الاحداث الرياضية وتقديم المعلومات ونقل المعلومة الحقيقية لما يحدث على الساحة الرياضية ، اللاعبين على هذه النوادي الرياضية هم أفراد في هذا المجتمع يؤثرون ويتأثرون بما يجري من حولهم فمهما كانت طبيعة شخصية صانع القرار فانه في حاجة ماسة الى الوسائل الاعلام ، ونجد على الساحة الرياضية العديد من الامثلة والقضايا الرياضية التي كان للإعلام الرياضي أبلغ التأثير في المساهمة في صنع القرارات المختلفة بها وإلقاء الضوء عليها ، وتناولها وتخصيص حملات اعلامية أدت إلى حتمية إهتمام صانع القرار بها .

فالإعلام الرياضي المكتوب له تأثير على القرارات الأندية الرياضية مثل القرارات الغير عادية التي عادة ما تحتاج مثل هذه القرارات الى وقت أكثر من مثيلاتها من قرارات عادية حيث أنها توصله للدراسة .

وعليه من خلال ما سبق فقد تحققت الفرضية الأولى وبالتالي للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الأندية الرياضية .

- مناقشة الفرضية الثانية : الوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تشير الرأي العام بالقرار الصادرة على الاندية الرياضية .

من خلال نتائج السؤال الثامن : هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول القرارات ؟

والذي أردنا فيه معرفة ان كان الاعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول القرارات الأندية الرياضية حيث نلاحظ من خلال جدول رقم (08) انه أكد معظم اللاعبين بنسبة (69.5%) ان للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قرارا الاندية الرياضية أي أنه يلعب دور تهيئة الرأي العام لقبول اي قرار يصدر من الاندية الرياضية ، فالإعلام الرياضي المكتوب له دور في الرأي العام لقبول القرار الصادر من الاندية الرياضية وهذا راجع لكون الاعلام

الرياضي المكتوب يؤثر في طريقة تفكير الفرد والأسلوب تقيمه للأشياء من خلال ما يتلقاه منه معلومات رياضية يؤدي ان تحول في قناعاته ومعتقداته الرياضية ، فالعقائد الرياضية حصيلة معرفة رياضية التي اكتسبها الفرد .

من خلال نتائج السؤال التاسع : هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض القراراتكم ؟

من خلال الجدول رقم (09) نرى انه جل اللاعبين الناد وبنسبة (43.5%) أن للإعلام الرياضي المكتوب له دور في تهيئة الرأي العام لرفض قرارات الاندية الرياضية ، فالإعلام الرياضي المكتوب يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور مما يملكه من امكانيات متى استطيع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الانسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية والتشكيلية الثقافية ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي ويمكنه أن يوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو ما هو قائم وداعم له.

وبغرض تبين ما اذا كانت الأندية الرياضية تأخذ الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار اثناء اصدار القرار ثم طرح السؤال الحادي عشر على النحو التالي : هل تأخذ الأندية الرياضية الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار اثناء اصدار القرار ؟

فكانت الاجابة الموضحة في جدول رقم (11) وفيها أن معظم اللاعبين في النادي أمل وبنسبة (69.3%) أكدوا أنه أحيانا ما يأخذ صانع القرار الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار اثناء اصدار قراره.

أما في سؤال الثاني عشر والذي تمت صياغته على النحو التالي : هل يعتبر نجاح وقوة الجريدة الرياضية هي من يثير الرأي العام حول قراراتك ؟

والهدف منه معرفة مدى اثاره قوة الجريدة الرياضية ونجاحها في اثاره الرأي العام حول قرارات الاندية الرياضية .

حيث أكد معظم اللاعبين النادي وبنسبة (56.5%) ان نجاح وقوة الجريدة الرياضية يثير الرأي العام حول القرارات الصادرة من الاندية الرياضية لما لها من ذبوع وسط الجماهير وكذا تأثيره على اراء الجماهير وميولاته وهذا ما يوضحه الجدول رقم (12).

والسؤال الرابع عشر : هل تعتبر شخصية الصحفي أحد العوامل التي تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن هيئتكُم ؟

نتائج هذا السؤال كانت في الجدول رقم (14) حيث يهدف هذا السؤال الى معرفة مدى اثاره شخصية الصحفي للرأي العام بالقرارات الصادرة من الاندية الرياضية ، حيث أكد اللاعبين النادي وبسبة (52%) ان لشخصية الصحفي القدرة على اثاره الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية .

وفي السؤال الخامس عشر أردنا ان نعرف ما اذا كان الصحفي يثير الرأي العام حول القرارات النادي بالقبول أو بالرفض بالنسبة للذين أجابوا بأن شخصية الصحفي تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الأندية الرياضية ، فأكدوا أن شخصية الصحفي تثير الرأي العام بقبول القرارات الصادرة عن الأندية الرياضية وبنسبة (56.5%) أي معظم العينة .

فالإعلام الرياضي كما يقول سامح عبد القادر في كتابه حول الاعلام وصنع القرار في المجال الرياضي بأنه يمثل جانبا نفسيا هاما في التأثير على صانع القرار نتيجة ضغوط التي يفرضها عند قيامه بمحملات مكثفة عبر وسائله المختلفة في تناول مشكلات وقضايا وتحويلها الى قضايا تم الرأي العام ، وتشغل العديد من الجماهير بتفصيلها وتجعل الجماهير المهتمة بالمجال الرياضي في حالة ترقب للقرارات الصادرة من الاندية الرياضية .

وهذا ما يثبت صحة الفرضية التي تنص على ان الوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية .

مناقشة الفرضية العامة : يلعب الاعلام الرياضية المكتوب دور في صنع القرار داخل الاندية الرياضية .

كما سبق وان أشرنا في الخلفية النظرية ان وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تمارس دورها في عملية صنع القرارات الرياضية كما تساهم بشكل فعال في دفع القضية في بؤرة اعتمادا على الرأي العام وصانع القرار ، وتقوم بتغيير القرارات حيث يعتمد الجمهور في معرفة هذه القرارات على ما تقدم من وسائل الاعلام ولوسائل الاعلام دور متواز في الغالب اتجاه القضايا الرياضية ومن الممكن ان تأخذ موقف مغايرا كالموقف السابق اذا ما استجدت معلومات جديدة تدعم الموقف الجديد ، ويجد توفر شروط داخل المؤسسة الاعلامية الرياضية كالمصداقية في عملية جمع ونقل المعلومات الصحيحة في الوقف المناسب من مرحلة الى أخرى بطريقة ديناميكية تسمح للمسؤول صانع القرار للتعامل معها والتجاوب مع من ينشر في الوسائل الاعلامية وهذا لأخذ المعلومة وتوظيفها من أجل الصالح العام و ليعود على الأندية الرياضية بما تتطلبه من صنع القرارات هادفة وبناءة لتحقيق الاهداف المرجوة منه ومن الاندية ، وإعطاء ثقة متبادلة بين الاندية الرياضية والرأي العام عن طريق هاته الوسائل الاعلامية وبناع على نتائج الجانب التطبيقي من البحث فان الاعلام الرياضي المكتوب يلعب دور هام في صنع القرار داخل الاندية الرياضية والمساهمة في مساعدة الأندية الرياضية على صنع قرار سليم وفعال خاصة عند اشراك كل المرؤوسين والتشاور معهم في القضايا والمشكلات التي تتعلق بالقرارات والتي تم الرأي العام .

ومن خلال كل ما سبق من نتائج متحصل عليها في المحورين الأول والثاني نقول ان الاعلام الرياضي المكتوب يلعب دور في صنع القرار داخل الاندية الرياضية والفرضية العامة تحققت .

2- اقتراحات :

- بعد عرض النتائج البحث والخروج ببعض الاستنتاجات ، ارتأينا اعطاء بعض الاقتراحات التي نراها ضرورية نذكر منها :
- اجراء المزيد البحوث والدراسات التي تهتم بهذا الموضوع وإعطائه ابعادا أخرى وذلك بالتركيز على دراسة الحالة لأنها تعطي فهمها أعمق و أدق للمشكلة المدروسة .
- الزيادة من توطيد العلاقات بين الأندية الرياضية والإعلام الرياضي المكتوب والمسموع والمرئي ، وذلك لتكاتف الجهود بينهم من أجل خدمة الصالح العام .

- محاولة تقديم برامج رياضية تشيد بنجاحات الأندية الرياضية وذلك لتحفيز الأندية الرياضية على بذل جهود أكبر لأجل اتخاذ قرارات فعالة.
- محاولة توفير كل الامكانيات اللازمة للأندية الرياضية من اجل ضمان السير الحسن لهاته الاندية الرياضية.

فصل الخامس:

استنتاجات

واقترحات

1- استنتاجات العامة :

ان الهدف المراد وصول اليه معرفة اذا مكان الاعلام الرياضي المكتوب يلعب دور في صنع القرار داخل الاندية الرياضية، وهو ماعملنا عليه في الاستبيان الموجه للاعبين النادي، وبعد تحليل النتائج المحور الأول والثاني المشكلة للاستبيان يمكن القول :

- ◀ تعتقد الغالبية العظمى من افراد العينة الدراسة ان درجة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على قراراتهم ايجابية ، واهتمامهم ومنحهم ثقة عالية بمصداقية برامج تلفزيونية المتخصصة بالرياضية في نقل الخبر .
- ◀ يبدى غالبية أفراد العينة المبحوثة انطبعا "إيجابيا" حول أهمية الاعلام بشكل عام والإعلام المكتوب بشكل خاص ، وقدرته الفعالة على تغيير اتجاهاتهم وميولهم ، بسبب نقله للحقائق والوقائع بشكل صادق وأمين .
- ◀ تلعب وسائل الاعلام المكتوبة دورا كبيرا في عملية صنع القرار وكذا تهيئة وإثارة الرأي العام لقبول أو رفض أي قرار يصدر من الأندية الرياضية .
- ◀ يتمتع الاعلام الرياضي المكتوب بمصداقية من جهة نظر اللاعبين ، لكون الرسائل الاعلامية الواصلة اليهم تكون على شكل مواد اخبارية صحفية تهدف الى التعرف فقط دون ان تدخل في محاولة اقناع مباشر بالفكرة .
- ◀ الصحف الرياضية تساعد على اتخاذ قرار حيث تعتبر هي الوسيلة التي لها تأثير على اتخاذ القرار السليم داخل الاندية الرياضية.
- ◀ وسائل الاعلام المكتوبة تؤثر على قرارات الاندية الرياضية بالنقد والتحليل .

الخاتمة



خاتمة البحث:

بعد عرض معطيات هذا البحث يتضح لنا أن الاعلام الرياضي المكتوب يساهم في ترشيد عملية صنع القرار داخل الاندية الرياضية بشكل متناسب وأهداف الأندية الرياضية آخذين بعين الاعتبار كل الظروف المحيطة بها ، والمؤشرات الي لها علاقة بالقرارات الادارية التي تصنع من طرف الاندية الرياضية ، فإن الوصول الى صنع القرار عقلانية وموضوعية وفعالة يتطلب توفر شروط داخل المؤسسة الاعلامية الرياضية كمصدقية في عملية جمع ونقل المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب من مرحلة الى أخرى بطريقة ديناميكية تسمح للمسؤول صانع القرار بالتعامل معها والتجاوب مع من ينشر في الوسائل الاعلامية وهذا لأخذ المعلومة وتوظيفها من أجل الصالح العام وليعود على الأندية الرياضية بما تتطلبه من صنع القرارات هادفة وبناءة لتحقيق الاهداف المرجوة منه ، ولإعطاء ثقة متبادلة بين الاندية الرياضية و الرأي العام عن طريق هاته الوسائل الاعلامية ولاحظنا التفهم الكبير والوعي الثقافي من طرف جل اللاعبين بالدور الذي يلعبه الاعلام الرياضي المكتوب وكذا على أهمية تواجده كحلقة ربط بينهم وبين الجمهور ، وكما يساعدهم في إختيار قرار المناسب عن طريق المعلومات التي يتحصلون عليها ، والتي يكون لها وقع وأثر كبيرين في عملية صنع القرار سليم خاصة عند إشراك كل المرؤوسين والتشاور معهم في قضايا ومشكلات الت تتعلق بالأندية الرياضية ، فهذه من صفات القائد الجيد وكذلك من أجل تحمل المسؤولية من الجميع .

قائمة المصادر

والمراجع

4- قائمة المراجع المعتمدة في الدراسة :

4-1- قائمة المراجع بالعربية:

- 1- أحمد ابراهيم ، الادارة المدسية ، دار الفكر العربي ، مصر 2003.
- 2- أحمد صقر عاشور ، ادارة القوى العاملة ، دار النهضة العربية.
- 3- ابراهيم سلطان، مبادئ الادارة ، الدار الجامعية ، الاسكندرية 2002.
- 4- إسماعيل محمد السيد ، الادارة الاستراتيجية ، الاسكندرية 1993.
- 5- أحمد نور، المحاسبة الادارية وبحوث العمليات ، دار الجامعية للنشر ، الاسكندرية 1989.
- 6- ابراهيم محمود عبد المقصود ، الموسوعة العلمية للادارة الرياضية ، ط1 ، دار الوفاء لدنيا الطباعة.
- 7- أحمد محمد المصري ، الادارة الحديثة - الاتصالات - القرارات ، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية 2008.
- 8- السيد العليوه ، صنع قرار سياسي في المنظمات الادارة العامة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1987.
- 9- ابراهيم عبد العزيز شيما ، أصول الادارة ، العامة الدار الجامعية للطباعة والنشر ، بيروت ، لبنان ، 1983.
- 10- أديب خضور، أدبيات الصحافة ، جامعة دمشق، 1986 .
- 11- الكسندر بوريتسكي ، الصحافة التلفزيوني ، ترجمة أديب خضور ، ط1 ، المكتبة الاعلامية ، دمشق ، سوريا، 1990
- 12- أديب خضور ، الصحافة التلفزيوني ، دمشق ، الطبعة الأولى ، 1990.
- 13- أحمد محمد مصري ، الاتصالات والقرارات ، دار القلم ، دبي ، 1990.
- 14- أديب خضور ، الاعلام الرياضي ، دراسة عملية لتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون ، المكتبة الاعلامية ، دمشق، 1994 ، ص 87 .
- 15- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1993.
- 16- ابراهيم إمام ، الاعلام والاتصال بال جماهير ، ط1 ، المكتبة الانجلو مصرية ، 1969.
- 17- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2002.
- 18- أيمن محمد الهنداوي ، برامج التلفزيون المصري الرياضي ، ط1 ، دار الوفاء لدنيا الطباعة ، الاسكندرية ، 2004.

19- بركات عبد العزيز، اتجاهات الحديثة في انتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، دار الكتاب ، الحديث ، القاهرة ، 2000.

5-2- قائمة المراجع الأجنبية:

89- Abdelfattah morad.the terms of scientific research and theses and publications . 166gypt .p780.

90- Hocine Mazali: Une réflexion sur l'audio visuel ,Petit écran, N7 juillet, 1995, Algérie.

91- L-white. Introduction to the study of public administration.

5-3- القواميس:

93- " المنجد في اللغة والادب والعلوم " ، ط15 ، المطبعة الكاثوليكية ، بيروت.

94- المنظمة العربية للتنمية الادارية ، معجم المصطلحات الادارية ، القاهرة، مصر، 2007. .

5-4- المجالات :

- أسامة عبد الحليم مصطفى ، دراسة منشور ، مجلة الادارة أكتوبر 1984.

- علي محمد عبد الوهاب ، دراسة منشورة ، مجلة الادارة ، يناير، 1982.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بالمسييلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الاعلام الرياضي

تخصص: اعلام واتصال الرياضي سمعي بصري

إستمارة استبيان في إطار التحضير لإعداد مذكرة الماستر

في إطار التحضير لرسالة الماستر بعنوان: دور الاعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الاندية الرياضية ، نود منكم المشاركة في اثناء هذا الموضوع من خلال تفضلكم بالإجابة على جملة الأسئلة الموجودة بهذه الاستمارة، سعيًا منا لمعرفة وجهة نظركم كمهنيين حول دور الاعلام الرياضي المكتوب على مستوى ناديكم. ونظر لأهمية هذه الدراسة، أعتقد أنكم ستولون كل الاهتمام والجدية في الإجابة على هذه الأسئلة، علما أن معلوماتكم ستستخدم فقط في إطار البحث العلمي.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

من إعداد الطالب:

جلود ساعد

المحور الأول: للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

1- هل ساعدك الاعلام الرياضي المكتوب على اتخاذ قرار فعال داخل النادي؟

نعم لا أحيانا

2- هل يعتبر الاعلام الرياضي المكتوب أحد الصعوبات التي تقابلك أثناء اتخاذ القرار؟

نعم لا أحيانا

3- هل يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على القرارات التي تتخذها الأندية الرياضية؟

نعم لا أحيانا

4- هل وسائل الاعلام الرياضي المكتوب تمارس دورها في صنع واتخاذ القرارات داخل الاندية الرياضية ؟

نعم لا أحيانا

5- كيف يؤثر الاعلام الرياضي المكتوب على صنع القرار داخل الأندية الرياضية؟

النقد والتحليل إبداء الرأي أخرى

6- هل تولى وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة أهمية للقرارات التي تتخذونها؟

نعم لا أحيانا

7- هل تختلف درجة تأثير وسائل الاعلام الرياضية المكتوبة على عملية صنع القرار داخل الأندية الرياضية على حسب

تنوعها؟

نعم لا أحيانا



المحور الثاني: الوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية.

- 1- هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لقبول قراراتكم؟
 نعم لا أحيانا
- 2- هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في تهيئة الرأي العام لرفض قراراتكم؟
 نعم لا أحيانا
- 3- هل سبق وان تسبب الاعلام الرياضي المكتوب في اثارة الرأي العام ضد القرارات التي تصدرها الأندية الرياضية؟
 دائما أحيانا أبدا
- 4- هل تأخذ الأندية الرياضية موضوعات الصحافة المكتوبة بعين الاعتبار اثناء اصدار القرار؟
 نعم لا أحيانا
- 5- هل يعتبر نجاح وقوة الجريدة الرياضية هي من يثير الرأي العام حول قرارات الأندية الرياضية؟
 نعم لا أحيانا
- 6- عند اتخاذ قرار ما هل سبق وان تعرضت لمشاكل من الرأي العام وبإشارة من احدى الصحف الرياضية؟
 نعم لا أحيانا
- 7- هل تعتبر شخصية الصحفي أحد العوامل التي تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن ناديتكم؟
 نعم لا أحيانا
- 8- اذا كانت الاجابة بنعم:
هل كان ذلك بقبول او رفض قراراتكم؟
 قبول رفض

ملخص الدراسة :

1- عنوان الدراسة: دور الاعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.

2- مشكلة الدراسة : هل يلعب الاعلام الرياضي المكتوب دور في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.

التساؤلات الفرعية :

◀ هل للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية؟

◀ هل الوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية ؟

3- أهداف الدراسة : يمكن تلخيصها في النقاط التالية :

◀ معرفة الدور الحقيقي الذي يلعبه الاعلام الرياضي المكتوب في صنع القرار داخل الأندية الرياضية .

◀ معرفة ان كانت الوسيلة الاعلامية المكتوبة الأكثر شيوعا .

◀ معرفة مفاهيم وأساليب ومهارات وصعوبات صنع القرار.

◀ معرفة العقلانية والموضوعية في عملية صنع القرار ومصداقية وسائل الاعلام في نقل الخبر والمعلومة .

◀ معرفة مدى تقارب وجهات نظر في التعامل مع وسائل الاعلام وصنع القرارات الادارية.

4- فرضيات الدراسة :

4-1- الفرضية العامة : يلعب الاعلام الرياضي المكتوب دور في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.

4-2- الفرضيات الجزئية :

◀ للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على صنع القرار داخل الاندية الرياضية.

◀ الوسائل الاعلام الرياضية المكتوبة تثير الرأي العام بالقرارات الصادرة عن الاندية الرياضية .

5- اجراءات الدراسة الميدانية :

5-1- منهج الدراسة :هو المنهج الوصفي متبوعا بالاسلوب المسحي

5-2- عينة الدراسة : تمثلت العينة النهائية في 23 لاعبا في نادي أمل بوسعادة .

5-3- أدوات البحث : تمثل في استمارة الاستبيان .

6- النتائج المتوصل اليها : يلعب الاعلام الرياضي المكتوب دور في صنع القرار داخل الأندية الرياضية.

7- أهم الاستنتاجات والاقتراحات :

- تعتقد الغالبية العظمى من افراد عينة الدراسة أن درجة تأثير الاعلام الرياضي المكتوب على قراراتهم ايجابية ، واهتمامهم ومنحهم ثقة عالية بمصداقية الجرائد الرياضية المتخصصة بالرياضة في نقل الخبر.
- يبدي غالبية افراد العينة المبحوثة انطبعا " ايجابيا " حول أهمية الاعلام بشكل عام والإعلام المكتوب بشكل خاص ، وقدرته الفعالة على تغيير اتجاهاتهم وميولهم ، بسبب نقله للوقائع والحقائق بشكل صادق وأمين .
- تلعب وسائل الاعلام المكتوبة دورا كبيرا في عملية صنع القرار ، وكذا تهيئة وإثارة الرأي العام لقبول أو رفض أي قرار يصدر من الاندية الرياضية .
- يتمتع الاعلام الرياضي المكتوب بمصداقية من وجهة نظر اللاعبين ، لكون الرسائل الاعلامية الواصلة اليهم تكون على شكل مواد اخبارية وصحفية تهدف الى التعريف فقط دون ان تدخل في محاولة اقناع مباشرة بالفكرة .
- الجرائد الرياضية تساعد على اتخاذ قرار سليم لكن بالدرجة الثانية بعد التلفزيون الذي يعتبر هو الوسيلة التي لها أكبر تأثير على اتخاذ القرار السليم داخل الاندية الرياضية .
- اجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تهتم بهذا الموضوع وإعطائه أبعادا أخرى وذلك بالتركيز على دراسة الحالة لأنها تعطي فهما اعمق وأدق للمشكلة المدروسة.
- الزيادة من توطيد العلاقات بين الأندية الرياضية والإعلام المكتوب والمسموع والمرئي ، وذلك لتكاتف الجهود بينهم من أجل خدمة الصالح العام .
- محاولة تقديم برامج رياضية تشيد بنجاحات الأندية الرياضية وذلك لتحفيز الأندية الرياضية على بذل جهود أكبر لأجل اتخاذ قرارات فعالة.
- محاولة توفير كل الامكانيات اللازمة للأندية الرياضية من أجل ضمان السير الحسن لهاته الأندية .
- محاولة توفير ميزانية كافية للأندية الرياضية لأجل تجسيد قراراتها على أرض الواقع وبسهولة.
- وضع مقاييس تدرس في مختلف التخصصات والتي تدرس صنع القرار.