

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

فرع : إعلام واتصال الرياضي

تخصص : الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري



معهد : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : الاعلام والاتصال الرياضي

رقم :

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

اعداد الطالب (ة) : رابح باوني

تحت عنوان

دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم

لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة: محمد بوضياف المسيلة	اسم ولقب الاستاذ (ة)
مشرفا ومقررا	جامعة: محمد بوضياف المسيلة	جلال صلاح الدين (ة)
مناقشا	جامعة: محمد بوضياف المسيلة	اسم ولقب الاستاذ (ة)

السنة الجامعية : 2017 / 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الشكر والحمد لله كثيرا على نعمه، والذي وفقني لإتمام هذا
البحث.

يطيب لي أن أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف:

د. جلال صلاح الدين

كما أشكر الأساتذة الذين لم يخلوا على تقديم المساعدة لي.
وأشكر كل الأهل والأقارب و الأصدقاء على تشجيعهم لي.

رابع

قائمة المحتويات

	شكر وعرفان
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
أ-ب	مقدمة
03	الفصل الأول : الخلفية النظرية والدراسات السابقة
04	I- الخلفية النظرية
04	1. الإعلام الرياضي
04	1.1. مفهوم الإعلام
06	2.1. تعريف وسائل الإعلام
08	3.1. خصائص الإعلام
09	4.1. العوامل المؤثرة في الإعلام
11	5.1. الأهمية التربوية والتنموية للإعلام
12	6.1. مفهوم الإعلام في مجال التربية البدنية والرياضية وأهميته
14	7.1. عناصر الإعلام الرياضي ومنظومته الإعلامية
15	8.1. نظريات الإعلام الرياضي
17	9.1. تحرير الأخبار الرياضية
18	10.1. واقع الإعلام الرياضي ووظائفه في الجزائر
19	2. الاتحادية الجزائرية لكرة القدم
19	1.2. التعريف بالاتحادية الجزائرية لكرة القدم
19	2.2. الهيكل التنظيمي والمهام الأساسية للاتحادية
25	3.2. طبيعة المتعاملين مع الاتحادية
28	II - الدراسات السابقة

31	1- التعليق على الدراسات السابقة
32	الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة
33	1- الكلمات الدالة في الدراسة
35	2- إشكالية الدراسة
36	3- أهداف البحث
36	4- أهمية البحث
37	5- فرضيات البحث
38	الفصل الثالث : الإجراءات الميدانية للدراسة
39	تمهيد
40	1- الدراسة الاستطلاعية
43	2- المنهج المتبع في الدراسة
43	3- مجتمع وعينة الدراسة
44	4- أدوات جمع البيانات والمعلومات
46	5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة
46	6- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
46	خلاصة
47	الفصل الرابع : عرض ومناقشة النتائج
48	تمهيد
49	1- عرض النتائج
49	1.1. عرض نتائج الفرضيات الجزئية
57	2.1. عرض نتائج الفرضية الرئيسية
58	2- تفسير النتائج
61	الفصل الخامس : استنتاجات واقتراحات

62	1 - استنتاج عام
63	2- الاقتراحات
63	3 - الآفاق المستقبلية للدراسة
64	4 - قائمة المصادر والمراجع
67	5 - الملاحق
70	6 - ملخص الدراسة

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(1-3)	معامل الارتباط بيرسون بين التطبيق الاول و الثاني لمحاور اداة القياس (ن = 12).	41
(2-3)	يبين معامل الارتباط والصدق الذاتي	42
(3-3)	يوضح توزيع أفراد العينة	44
(4-3)	شرح المحاور الخاصة بالاستبيان مع ذكر أرقام العبارات وعددها	45
(5-3)	يبين درجات الاختيارات المقابلة للعبارات المكونة للاستبيان	45
(1-4)	موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع	49
(2-4)	الهيئة تتعامل مع الملفات التي تسيورها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني باحترافية	49
(3-4)	لو اقترحنا تصنيف عمل الاتحاديات تختار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم	50
(4-4)	تم اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير	50
(5-4)	بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة	50
(6-4)	أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ وببرودة	51
(7-4)	علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم	51
(8-4)	ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي	52
(9-4)	الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر المفاهيم السليمة للرياضة	52
(10-4)	يحسن الإعلام الرياضي صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل	53
(11-4)	تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات مع وسائل الإعلام المختلفة	53
(12-4)	يتسبب الإعلام الرياضي دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي	53
(13-4)	الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر الآراء المهمة	54

54	هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافٍ إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة	(14-4)
55	الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية	(15-4)
56	البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام	(16-4)
56	يساهم الإعلام الرياضي التلفزيوني في ترويج أسماء أبطال المنتخب	(16-4)
57	الإعلام الرياضي التلفزيوني على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب	(17-4)
57	موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع	(18-4)

مقدمة:

يشكل الإعلام الرياضي التلفزيوني عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية جماعية، غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعاً من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

ومع تطور واتساع رقعة النشاطات والممارسات الاجتماعية وتعمدها بين الأفراد والجمعيات سيما تلك الأنشطة المنجزة في أطر تنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنشآت على اختلاف أنواع مجالاتها التربوية أو الثقافية أو السياسية أو اقتصادية أو غيرها، ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط وإحساس جوهري بمختلف جوانب الحياة المهنية الخاصة بالمنظمات والمؤسسات.

فتعد العلاقات العامة في المؤسسة إستراتيجية اتصالية هامة إذ تعمل وتساهم في كسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة وفي خلق وتدعيم صورتها المؤسسية، كما أنها تعتبر مجرد كونها نشاط يربط المؤسسة بجمهورها، بل تعبر عن مجموعة من العلاقات الاجتماعية والناجمة عن العملية الاتصالية داخل وخارج المؤسسة. ومن القطاعات التي أصبحت تهتم بالعمليات الإعلامية والاتصالية نجد قطاع الشباب والرياضة من خلال مديرياته وجمعياته الرياضية المختلفة.

من بين هذه الهيئات الاتحادية الجزائرية لكرة القدم التي تعنى بمجال كرة القدم الأكثر شعبية في الجزائر والتي تسعى للحصول على رضى جمهورها وثقة العاملين بها وكسب احترام الاتحاديات على المستوى الدولي والروابط المحلية وفق عمليات وإستراتيجيات وعلاقتها بالإعلام الرياضي التلفزيوني من أجل تحسين صورتها لدى الجمهور.

وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا هذه من خلال معرفة دور الاعلام التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم وقد تناولنا في هذه الدراسة:

الفصل الأول: تضمن محورين:

المحور الأول : الخلفية النظرية للإعلام الرياضي التلفزيوني والاتحادية الجزائرية لكرة القدم

المحور الثاني: الدراسات السابقة والمشاهدة التي تناولت كلى المتغيرين والتعليق عليها

الفصل الثاني: خاص بالإطار العام للدراسة وتشكل من خمس محاور:

المحور الأول: الكلمات الدالة في الدراسة

المحور الثاني: إشكالية الدراسة

المحور الثالث: أهداف الدراسة

المحور الرابع: أهمية الدراسة

المحور الخامس: فرضيات الدراسة

الفصل الثالث : وقد خصص للإجراءات الميدانية للدراسة وقد تضمن ستة محاور :

المحور الأول: الدراسة الاستطلاعية

المحور الثاني: المنهج المتبع في الدراسة

المحور الثالث: مجتمع وعينة البحث

المحور الرابع: أدوات جمع البيانات والمعلومات

المحور الخامس : إجراءات التطبيق الميداني للأداة

المحور السادس: الأساليب الإحصائية المستعملة

الفصل الرابع: و خصص لعرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة وقسم إلى محورين:

المحور الأول: عرض النتائج

المحور الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

الفصل الخامس: خاص بالاستنتاجات والبحوث المستقبلية وقسم إلى خمسة محاور:

المحور الأول: استنتاجات عامة

المحور الثاني: توصيات الباحث

المحور الثالث: الآفاق المستقبلية للدراسة

المحور الرابع: المراجع المعتمدة في الدراسة

المحور الخامس: الملاحق

و في الأخير ملخص للدراسة باللغتين العربية والفرنسية وأملنا التوفيق من الله تعالى في هذا المبحث والله الموفق.

الفصل الأول :

الخلفية النظرية والدراسات السابقة

I. الخلفية النظرية

1- الإعلام الرياضي

2- الاتحادية الجزائرية لكرة القدم

الدراسات السابقة

I. الخلفية النظرية:

1. الإعلام الرياضي:

لا يخفى على أحد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس ،فبعدها كانت مقتصرة على إيصال الأخبار بصفة مجردة، ولا تحمل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية تعود على المجتمع والرياضة بالتطور والإزدهار. لكن اليوم وفي ظل المعطيات التي يعرفها العصر تعاظمت مهامها وتشبعت وظائفها، فأصبحت الصحافة بكافة وسائلها تتحمل الثقل والعبء الكبيرين في الدفع بالحياة الرياضية في الوسط الاجتماعي. وهذا بموجب ما تملكه من إمكانيات مادية ومعنوية تؤهلها لتحقيق ذلك وقد أدى هذا إلى وضعها أمام ضرورة ملحة إلى التغيير في أنماط أعمالها ونشاطاتها في معالجة وانتقاء المادة الإعلامية ، بحيث تسهم هذه الأخيرة في التأثير على المشاهدين وخاصة المراهقين منهم في الإنحياز إلى الرياضة بمتابعتها وممارستها.

1.1. مفهوم الإعلام :

يرى "محمد عبد الملك" الإعلام لم يعد قاصرا على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات والحقائق ، التي تتميز بالدقة ، وإنما إتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بموجبها متلقي ومرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات بأي شكل من إعلام.. (محمد الحماسي، 2006، ص22) بينما يرى "إبراهيم إمام" أن الإعلام هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق ومعلومات وأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة.... (حسن أحمد الشافعي، 2003، ص37)

ويفهم من هذه التعاريف أن الإعلام عملية تعبير موضوعي على لحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف التنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة التي منها الصحافة والإذاعة والتلفاز السينما والمسرح وغيرها. - الإعلام: هو نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة أو المؤسسة سواء جماهيرها الداخلية والخارجية. (عبد المنعم الميلادي، 2008، ص12)

- كما أن عملية الإعلام في جوهرها عملية إتصال بين المرسل والمستقبل أو متلقي من خلال وسيلة إعلامية أو إتصالية تحقق الهدف من نقل الرسالة الاعلامية من المرسل الى المتلقي.

ولذا فإن الاعلام له دور رئيسي في تفاعل الافراد والمجتمعات على المستويين المحلي والدولي، إذ أن بناء العلاقات الانسانية بين الافراد والجماعات أو تدعيم العلاقات الدولية بين المجتمعات أو الدول لا يمكن أن يتحقق بدون وسائل الاتصال .

ويؤكد "ليرنير" على ذلك، إذ يرى وجود علاقة بين المدينة أو التقدم الحضاري والتعلم أو المعرفة من جهة والتعلم أو المعرفة والاستفادة من وسائل الإعلام من جهة أخرى.

يرى كل من خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم أن الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات التالية: نشر معلومات بعد جمعها وانتقائها، ويطلق على الإعلام في بعض الأحيان مسمى الاستعلامات لاهتمامه بنشر الأخبار وتوضيحها وتفسيرها.

بينما يشير "ابراهيم امام" الى الإعلام بأنه: "هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور" بقصد نشر الثقافة، ويتفق معه في هذا الرأي "زيدان عبد الباقي"، إذ يرى أن الإعلام يهتم بتزويد الجماهير بأكبر قدر متاح من المعلومات التي تتميز بدقة وكذلك الحقائق التي تتسم بالوضوح.

ويرى "محمد عبد المالك"، أن الإعلام لم يعد قاصراً على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات والحقائق، والتي تتميز بالدقة، وإنما إتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بها بموجبهما المتلقي والمرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات بأي شكل من الإعلام.

ويستخلص كل من "خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم" مفهوما للإعلام يتحدد في كونه عملية تغيير موضوعي يقوم على الحقائق والإحصاءات بغرض تنظيم التفاعل بين الافراد والجماعات من خلال وسائل عديدة. (محمد الحماجي، 2006، ص22)

1.1.1. الإعلام الدولي:

لا يختلف إثنان بأن العصر الحالي هو عصر الإعلام، فالإعلام ظهر قديماً، ولكن معداته وتقنياته هي التي بلغت هذا القدر من الحداثة والخطورة وقوة التأثير على المجتمعات ، فقد تنوعت طرق وصوله إلى الناس وأساليب استخدامه المذهلة التي فاقت كل الحواجز ، وأصبحنا نعيش عصراً للإعلام فيه صورة غريبة إذ أصبح تأثيره خطيراً على نفوس الناس وأعمالهم ويكمن خطر هذه الوسائل في تكوين الاتجاهات والمعتقدات وفقاً لهدف المرسل ومقصده، حيث أن الإتصال يتم من خلال نسق إجتماعي وما التغير الثقافي إلا ثمرة من ثمار وسائل الإتصال .

لذا يمكن القول أن الإعلام الدولي هو محاولة التأثير على الآخرين للتصرف بشكل معين أي أن الإتصال هو بغرض الإقناع من خلال وسائل الإعلام وذلك لتغيير الآراء تجاه مسائل معينة ،فعبء الحدود الدولية تقوم المؤسسات وأفراد من دولة معينة بنقل الدعاية لمواطني دولة أخرى بغض النظر عن إختلاف جنسياتهم، من هنا كان غرض الإعلام الدولي تحقيق الأهداف السياسية الخارجية للدولة (جمال محمد أبو شنب، 2009،

ص30-31)

كما أن هناك بعض التعريفات للإعلام الدولي وبوجه عام يمكن القول بأنه محاولة التأثير على الآخرين للتصرف بشكل معين ما كانوا يتصرفونه في غيابها .. أي أنه الإتصال بغرض الإقناع من خلال وسائل الإعلام وذلك لتغيير الآراء تجاه الوسائل معينة... عبر الحدود الدولية تقوم بالمؤسسات أو أفراد من دولة معينة بنقل دعاية لمواطنين دولة أخرى بغض النظر عن جنسية الأشخاص الذين يتولون العملية الدعائية ... ودعاية الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخاصة لدولة.

والإعلام الدولي يعمل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية مع غيره من وسائل وتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول ، ويساهم في تقويم الدور الذي يقوم به الإتصال الدولي رغم إختلاف النظم السياسية ودرجة النمو الإقتصادي ... كما إن إحتكار الإتصال الجماهير الدولي مشكلة تقابل الدول ذات الإمكانيات المحدودة في وقت دخل فيه العالم عصر العالمية وقد أحدث إختراع الوسائل الفنية الخاصة بإرسال الرموز تغيرات جذرية في الإتصال مما أحدث تغيرات كبيرة في الثقلفة الإنسانية بصفة عامة فالإتصال الجماهيري أحد العمليات الإجتماعية وهي جزء لا يتجزأ من النظام الإجتماعي ... (بوغديري علي، 2009-2008)

2.1. تعريف وسائل الإعلام:

هي عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والعلمية المؤدية للإتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية الإرشادية للمجتمع .

فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجارهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة ودعمتها بإمكانيات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء .

وعرف "صالح دياب" 1994 وسائل الإعلام بأنها: مجموعة الأدوات الأدبية والفنية المؤدية للإتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة والإذاعة والتلفيزين ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير رسمية. (خير الدين علي عويس ، 1997، ص76)

ومن وسائل الإعلام نجد :

- الصحف:

تعتبر الصحافة من أهم الأدوات التي تنقل لنا صورة المجتمع المحلي والمجتمع الدولي، كما أنها تعتبر أداة ضرورية لاغنى عنها. ومن خلال غياب الصحافة تفقد إحدى مصادر الإعلام المعلوماتي إذ أنها بمثابة حلقة وصل بين العالم الخارجي والفرد.

- التلفزيون والقنوات الفضائية:

يقدم التلفزيون للشباب الكثير من المعلومات التي تثري حياتهم العلمية والثقافية والسياسية والإقبال على مشاهدة التلفزيون أكثر من الإقبال على سماع الإذاعة فالمعلومات تنتقل من خلال الصوت والصورة ... والصورة لها جاذبية أكثر من الصوت والتلفزيون يقوم بدور سياسي هام من خلال نقل صورة حية للأخبار في نفس اليوم.... (عبد المنعم الميلاوي، 2008، ص121)

- الأنترنت:

الأنترنت هي عبارة عن شبكة كمبيوترات ضخمة متصلة مع بعضها البعض. وتخدم الأنترنت أكثر من 200 مليون مستخدم وتنمو بشكل سريع للغاية يصل إلى نسبة 100% سنويا، وقد بدأت فكرة الأنترنت أصلا كفكرة حكومية عسكرية وإمتدت إلى قطاع التعليم والأبحاث ثم التجارة حتى أصبحت في متناول الأفراد. والأنترنت عالم مختلف تماما عن الكمبيوتر، عالم يمكن لطفل في العاشرة الإبحار فيه. ففي البداية كان على مستخدم الأنترنت معرفة بروتوكولات ونظم تشغيل معقدة كنظام تشغيل "يونكس" أما الآن فلا يلزمك سوى معرفة بسيطة بالحاسوب لكي تدخل إلى رحاب الأنترنت.

كما كان في الماضي من الصعب الدخول للأنترنت خلال الشبكة الهاتفية بإستخدام "مودم" ولكن مع إنتشار شركات توفير الخدمة تبذدت هذه الصعوبات .

وتجربة الإعلام الرياضي على الأنترنت رغم ما لها من سلبيات كثيرة إلا أنني أرى لها وجها إيجابيا مهما، يتمثل في زيادة أعداد المهتمين بما يدور في الوسط الرياضي، وباتت أعداد المتابعين للأخبار الرياضية في تزايد مستمر، رغم التحفظ على ثقافة التشجيع والنقد البناء لدى شريحة كبيرة منهم.

وبالطبع سيكون هناك تأثير لمثل هذه المواقع على الكرة العالمية بشكل عام وعلى الكرة العربية بشكل خاص مستقبلا، لأنه كما توجد مواقع رياضية مثيرة للسخرية، فهناك مواقع أيضا تبعث على الاحترام، وهي التي

ستتحمل وحدها العبء الأكبر في إعادة تشكيل الثقافة الكروية لدى المشجع العربي بعيدا عن التعصب والإستفزاز (www.alwasatnews.com)

- خدمات الأنترنت:

هناك ثلاث خدمات أساسية لشبكة الأنترنت هي:

1- البريد الإلكتروني: يمثل البريد الإلكتروني إحدى المميزات الرئيسية للأنترنت، وأكثر خدماتها إنتشارا في جميع الشبكات المرتبطة بها، ويعني البريد الإلكتروني ببساطة إرسال الرسائل من حاسوب إلى آخر عبر الشبكة وإلى أي مستخدم في أي مكان.

2- خدمة تيلنت: تعرف خدمة التيلنت أيضا بخدمة الربط عن بعد . والتيلنت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يصل إلى جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم، وأن يرتبط بها. إن خدمة التيلنت تجعل من حاسوب المستخدم زبونا للتيلنت ، وذلك لكي يتمكن من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خدمات تيلنت الموجودة في أي مكان من العالم.

3- خدمة بروتوكول نقل الملفات : تعد خدمة نقل الملفات من الخدمات المهمة في شبكة الأنترنت ، إذ هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للإستخدام العام من خلال الشبكة كالصور والأصوات والكتب ، وغيرها والتي يمكن لمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع إلى حاسوب مزود الخدمة الذي يربط به، وذلك بإستخدام بروتوكول نقل الملفات.

ويفضل عادة إستخدام بروتوكول zmodem لأنه أسرع وأبسط بكثير من بروتوكول xmodem ، ويمكن للمكتبات ومراكز المعلومات إستخدام بروتوكول نقل الملفات في عدة مجالات مثل توصيل الوثائق إلكترونيا، ونقل ملفات التزويد، وملفات الفهارس من مكتبة إلى أخرى. (ربحي مصطفى عليان، 2005، ص131)

- التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت الى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر وهذا يرجع الى تغير الوسائل من عصر الى آخر.

فقد كانت وسائل الإعلام في الأزمنة القديمة طبولا تسمع في أدغال إفريقيا ودخان يصعد في بلاد الهند ونيوان تسطع في صحراء العرب.

ثم ظهر الحمام والشائعات والنقش على الحجر والأشجار والمعابد وخيلا تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد الى آخر. (خيرالدين علي عويس، 1997، ص9)

وبعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من إكتشافات وإختراعات أفادت الانسانية كثيرا كان من بينها إختراع المطبعة ومستلزماتها والتي اتخذت وسائل الإعلام صورة جديدة ثم حدثت الثورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتلفزيون والسينما ومع ظهور شبكة الأنترنت من خلال ظهور الأقمار الصناعية. (حسن أحمد الشافعي، 2003، ص10)

3.1. خصائص الإعلام:

في ضوء ما تم إستعراضه من مفاهيم عن الإعلام، فإنه يمكن تحديد الخصائص التالية التي تتميز بها العملية الإعلامية وهي:

- **نشاط إتصالي:** وذلك لأن مكوناته تتمثل في مصدر الإعلام والرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية، المتلقين للرسالة الإعلامية، تقدير الأثر الاعلامي الحادث، وذلك يتفق مع نموذج الإتصال " هارلود لاسويل" والذي يبحث عن إجابة للتساؤلات التالية:

من يقول؟

ماذا يقول؟

بأي وسيلة؟

لمن يقول؟

بأي تأثير؟

وبذلك نرى أن المقصود بمن هو منتج أو مرسل المادة الإعلامية أو الاتصالية، ولماذا يقول هو مضمون تلك المادة، وكيف يتم ذلك مقصود به الوسيلة الاعلامية أو الاتصالية المستخدمة في تقديم ذلك المضمون ، إما لمن فالمراد به الجمهور المتلقي للرسالة أو المضمون المعبر عنها، بينما بأي تأثير فإن المقصود هو صدى أو مردود العملية الإعلامية أو الإتصالية (محمد الحماسي، 2006، ص27)

- **المصدقية:** وذلك فيما يرتبط بعرض الحقائق والوقائع والأخبار والإحصائيات والآراء والأفكار التي تتأولها الرسالة الإعلامية، إذ يجب أن يتوافر المضمون أو محتوى هذه الرسالة الصدق والدقة في مكوناتها ومن ثم مراعاة البعد عن العرض المضلل للأحداث والوقائع.

- **قوة التأثير:**

وذلك فيما يرتبط بتكوين رأي عام وإتجاهات نحو العديد من الموضوعات أو القضايا المعاصرة، وقد أكدت الدراسات العلمية على أهمية الإعلام الجماهيري في تكوين الإتجاهات والرأي العام.

4.1. العوامل المؤثرة في الإعلام:

يتأثر الإعلام بعدد من العوامل : البشرية، الاقتصادية، السياسية، التقنية، والاجتماعية منها فيما يلي:

* - **العوامل البشرية:** ويقصد بذلك العاملين في الإعلام والمشرفين عليه والمستفيدين منه وهؤلاء يتم تقسيمهم أي نوعين. عناصر بشرية داخلية، وعناصر بشرية خارجية .

العناصر البشرية الداخلية: ويتمثلون في كل الذين يعملون في مجال كله المطبوعة أو الموثقة من محررين ومدراء وإعلان وتوزيع وتميز ذلك ولكن العناصر الداخلية وتؤثر لا جدال ذلك من تطور الإعلام . إذ يتأثر الإعلام سلبا أو إيجابا باتجاهات هؤلاء العاملين ودوافعهم. قدراتهم وأخلاقهم وبظروف معيشتهم وبخراهم وبدرجة رضاهم عن عملهم.

- العناصر البشرية الخارجية: ويقصد بذلك الجمهور والمستهدف من العمل الإعلامي من قراء ومستمعين ومشاهدين وكذلك المسؤولين الذين يشرفون على ضبط النشر الإعلامي وتنظيمه سواء كان ذلك رسميا أو نقابيا. فالتوسع رقعة القراء والمستمعين يؤثر إيجابيا في تطور الإعلام والعكس صحيح، مثل: الصحيفة محكومة بقراءها 60 بالمائة، العناصر البشرية الخارجية الأخرى والمسؤولين رسميا ونقابيا تتأثر بهما فعال أيضا. فهم رمز لنظام إقتصادي وسياسي معين وبقدر ما يمارسون من ضغوط أو يوفرون أو يقدمون مساعدة لصحيفة أو محطة تلفزيونية مثلا أودار نشر بقدر ما تتطور وتتقدم تلك الوسائل. لذا فالعلاقة وطيدة بين طبيعة هؤلاء الاشخاص المسؤولين والإعلام.

(محمد الصيرفي، 2009، ص23-24)

* - **العوامل الاقتصادية:** وتتمثل في تكاليف الورق والطباعة وتكاليف التحرير والادارة والقسم الفني وتكاليف النقل والتوزيع. كلها في مجملها تؤثر تأثيرا مباشرا على مؤسسة إعلامية معينة. هذه العوامل داخلية من الناحية الاقتصادية في المؤسسة وهناك عوامل اقتصادية خارجية كذلك تتمثل في الوضع الاقتصادي كذلك تتمثل في الوضع الاقتصادي العام للبلد أكان صناعيا أم زراعيا أم تجاريا أم بتروليا أم سياسيا إن العوامل الاقتصادية الحالية الداخلية والخارجية ذات تأثير فعال ومباشرة على صحيفة أو محطة إذاعية أو دار نشر كما أن ضعف المواد الاقتصادية للمؤسسة إعلامية يؤثر تأثيرا فعالا في دورها واتجاهها الى حد ان مستوى الصحيفة مثلا يصبح مرتعنا بمستوى المواد الاقتصادية بهويتها إن العلاقة بين القدرة الاقتصادية للمؤسسة الإعلامية بين مستواها الإعلامي علاقة واضحة إن بقدر ما يتوفر دخل مستقل قوي بقدر ما تستطيع المؤسسة الإعلامية التحرك بحرية والتعبير بحرية الكثر وبقدر ما تكسب جمهور جديد.

1- **العوامل السياسية :** هناك العلاقة وثيقة بين وسائل الإعلام الحديث وبين العوامل السياسية والوسيط السياسي في بلد من البلدان ويقصد بالعوامل السياسية أو الوسيط السياسي النظم السياسية السائدة سواء كانت دكتاتورية فردية أو جماعية أم الديمقراطية شعبية أو برلمانية فالإعلام في ظل النظم الديكتاتورية هو إعلام مقيد مرتبط بحكم ان كان فرديا أم عائلة مالكة أما الإعلام في ظل النظام الديمقراطي فهو إعلام حر من حيث المبدئ المستقل نوعا أي له حرية التعبير ، حرية الممارسة، حرية الوجود. ولكن يتم كل ذلك حسب قوانين تتمركز حول ما يعرف بالمصلحة العامة ، وترد هنا ملاحظة ان الحرية السياسية مرتبطة تماما بقدرة الإقتصادية إذ كي يكون الإعلام مستقلا حرا ،لابد أن يكون قادرا ماديا وخارج تأثير الأموال الرسمية في الداخل أو الخارج. (محمد الصيرفي، 2009،ص25)

العوامل الفنية أو التقنية:

نضيف العوامل الفنية على الشكل التالي :

العوامل الفنية أو التقنية الذاتية للإعلام.

العوامل الفنية في علاقة الاعلام بالآخرين.

* بالنسبة للقسم الأول: المقصود به هو ما يشكل قسما من المهن الإعلامية وخاصة الصحافة من صنع آخر أحرف متطورة إخراج صفحات طباعة متطورة ،وهذا العنصر يشكل في الإذاعة والتلفزيون في تلك الآلات التي تبث صوتا أو صورة أو الاثنين معا الى جانب تطوير المهنة الإذاعية تقنيا.

* وبالنسبة للعوامل الفنية وعلاقتها بالآخرين نقصد بها النقل والتوزيع. كان نقل الأخبار سلكيا أولا سلكيا أو نقل الصور أو توزيع المطبوعات بالسرعة اللازمة .

المواد الإعلامية:

المواد الإعلامية تتنوع تنوعا كبيرا في طريقة نقلها الى المتلقي فمنها الإعلام المقروء في الكتب، الصحف، ومنها الإعلام المسموع كالإذاعة ومنها المرئي مثل التلفزيون ومنها المباشر كالمسرح والندوات والمحاضرات واللقاءات المباشرة .

ونظرا لتنوع هذه الوسائل فإن المادة التعليمية وتأثيرها في المتلقين والجمهور المستهدف بالاستفتاء من طبيعة الانسان الإجتماعية، النفسية، وسلوكيات الفرد والجماعة، بقصد دفعة التي يتبنى وجهة نظر معينة أو التخلي عن سلوك معين لصالح الجماعة أو المجتمع ككل. (محمد الصيرفي، 2009،ص26)

5.1. الأهمية التربوية والتنموية للإعلام:

إن الإعلام بجميع وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية له دور هام ومتزايد في تشكيل سلوك المتلقين لرسائله وتعديل إتجاهاتهم، فقد فرضت وسائل الإعلام وجودها على حياة الإنسان، ولم يعد في مقدور الإنسان تجاهل هذه الوسائل الاتصالية التي تبث له الأخبار وتفسر له الأحداث بغرض تنمية معرفته وخبراته. وللإعلام والتعليم وسائط مشتركة يتم الاستفادة منها لتحقيق الأهداف الموجودة من كل منهما، وأهم هذه الوسائط:

الاتصال في التعليم والإعلام:

إن كل من التعليم والإعلام يقومان على الاتصال كما أن كل منهما يعتمد على عناصر الاتصال: المرسل والرسالة والمستقبل والوسيلة وتقدير الأثر المراد إحداثه.

وسائل الاتصال في التعليم والإعلام:

إن اعتماد التعليم والإعلام على وسائل الاتصال لتحقيق أهداف كل منهما، إنما يؤكد على أهمية ذلك في مخاطبة أعداد متزايدة من الأفراد والجماعات، ويستخدم التعليم وسائل الاتصال الجماهيري في بث برامج التعليم مدى الحياة، الجامعة الحرة، الجامعة المفتوحة، الجامعة على الهواء، الجامعة بلا جدران، وفي كل أشكال وأنماط التعليم أو التربية عن بعد حيث يفص بين المتعلم والمعلم بعد جغرافي. خدمة المجتمع:

وذلك من خلال تحقيق التنمية للمجتمع وتنمية قدرات أفرادها وتطويرها من خلال التعليم والإعلام. (عبد المنعم الميلادي، 2008، ص31)

6.1. مفهوم الإعلام في مجال التربية البدنية والرياضية وأهميته:

يشير كل من خيرالدين عويس وعطا عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي، وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم تأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.

ويرى محمد الحماحي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، ويعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا

المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الإتصال أو الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية إتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدني والحركي، وتوجيههم نحو إستثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.

ونظرا لأهمية الدور الذي يؤديه الإعلام في هذا المجال التربوي فإن الميثاق الدولي للتربية البدنية والرياضية قد أكد في مادته الثامنة على أهمية إدراك العاملين بمجال وسائل الإعلام الجماهيرية لمسؤولياتهم التربوية نحو الأهمية الإجتماعية والإنسانية للتربية البدنية والرياضية مع التأكيد على التعاون مع التربويين في هذا المجال في تقديم إعلام يتميز مضمونه بالموضوعية ومدعما بالوثائق المرتبطة بمادته الإعلامية... (محمد الحماجي، 2006، ص98)

1- أهمية الإعلام الرياضي:

للإعلام عبر وسائل الإتصال الجماهيرية العديد من المزايا والأهمية في مجال التربية البدنية والرياضية، إذ أنه يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية التالية:

تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الإذاعية أو التلفزيونية أو القارئ لموضوعاته الصحفية، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل التربية البدنية والرياضية بوجه عام.

تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين منذ الصغر من خلال الإهتمام بالتنشئة الإجتماعية لهم في المجال الرياضي، مع التأكيد على أن كل من التربية البدنية والرياضية إنما ينتمي للمجال التربوي والإجتماعي الزاخر بالقيم والمبادئ.

تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية والرياضية التنافسية والرياضة للجميع بغرض زيادة الطلب على شكل المشاركة الفعالة في أوجه نشاطها، وذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الانسان واجتماع من ذلك التأكيد على مدى الحاجة الى ممارستها للوقاية من بعض أضرار المدنية الحديثة.

مساعدة الموظفين المتابعين للبرامج والفقرات الإعلامية في وسائل الإتصال على التعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في مجال التربية البدنية والرياضية، وذلك فيما يرتبط بالحديث عن بعض الرياضات الحديثة:

الريشة الطائرة، البولينج، القوس والسهم ودورها في إستثمار أوقات الفراغ، أو بالحديث عن بعض الحقائق العلمية التي تربط بين التفوق الرياضي والدراسي، أو بين ممارسة النشاط الحركي والصحة، أو بين نقص الحركة والإصابة ببعض الأمراض. (محمد الحماجي، 2006، ص102)

- تكوين رأي عام مبني على حقائق ومعلومات صادقة ومناقشات علمية جادة للمشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك حتى يكون هذا الرأي سندا في معالجة تلك المشكلات أو القضايا والتي من أهمها ما يلي:

عدم إهتمام المسؤولين عن التعليم بالتربية البدنية المدرسي أو بالنشاط المدرسي بوجه عام.
عزوف النشء والشباب عن ممارسة أشكال التربية البدنية والرياضية للجميع ورياضة المنافسات.
عدم إهتمام بالجانب البدني والصحي للتربية البدنية والرياضية، ومن ثم إغفال المجتمع لأهمية التربية البدنية والرياضية في تحقيق هذه الأهداف.

ظاهرة التعصب لدى الجماهير وتعد من المساوئ التي تواجه رياضة المنافسات وتعوق تلك الرياضة عن تحقيق أهدافها التربوية، إذ ينتج عن هذه الظاهرة سلوكا عدائيا من قبل الجمهور يعرف بالشغب.
إستثمار أوقات الفراغ المواطنين والترويج عنهم من خلال المواد الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإتصال جماهيرية والتي يتميز بتنوعها، وكذلك إشباع حاجات الجمهور المتخصص وفقا لفئاته وخصائصه والتي من أهمها: ميوله وإتجاهاته وإهتماماته وخبراته السابقة.

إنتمائهم لأحد الأندية أو الهيئات الرياضية التي يرغب في متابعة أخبارها.

مستوى ثقافته في مجال التربية البدنية والرياضية.

تفضيله لبعض أوجه النشاط الرياضي أو لبعض وسائل الإتصال الجماهيرية دون غيرها.

* دعم الانتماء للمنتخبات الوطنية في الألعاب والرياضات المختلفة، وذلك من خلال قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في المواطنين وحثهم على مؤازرة كل من يمثل دولهم في المحافل والبطولات الرياضية الاقليمية أو القارية أو الدولية أو العالمية أو الأولمبية... (محمد الحماجي، 2006، ص 103)

2- أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للرياضة :

بعدما كان الهدف من الرياضة في المجتمعات البدائية هو تدريب الشبان على الممارسات الجسمية التي تساعد على مواجهة ظروف الحياة البدائية ، التي كانت تتسم بالإعتماد على النفس من أجل العيش نشأت الألعاب الرياضية في المجتمع المتحضر كوسيلة لتهديب الغرائز الإنسان وتحويلها من ضراوة الوحشية الى وسيلة إنسانية أخلاقية تقوي في الانسان قوة الاحتمال والصبر.

فأصبحت الرياضة مجالا هاما حيويا، ولا يمكن الإبتعاد أو الإستغناء عنها، أو عدم تغطية أخبارها، وكثيرا ما تنصح العلوم الطبية والنفسية بإتباع الرياضة وممارستها في عملية علاج مرض من الأمراض، ولذلك اضطر منظمو

الألعاب الرياضية إلى سن قواعد وضوابط وقوانين تحكم مختلف الرياضات، بحيث أصبحت هذه الأخيرة تدرس علما وتدريب في معاهد عالية وتراعها الدول رعاية كبيرة.

والألعاب الرياضية كثيرة الانواع ومتعددة الأشكال ويمكن حصرها في نوعين إثنين أساسيين :

*النوع الأول:

الذي يقوم على التكوين الجماعي " الفرق " كألعاب الكرة الطائرة، كرة القدم.....

*النوع الثاني:

الذي يقوم على البطولة الفردية مثل ألعاب القوى ، الملاكمة. (إجلال خليفة، 1970، ص 229)

7.1. عناصر الإعلام الرياضي ومنظومته الإعلامية:

- للإعلام الرياضي أربعة عناصر هي : المرسل، المستقبل، الأداة أو الوسيلة، الرسالة.

المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة .

المستقبل: هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة .

الأداة أو الوسيلة: هي ما تؤدي بها الرسالة الإعلامية سواء كانت إذاعة أو تلفزيون ...إلخ.

الرسالة : هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغها أو توصيلها إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ

أهدافه على الرسالة ومضمونها ومدى إعتمادها على الحقائق والأرقام ومسايرتها لروح العصر والشكل الفني الملائم

ومناسبة لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابيا

وسلبيا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها على الناس وتستحوذ على ثقتهم

وتفاعلهم معها (حسن أحمد الشافعي، 2003، ص94)

- المنظومة الإعلامية الرياضية:

تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية جزءا من المنظومة الإعلامية عامة فهي فرعية متخصصة في موضوع وهو

الرياضة أساسا، وتضم المنظومة الإعلامية الرياضية مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي محطات

إذاعية وتلفزيونية.

كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمجلات المركزية والمحلية العامة في صفحاتها المتخصصة،

وكذلك المواد التي تذيعها محطات الاذاعة والتلفزة، على شكل برامج رياضية دورية متخصصة، وتتوقف درجة

تطور وتنوع الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة على درجة تطور البلد عموما وعلى درجة تطور الإهتمام

بالرياضة، وكذا مدى تطور في الإمكانات البشرية والمادية والمخصصة للإستثمار، والعمل في مجال الرياضة، كما توقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع.... (أديب حضور، 1994، ص82)

8.1. نظريات الإعلام الرياضي:

- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء كانت صحفية أو تلفزيونية أو إذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة.

- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي:

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما يتعرض له وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى يظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر إلا في سلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به، وإستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضي إلى أفكار وقيم رياضية تختلف وأسلوب حياته التي إعتاد عليها يؤدي به الى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم الرياضية ويغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبه شخصيته وحالته النفسية والبيئة الإجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منهما. (خيرالدين علي، 1997، ص29)

- نظرية التطعيم والتلقيح:

إشتق إسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض فالجرعات التالية من المفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي تحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا فإستمرار تعرض الجمهور لمشاهدة العنف والجريمة والتي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا تخلق لديهم من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها.

فالرياضة أسمى من أن تكون مساحة للقتال أو النزال بين منافسيها وإنما هي تعمل على خلق المواطن اللائق إجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وإنفعاليا.

وملخص هذه النظرية أن المادة الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الانسان المتلقي لها تأثيرا مباشرا كما لو أنه حقن بإبرة أو أطلقت عليه رصاصة.... (خيرالدين علي عويس، 1997، ص31)

- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك إنتقال المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية أن تأثر ووسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بصفة مباشرة ويمر بمرحلتين:

المرحلة الأولى: وهي ماتبته أو تنشر وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام، قد لا يؤثر كثيرا بل قد لا نعيه أدنى إهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينها لتلك المعلومات تنتهي المرحلة الأولى..... (سامي عبد العزيز، 1995، ص 46)

- **المرحلة الثانية:** يبدأها ما نسميهم علماء الإتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع كجماعات الأصدقاء والزلاء في النادي أو الفريق والأقارب " قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا وأصحابنا أو ذوي الرأي فينا " فالذي يحث أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا النفس الذي شاهدناه أو قرئوا نفس الذي قرأناه فبدعوا بالحديث عنه بطريقة تنبها إلى الأشياء التي لم نتفطن إليها وبأسلوب أكبر إقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام، وقائد الرأي قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كلاهما مما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية وفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها نأخذ الحيطه والحذر لا من المادة الإعلامية فقط أو الرسالة الإعلامية التي يبثها الإعلام الرياضي بل وكذلك مع قادة الرأي والأصدقاء وهنا تبرز دور المؤسسات الرياضية والاجتماعية وخاصة الأسرة على توجيهها للأبناء عن إختيار أو إنتقاء جماعة الأصدقاء وفقا لضوابط ومعايير إجتماعية معينة.

- نظرية تحديد الأولويات:

إستعير إسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي تبيح في اللقاءات والاجتماعية، وفكرة النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال وفي أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها.

وجداول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج ويعرضه من موضوعات رياضية حتى يبدو للجمهور القراء والمشاهدين أو المستمعين أن هذه الأخيرة أولى أهم من غيرها بالإهتمام فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل إعلامية معينة فإنه يومي للمشاهد أو القارئ أنه لا شيء يستحق الإهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي عن جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل أهمية

هذا الموضوع فمثلا تركيز الإعلام الرياضي على رياضة معينة ككرة القدم يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة ولا يستحق الإهتمام سواهما. (خيرالدين علي عويس، 1997، ص32)

- نظرية الإستخدامات والإشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة في هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل أن إستخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يتلقاها لأن إستخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي، لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه، ونظرية الإستخدامات والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الإتصال وهو مبدأ التعرض الإخباري وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه إختياريا لمصدر المعلومات الذي يلي رغباته ويتفق وطريقته في التفكير. (محمد الحماسي، 2006، ص52)

9.1. تحرير الأخبار الرياضية:

ماهية الخبر: الخبر هو نوع الصحفي المستقل والمتميز الذي يقوم على أساس نقل الوقائع، إن نقل الواقعة (الحقيقة) هو الأساس الذي يقوم عليه الخبر، ولذلك يمكن القول أن الخبر هو أول تماس بين القارئ والواقع الموضوعي، كما أنه أول لقاء أو تعارف بين الحدث والقارئ تخضع عملية نقل الوقائع الى سلسلة من القرارات والمراحل الهامة والأحكام التي يجب أن يتخذها الصحفي على ضوء سياسة الوسيلة الاعلامية، وما يناسب لطبيعة الحدث وإهتمام الجمهور، وأهمية الإخبارية الدلالية الذاتية لهذه الوقائع .

- التقرير الرياضي: تختلف الأنواع الصحفية وتعدد وفقا لخواص معينة تخص كل نوع وتعدد، منها إتساع وعمق الشريحة التي تعكسها وتنقلها من الواقع الموضوعي الى المتلقي، ولذلك فإن الواقعية الواحدة يمكن أن تعالج إعلاميا من خلال الأنواع الصحفية، إن عامل الحسم والمميز في إستخدام هذا النوع الصحفي من دون الآخر في معالجة هذه الواقعة هو مدى إتساع وشمولية المعالجة. (أديب حضور ، 1994 ، ص85-86)

10.1. واقع الإعلام الرياضي ووظائفه في الجزائر:

يعتبر الإعلام الرياضي جزءا من الإعلام العام، غير أن الإعلام الرياضي يتميز بكونه إعلاما خاصا بقضايا رياضية والرياضيين والذي يهدف الى إيصال المعلومة والخبرات الى العاملين والرياضيين في المجال الرياضي بشكل عام. وله وسائل عدة نستطيع حصرها في ما يلي:

وسائل سمعية: الراديو، شرائط الكاسيت والتسجيلات والإسطوانات

وسائل مرئية: التلفزيون، السينما والمسرح، والفيديو، وكالات الأنباء.

وسائل مكتوبة: الصحف، الجرائد، الكتب.....

ولقد رأى الكثير من العلماء الدارسين في هذا المجال أن وسائل الإعلام جلها تعتبر أبا ثانيا وأما ثانية ولعلنا نلقي أنفسنا مستجبين أكثر من إستجابتنا للوالدين ومتعلمين منها أكثر مما نتعلمه في المدرسة. (حرز الله علي، 1993، ص24)

2. الاتحادية الجزائرية لكرة القدم:

1.2. التعريف بالاتحادية الجزائرية لكرة القدم

تأسست الاتحادية الجزائرية لكرة القدم كجمعية رياضية لسنة 1962 وتعمل الاتحادية وفقا لقانون 31-90 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بالتربية البدنية والرياضية، بالإضافة إلى القوانين التي تحكم النشاطات الرياضية المحددة من طرف الاتحاد الدولي لكرة القدم.

وقد انضمت الاتحادية الجزائرية لكرة القدم للاتحاد الدولي لكرة القدم في 1963، وتعتبر الاتحادية الجزائرية مؤسسة رياضية وطنية تهتم بكرة القدم وقد تداول على رئاستها منذ نشأتها إلى سنة 2009 ثلاثة عشر رئيسا، آخرهم السيد محمد روراوة، الذي انتخب مؤخرا خلفا للسيد حميد حداج المنتهية عهده، وقد سبق روراوة أن تقلد منصب رئاسة الاتحادية سنة 2002 وهو الرئيس الوحيد الذي يعاد انتخابه على رأس الاتحادية.

وتسعى الاتحادية الجزائرية لكرة القدم جاهدة على تحقيق المصلحة العامة وذلك بالاعتماد على القدرات البشرية الموجودة عبر التراب الوطني، ويقع المقر الاجتماعي للاتحادية:

طريق أحمد وقاد-دالي إبراهيم الجزائر العاصمة.

2.2. الهيكل التنظيمي والمهام الأساسية للاتحادية:

الهيكل التنظيمي هو كالتالي:

1- رئيس الاتحادية: يمثل رئيس الاتحادية أمام القضاء كما يقوم بإبرام العقود والاتفاقيات مع المنظمات الرياضية الوطنية والدولية، كما يسهر على (Bilan moral la fédération algérienne de football P 36) توزيع المهام على مستوى المكتب الفدرالي، وذلك بتحديد وقت الجمعيات العامة وكذا المكتب الفدرالي وتحضير العرض المالي والأدبي، وعرضه على المكتب والجمعية العامة من أجل المصادقة عليه وإرسال نسخ إلى الوزارة الوصية، كما يقوم بتنسيق وتنشيط أعمال جميع هياكل الاتحادية عن طريق استدعاء وتحضير رؤوس أعمال هياكل الاتحادية، ويسهر الرئيس على تطبيق قرارات هيكل الاتحادية بالإضافة إلى أنه يقوم بإعداد تقارير دورية تتعلق بنشاط

الاتحادية كما يقوم بإرسال نسخة منها إلى الوزارة الوصية، زيادة على أن الرئيس هو من يعين نائبه أو النواب من بين الأعضاء المنتخبين وكذا تعيين رئيس اللجنة المكلفة بالعمل والأشغال وهو الأمر بالصرف، ويمارس السلطة الرئاسية على كل موظفي الاتحادية ووضع القواعد المتعلقة بالتحفظ والانضباط وفقا للقانون والتنظيمات المعمول بها.

ملاحظة: ينتخب رئيس الاتحادية من بين المرشحين.

2- المكتب الفدرالي: يتكون المكتب الفدرالي الذي يعمل تحت إشراف الرئيس (الاتحادية) ونائبي الرئيس، من ثلاثة عشر (13) عضو منتخبين لمدة أربع سنوات من قبل الجمعية العامة من بينهم ثلاثة خبراء معينين من قبل الإدارة الوصية، وأمين عام ومدير تقني وطني.

كما يلحق بالمكتب طبيب فدرالي وممثلين على مستوى الهيئات الدولية ويشاركون كاستشاريين في أعمال المكتب الفدرالي.

ويقوم المكتب الفدرالي بتعليق أو إيقاف نشاط الأعضاء المنتسبين في حالات الغياب المتكرر، الاستقالة، أو ارتكاب العضو لأخطاء جسيمة تستوجب العقاب، أو في حالة الوفاة.

ويقوم الرئيس باستخلاف الأعضاء المنتهية عهدتهم بأعضاء جدد من بين الأعضاء الإضافيين من المكتب أو الجمعية العامة.

يجتمع المكتب الفدرالي لمدة واحدة في الشهر على الأقل وهذا في دورات عادية كما يمكن أن يجتمع في دورات غير عادية وهذا بطلب من الرئيس أو ثلثي الأعضاء، كما يمكن أن تحدد مدة هذه الدورات من قبل رئيس الاتحادية أو أغلبية الأعضاء.

مهام المكتب الفدرالي:

يمثل المكتب الفدرالي الهيئة التنفيذية للاتحادية الجزائرية لكرة القدم، حيث يقوم بضمان التسيير الإداري والتقني والمالي للاتحادية. وعلى هذا الأساس ينفذ مداورات الجمعية العامة وتنظيم المخططات السنوية والطويلة المدى في متناول الجمعية العامة والتي تهدف إلى تطوير نشاطات قطاع الرياضة وكذا تحضير مشاريع التنظيمات الداخلية والسهر على احترام التعليمات والتنظيمات الداخلية تحضير رزنامة عملياتية للتظاهرات والمنافسات الرياضية، والسهر على متابعتها. بالإضافة إلى تسيير الاتحادية والسهر على حمايتها عن طريق تعيين الرؤساء والنواب وأعضاء الهيئات التابعة للاتحادية كما يحضر الرئيس القوانين للاعبين ويحدد طرق انتقائهم بناء على القوانين العامة للفيفا .FIFA

ملاحظة: قرارات المكتب لا تعتبر نافذة إلا بحضور أغلبية الأعضاء الذين يمتلكون حق متساوي في التصويت، وفي حالة تساوي الأصوات فإن صوت الرئيس هو الذي يرجح القرار، حيث نسجل هذه القرارات في سجل يوضع تحت إشراف الرئيس كما تتم عمليات إيصال التعليمات الشفهية عن طريق أمين عام والتي يتم نشرها في كشف تفصيلي.

3- مديرية العلاقات العامة:

يتمثل جهاز العلاقات العامة في الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في مديرية تسهر على تنظيم وإدارة النشاطات المتعلقة بالجمهور الخارجي الذي تتعامل معه الاتحادية.

وتعمل مديرية العلاقات العامة على توفير الإمكانيات المادية والبشرية للمنتخب الوطني بكل أصنافه خاصة الفريق أ- لمختلف المنافسات الدولية، وتعمل المديرية أيضا على استقبال ونقل وإيواء الوفود الرسمية للاتحادية الدولية لكرة القدم FIFA والاتحاد الإفريقي CAN والاتحاد العربي.

والإشراف على الاجتماعات التقنية التي تسبق المقابلات الخاصة بالفريق الوطني وهذا في المقر الاجتماعي للاتحادية الجزائرية لكرة القدم.

تنظيم الندوات الصحفية قبيل المباريات الرسمية للمنتخب الوطني أ- وفق شروط مريحة، ووضع الترتيبات الأساسية للإقامة أثناء التنقلات لمنتخبنا الوطني للمشاركة سواء في إفريقيا أو في العالم من قبل المكتب الفدرالي خصوصا بتنقل دليل ممتثل في شخص مدير العلاقات العامة.

المشاركة في العمل فيما بين مدير العلاقات العامة مع ممثلينا الدبلوماسيين في بلدان العالم والبلدان الإفريقية والتنسيق معهم في حالة وجود عراقيل تواجه تنقل الفريق الوطني أ- فيما يتعلق بمواد التجهيز.

إبرام صفقات التمويل من مختلف الشركات الراغبة في تمويل الفريق الوطني وفي هذا الصدد قامت الاتحادية وعن طريق مديرية العلاقات العامة بإبرام عقود تمويل مع مجموعة من الشركات نذكرها كما يلي:

- Le Coq sportif 2005.

- "DJEZZY" إلى غاية 2010.

- "NEDJMA" سنة 2009-2010.

- "PUMA" التي تعاقد معها المنتخب الوطني مؤخرا.

- عقد تمويل مع شركة "PEPSI" سنة 2008/2010.

- نهائي كأس الممتازة 2007/2008 "RING ALGERIE"

– نهائي كأس الجمهورية "PUB STADE".

إبرام اتفاقيات مع فنادق من أربعة وخمسة نجوم من بينها الماركور، الهيلتون، الشيرايطون، مازافران، كما تعمل مديرية العلاقات العامة على مختلف التجهيزات إجراء اجتماعات المكتب الفدرالي وكذا اجتماعات الجمعية العامة للاتحادية وتنظيم حفلات تكريمية للفرق الحائزة على كأس الجمهورية لمختلف الفئات إضافة إلى الفريق النسوي. مديرية العلاقات العامة هي التي تقوم بتنظيم استقبال مدعوي الاتحادية الجزائرية لكرة القدم سواء تعلق الأمر بشخصيات رياضية عالمية أو إفريقية أو عربية وكذا كل المدعوين لحضور اجتماعات عمل مع الاتحادية. تقوم المديرية بتوفير أحسن الظروف للشخصيات الوطنية والأجنبية لحضور مباريات المنتخب الوطني مثل حضور الأسطورة "زين الدين زيدان" مؤخرا لمشاهدة الفريق الوطني ضد المنتخب الصربي.

4- الأمانة العامة:

تعتبر الأمانة العامة المسؤولة عن إدارة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم بحيث تعمل على تحضير اجتماعات المكتب الفدرالي وتدوينه في سجل الاتحادية، تنظيم الجمعيات العامة الخاصة بالاتحادية. ، كما تقوم بنشر مختلف القرارات المتخذة من قبل المكتب الفدرالي، بالإضافة إلى متابعة المنافسات الدولية سواء كانت المنتخبات الوطنية أو ما بين الأندية وكذا تسيير ملفات وتعاقبات الأندية الجزائرية مع اللاعبين أو المدربين الأجانب، وتحرير الشهادات للاعبين في حالة التحويل إلى الخارج والاحتراف في أندية أوروبية.

5- مديرية الإدارة العامة:

تنطوي المديرية حسب عملها إلى قسمين أولا من حيث مهمتها التقليدية في تسيير إدارة الموارد البشرية والوسائل المادية، وثانيا تسيير الموارد المالية بالإضافة إلى الدعم اللوجستي والمناسب لتحقيق مختلف نشاطات الاتحادية باحترام القانون الداخلي للاتحادية.

وتسير المديرية مشوار العمال الإداريين ومحطة ركن السيارات وكذا كل ما يتعلق بالفريق الوطني بكل أصنافه تربصات وإقامة وتنقلات بالإضافة إلى التربصات المدربين الوطنيين والحكام وأطباء الفريق الوطني.

6- المديرية الوطنية التقنية:

تعمل المديرية الوطنية التقنية على اقتراح مجموعة من برامج تطوير رياضة كرة القدم للاتحادية الجزائرية وكيفية أو طريقة برامج العمل والوسائل التي تساعد على تحقيق الأهداف المسطرة من طرف الاتحادية.

تتمثل مهام المديرية التقنية في تدبير عمل ومراقبة الهيئات المكلفة بتطبيق برامج التكوين وإتقانها على مختلف الأصناف الفاعلة في مجال كرة القدم من مدربين ومحضرين بدنيين والعمل على إنشاء آلية تعمل على اكتشاف

المواهب داخل أو خارج الوطن قابلة لأن تكون ضمن عناصر التشكيلة الوطنية بغض النظر إلى الفئة التي تنتمي إليها كما تقوم بوضع برامج عمل لإنشاء مدارس لكرة القدم ومراكز التكوين في مقر كل جمعية رياضية منخرطة أو مرتبطة مع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم، بالإضافة إلى قيامها بالتنسيق مع الاتحاديات الأخرى على وضع برنامج للمشاركة في تكوين المواهب الشابة ومساهمتها مع معاهد التربية والتكوين على إنشاء هيئة وطنية تعمل على التكفل بمدارس كرة القدم وكذا دروس حول رياضة كرة القدم وتدعيم الثانويات الرياضية.

كما تقوم المديرية بتحديد قواعد وتأييد الاتحادية لمختلف المدارس الكروية ومراكز التكوين، وتشارك كذلك في الأعمال الدراسية أي الأيام الدراسية حول الأعمال التي تشترك المهام المحولة لها، وإصدار ميزانيتها الدورية، يضاف إلى ذلك أن هذه المديرية تقوم بتوفير الوسائل التقنية والهياكل القاعدية وكل الوسائل المستعملة في المنافسات الرسمية لضمان النقل المباشر والسير الحسن للمقابلات. وتحسين مختلف البنى والأشخاص المعنيين بالضرورة وتوفير أحسن الظروف والوسائل الأساسية لتطبيق برامجها بصفة جيدة.

7- المديرية الوطنية للتحكيم:

تنحصر مهام المديرية الوطنية للتحكيم على القواعد والبرامج المحددة من قبل الاتحادية وكذا الاتجاهات المقدمة من قبل ما يسمى بلجنة الحكام بحيث تعمل على تحقيق آلية تسمح باختيار ومراقبة وتقييم دوري لذوي الإمكانيات والمواهب في مجال التحكيم وهذا عبر كامل التراب الوطني، ووضع برامج للتكوين بأعلى مستوى في صالح الحكام الجزائريين إضافة إلى مراقبين وتوفير عدد من الحكام وتحديد أطوار التكوين سواء قصير أو طويل المدى وتحديد مدة التكوين ومنهجيته ومحتوى برامج التكوين وأيضا تحديد الصفات التي يمكن الدخول بفضلها إلى المستوى العالمي والتسيير الكلي لمجال التحكيم، وعمل على وضع قائمة سنوية للحكام الدوليين حكام الساحة والمساعدين والمراقبين في متناول المكتب الفدرالي وفقا للمنافسات الدولية.

8- اللجان الفيدرالية: وتتكون من:

(Bilan moral la fédération algérienne de football, P 45)

1- اللجنة التنسيقية: تسمى أيضا لجنة العلاقات الخارجية التي تعمل على ترقية وتطوير آليات التنسيق مع فيدراليات أو اتحاديات الدول الصديقة، كما تعمل خصوصا على جمع كل الجزائريين المنتمين إلى مختلف المكاتب التنفيذية، والأعضاء في اللجان العالمية لكرة القدم.

2- اللجنة القانونية: تقوم بتسوية كل أنواع الخلافات سواء بين أعضاء الاتحادية الجزائرية لكرة القدم بعضهم البعض، أو أعضاء الاتحادية مع الشركاء بصفة عامة داخل الوطن وخارجه.

والتعريف بالإطار القانوني للعلاقة بين مختلف الجهات المعنية برياضة كرة القدم، وتقديم المساعدة القانونية لأعضائها (الأندية، الرابطة) وتسخير كل إمكانياتها من أجل تنظيم وتطوير الاحترافية في مجال كرة القدم من خلال إصدار لوائح ودفاتر المعلومات.

3- لجنة الطعون: تقوم لجنة الطعون التي تصلها عن طريق المكتب الفدرالي للاتحادية بعد دراستها تصدر تقاريرها فيما يخص القرارات المتخذة من طرفها في القضايا المتعلقة برياضة كرة القدم مثل التأهيلات والاحتراقات، بحيث تعمل اللجنة على تطبيق القانون العام للاتحادية فيما يتعلق بهذه النقطة.

4- اللجنة الطبية: تعمل اللجنة الطبية على تطبيق سياسة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في مجال الطب الرياضي، وتضمن التغطية الطبية للفرق الوطنية خلال فترات التحضير والمنافسات وضمان المتابعة الطبية لجُل عناصر المنتخب الوطني، وتصميم برامج للوقاية وتوزيعها على ممثلي كرة القدم من نوادي ومدربين ولاعبين وحكام، وتعمل اللجنة على تنظيم الأيام الدراسية الوطنية والدولية ومراقبة تناول المنشطات والمساهمة في تعديل القوانين العامة خاصة الجانب المتعلق بالطب الرياضي، وتوفير الإمكانيات المادية للعلاج النوعي للاعبين الفريق الوطني.

5- لجنة كأس الجمهورية: تعمل لجنة الكأس على تنظيم مختلف المراحل لكأس الجمهورية من عمليات سحب القرعة وتعيين الملاعب الملائمة لاحتضان مقابلات كأس وفقا للقانون العام المعمول به.

6- لجنة الاتصال: تعمل على تقديم إستراتيجية اتصالية فعالة، الهدف منها تحسين صورة كرة القدم الوطنية وكيفية تسيير الفعّال للاتحادية الجزائرية للرياضة لمختلف الرابطة التابعة لها وكذا الأندية الجزائرية ووضعها تحت الصورة للجمهور الرياضي والمتعاملين الاجتماعيين والاقتصاديين الوطنيين والدوليين، وكذا إصدار ونشر وتوزيع البيانات الرسمية للاتحادية الجزائرية لكرة القدم المكتوبة منها والسمعية البصرية للجمهور العريض إضافة إلى ممتهي رياضة كرة القدم (لاعبين، مدربين، حكام).

7- لجنة متابعة الرابطة: تقوم هذه اللجنة بمتابعة الرابطة الوطنية القسم الأول، والثاني أو الرابطة ما بين الجهات، أو الرابطة الجهوية والرابطة الولائية، فتعمل على التنسيق ما بين هذه الرابطة وتسيير العلاقة بين هذه الأخيرة مع الأندية التي تنتمي إليها بالإضافة إلى العلاقة التي تربط بينها وبين الاتحادية.

المهام الرئيسية للاتحادية:

تحرص على تسيير ومراقبة كرة القدم الوطنية والعمل على تطويرها، والمشاركة في رسالة الخدمة العامة، وتقديم المساعدات من خلال برامجها وأنشطتها في تربية الشبيبة وتنمية وغرس الروح الرياضية وكذا تدعيم التماسك الاجتماعي والتضامن الوطني، وتنظيم المنافسات كالبطولة الوطنية وكأس الجمهورية، وتنظيم وتنشيط ومراقبة كرة

القدم وتسيير المنتخب الوطني لكرة القدم والتحضير لتشريف الألوان الوطنية في مختلف المشاركات الدولية والقارية، ومراقبة الرابطة الجهوية والأندية وضمنان سيرها وفق القوانين المعمول بها والرجوع إلى الاتحادية في حالة ما إذا كانت هناك مشاكل في التسيير أو المنافسة، وسن القوانين العامة المتعلقة برياضة كرة القدم طبقا لقوانين الفيفا FIFA، ووضع الإجراءات المتعلقة بالصعود والنزول الخاصة بالأندية في مختلف الأقسام، ومنح الإجازات للأعبين والمدربين والسماح لهم بالمشاركة في المقابلات، ومنح الألقاب والشهادات طبقا للقوانين السارية المفعول.

كما تسهر الاتحادية الجزائرية على ضمان السير الحسن لبرامج الرابطة الوطنية، ومنع استعمال الشعارات السياسية والعنصرية والدينية في الرياضة، ووضع نظام للمراقبة الطبية الرياضية، مكافحة المنشطات والعنف في الملاعب من خلال البرامج التحسيسية لتدعيم الروح الرياضية، ومعاقبة المتسببين في المشاكل والسماح بجلب اللاعبين المحترفين باللعب في المنتخب الوطني، وهذا يساعدنا كثيرا على تطوير الكرة الجزائرية، أي اللاعبين ذو الجنسية المزدوجة وتطوير برامج التكوين في فائدة المواهب الرياضية داخل وخارج الوطن، واحترام لوائح وقوانين الاتحاد الدولي لكرة القدم والموافقة على الرزنامة الدولية المقدمة والانضمام إلى المعاهد الرياضية الدولية.

3.2. طبيعة المتعاملين مع الاتحادية:

تتعامل الاتحادية الجزائرية مع مختلف الاتحادات والكنفدراليات على الصعيدين المحلي والدولي في إطار الاتفاقية التي تربطها معها بهدف تنظيم وتسيير النشاطات الكروية.

1- على الصعيد المحلي:

* **وزارة الشبيبة والرياضة:** تعمل الوزارة على تحقيق أهدافها عبر مجموعة من الأنشطة والبرامج والخدمات والجمهور في الداخل والخارج والمتمثلة فيما يلي:

- التدريب والتأهيل حسب الاتحادات الرياضية.

- وضع التراخيص للأندية الرياضية.

* **الرابطة الوطنية لكرة القدم:** تعمل الرابطة الوطنية لكرة القدم بأمر من الاتحادية الجزائرية في إطار المهام المخولة لها بمقتضى القانون الأساسي وتمتع الرابطة الوطنية لكرة القدم المنخرطة في الاتحادية بالاستقلالية ومقرها متواجد بالعاصمة وتمثل مهام الرابطة الوطنية لكرة القدم في المساهمة في كل النشاطات الهادفة إلى تطوير كرة القدم الوطنية وترقيتها قصد بلوغ الاحتراف، والسهر على احترام حقوق وواجبات الأعضاء المنخرطين ضمنها.

والتشجيع على إنشاء مراكز التكوين التابعة للأندية الرياضية الوطنية للقسمين الأول والثاني.

* **اللجنة الأولمبية:** تعتبر اللجنة الأولمبية ذات منفعة عامة وذات طابع وطني تسهر على حماية الرمز الأولمبي، وهي هيئة تتمتع بالشخصية المعنوية، وتمثل مهام اللجنة فيما يلي:

- تشجيع التشاور والتعاون بين الرياضيين، ونشر المبادئ الأساسية للروح الأولمبية والعمل على تشجيع وتطوير رياضة النخبة، والبحث عن طرق ووسائل المصالحة لحل النزاعات بين المنخرطين والنوادي والرابطات والاتحاديات.

2- على الصعيد الدولي:

* **الاتحاد الدولي لكرة القدم: "FIFA":** أعلن الاتحاد الدولي لكرة القدم عن خطط لإعادة تعريف دوره كمنظم لأشهر لعبة في العالم (كرة القدم)، ويرى 'جوزيف بلاتير' بأن الفيفا FIFA بالاتحادات 107 أعضاء فيه في عالم الرياضة مثل المم المتحدة في العالم وفي نفس الوقت أعلن هذا الأخير أنه سوف يطبق خطط أكثر حسم في مكافحة الفساد والتلاعب في نتائج المباريات والاهتمام بالقضايا الاجتماعية.

* **الاتحاد العربي لكرة القدم:** وتتمثل أهدافه فيما يلي:

- تنشيط لعبة كرة القدم في الوطن العربي وإعداد الكوادر الإدارية والفنية ورفع المستوى الفني للاعب العربي.
- وتدعيم العلاقات بين الاتحادات الأعضاء وتقديم النصح والمشورة وتسوية الخلافات، والتنسيق بين الاتحادات الأعضاء وتوحيد مواقفها في مختلف المجالات، والعمل على دعم الاتحادات الأعضاء عند مشاركتها في المناسبات الدولية والقارية.

ملاحظة: الاتحاد العربي لكرة القدم غير معترف به من طرف FIFA وقد توقف مؤخرا (كأس العرب للأندية).

* **الاتحاد الإفريقي لكرة القدم "CAF":** يهدف الاتحاد الإفريقي إلى تطوير كرة القدم في إفريقيا ورفع مستوى اللاعبين الأفارقة بمختلف الوسائل والأساليب بما ينسجم مع قوانين اللعبة ونظام اللوائح الاتحاد الدولي لكرة القدم. (Bilan moral la fédération algérienne de football, p56)

4.2. وسائل تنظيم العلاقات العامة داخل الاتحادية

إن الوسائل والأجهزة المستعملة داخل الاتحادية ووسائل تكنولوجيا واتصالية حديثة وهي:

الهاتف: أصبح هذا الجهاز من أهم الوسائل الاتصالية الضرورية الهامة التي يعتمد عليها في الاتصالات الداخلية والخارجية فهو يسهل الأمور التي تتطلب سرعة الانجاز كما أنه يوفر على المسؤول عتاد النقل لقضاء أي مصلحة وبالتالي كسب الدقة والوضوح في إيصال المعلومة وتتوفر هذه الأخيرة على خطوط هاتفية على المستوى الداخلي والخارجي.

خطوط خارجية قصد الاتصال بمختلف الرابطات الوطنية والاتحادية الدولية.

خطوط داخلية حيث توجد خطوط مباشرة مع مختلف المكاتب في الاتحادية يتم تحويلها من طرف الحاجب ويمتاز الهاتف بطابعه العادي.

2- الفاكس: هو جهاز بث وإرسال على مستوى الاتحادية بالنقل السريع للرسائل تحتوي الاتحادية على هذا الجهاز حيث يتواجد في مكتب القائم بالعلاقات العامة.

3- الحاسوب: إن تطوير الوسائل الخاصة بالأعمال المكتبية لها تأثير حسن على سير الأعمال في الاتحادية وخاصة القائم بالعلاقات العامة فكل مكتب من مكاتب الاتحادية تحتوي على الحواسيب وهذا قصد تسريع وتيرة الأعمال وجودتها.

4- الإنترنت: تعتبر الإنترنت من أهم وأسرع وسائل الاتصال الحديثة تستخدم في: تسعى المؤسسات إلى إنشاء شبكات خاصة قصد التعود على العمل الجماعي والتواصل في بلد واحد وبين البلدان الأخرى.

أما فيما يتعلق بالإنترنت داخل الاتحادية لاحظنا أن استعمال الإنترنت مهم في نشاط الاتحادية لمعرفة مختلف التطورات الحاصلة في الاتحادية الدولية وكذلك تبادل الوثائق، ولذلك فرضت الاتحادية على ضرورة التراسل عن طريق الإنترنت لسهولة الاتصال وقلة الجهد.

الوسائل الاتصالية المكتوبة:

1- الجريدة الرسمية: تسمح لنا بتوصيل المفاهيم الإدارية ومحمل القوانين والأوامر المتخذة من الهيئات العليا قصد التنفيذ، حيث تطبع باللغتين العربية والفرنسية وتحتوي عادة على قوانين، تعليمات وبلغات...إلخ.

2- الرسائل الموجهة إلى الموظفين: يتصل رئيس الاتحادية بموظفيه عن طريق الرسائل ويتنوع مضمون هذه الرسائل من معلومات خاصة بكيفية سير العمل إلى التهاني الموجهة للموظفين بالمناسبات وتكون موقعة من رئيس الاتحادية.

3- جريدة المنظمة: تسمح هذه الجريدة بتدعيم الروابط بين موظفي الاتحادية وزيادة الإحساس الواحد لديهم بإبلاغهم معلومات عن نشأة الاتحادية التي يعملون فيها ومختلف التساؤلات المطروحة ونشير إلى أن كل مؤسسة تستعمل جريدتها حسب أهدافها وحسب وسائلها المادية والتقنية.

4- الاجتماعات: هي إحدى الوسائل التي تستعمل في نطاق الاتصال والعلاقات العامة فإن الاتحادية الجزائرية لكرة القدم تولي أهمية كبيرة لهذه الوسيلة حيث يتم عقد عدة اجتماعات يحضرها رئيس الاتحادية والمكتب الفدرالي

ومختلف الرابطات الوطنية لمناقشة القضايا التي تخص الاتحادية، وتعد الاجتماعات الوسيلة الأساسية لكسب التفاهم والوفاق بين الإطارات لاتفاق على أوجه النظر وبالتالي الارتقاء بالخدمات في أحسن الظروف.

II. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: "حسام رفقي محمود" بدراسة سنة 1980 م: رسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنين، القاهرة، الهدف منها تحديد أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي للجماهير. وبلغت عينة البحث (1170) من رجال الإعلام العاملين بالأقسام الرياضية والعاملين في قطاع البطولات مدربين، حكام، إداريين، لاعبين ومشاهدي الأنشطة الرياضية واتبع المنهج الوصفي المسحي وكان من أهم النتائج:

أن هناك تأثير من الصحف والاذاعة والتلفزيون على كل من المدرب والحكم والمشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية.

عدم اهتمام الصحف والاذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة.

الدراسة الثانية: "أميمه حامد أبو الخير" بدراسة سنة 1979 م : البرامج التلفزيون الرياضية والوعي الرياضي، (رسالة دكتوراه منشورة) جامعة حلوان ،كلية ال تربية الرياضية، تهدف إلى معرفة آراء الخبراء حول البرامج الرياضية كوسيلة لنشر الوعي الرياضي، وكانت أهم نتائجها: قلة الإهتمام بتوضيح هدف وأهمية الرياضة.

البرامج الرياضية بالتلفزيون لا تعتمد على الأفلام ووسائل الإيضاح التي يصاحبها التعليق الغني الذي يدعوا إلى التأثير والإقناع.

البرامج تتركز حول البطولات الرياضية بنسبة 75 % وحازت كرة القدم على أعلى نسبة زمنية بنوعيات المباريات.

الدراسة الثالثة: "عيسى الهادي" بدراسة سنة 2008 م : تهدف إلى أثر البرامج الرياضية التلفزيونية على نشر الوعي الرياضي وذلك بتحليل محتويات البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري، وكانت النتائج المتحصل عليها:

ان البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على نشر الوعي الرياضي ولا تؤدي الوظيفة المناطة منها ولا تجذب المشاهدين إليها لوجود مجموعة من الأسباب الخاصة بالكم والنوع.

الدراسة الرابعة: "الزاوي أحمد المهدي" بدراسة استطلاعية بولاية المسيلة سنة 2008 م : البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة الجزائر، معهد التربية البدنية والرياضة،

سيدي عبد الله، تهدف إلى دراسة الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب، وكانت نتائج الدراسة:

- للحصة الرياضية جمهور عريض، للتوقيت التي تبث فيه وكذا المباريات التي تنقلها.
- متطلبات الجمهور النوعية في الشكل والمضمون تتجاوز إمكانيات الحصة في التلفزيون الجزائري.
- إنشاء قناة تلفزيونية رياضية تهتم بكل الجوانب التربوية والفكرية والإعلامية من أجل ترقية الإعلام الرياضي ونشر ثقافة رياضية داخل المجتمع.

الدراسة الخامسة: "وردة قرآنية" بدراسة سنة 2008 م : والتي تهدف إلى معرفة أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية، دراسة إثنوغرافية، وكانت النتائج كالاتي:

- وقت مشاهدة الأسر الجزائرية للتلفزيون هو بين الساعة الخامسة والعاشر مساء.
- توجد اختلافات في كثافة المشاهدة لارتباطها بعدد الأفراد في الأسرة، وعدد أجهزة التلفزيون في البيت.
- يتأثر الأفراد في الأسر الجزائرية بالبرامج الواقعية.
- يفضل الآباء البرامج الرياضية والأخبار.

الدراسة السادسة: قام "علي جرمون" سنة 2008 م: محاولة اقتراحات خطة لبرامج التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد

التربية البدنية والرياضة، سيدي عبد الله، بدراسة تهدف إلى محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الجزائرية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، دراسة وصفية مسحية لتلاميذ المرحلة المتوسطة وكانت نتائج الدراسة كما يلي:

الحصص الرياضية بالتلفزيون الجزائري لها متابعيها من هذه الشريحة الاجتماعية وتساهم في نشر الوعي الرياضي بينهم ولو بالقدر الغير كافي، ولهذا الغرض ولتفعيل دورها في نشر الثقافة، النشاط، الممارسة، التربية، الصحة والوعي الرياضي في أوساط من سيكونون جيل للمستقبل ارتأينا أن نقترح توصيات التالية:

- زيادة الوقت المخصص لإرسال البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري حتى تساعد على نشر الوعي الرياضي وحتى تساير البرامج الرياضية بتلفزيون الدول المتقدمة.
- تخصيص قناة تقدم فيها الأنشطة الرياضية.
- إهتمام التلفزيون بنشاط هذه الفئة من الجمهور (كالرياضة المدرسية).

- عدم التركيز على لعبة كرة القدم كما يمكن توفير الأموال التي تنفق على نقل مبارياتها لتوفير إمكانيات مادية أخرى لتقديم برامج رياضية أكثر تنوعاً وشمولاً (تنوع المحتوى، جماليات البث، توظيف الكفاءات...).
- على البرامج الرياضية بالتلفزيون الإهتمام بتقديم نوعيات مختلفة من البرامج (المرأة، الأطفال، الشباب...)، مع تقديم نوعيات من المحتوى (ترويحية، صحية، تعليمية تربوية، معلومات رياضية...).
- الإستعانة بالخبراء والمتخصصين في مجال التربية البدنية والرياضية في إعداد مواد البرنامج.
- الإهتمام بالبرامج التعليمية الرياضية...
- التنوع في أسلوب تقديم البرامج الرياضية...
- أن يقوم بتقديم البرامج التلفزيونية وإخراجها متخصصين في مجال الاعلام الرياضي.

الدراسة السابعة: "ولبر شرام" بإجراء دراسة سنة 1960 م: حول آثار التلفزيون على الطفل وقد دامت هذه الدراسة سنتين وتضمنت عينة كبيرة من الأطفال، وأسفرت الدراسة على ما يلي:

قدرة التلفزيون في التأثير على رغبة الطفل، في إتمام البرامج المشاهدة، مما يؤدي إلى التأخر في النوم، ومن ثمة التعب عند الذهاب إلى المدرسة، وينقص استيعابه للمعلومات كما يعرضهم عن أداء واجباتهم المدرسية ويقلعهم عن المطالعة.

استسلام الطفل للمشاهدة بشكل سلمي.

تزايد البرامج المليئة بالعنف وغير ذلك من كسب الطفل لمثل هذه السلوكيات.

تبين أن الأطفال يقضون وقتاً كبيراً أمام الشاشة في المشاهدة.

يزيد التلفزيون من إطار الثقافة العامة والعلمية لدى الطفل.

لم يتوصل إلى إيجاد علاقة واضحة ما بين ضعف المستوى لدى الطفل، وكثرة مشاهدة التلفزيون .

الدراسة الثامنة: "أنا جيبسون" بدراسة في فرنسا ونشرت بجريدة Le point بتاريخ 01 ديسمبر 1986 ، فقد اختارت الباحثة في هذه الدراسة عينة تضم 728 طفلاً تتراوح أعمارهم ما بين 12 13 سنة، واعتمدت فيها على الأسلوب الإحصائي في تحليل البيانات الكمية والكيفية وتوصلت الباحثة الى أن الأطفال يستسلمون الدراسة أن الدور الذي كان يلعبه الأستاذ في العملية التعليمية بدأ يتقلص مع ظهور التلفزيون، وذلك وفقاً لسلوك التلميذ داخل الفصل، وهذا لما يفضلون سماعه من المعلم، أي المواضيع التي سبق لهم التعرف عليها عبر الشاشة، كما لا تغريهم الخبرات الجديدة للأستاذ أثناء الدرس إذ يجدون أفضل منها في التلفزي.

2.تعقيب عن الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا لدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، والتي تناولت مواضيع الاعلام الرياضي التلفزيوني، و دوره في تحسين صور الاتحادية الجزائرية لكرة القدم على الجمهور ، ومدى إسهامها في تطوير الرياضة ونشر ثقافتها وتوعية جمهورها وتوجيهه، وجدنا أن معظم الدراسات إتفقت في نواحي كثيرة و إختلفت في غيرها، وكان من أبرز ما توصلنا اليه:

ان مجمل الدراسات التي تناولناها تهدف إلى التعرف على دور الإعلام وأهميته وتأثيره على السلوك الرياضي للجماهير، وكذا اهم مصادر المعلومات الرياضية لشباب.

حيث أننا لاحظنا من خلال تحليلنا لتلك الدراسات، أنها توصلت الى نتائج متقاربة، فقد توصل الباحثون في دراساتهم إلى

ان البرامج الاعلامية الرياضية المحلية، لا تساهم في نشر الوعي الرياضي الثقافي، في حين وجدوا ان التلفزيون يعتبر من اهم مصادر المعرفة والمعلومات الرياضية لطلبة ، كما أن هذه الدراسات تشابهت في عدة نقاط من بينها: أنها كلها كانت تخص الإعلام الرياضي وإسهامه في إكتساب الوعي الرياضي والثقافي كما أنها قامت بإستخدام المنهج الوصفي في الوصول إلى أهداف الدراسات، وكذلك استعمال نفس الادوات البحثية للوصول الى النتائج ، مع الاستعانة بعينات كبيرة في هذه الدراسة، وكان اختلاف الدراسات عن بعضها يكمن في نوعية العينات المستخدمة، عدد المتغيرات التابعة والمستقلة، وأيضاً اختلاف البيئة التي اجريت فيها الدراسة.

ومن هنا يمكننا القول أن لهذه الدراسات دورا هاما ومنفعة لنا في بحثنا هذا لما استقيناه من خلال إطلاعنا على أهم النتائج والتي أضفت الكثير من الموضوعية في معالجة موضوع بحثنا. والتي إستفدنا منها في ضبط إشكالية بحثنا ضبطا دقيقا، وكذلك التعرف على المنهج المناسب و الأداة التي تناسب موضوعنا.

الفصل الثاني

الإطار العام للدراسة

1- الكلمات الدالة في الدراسة

2- إشكالية الدراسة

3- أهداف البحث

4- أهمية البحث

5- فرضيات البحث

1. تحديد المفاهيم المصطلحات:

1.1. تعريف المؤسسة:

1.1.1. اصطلاحاً: هي وحدة من القرار الاقتصادي والتي تأخذ أشكالاً مختلفة تستعمل العمل ورأس المال والإنتاج وبيع الحاجات والخدمات في السوق بهدف الفائدة، والمردودية والهدف الأساسي للمؤسسة هو البحث عن الربح الذي يوزع جزء من المساهمين والآخر للاستثمار في المؤسسة. (DANIEL, 1993, p54)

2.1.1. إجرائياً: المؤسسة عبارة عن حيز تجتمع فيه العوامل المادية وغير المادية، من أجل تحقيق هدف واحد، ألا وهي عبارة عن نظام اجتماعي يتكون من مجموعة أفراد يشتركون في تحقيق هدف واحد.

2. تعريف المنظمة:

تعتبر المنظمة منشأة أو مؤسسة تعمل لفائدة الصالح العام لاعتمادها على المشروعات المخططة والمعدة مسبقاً لتسيير تنظيمها الداخلي والخارجي.

3. اتصال المؤسسة:

مجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفاتها القائمة بعملية الاتصال. (فضيل، 2003، ص15).

4. الهيكل التنظيمي:

وهو ما يعرف بالخريطة التنظيمية التي تعكس التنظيم العام الذي توجد عليه المنظمة ويبين الهيكل التنظيمي المناصب الإدارية المختلفة والتسلسل الرأسي والعلاقات بين مختلف الدوائر والأقسام. (عبد العزيز، 1962، ص262).

5. الإعلام:

هو كلمة يتسع مدلولها لدرجة انه من الصعب تعريفها فهي تعني:

1.5.1. لغة: الإبداع والإخبار. (ادريس، 1990، ص662).

2.5.1. اصطلاحاً: هو كل أشكال وصور إرسال المعلومات من إنسان إلى إنسان آخر ومن حيوان إلى آخر أ من إنسان إلى آلة ومن آلة إلى آلة. (أيمن، 2004، ص21).

3.5.1. التعريف الإجرائي: هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة، والأفكار والآراء والإسهام في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور.

6.1. الإعلام الرياضي:

نظرا لعدم تعرض أحد من قبل إلى تعريف الإعلام الرياضي لذا قام المؤلفان بتعريفه تعريفا إجرائيا بأنه: عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (خير الدين، 1998، ص54).

- يعرفه بعض الكتاب على أنه " تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات

والحقائق المرتبطة بالرياضة وتغيير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي " (الحماحي، 2006، ص98).

1.6.1. التعريف الإجرائي: هو جزء من الإعلام الخاص لكونه إعلاما يختص بقضايا أخبار الرياضة والرياضيين.

7.1. الإعلام الرياضي المرئي:

هو جزء من الإعلام، ولكنه يختص بالجمهور الرياضي عن طريق التلفزيون والوسائط المرئية، ويعتبر الرياضيون هدفه وأدواته فهو يهدف إلى إيصال كل المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في المجال الرياضي بشكل عام. (محمد، 1988، ص54)

2. الاشكالية:

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية جماعية، غير أن الإعلامي الرياضي لا يعدو أن يكون فرعاً من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

ومع تطور واتساع رقعة النشاطات والممارسات الاجتماعية وتعمدها بين الأفراد والجمعيات سيما تلك الأنشطة المنجزة في أطر تنظيمية كالمؤسسات والهيئات والمنشآت على اختلاف أنواع مجالاتها التربوية أو الثقافية أو السياسية أو اقتصادية أو غيرها، ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط وإحساس جوهري بمختلف جوانب الحياة المهنية الخاصة بالمنظمات والمؤسسات.

فتعد العلاقات العامة في المؤسسة إستراتيجية اتصالية هامة إذ تعمل وتساهم في كسب ثقة الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة وفي خلق وتدعيم صورتها المؤسسية، كما أنها تعتبر مجرد كونه نشاط يربط المؤسسة بجمهورها، بل تعبر عن مجموعة من العلاقات الاجتماعية والناجمة عن العملية الاتصالية داخل وخارج المؤسسة. ومن القطاعات التي أصبحت تهتم بالعمليات الإعلامية والاتصالية نجد قطاع الشباب والرياضة من خلال مديرياته وجمعياته الرياضية المختلفة.

من بين هذه الهيئات الاتحادية الجزائرية لكرة القدم التي تعنى بمجال كرة القدم الأكثر شعبية في الجزائر والتي تسعى للحصول على رضى جمهورها وثقة العاملين بها وكسب احترام الاتحاديات على المستوى الدولي والرباطات المحلية وفق عمليات وإستراتيجيات وعلاقتها بالإعلام الرياضي من أجل تحسين صورتها لدى الجمهور.

ويسعى الإعلام الرياضي التلفزيوني والعلاقات العامة إلى التعبير عن مختلف الجهود الإدارية المدروسة من قبل المسؤولين داخل الاتحادية الجزائرية لكرة القدم لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بنشاط كرة القدم الخاصة بالبطولات المحلية أو المنتخب الوطنية أو تمثيل النوادي في المنافسات القارية والدولية مما يساعد على إقامة جسور الصداقة والتظاهر والثقة مع أفراد المجتمعات والاتحادية الأجنبية وحتى المجتمع المحلي من خلال البطولات الوطنية لكرة القدم بكل أقسامها، لهذا فقد أصبح نجاح الاتحادية الجزائرية لكرة القدم مرتبط بواقع فعالية الإعلام الرياضي والعلاقات العامة بها، وعليه نصوغ الإشكالية التالية

ما مدى مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني في تطوير نشاط الاتحادية الجزائرية لكرة القدم؟

وحتى تتمكن من الإجابة على السؤال يمكن تجزئته إلى مجموعة أسئلة فرعية هي الآتي:

- هل دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الاتحادية لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي؟
- هل دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الأندية لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي؟
- هل دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة المنتخب الوطني لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي؟

3. أهداف الموضوع:

بإمكاننا أن نقسم أهداف البحث إلى هدف رئيسي وأهداف جزئية فالهدف الرئيسي يتمثل في محاولة الاقتراب من الإعلام الرياضي التلفزيوني والاتحادية الرياضية لكرة القدم وفهم طبيعة العلاقة بينهما.

أما فيما يخص الأهداف الجزئية وهي:

- معرفة مكانة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية.
- معرفة العلاقة بين الاعلام الرياضي التلفزيوني والفاف.
- معرفة يعتبر الاعلام الرياضي التلفزيوني أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على قرارات الفاف.
- معرفة دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في صنع القرار داخل الفاف.
- الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها مسيرو الاتحادية الرياضية لكرة القدم مع وسائل الإعلام المختلفة (إذاعة، صحافة، تلفزيون).
- معاينة عمل الاتحادية الرياضية لكرة القدم وطرق تسييرها.
- علاقة الاتحادية الرياضية لكرة القدم بالجمهور وتأثير الإعلام التلفزيوني في ذلك.
- الكشف عن أهمية ودور الاتحادية الرياضية لكرة القدم في النهوض بالأنشطة الرياضية.
- الفائدة العلمية التي تحملها هذه الدراسة في التكوين العلمي

4. أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في محاولة لفت الانتباه إلى أهمية الإعلام الرياضي التلفزيوني في الوقت الراهن لكونها أصبحت الجودة أو السلعة الغالية للاتحادية الجزائرية لتمكينها من البقاء والاستمرارية، وهذا عن طريق تبين وإبراز وإظهار أساليبها ووسائلها الاتصالية.

ومن جهة أخرى التأقلم مع المتغيرات الداخلية والخارجية للمؤسسات.

كما أصبح الإعلام الرياضي التلفزيوني بصفة خاصة يلعب دور فعال في التعريف بالرياضة سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وذلك من خلال التطورات التكنولوجية المعاصرة.

5. فرضيات الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية احتجت لطرح مجموعة من الفرضيات كإجابات مؤقتة عن أسئلته السابقة وقد أوردتها كما يلي:

- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الاتحادية لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الأندية لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة المنتخب الوطني لدى طلية قسم الاعلام والاتصال الرياضي.

الفصل الثالث

الإجراءات الميدانية للدراسة

- 1- **الدراسة الاستطلاعية**
- 2- **المنهج المتبع في الدراسة**
- 3- **مجتمع وعينة الدراسة**
- 4- **أدوات جمع البيانات والمعلومات**
- 5- **الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة**

تمهيد

في أي دراسة علمية لا يمكن الوصول إلى نتائج موثوقة إلا إذا اتبعت إجراءات منهجية مضبوطة، وخطوات علمية صحيحة؛ فوضوح المنهج وما يبنى في إطاره من تصميم محكم، وتجانس العينة، وسلامة طرق تحديدها وحصرها ، ومناسبة أدوات البحث وما تتميز به من خصائص سيكومترية تدل على الصلاحية، وملائمة الأساليب الإحصائية التي يستدل بها على صحة أو عدم صحة الفرضيات التي سبق للباحث وأن صاغها، كل هذه الإجراءات تساعد في الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية.

وهذا ما سنحاول مراعاته من خلال الحرص على إتباع خطوات صحيحة ومنظمة، انطلاقاً من الدراسة الاستطلاعية وختاماً بالأساليب الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة .

1- الدراسة الاستطلاعية

في هذه المرحلة قمنا بجمع المعلومات والاطلاع على البحوث والدراسات السابقة والمذكرات التي لها صلة بموضوع البحث، من أجل توفير المعلومات والمعطيات الكافية والإلمام بالموضوع من جميع النواحي حتى يتسنى لنا تكوين فكرة شاملة وكاملة وبالتالي تكوين أسس وخلفية نظرية لهذا الموضوع، وقبل توزيع الاستمارات المتعلقة بالبحث قمنا بإجراء دراسة استطلاعية على عينة البحث المتكونة من اثنا عشر طالب وطالبة من معهد تقنيات النشاطات البدنية الرياضية قصد الاطلاع على الممارسة الميدانية في المعهد المختار للدراسة والاتصال ببعض الطلبة من أجل جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات التي يمكن من خلالها معالجة المشكل المطروح، والتعرف أكثر على مجتمع الدراسة.

وقد سمحت لنا الدراسة الاستطلاعية بـ:

- ضبط أداة البحث وذلك من خلال:
- التحقق من ملائمة الاستبيان وفهم الطلبة لفقراته ومصطلحاته .
- اكتشاف بعض جوانب القصور في إجراءات تطبيق الاستبيان.
- تحديد الوقت المستغرق في عملية تطبيق الاستبيان.
- التمرن على تطبيق الاستبيان.

1.1. حدود الدراسة

من البديهي أن يختار الباحث مكاناً مناسباً لدراسته يكون بمثابة الأرضية التي يطبق فيها أدواته، بالإضافة إلى مراعاة زمن محدد يكون كافياً لتطبيق تلك الأدوات، وهذا ما دفعنا إلى اختيار حدود مكانية وزمنية نرى أنها مناسبة، والتي يمكن عرضها فيما يلي :

المجال المكاني : معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

المجال الزمني : 2018/2017.

2.1. الخصائص السيكومترية للاستبيان :

ثبات الأداة:

ويعني أن الدرجات التي يتم الحصول عليها دقيقة وخالية من الخطأ، وهذا يعني أنه في حالة تطبيق نفس أداة القياس (الاختبار أو المقياس) على نفس الفرد أو الشيء أي عدد من المرات بنفس الطريقة والشروط، فإننا سوف نحصل على نفس القيمة في كل مرة.

و يكون المقياس جيدا وصالحا إذا اتصف بمقدار كبير من الثبات عند الحصول على معامل الارتباط، ويمكن حساب ثبات الاختبار بالطرف التالية:

-إعادة الاختبار.

-طريقة التجزئة النصفية.

-الثبات عن طريق الصور المتكافئة.

وفي بحثنا هذا قمنا بتطبيق الاختبار و إعادته.

الجدول رقم (1): معامل الارتباط بيرسون بين التطبيق الاول و الثاني لمحاور اداة القياس (ن = 12).

المحاور	المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		معامل الارتباط	مستوى الدلالة
	التطبيق	اعادة التطبيق	التطبيق	اعادة التطبيق		
المحور الأول	19.32	16.324	4.543	4.621	0.543	0.04
المحور الثاني	21.21	19.235	3.231	3.435	0.632	0.02
المحور الثالث	21.54	20.651	3.324	2.376	0.754	0.00
أداة القياس ككل	22.98	18.154	3.835	4.617	0,643	0.00

وقد بلغت قيمة معامل الثبات للاستبيان 0,643

صدق الأداة:

يعد صدق الأداة أحد أهم الشروط الواجب توفرها في أدوات القياس، وهو من أهم معايير جودة الاختبار، وتعرفه أنستازي Anastasi 1990 على النحو التالي: " إن صدق الاختبار يعني ما الذي يقيسه الاختبار وكيفية صحة هذا القياس"، ويعرفه ليندكويس Lindquist 1951 هو الدقة التي يقيس بها الاختبار ما وُضع من أجله . (محمد نصر الدين رضوان، 2006، ص177).

ويقبل الصدق على أساس معاملات الارتباط التي تشير إليه، ومن أجل التأكد من صدق الأداة تم إتباع أكثر من وسيلة لتقنين معامل صدق المقياس وهي كالتالي:

- صدق المحكمين:

عرضت الصورة الأولية للأداة على عدد من الأساتذة في قسم التربية البدنية والرياضية، وذلك لإبداء الرأي في محاور الاستبيان، ومدى صلاحية ومناسبة العبارات الموضوعة لدى الفئة المدروسة، وكذا إضافة بعض العبارات والبنود التي من شأنها إثراء الاستبيان ، وحذف أو تعديل بعض العبارات والبنود غير المناسبة (الملحق1)، وقد

أسفرت العملية على جملة من الملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة والمتمثلة في:

- تعديل صياغة التعليمات .
- تعديل وحذف بعض العبارات لتتلاءم مع التعليمات .
- اضافة بعض البنود تتلاءم مع التعليمات .

- الصدق الذاتي:

ويقصد به الصدق الداخلي للاختبار، وهو عبارة عن الدرجات التجريبية للاختبار منسوبة للدراجات، الحقيقة الخالية من أخطاء القياس، ويقاس عن طريق حساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات الأداة.

جدول رقم (2) : يبين معامل الارتباط والصدق الذاتي

المحاور	معامل الارتباط	الصدق الذاتي
المحور الأول	*0.543	0,763
المحور الثاني	*0.632	0,785
المحور الثالث	*0.754	0,894
أداة القياس ككل	* 0,643	0,801

وبما أن معامل ثبات الاستبيان يساوي : 0,643 ، فإن معامل الصدق الذاتي يكون كالتالي:

معامل الصدق الذاتي = الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

ومنه فالصدق الذاتي = 0,801.

واستنتاجا من دراسة معاملي الصدق والثبات (الصدق = 0,801 و الثبات = 0,643)، نستطيع القول

أن هناك دلالة إحصائية بين كل عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي يمثلها، كما أن كل محاور الاستبيان الأربعة مرتبطة مع الدرجة الكلية للاستبيان، كما يتميز الاستبيان بدرجة مقبولة من الثبات، وبالتالي نستطيع الحكم على أن الاستبيان يتمتع بدرجة مقبولة من الصدق والثبات، مما يفيد بإمكانية الاعتماد عليه لقياس مدى مساهمة الاعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صور الاتحادية لكرة القدم.

2 - المنهج المتبع في الدراسة

ولما كانت طبيعة الموضوع المدروس هي التي تحدد نوع المنهج المتبع وتعتمد على وصف الظاهرة محددة وجمع بيانات ومعلومات حولها وتحليل نتائج تلك البيانات والوصول إلى الحقائق وتقديم الاقتراحات التي نراها تخدم الموضوع فقد أقتضى ذلك منا إتباع المنهج الوصفي والذي " يعرف على أن الدراسة الوضعية لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها واستخلاص دلالتها وتحديد بها بالصورة التي هي عليها كميًا وكيفية يهدف التوصل إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها .(محمد شفيق زكي، 1998، ص10).

ويرى فؤاد السيد البهي أن المنهج الوصفي هو " : استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية كما هي قائمة في الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها وبينها وبين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية أخرى " (فؤاد السيد البهي، 1979، ص18).

3- مجتمع وعينة الدراسة

1.3. مجتمع الدراسة:

هو مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، و " لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لابد من، "تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه، وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع. (موريس أنجرس، 2006، ص85).

ومجتمع دراستنا يتكون من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وبالتحديد قسم الاعلام والاتصال الرياضي بجامعة محمد بوضياف ولاية المسيلة.

2.3. عينة الدراسة:

تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد من المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة تمثيلا صادقا، وبما أن مجتمع الدراسة متجانس، فإنه تم اختيار عينة عشوائية بلغ عددها 40 طالب من قسم الاعلام والاتصال الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وقد كان العدد قليل وذلك نظرا لأن الدراسة جاءت متأخرة.

ويتوزع أفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول التالي :

جدول رقم (3) : يوضح توزيع أفراد العينة

المجموع	توزع أفراد العينة		
40	15	ذكور	الجنس
	25	اناث	
40	40	الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري	التخصص الدراسي
40	03	1 جامعي	المستوى الدراسي
	07	2 جامعي	
	20	3 جامعي	
	10	ماستر	

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات

- أداة استمارة الاستبيان: هو وسيلة من وسائل جمع البيانات ويعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة تسلّم إلى أشخاص يتم اختيارهم عشوائيا من اجل القيام بدراسة موضوع معين، فيقومون بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة ويتم إعادتها ثانية إلى الباحث.

كما يعرف على أنه: "وسيلة من وسائل البحث الشائعة، فهو يطرح مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى جمع معلومات ترتبط بموضوع البحث وفوائده كونه اقتصادي في الوقت والتكيف". (أحمد شلبي، 1992، ص25).

وفي هذه الدراسة تم بناء استمارة استبيان المكونة من 18 سؤال موجهة لعينة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة محمد بوضياف ولاية المسيلة والمقسمة على ثلاث محاور.

1.4. الصورة الأولى للاستبيان:

على ضوء المعلومات المستقاة من بعض البحوث والكتب والمقاييس التي عالجت وتطرق إلى موضوع الاعلام الرياضي التلفزيوني، تم وضع الصورة الأولى للأداة "الاستبيان"، والتي تكونت من 21 عبارة، وقد روعي في صياغة عباراتها ما يلي:

- أن تكون العبارات واضحة ومفهومة .

- أن لا تشمل العبارة أكثر من معنى .

2.4. الصورة النهائية لأداة الدراسة:

بناءً على الخطوات سابقة الذكر تكونت الصورة النهائية للأداة من 18 عبارة موزعة على ثلاث (03) محاور، وفيما يلي جدول يشرح المقصود من هذه المحاور، وعلى ما تشمله هذه المحاور من عبارات.
(أنظر الملحق1).

جدول رقم (4): شرح المحاور الخاصة بالاستبيان مع ذكر أرقام العبارات وعددها.

عدد العبارات	أرقام العبارات	المحور
06	06 - 05 - 04 - 03 - 02 - 01	دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الاتحادية
06	12 - 11 - 10 - 09 - 08 - 07	دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الأندية
06	18 - 17 - 16 - 15 - 14 - 13	دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة المنتخب الوطني

و تتم الاستجابة لكل من العبارات السابقة ضمن مقياس ثلاثي متدرج على النحو التالي:

* موافق .

* محايد .

* غير موافق.

وتتم عملية التصحيح كما هو مبين في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5): يبين درجات الاختيارات المقابلة للعبارات المكونة للاستبيان.

الخيارات	موافق	محايد	غير موافق
درجة العبارات	3	2	1

وتحسب الدرجة النهائية بحاصل جمع العلامات التي حصل عليها المفحوص على الفقرات الايجابية والسلبية، و هي بذلك تعبر عن درجة استبيان الاتجاهات نحو الممارسة الرياضية.

5. إجراءات التطبيق الميداني للأداة (الاستبيان)

تكونت عينة الدراسة الاستطلاعية من 12 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة محمد بوضياف ولاية المسيلة وتم اختيارهم من جميع المستويات والتخصصات، وقد تم تطبيق الاستبيان فرديا وجماعيا، حيث تمت قراءة تعليمات الاستبيان، ثم تفسير بعض البنود غير مفهومة وتسجيل كل الملاحظات والأسئلة التي طرحها الطلبة.

وقد تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان مناسب حيث استغرق تطبيقه ساعة و 15 دقيقة، وهو وقت ملائم في حين اتضح وجود بعض النقائص المتعلقة ب :

- بالنسبة لمعالجة نتائج الاستبيان، تبين أن أصعب مرحلة هي مرحلة التفريغ نظرا لطول الاستبيان، وهي المرحلة التي تأخذ أطول مدة زمنية.

ولمحاولة تجاوز كل هذه الصعوبات أثناء إجراء الدراسة الأساسية تم إدخال بعض التعديلات في الاستبيان.

6- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لقد استخدمنا مجموعة من الأساليب في تحليل بيانات الدراسة ، وذلك بغرض معرفة دور الاعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الرياضية لكرة القدم، وقد تم الاعتماد على برنامج المعالجة الإحصائية المعروف بالحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وفي ضوء فرضيات البحث تتم معالجة الدرجات بالاعتماد على الأسلوب الإحصائي التالي :

• اختبار (T. Test) دلالة الفروق لعينة واحدة

• المتوسط الحسابي

• الانحراف المعياري

• النسب المئوية

خلاصة

من خلال كل ما سبق في هذا الفصل يمكن لنا أن نستفيد منه في فهم ، واستيعاب المنهج المستخدم في هذه الدراسة، والأدوات والوسائل العلمية التي تم الاستعانة بها في جمع المعلومات والبيانات، كما تعرفنا على حدود دراستنا المكانية والبشرية كل هذا بما يكفي حتى نتمكن من إجراء الدراسة بصورة مدققة ومفهومة.

الفصل الرابع:

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

1- عرض النتائج تبعا للفرضيات

2- تفسير النتائج

تمهيد

تكتسي عملية عرض وتوضيح النتائج المتوصل إليها من خلال المناقشة والتحليل أهمية بالغة في الحكم على مدى صحة أو خطأ الفرضيات، ومن كل ما تقدم في الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج النظرية، والتي سنحاول فيما يلي من هذا الفصل إثباتها أو نفيها ميدانياً بتحليل ومناقشة البيانات على ضوء الفرضيات، وبالتالي الخروج ببعض الاقتراحات من خلال نتائج الدراسة.

1. عرض النتائج ومناقشتها:

1-1- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

السؤال الأول: ما هو موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع؟
الغرض منه: معرفة ما إذا موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع.

جدول رقم (01) : موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
01	40	12,600	5.99	2	0.002	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 12,600 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.002 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع.

السؤال الثاني: تتعامل الهيئة مع الملفات التي تسيروها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني باحترافية؟
الغرض منه : هو معرفة كيف تتعامل الهيئة مع الملفات التي تسيروها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني باحترافية

الجدول رقم (2) : الهيئة تتعامل مع الملفات التي تسيروها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب

الوطني باحترافية

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
02	40	18,200	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 18,200 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.001 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الهيئة تتعامل مع الملفات التي تسيروها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني باحترافية.

السؤال الثالث: لو اقترحنا تصنيف عمل الاتحاديات تحتار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم ؟

الغرض منه : هو معرفة لو اقترحنا تصنيف عمل الاتحاديات تحتار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم .

الجدول رقم (3) : لو اقترحنا تصنيف عمل الاتحاديات تحتار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
03	40	18,200	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 18,200 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر

قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة

0.05 ومنه نستنتج أن تصنيف عمل الاتحاديات تحتار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم .

السؤال الرابع: هل تم اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير؟

الغرض منه : هو معرفة اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير.

الجدول رقم (4) : تم اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
04	40	08.200	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 08.200 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر

قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة

0.05 ومنه نستنتج انه تم اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير.

السؤال الخامس: هل بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة؟

الغرض منه : هو معرفة إن كان بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها

الدولة.

الجدول رقم (5) : بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
05	40	12,200	5.99	2	0.002	0.05

الفصل الرابع:..... عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 12,200 وهي أصغر من قيمة كا2 الجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.002 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة.

السؤال السادس: أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ ووبرودة؟

الغرض منه : معرفة إذا كان أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ ووبرودة.

الجدول (06) : أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ ووبرودة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
06	40	25,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 25,400 وهي أصغر من قيمة كا2 الجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ ووبرودة.

السؤال السابع: هل علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم؟

الغرض منه : معرفة علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم

الجدول رقم : (07) : علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
07	40	43,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 43,400 وهي أصغر من قيمة كا2 الجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم.

1-2- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

السؤال الثامن: هل ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي؟

الغرض منه : هو معرفة ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي.

الجدول رقم (08) : ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
08	40	43,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 43,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي.

السؤال التاسع: هل الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر المفاهيم السليمة للرياضة؟

الغرض منه: هو معرفة الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر المفاهيم السليمة للرياضة.

الجدول رقم(09) : الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر

المفاهيم السليمة للرياضة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
09	40	43,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 43,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر المفاهيم السليمة للرياضة.

السؤال العاشر: هل يحسن الإعلام الرياضي صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل؟

الغرض منه: هو معرفة يحسن الإعلام الرياضي صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل .

الجدول رقم(10): يحسن الإعلام الرياضي صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
10	40	29,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 29,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الإعلام الرياضي يحسن صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل .

السؤال الحادي عشر : هل تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات مع وسائل الإعلام المختلفة؟

الغرض منه : هو معرفة تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات مع وسائل الإعلام المختلفة.

الجدول رقم(11) : تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات

مع وسائل الإعلام المختلفة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
11	40	43,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 43,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات مع وسائل الإعلام المختلفة.

السؤال الثاني عشر : هل يتسبب الإعلام الرياضي دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي؟

الغرض منه : هو معرفة يتسبب الإعلام الرياضي دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي

الجدول رقم (12) : يتسبب الإعلام الرياضي دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
12	40	29,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 29,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الإعلام الرياضي يتسبب دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي.

السؤال الثالث عشر : هل الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر الآراء المهمة؟

الغرض منه : هو معرفة الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر الآراء المهمة.

الجدول رقم (13): الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر

الآراء المهمة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
13	40	48,600	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 48,600 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر الآراء المهمة.

الفصل الرابع:..... عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

السؤال الرابع عشر : هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافٍ إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة؟

الغرض منه : هو معرفة هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافٍ إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة.

الجدول رقم (14) : هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافٍ إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
14	40	26,600	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 26,600 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافٍ إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة.

1-3- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

السؤال الخامس عشر: هل الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية؟

الغرض منه: هو معرفة الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية.

الجدول رقم (15) : الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
15	40	25,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 25,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر

قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة

0.05 ومنه نستنتج أن الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية.

السؤال السادس عشر : هل البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام؟

الغرض منه : هو معرفة أن البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام.

الجدول رقم (16) : البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
16	40	33,800	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 33,800 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر

قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة

0.05 ومنه نستنتج أن البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام.

السؤال السابع عشر : هل يساهم الإعلام الرياضي التلفزيوني في ترويج أسماء أبطال منتخب؟
الغرض منه : هو معرفة يساهم الإعلام الرياضي التلفزيوني في ترويج أسماء أبطال منتخب.

الجدول رقم (17) : يساهم الإعلام الرياضي التلفزيوني في ترويج أسماء أبطال منتخب

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
17	40	34,200	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 34,200 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الإعلام الرياضي التلفزيوني يساهم في ترويج أسماء أبطال منتخب.

السؤال الثامن عشر: هل يعمل الإعلام الرياضي التلفزيوني على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب؟

الغرض منه : هو معرفة الإعلام الرياضي التلفزيوني على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب.

الجدول رقم (18) : الإعلام الرياضي التلفزيوني على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب

رقم المتغيرات العبارة	عدد أفراد العينة	كا2 المحسوبة	كا2 المجدولة	درجة الحرية	قيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
18	40	25,400	5.99	2	0.000	0.05

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة كا2 المحسوبة بلغت 25,400 وهي أصغر من قيمة كا2 المجدولة والتي تقدر قيمتها ب 5.99 عند درجة الحرية 2، كما أن قيمة الاحتمالية بلغت 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نستنتج أن الإعلام الرياضي التلفزيوني يعمل على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب.

2. تفسير النتائج وفق الدراسات السابقة:

في ضوء الدراسة ومن خلال الأساليب الإحصائية المعتمدة للتحقق من هذه الفروض، وبعد استعراض نتائج الدراسة يحاول الطالب الباحث مناقشتها وتفسيرها في ضوء التراث النظري والدراسات السابقة كما يلي:

لقد بينت المعالجة الإحصائية للنتائج المتحصل عليها على:

الفرضية الأولى :

تحققت الفرضية الأولى والتي نصت على أنه للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الاتحادية لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال الرياضي.

وهو ما توصلت إليه دراسة أميمه حامد أبو الخير" بدراسة سنة 1979 م : البرامج التلفزيون الرياضية والوعي الرياضي، 1979 م، (رسالة دكتوراه منشورة) جامعة حلوان ، كلية ال تربية الرياضية، تهدف إلى معرفة آراء الخبراء حول البرامج الرياضية كوسيلة لنشر الوعي الرياضي، وكانت أهم نتائجها: قلة الإهتمام بتوضيح هدف وأهمية الرياضة.

البرامج الرياضية بالتلفزيون لا تعتمد على الأفلام ووسائل الإيضاح التي يصاحبها التعليق الغني الذي يدعوا إلى التأثير والإقناع.

البرامج تتركز حول البطولات الرياضية بنسبة 75 % وحازت كرة القدم على أعلى نسبة زمنية بنوعيات المباريات.

ودراسة "عيسى الهادي" بدراسة سنة 2008 م : تهدف إلى أثر البرامج الرياضية التلفزيونية على نشر الوعي الرياضي وذلك بتحليل محتويات البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري، وكانت النتائج المتحصل عليها:

ان البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على نشر الوعي الرياضي ولا تؤدي الوظيفة المناطة منها ولا تجذب المشاهدين إليها ل وجود مجموعة من الأسباب الخاصة بالكم والنوع.

الفرضية الثانية :

تحققت الفرضية الثانية والتي نصت على أنه : للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الأندية لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال الرياضي.

وتتشابه نتائج الدراسة مع دراسة حسام رفقي محمود" بدراسة سنة 1980 م: رسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنين، القاهرة، الهدف منها تحديد أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي للجماهير. وبلغت عينة البحث (

1170) من رجال الإعلام العاملين بالأقسام الرياضية والعاملين في قطاع البطولات مدربين، حكام، إداريين، لاعبين ومشاهدي الأنشطة الرياضية واتباع المنهج الوصفي المسحي وكان من أهم النتائج:

أن هناك تأثير من الصحف والإذاعة والتلفزيون على كل من المدرب والحكم والمشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية.

عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتلفزيون بكل أنواع الرياضة.

الفرضية الثالثة :

تحققت الفرضية الثالثة والتي نصت على أنه : للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة المنتخب الوطني لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال الرياضي.

هذا وتتشابه نتائج الدراسة مع دراسة علي جرمون" سنة 2008 م: محاولة اقتراحات خطة لبرامج التلفزيون

الجزائري كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد

التربية البدنية والرياضة، سيدي عبد الله، بدراسة تهدف إلى محاولة اقتراح خطة لبرامج التلفزيون الجزائرية

كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، دراسة وصفية مسحية لتلاميذ المرحلة المتوسطة وكانت نتائج الدراسة كما يلي:

الحصص الرياضية بالتلفزيون الجزائري لها متابعيها من هذه الشريحة الاجتماعية وتساهم في نشر الوعي الرياضي بينهم ولو بالقدر الغير كافي، ولهذا الغرض ولتفعيل دورها في نشر الثقافة، النشاط، الممارسة، التربية، الصحة والوعي الرياضي في أوساط من سيكونون جيل للمستقبل ارتأينا أن نقترح توصيات التالية:

- زيادة الوقت المخصص لإرسال البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري حتى تساعد على نشر الوعي الرياضي وحتى تسير البرامج الرياضية بتلفزيون الدول المتقدمة.

- تخصيص قناة تقدم فيها الأنشطة الرياضية.

- إهتمام التلفزيون بنشاط هذه الفئة من الجمهور (كالرياضة المدرسية).

- عدم التركيز على لعبة كرة القدم كما يمكن توفير الأموال التي تنفق على نقل مبارياتها لتوفير إمكانيات مادية أخرى لتقديم برامج رياضية أكثر تنوعا وشمولا (تنوع المحتوى، جماليات البث، توظيف الكفاءات...).

- على البرامج الرياضية بالتلفزيون الإهتمام بتقديم نوعيات مختلفة من البرامج (المراة، الأطفال، الشباب،...)، مع تقديم نوعيات من المحتوى (ترويحية، صحية، تعليمية تربوية، معلومات رياضية...).

- الإستعانة بالخبراء والمتخصصين في مجال التربية البدنية والرياضية في إعداد مواد البرنامج.

- الإهتمام بالبرامج التعليمية الرياضية...
 - التنوع في أسلوب تقديم البرامج الرياضية...
 - أن يقوم بتقديم البرامج التلفزيونية وإخراجها متخصصين في مجال الاعلام الرياضي.
- ودراسة آنا جيبسون" بدراسة في فرنسا ونشرت بجريدة Le point بتاريخ 01 ديسمبر 1986 ، فقد اختارت الباحثة في هذه الدراسة عينة تضم 728 طفلا تتراوح أعمارهم ما بين 12 13 سنة، واعتمدت فيها على الأسلوب الاحصائي في تحليل البيانات الكمية والكيفية وتوصلت الباحثة الى أن الأطفال يستسلمون الدراسة أن الدور الذي كان يلعبه الأستاذ في العملية التعليمية بدأ يتقلص مع ظهور التلفزيون، وذلك وفقا لسلوك التلميذ داخل الفصل، وهذا لما يفضلون سماعه من المعلم، أي المواضيع التي سبق لهم التعرف عليها عبر الشاشة، كما لا تغريهم الخبرات الجديدة للأستاذ أثناء الدرس اذ يجدون أفضل منها في التلفزي.

الفصل الخامس

استنتاجات واقتراحات

- 1- استنتاج عام
- 2- الاقتراحات
- 3- الآفاق المستقبلية للدراسة
- 4- قائمة المصادر والمراجع
- 5- الملاحق
- 6- ملخص الدراسة

1. استنتاج عام:

لا يخفى على أحد أن الإعلام الرياضي التلفزيوني اليوم ليس كالأمس، لا فقد قطع أشواطاً كبيرة من التطور الإيجابي، خاصة في السنوات الأخيرة، من حيث زيادة العاملين من الصحفيين، التقنيين والإداريين، وكذا التحسن النسبي في ظروف العمل، فنجد أن مهامه كانت مقتصرة على إيصال الأخبار الرياضية بصفة مجردة وسطحية، حيث لا تحمل رسالتها الإعلامية تحاليل دقيقة للأحداث الرياضية تعود على الرياضة و الثقافة الرياضية للمجتمع بالتطور والازدهار .

ولكن من خلال ما عرفه الإعلام الرياضي التلفزيوني من تطور أصبحت المهمة المركزية للرسالة الإعلامية ليس فقط أن توجد وأن ترسل، بل أيضاً أن تصل وتؤثر، إذ يقوم بالتأثير و الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق الموثقة مخاطبا العقول بالتوضيح و الشرح و التفسير والتعليق والجدل المنطقي في تحقيق غايته، وهذه الدراسة محاولة منا لاكتشاف مدى تأثير الإعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري على قرارات الاتحادية الرياضية لكرة القدم.

فعلى ضوء عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة تمكنا من استخلاص صورة واضحة حول دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الرياضية لكرة القدم، وقد توصلنا إلى ما يلي:

- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الاتحادية لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الأندية لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة المنتخب الوطني لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- الإعلام الرياضي لديه ارتباط وثيق بالأحداث الرياضية على الساحة الرياضية كما يساهم في تشخيص وعلاج المشكلات التي تعاني منها الفاف.

- أن الإعلام الرياضي يعطي صورة واضحة للاتحادية الجزائرية عن انشغالات الجمهور .
- درجة تأثير وسائل الإعلام التلفزيوني علي صنع القرار داخل الأندية الرياضية.
- تركيز الإعلام الرياضي علي القضايا والمواضيع الرياضية المهمة والمطروحة واقعياً من خلال نشر الآراء الهامة مع النقد والتحليل الصحفي البناء.

— الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي التلفزيوني والذي يجعل من الأندية الرياضية قادرة علي صنع قرارات.

2. اقتراحات:

من خلال دراستنا النظرية والميدانية لهذا البحث على ضوء دراستنا الاستبيان والدراسة المفصلة لهذا الجانب والتي أثبتت أن للإعلام التلفزيوني دور في تحسين صورة الاتحادية الرياضية لكرة القدم، لذلك ارتأينا أن نقدم توصيات واقتراحات للعمل بها.

- ✓ التركيز على الحصص والبرامج المقالات التي تحمل مقاييس النوعية واختيار مواضعها.
- ✓ الإكثار من البرامج الرياضية الإعلامية الهادفة والجادة والتي تقوم على أساس علمي وتقني.
- ✓ الاهتمام بالأقسام الدنيا لرياضة كرة القدم من جميع المسؤولين والجهات المعنية من مدربين وتقنيين مسؤولين وخاصة الإعلام الرياضي التلفزيوني.
- ✓ النهوض بالبرامج الإعلامية الرياضية من خلال التلفزة الوطنية كما وكيفا.
- ✓ توفير الوسائل الصحفية الضرورية للعمل من اجل إعلام رياضي هادف.
- ✓ الإكثار من البرامج الإعلامية الرياضية الهادفة.
- ✓ وضع سياسة إعلامية رياضية تعتمد على أسس عملية وميدانية مدروسة.
- ✓ ضرورة فتح قناة إعلامية رياضية.

3. الآفاق المستقبلية للدراسة :

- دراسة عن دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحقيق الأهداف التربوية في المدرسة الجزائرية.
- دراسة عن واقع الإعلام الرياضي التلفزيوني في الجزائر.
- دراسة عن الإعلام الرياضي التلفزيوني في تنمية قيم الهوية الوطنية.
- دراسة عن دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في إكساب قيم المواطنة في بعدها الاجتماعي في المرحلة الابتدائية.

4. قائمة المراجع:

أولاً: المعاجم

1- أحمد بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتب المصري، القاهرة، 1985.

2- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط2، بيروت، دار الجليل، 1994.

ثانياً: الكتب

1. إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1981.

2. إبراهيم وهبي فهد، كنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها، مدخل وظيفي، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 1999.

3. إجلال خليفة، إتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي. دار الهناء للطباعة - القاهرة، سنة 1970.

4. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، 2003.

5. أحمد كمال أحمد، العلاقات العامة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1972.

6. أديب حضور، دراسات في الصحافة الرياضية، تغطية مباريات رياضية صحفياً وإذاعياً وتلفزيونياً، تحرير الأخبار الرياضية - المكتبة الإعلامية، القاهرة، مصر 1994.

7. أيمن محمد الهنداوي: برامج التلفزيون المصري الرياضي، طبعة 1، دار الوفاء، الإسكندرية، 2004.

8. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة-دراسة في ترتيب الأولويات المعاصرة، مكتبة نهضة الشرق، 1996.

9. بشير عباس العلاق، علي محمد ربيعة، الترويج والإعلان-مدخل متكامل، عمان، دار اليازوري، 1998.

10. بلقاسم بن روان، الاتصال في المؤسسة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13 جانفي جوان، 1996.

11. جمال محمد أبو شنب، الإعلام الدولي و العولمة، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية ط.1، 2009.

12. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية و الرياضية، دار الوفاء لدينا للطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر 2003.

13. حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام في التطور الاجتماع، الإسكندرية، المكتب الجامعي، 1993.

14. حمدي عبد الحارس البخشونجي، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2001.
15. خير الدين علي عويس، عطا الحسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي (الصحافة الرياضية-وسائل الإعلام) الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
16. خير الدين علي عويس،م عطا حسين عبد الرحمن، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 1997.
17. راسم محمد جمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسة الإعلامية، القاهرة، 1999.
18. رنجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
19. سامي عبد العزيز الكومي: الصحافة المدرسية. مطبوعات الشعب، ب.ط. القاهرة . مصر. 1995.
20. سهيل إدريس، جبور عبد النور: المنهل، دار الأدب، طبعة 11، بيروت، 1990.
21. السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ط1، دار النشر والتوزيع، مصر، ر 2001.
22. عبد السلام أبو قحف، محاضرات في العلاقات العامة، بيروت ، الدار الجامعية، 1994.
23. عبد العزيز فهمي، موسوعة المصطلحات الاقتصادية والإحصائية، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، 1980.
24. عبد المنعم الميلادي ، الإعلام ، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية ب.ط 2008 .
25. علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، علم الكتب، ط1، مصر، 2001.
26. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1985.
27. عويس خير الدين علي، عبد الرحيم عطا الحسن، الإعلام الرياضي، الطبعة الأولى، مصر الجديدة، مركز الكتاب للنشر.
28. فخري جاسم سليمان وآخرون، العلاقات العامة، دار الكتاب للطباعة والنشر، 1981.
29. فضيل دليو، اتصال المؤسسة إشهار-علاقات عامة-علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

30. فضيلة صادق زلزلة وآخرون، العلاقات العامة، دار الكتاب للطباعة والنشر، القاهرة، عالم الكتب، 1969.
31. محفوظ أحمد جودة، إدارة العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات، الأردن، مؤسسة زهران، 1997.
32. محمد الحماحمي: الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ. ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.
33. محمد الصيرفي، الإعلام، دار الفكر الجامعي، 30 شارع سوتير الاسكندرية، الطبعة الأولى، سنة 2009.
34. محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 1988، 1997.
35. محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، مصر، 1988.
36. محمد ماهر عlish، العلاقات الإنسانية في الصناعة، مكتب عيش شمس، القاهرة، 1997.
37. محمد مصطفى أحمد، العلاقات العامة في العلوم الاجتماعية، دار القاهرة للنشر والتوزيع، مصر، 2000.

المراجع الأجنبية:

- 1- JEAM MARIC D'CONDAM.op.CITE.
- 2- Claude DANIEL، Echaud maison، Dictionnaire d'economie etde Science Social، 2^{eme} edition، paris، ED، nathan2، 1993
- 3- Rapport moral، federation algérienne de football، 2005.
- 4- Bilan moral، fédération algérienne de footbal 2007.
- 5- Bulltein officiel، fédération algérienne de footbal 2009.
- 6- Claude DANIEL، Echaud maison، Dictionnaire d'economie et de Science Social، 2^{eme} edition، paris، ED، nathan2، 1993.
- 7- [http// www.alwasatnews](http://www.alwasatnews).

5. قائمة الملاحق

1.5. استمارة استبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري

استمارة استبيان موجهة للطلبة

في إطار انجاز مذكرة بعنوان " دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صور الاتحادية الرياضية لكرة القدم" والتي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري لنا الشرف أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة ونرجو مساعدتكم، وذلك بملئها بإجابات واضحة ومدققة حول الأسئلة المطروحة، لأن نتائج هذا البحث تتوقف عليها ونشكركم على المساعدة.

ولعلمكم أنها لا توجد أسئلة صحيحة وأخرى خاطئة.

ملاحظة: ضع علامة (X) في الخانة التي توافق رأيكم.

وشكرا

البيانات العامة :

الجنس :

ذكر ☐ أنثى ☐

المستوى الدراسي :

السنة الأولى ☐ السنة الثانية ☐ السنة الثالثة ☐
ماستر 1 ☐ ماستر 2 ☐

التخصص :

-

الفصل الخامس:.....استنتاجات واقتراحات

الرقم	البيانات	موافق	محايد	غير موافق
المحور الأول: دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الاتحادية				
1.	ما هو موقع الاتحادية الجزائرية لكرة القدم في الساحة الرياضية فعال ومتواضع			
2.	تتعامل الهيئة مع الملفات التي تسيرها كالبطولات الوطنية لكرة القدم والمنتخب الوطني باحترافية			
3.	لو اقترحنا تصنيف عمل احسن الاتحاديات تختار الاتحادية الجزائرية لكرة القدم			
4.	تم اختيارك للاتحادية على أساس النتائج العالمية واحترافية التسيير			
5.	بروز الاتحادية الجزائرية لكرة القدم نابع من الامكانيات الضخمة التي سخرتها الدولة			
6.	أثناء تنقلك لهيئة الفاف كيف تكون معاملتك بتحفظ وبرودة			
7.	علاقة الاتحادية بالصحافة تغيرت بعد بروز المنتخب الوطني لكرة القدم			
المحور الثاني : دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة الأندية				
8.	ما يثار في وسائل الإعلام يعبر عن حقيقة الوضع الرياضي			
9.	الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الرياضي والتي تؤثر على صورة النادي هي نشر المفاهيم السليمة للرياضة			
10.	يحسن الإعلام الرياضي صورة القرارات التي تصنعها النوادي عن طريق النقد والتحليل			
11.	تسعى النوادي دائما إلى صنع قرارات صائبة وصحيحة تفاديا للوقوع في اصطدامات مع وسائل الإعلام المختلفة			
12.	يتسبب الإعلام الرياضي دائما في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للنوادي			
13.	الطبيعة الفعلية لمواقف الإعلام الرياضي اتجاه القضايا الرياضية المهمة هو نشر الآراء المهمة			
14.	هل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي كافي إلى حد يجعله يحسن صورة الأندية بدرجة كبيرة			
المحور الثالث : دور الإعلام الرياضي في تحسين صورة المنتخب الوطني				
15.	الإعلام الرياضي التلفزيوني يحسن صورة المنتخب من الناحية الفنية			
16.	البرامج والحصص التلفزيونية تحسن من صورة المدرب في الرأي العام			
17.	يساهم الإعلام الرياضي التلفزيوني في ترويج أسماء أبطال المنتخب			
18.	يعمل الإعلام الرياضي التلفزيوني على متابعة الأنشطة الاجتماعية والانسانية للمنتخب			

6 – ملخص الدراسة :

عنوان الدراسة: دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم.
هدف الدراسة: معرفة دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم.
إشكالية الدراسة: ما الدور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحسين صورة الاتحادية الجزائرية لكرة القدم لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة؟
فرضيات الدراسة:

- للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الاتحادية لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
 - للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة الأندية لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
 - للإعلام الرياضي دور كبير في تحسين صورة المنتخب الوطني لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال الرياضي.
- عينة الدراسة :** 40 طالب من قسم الاعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة.
- المنهج المتبع في الدراسة :** المنهج الوصفي.
- الأدوات المستخدمة في الدراسة :** استبيان.
- الأساليب الإحصائية :**

* اختبار(ت) – المتوسط الحسابي – الانحراف المعياري – الدوائر النسبية

النتائج المتوصل إليها : تحققت جميع الفرضيات.

الاستنتاجات والاقتراحات :

- التركيز على الحصص والبرامج المقالات التي تحمل مقاييس النوعية واختيار مواضيعها.
- الإكثار من البرامج الرياضية الإعلامية الهادفة والجادة والتي تقوم على أساس علمي وتقني.
- الاهتمام بالأقسام الدنيا لرياضة كرة القدم من جميع المسؤولين والجهات المعنية من مدربين وتقنيين مسؤولين وخاصة الإعلام الرياضي التلفزيوني.
- النهوض بالبرامج الإعلامية الرياضية من خلال التلفزة الوطنية كما وكيفا.
- توفير الوسائل الصحفية الضرورية للعمل من اجل إعلام رياضي هادف.

Résumé de l'étude:

Title of study: The role of television sports media in improving the image of the Algerian Football Federation.

Objective of the study: To know the role of television sports media in improving the image of the Algerian Football Federation.

The problem of the study: What role TV sports media in improving the image of the Algerian Football Federation in the students of the Department of Media and Sports Communication at the University of Messila?

Study Hypotheses:

- Sports media plays a major role in improving the image of the Federation in the coating of the Department of Media and Sports Communication.
- Sports media plays a major role in improving the image of clubs in the coating of the media and sports communication department.
- Sports media plays a major role in improving the image of the national team in the media and sports communication department.

Sample of the study: 40 students from the Department of Media and Sports Communication at the University of Messila.

Methodology: descriptive approach.

Tools used in the study: questionnaire.

Statistical Methods:

* Test (t) - arithmetic mean - standard deviation - relative circuits

Results: All hypotheses were met.

Conclusions and suggestions:

- Focus on quotas and programs articles that meet the quality standards and selection of positions.
- The proliferation of sports programs targeted and serious scientific and based on scientific and technical.
- Attention to the lower sections of the sport of football from all officials and concerned bodies of trainers and technical officials, especially television sports media.
- Promotion of sports information programs through national television in both quantity and quality.
- Providing the necessary means of journalism to work for meaningful sports information.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ