وزارة التعليـم العالــي والبحـث العلمي

جــامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

القسم : الاعلام والاتصال الرياضي .

الرقم التسلسلي:.....

الشعبة:سمعي بصري

الرمـــــــــز : .....

التخصص:اعلام واتصال سمعي بصري .

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة

(ماستر)

انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة

دراسة ميدانية لطلبة الاعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة .

اعداد الطالب:

عبد القادر بهي الدين

رامي محمودي

إشراف الاستاذ:

د.سعيدان سعد .

السنة الجامعية :

2021/2020

وزارة التعليـم العالــي والبحـث العلمي

جــامعة محمد بوضياف المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

القسم : الاعلام والاتصال الرياضي .

الرقم التسلسلي:.....

الشعبة:سمعي بصري

الرمـــــــــز : .....

التخصص:اعلام واتصال سمعي بصري .

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة

(ماستر)

انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة

دراسة ميدانية لطلبة الاعلام والاتصال الرياضي السنة الثانية ماستر معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة .

اعداد الطالب:

عبد القادر بهي الدين

رامي محمودي

إشراف الاستاذ:

د.سعيدان سعد .

السنة الجامعية :

2021/2020

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

قال تعالى " فاذكروني اذكركم واشكروا لي ولا تكفرون " الآية 152/ سورة البقرة

بكل عبارات التقدير والاحترام نتقدم بعظيم الشكر والامتنان الى الاستاذ المشرف سعيدان سعد على كل ما قدمه لنا من نصائح .

كما لا يفوتني ان اتقدم بالشكر الى الاساتذة الذين قدموا يد العون طوال مشوارنا الدراسي .

ونتقدم بجزيل الشكر الى الطلبة زملائي واخواني على مجهوداتهم المبذولة ومساندتهم لنا طوال مسيرتنا الجامعية في هذا التخصص.

كما نخص بالشكر جميع افراد وطاقم معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة وكل من ساهم معنا في انجاز هذا العمل .

اهداء

نهدي ثمرة جهدنا للوالدين الكريمين على كل ما قدماه لنا في هذه الحياة

"اللهم ارعهم واحفظهم وعافهم وعفو عنهم وارحمهم فانت خير الراحمين ووفقنا لما تحبه وترضاه"

(اللهم امين) .

قائمة المحتويات

شكر	05
إهداء	06
قائمة المحتويات.	07
قائمة الجداول.	11
قائمة الاشكال.	14
مقدمة.	ت-ب-أ
الجانب المنهجي	
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة:	**الصفحة**
1 – 1 – إشكالية الدراسة.	20
1 – 2 – فرضيات الدراسة.	21
1 – 3 – أهمية الدراسة.	22
1 – 4 – أهداف الدراسة.	22
1 – 5 – تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.	23
1 – 6 – الدراسات السابقة والمشابهة .	26
1 – 7 – التعليق على الدراسات السابقة.	29
الجانب النظري	
الفصل الثاني: الاعلام والاتصال الرياضي	**الصفحة**
تمهيد	32
.الاعلام ووسائله :	
2 -1 – 1 – تعريف الاعلام .	33

2 -1-2 – المبادئ الاساسية للإعلام .	34
2 -1 -3 – تعريف وسائل الاعلام .	35
2- 1 – 4 – تطور وسائل الاعلام .	35
2- 1 – 5 – تقسيم وسائل الاعلام .	36
2 – 1 – 6 – مجالات تأثير وسائل الاعلام .	38
. الاعلام المتخصص :	
2 –2-1- تعريف الاعلام المتخصص	40
2- 2 – 2 – موصفات الاعلام المتخصص ومميزاته .	41
2 –2- 3 – دوافع انشاء اعلام متخصص .	42
2 – 2 – 4 – اشكال الاعلام المتخصص .	44
2 –2- 5 – وظائف الاعلام المتخصص.	45
2 –2- 6 – انواع الاعلام المتخصص.	46
.الاعلام الرياضي :	
2 –3- 1 – تعريف الاعلام الرياضي.	52
2-3 – 2 – مراحل تطور وسائل الاعلام الرياضي .	53
2 –3- 3 –عناصر الاعلام الرياضي .	54
2- 3 – 4 –اهمية الاعلام الرياضي.	55
2- 3 – 5 –اهداف الاعلام الرياضي .	56
2 –3-6 – خصائص الاعلام الرياضي.	57
2- 3- 7 – وظائف الاعلام الرياضي .	58
2-3- 8 – اساليب الاعلام الرياضي .	59
2- 3- 9 –فنون الاعلام الرياضي .	59
2- 3- 10 –انواع الاعلام الرياضي (تخصصات) .	60

2-3- 11 – الاقسام والبرامج الرياضية في الاعلام المطبوع والمرئي والمسموع.	69
2- 3- 12 – ركائز الاعلام الرياضي.	72
2-3-13- المنظومة الإعلامية الرياضية.	75
2-3-14- سلبيات الإعلام الرياضي.	76
خلاصة.	79
الفصل الثالث: المسار المهني والتكوين الاعلامي :	**الصفحة**
تمهيد.	81
التكوين الاعلامي :	
3-1 -1- نشأة التكوين الجامعي الاعلامي .	82
3 – 1- 2 – معاهد ومؤسسات التكوين الاكاديمي الاعلامي .	88
3 – 1- 3 – برامج ومواد الدراسة في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة .	95
3 –1- 4 – ازمة التكوين في المعاهد الاعلامية .	104
3 – 1- 5 – الصلة بين كليات التكوين الاعلامي والمؤسسات الاعلامية .	107
المسار المهني :	
3 -2-1- اتجاهات الطلبة نحو تخطيط مساراتهم المهنية .	108
3 – 2- 2 – تعريف المسار المهني.	109
3 –2- 3 – تخطيط للمسار المهني.	111
3- 2- 4 – الاختيار المهني: تعريف الاختيار المهني واسسه واهدافه	112
3- 2- 5 –الإرشاد المهني اهدافه ومبادئه.	116
3- 2- 6 – المشكلات التي تواجه الطالب عند اختيار مهنة المستقبل.	119
خلاصة.	121
الجانب التطبيقي	

الفصل الرابع: منهجية الدراسة :	الصفحة
تمهيد.	123
4–1 – الدراسة الاستطلاعية.	124
4–2 – منهج الدراسة.	125
4–3 – مجتمع وعينة الدراسة.	125
4– 4 – ضبط متغيرات الدراسة.	126
4–5 – أدوات جمع البيانات.	127
4–6– الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة (الصدق ، الثبات).	128
4–7 – اجراءات التطبيق الميداني لأداة الدراسة .	129
4–8 –الاساليب الاحصائية .	130
خلاصة.	132
الفصل الخامس:عرض و تحليل و مناقشة النتائج:	**الصفحة**
5–1 – عرض و تحليل النتائج.	134–170
5–2 – مناقشة النتائج في ظل الفرضيات.	171–175
الفصل السادس: الاستنتاجات و الاقتراحات	**الصفحة**
6 – 1 – الاستنتاجات العامة.	177
6 –**2** – الاقتراحات والتوصيات .	178
• الخاتمة .	181
• قائمة المصادر والمراجع.	184
• قائمة الملاحق.	191
• ملخص الدراسة باللغة العربية .	198
• الملخص باللغة الإنجليزية : **Abstract**.	201

قائمة الجداول

عنوان الجدول	رقم الجدول	الصفحة
الجدول رقم 01: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.	1	97
الجدول رقم 02: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.	2	98
الجدول رقم 03: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الاول، ماستر 01	3	99
الجدول رقم 04: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثاني، ماستر 01	4	101
الجدول رقم 05: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، ماستر 02.	5	102
الجدول رقم 06: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، ماستر 02	6	103
الجدول رقم 01: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	7	134
الجدول رقم 02: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	8	135
الجدول رقم 03: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	9	136
الجدول رقم 04: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	10	137
الجدول رقم 05: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	11	139
الجدول رقم 06: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	12	140
الجدول رقم 07: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	13	141
الجدول رقم 08: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	14	142
الجدول رقم 09: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	15	144
الجدول رقم10: عرض وتحليل النتائج للمحور الاول	16	145
الجدول رقم11: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	17	146

الجدول رقم12: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	18	148
الجدول رقم13: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	19	149
الجدول رقم14: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	20	150
الجدول رقم15: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	21	152
الجدول رقم16: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	22	153
الجدول رقم17: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	23	154
الجدول رقم18: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	24	156
الجدول رقم19: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	25	157
الجدول رقم20: عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني	26	158
الجدول رقم21: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	27	159
الجدول رقم22: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	28	160
الجدول رقم23: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	29	162
الجدول رقم24: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	30	163
الجدول رقم25: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	31	164
الجدول رقم26: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	32	165
الجدول رقم27: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	33	167
الجدول رقم28: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	34	168
الجدول رقم29: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	35	169
الجدول رقم30: عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث	36	171

قائمة الاشكال

عنوان الشكل	رقم الشكل	الصفحة
الشكل رقم 01: يوضح الهيكل التنظيمي لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة .	1	96
الشكل رقم 01 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 01) .	2	134
الشكل رقم 02 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 02) .	3	135
الشكل رقم 03 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 03) .	4	137
الشكل رقم 04 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 04) .	5	138
الشكل رقم 05 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 05) .	6	139
الشكل رقم 06 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 06) .	7	140
الشكل رقم 07 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 07) .	8	141
الشكل رقم 08 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 08) .	9	143
الشكل رقم 09 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 09) .	10	144
الشكل رقم 10 : عرض وتحليل النتائج للمحور الاول (دائرة نسبية 10) .	11	145
الشكل رقم 11 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 11) .	12	147
الشكل رقم 12 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 12) .	13	148
الشكل رقم 13 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 13) .	14	149
الشكل رقم 14 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 14) .	15	151
الشكل رقم 15 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 15) .	16	152
الشكل رقم 16 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 16) .	17	153

الشكل رقم 17 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 17) .	18	155
الشكل رقم 18 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 18) .	19	156
الشكل رقم 19 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 19) .	20	157
الشكل رقم 20 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثاني (دائرة نسبية 20) .	21	158
الشكل رقم 21 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 21) .	22	160
الشكل رقم 22 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 22) .	23	161
الشكل رقم 23 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 23) .	24	162
الشكل رقم 24 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 24) .	25	163
الشكل رقم 25 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 25) .	26	164
الشكل رقم 26 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 26) .	27	166
الشكل رقم 27 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 27) .	28	167
الشكل رقم 28 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 28) .	29	168
الشكل رقم 29 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 29) .	30	170
الشكل رقم 30 : عرض وتحليل النتائج للمحور الثالث (دائرة نسبية 30) .	31	171

المقدمة

مقدمة :

لقد أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في ضل التطور التكنولوجي والانفتاح الإعلامي تواجه تحديات كبيرة وعلى مستويات عديدة ، وقد تعددت النقاشات وطرحت تساؤلات كثيرة في هذا الإطار ، لكن الكثير اغفل جانبا هاما في التحديات التي تفرضها الثورة الإعلامية ، ويتعلق أساسا بالقائم بالاتصال المسؤول المباشر عن المادة التي تقرأ أو تثبت ، إنه التكوين الذي يعد هاما لضمان استمرار المؤسسة الإعلامية .

و يعد تكوين رجال الإعلام والاتصال الرياضي ممن يشكلون معيارا لضمان مسايرة الوسيلة الإعلامية للتطورات الحاصلة خاصة وأن الجزائر مقبلة على الانفتاح الإعلام الرياضي وإطلاق قنوات إذاعية وفضائية خاصة تفرض المنافسة في سوق الإعلام والرياضي خصوصا، وتستقطب الكفاءات التي تضمن لها الاستمرار ، فالحديث عن التكوين الإعلامي الرياضي في ظل التطور الإعلامي أصبح محط اهتمام مختلف المؤسسات والهيئات بالنظر إلى التطورات في مختلف المجالات ومنها الإعلام عموما الذي يعد بمثابة السلطة في المجتمع ، وحتى يكون هادفا وفاعلا ومؤثرا ، لابد أن تكون مخرجاته ذات نوعية وجودة

عالية وهذا يقودنا للحديث عن رجال الإعلام في مجال الرياضي ، الذي يستوجب عليه زمن الانفتاح وتنافس تكويني مستمر يواكب التطور التقني ويكسبه المهارات الصحفية اللازمة ، وهذه المهارات يكتسبها الصحفي ورجل الإعلام عموما من خلال دراسته الجامعية وتطوير مهاراته الشخصية ، لكن الملاحظ أن العديد من الصحفيين ومهني الإعلام يوظفون بشهادات غير شهادة التخصص في علوم الإعلام والاتصال الرياضي ، وهذا يؤثر على المردود والأداء الإعلامي ، ناهيك عن عدم إتقان مهارات الكتابة والتحرير الصحفي ، وهذا ما نلاحظه في الإذاعات المحلية وغيرها من المؤسسات الإعلامية إلا أن سياسة التوظيف لم تراعي التخصص في الإعلام الرياضي في معظم تلك الوسائل ، مما أدى إلى تدني مستوى بعض البرامج الرياضية والاخبار الرياضية وكذا الربورتاج والتغطية الرياضية للمباريات من حيث

افتقارها لمبادئ وأسس الكتابة الصحفية من جهة، إضافة إلى أن بعض الصحفيين و المنشطين يفتقدون الروح الاعلامية التي أساسها الابتكار و الابداع معتبرين انفسهم و كأنهم يعملون في مؤسسة ادارية و ليست اعلامية من جهة الثانية ، و بالمقابل فإن سياسة التكوين الجامعي في مجال الاعلام الرياضي الموجهة الى طلبة معاهد و فروع الاعلام و الاتصال الرياضي معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية لم تعرف تطبيقا إلا في السنوات الأخيرة بالرغم من انه يعتبر التكوين الجامعي القاعدة الرئيسية لممارسة العمل الاعلامي ، الشيء الذي يجعل من طالب جامعي في الاختصاص اعلاميا رياضيا متمكنا ذو كفاءة عالية تميزه عن باقي الإعلاميين و حتى يتحقق ذلك لا بد أن تكون هناك علاقة بين ما تلقاه خلال مرحلة التكوين الجامعي في مجال الاعلام الرياضي و بين ما هو موجود في المنظومة الاعلامية الرياضية بمختلف المؤسسات الاعلامية و لو بشكل متقارب ، و هذا ما يدفعنا إلى خوض في مضمار الاعلام الرياضي ومؤسسته مع دور التكوين الجامعي في مجال الاعلام الرياضي في تطوير المنظومة الاعلامية الرياضية والمسار المهني لطلبة هذا الاختصاص الذين يردون مزاولته ، و لمعالجة هذا الموضوع كانت الخطة على نحو التالي :

بدأنا بالإطار العام للدراسة الذي تمثل في الفصل الاول الذي تناولنا فيه ابعاد المشكلة من تحديد لها وصياغتها و وضع فروض لها ، بالإضافة إلى ذكر اهمية و اهداف الدراسة ، ثم تطرقنا الى بعض الدراسات السابقة و المشابهة للموضوع والتعليق عليها .

ثم يلي ذلك الجانب النظري الذي جاء مقسما الى فصلين نظريين : الفصل الثاني : بعنوان الاعلام والاتصال الرياضي الذي هو من بين أهم الفروع الموجودة بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، حيث تطرقنا الى التعريف به و الفروع والأقسام التي يتضمنها و المنظومة الإعلامية الرياضية حيث تناولنا فيه ايضا طبيعة الإعلام الرياضي، اهدافه و نظرياته، خصائصه ، وظائفه ، انواعه او تخصصاته ،وكل ما هو متعلق بالإعلام الرياضي من بعيد او قريب اما الفصل الثالث الذي

عنون بالمسار المهني والتكوين الجامعي والذي يتعلق بالتكوين الجامعي الاعلامي من حيث اهدافه و اهميته و اساليب المعتمدة لتطبيقه و كذلك إبراز أهمية الاحتياجات التكوينية ، فعملية تكوين اعلامي او صحفي سواء رياضي او غير ذلك من بين أهم المهام الأساسية للمعاهد و الجامعات و مراكز التكوين في التخصص، وتطرقنا ايضا الى المسار المهني من حيث التعريف به واهميته للطالب واسس اتجاهات الطالب لاختيار التخصص المطلوب لتنمية مساره المهني كما ارشادات تساعده في هذا المجال وكيفية التخطيط له والاختيار الامثل للوظيفة في عالم الشغل وعالم الاعلام الرياضي بالخصوص وذكرنا ايضا المشكلات التي يمكن ان تصادف الطالب عند اختيار مهنة المستقبل .

ثم يليه الجانب التطبيقي الذي قسمناه الى ثلاثة فصول : الفصل الرابع: يخص الإجراءات الميدانية للدراسة حيث سنتعرض فيه الى تحديد مجالات الدراسة ، و المتمثلة في المجال المكاني و الزماني الذي يتناسب مع الموضوع البحث من خلال تحديد عينات الدراسة المناسبة للموضوع ، و ذلك بإتباع اسلوب معين او منهج يتوافق مع هاته الدراسة ، و تحديد الأدوات المناسبة لجمع المعلومات و البيانات الميدانية التي تمس الموضوع ، وكل ذلك للوصول الى نتائج علمية سليمة و صحيحة لدراستنا .

أما الفصل الخامس : فقمنا من خلاله بعرض و تحليل النتائج و مناقشتها ،و اختتمنا بالفصل السادس ببعض الاستنتاجات العامة و الاقتراحات انطلاقا من النتائج المتواصل إليها .

الجانب المنهجي :

الفصل الاول : الاطار العام للدارسة

1 – 1 – اشكالية الدراسة :

إن المتابع لتطور وسائل الإعلام المختلفة يلحظ ارتباطها الدائم بالمورد البشري المتكون والمتخصص في ميادين الإعلام والاتصال المختلفة، وحتى تجاري هاته المؤسسات الإعلامية التطورات والتغيرات الحاصلة وجب عليها البحث عن كادرها البشري بطرق مختلفة كالإعلان عن الوظائف الشاغرة في الصحف أو التوظيف المباشر من خلال اتصالات شخصية ونادرا ما تلجأ هاته المؤسسات الى الجامعات والمعاهد ومراكز التكوين الخاصة بالإعلام سواء العام أو الرياضي خصوصا للبحث عن حاجاتها تلك أو التنسيق مع مسئوليها بشأن ترسيخ الموظفين لها. (صالح أبو أصبع ، 1999 ، ص371)

فالإعلام الرياضي داخل المعهد او الكلية كتخصص يتطلع دائما الى دخول معركة التطورات الحالية برأسين امداد وسائل الإعلام بالقوى البشرية المتكونة تكوينا أكاديميا من جهة، ومن جهة أخرى توسيع جبهة تخصصات وفروع التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي باعتباره تكوين حديث مقارنة بالتخصصات الإعلامية الأخرى ، فلم ينطلق التكوين الإعلامي عموما في الجزائر إلا بعد الاستقلال 1964 دون رصيد معرفي إعلامي معين ، وهو الأمر الذي أثر بشكل واضح على عملية التكوين الإعلامي التي تمتد إلى الوقت الحاضر ، لكن وفي ظل كوكبة التطورات التكنولوجية أصبح المحور المركزي لنقل الحياة الرياضية بكل موضوعية وشمولية عبر منظومة إعلامية رياضية مدروسة كالتعليق الرياضي مثلا وتقنيات التحرير والأخبار والتقارير الرياضية ، ومختلف البرامج الرياضية ، وبالرغم من حداثة نشأته إلا من سعوا إلى خلق هذا النوع من التكوين يتطلعون إلى اعطائه دفعا قويا من خلال تطوير المنظومة الإعلامية الرياضية داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة . ومن خلال الأفكار السابقة نطرح التساؤل التالي:

- التساؤل العام :

ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة ؟

ويندرج عن هذا التساؤل عدة تساؤلات جزئية او فرعية اهمها :

- التساؤلات الفرعية :

1-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج ؟

2-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص ؟

3- ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ؟

1 – 2 – فرضيات الدراسة :

- الفرضية العامية :

هناك انعكاسات ايجابية لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة .

- الفرضيات الجزئية :

1-تنعكس تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بالشكل الايجابي في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

2- لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاسات ايجابية في مجال فرص التوظيف في الاختصاص .

3-تلعب تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب.

1 – 3 – أهمية الدراسة :

– تكمن أهمية الموضوع بأنه من الدراسات القليلة في الجزائر التي تتناولها موضوع **انعكاسات**

تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة.

– تتمثل أيضا أهمية دراستنا في كون معهد العلوم لتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة من اول وافرد المعاهد التي ضمنها تخصص الإعلام والاتصال الرياضي.

– بالإضافة إلى ما زاد دراستنا أهمية كبيرة طلبة الاعلام الرياضي سمعي بصري بمعهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة كونهم أول الدفعات سواء في الماستر أو الليسانس .

– تكمن أهمية دراستنا كذلك في أنها تطلعنا على القيمة العلمية للمسيرة التكوينية الجامعية في مجال الإعلام الرياضي بمعهد العلوم والتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من خلال المقاييس المقدمة.

–كما انها تمس جانب حساس لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي الا وهي مجال فرص التوظيف في الاختصاص ومزاولة مهنة في هذا المجال بالنسبة للطلبة المتخرجين على مستوى المعاهد المتخصصة.

1 – 4 –أهداف الدراسة :

لا يمكن لأي دراسة أن تنطلق دون أن تكون هناك أرضية ممهدة وخلفية للموضوع المراد دراسته وهذا طبعا يقودنا إلى القول بأنه لكل دراسة هدف منشود. وفيما يتعلق بدراستنا هاته فالملاحظ أن العمل الإعلامي عموما أو ممارسة مهنة الإعلام الرياضي في المنظومة الإعلامية الرياضية ككل هي التي توجه نحو خريجي المعاهد والجامعات في مجال الإعلام الرياضي بعد أن مروا بعملية التكوين لها، لذا فإن الهدف العام لهذه الدراسة معرفة ما إذا كان التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية دور في تطوير المنظومة الإعلامية الرياضية كما تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف نبرزها فيما يلي:

1–معرفة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي والشكل الايجابي الذي تلعبه في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

2-التعرف لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي والانعكاسات ايجابية التي تظهرها في مجال فرص التوظيف في الاختصاص .

3-معرفة ما تلعبه تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي من دورا هام في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب وانشاء افراد في المجال والتخصص.

1 – 5 – تحديد المفاهيم والمصطلحات:

نجد أهم المفاهيم والمصطلحات التي سنتناولها في هذه الدراسة:

- **الإعلام:**

لم يتفق المختصون على إعطاء تعريف واحد وشامل ودقيق لمفهوم الإعلام فكرة وتداول وانتشار هذه الكلمة جعلها تبدو وكأنها مألوفة لا تحتاج إلى تعريف مع أنها مازالت غامضة في هذا الزمان.

– **لغة:** من المصدر التبليغ ويقال بلغت قوما بلاغا أي أوصلت إليهم الشيء المطلوب ، والبلاغ من ابلغ الشيء أي ما اوصله واعلنه أي اعلمه للأخرين (حسن احمد الشافعي،2003، ص237).

اصطلاحا: حامد زهران:" هو عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ومعلومات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة لصالح العام (زهير إحدادن، 1991،ص18) .

ويرى محمد عبد المالك :" أن الإعلام لم يعد قاصرا على تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات والحقائق التي تتميز بالدقة ، وإنما اتسع مفهومه ليشمل كل عملية يتفاعل بموجبها متلقي ومرسل الرسالة في مفاهيم مشتركة يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات بأي شكل من الإعلام (محمد الحمامي ,أحمد سعيد ، 2006، ص 22).

الإعلام إجرائيا:" هو عبارة عن عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصائيات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي من بينها الصحافة، الإذاعة والتلفزيون.

- **الإعلام الرياضي:** هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة

بالألعاب والنشاطات الرياضية للجمهور الرياضي يقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

كما يشير كل من خير الدين عويس و عطاء الله 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 (خير الدين عويس و عطاالله عبد الرحيم ، 1998، ص54).

وهناك ثلاثة أبعاد مقترحة للإعلام الرياضي الدولي وتتضمن ما يلي :

1- البعد الاتصالي :وهو العمليات الاتصالية التي تتم عبر وسائل الاتصال بالجماهير الرياضية .
2- البعد الدولي : تجري العمليات الاتصالية والتفاعلات بين دول وشعوب تربطها علاقات دولية خلال المنافسات الرياضية العالمية.
3- البعد الثقافي : يتفاعل نظام الإعلام الرياضي الدولي مع الثقافة نلك الدول المشاركة في أكبر المنافسات الرياضية العالمية. ومنه يعد الإعلام الرياضي ذا جمهور رياضي عريض وذلك حسب الوسيلة الاتصالية المستخدمة فالمجتمع الذي يفتقد إلى وسائل الإعلام المؤثرة والفعالة يفتقد إلى الملامح الجماهيرية (قاسم حسن حسين، 1998، ص 82).

- **المسار المهني :**

- **تعريف** : يشير إلى المراكز المهنية التي يحتلها الشخص خلال حياته العملية بغض النظر عن مدى النجاح أو الفشل الذي يحققه. (Dubet . 1994 . p144).

- **تخطيط المسار المهني:** يعرف على أنه :" عملية توظيف لقدرات الفرد واستغلال مهاراته وخبراته بحيث تجعل الطريق أمامه مفتوحا قادرا على تحديد مساره المهني المناسب للوظيفة التي يشغلها لكي يطور ويحسن من أدائه ومن ذاته ومن كيانه، ويكرس كل جهده وطاقاته ليصل إلى هدفه المنشود وكذلك أهداف المنظمة (نائل عبد الحافظ العواملة، 1995، ص52).

ويمكننا تعريفه على أنه يشير إلى التابع أو التخطيط الذي يرسمه الطالب في مخيلته يتكون من توقعاته وادراكاته، والذي يخضع لطبيعة اختيار التخصص الأنسب ويمكن أن يختلف من طالب لاخر، فهو عملية تساعده على تحديد أهدافه الوظيفية المستقبلية، والموازنة بين تخصصه ومتطلبات العمل. لذلك لا

بد من وضع تصور للمستقبل المهني من خلال تفحص عدة جوانب من شخصيته كاحتياجاته، وقيمه، وطموحاته، وميولاته ورغب والبحث عن معلومات حول شروط الوظيفة، وواجباتها والفرص الوظيفية المتاحة. مما يساعده على تحديد استراتيجياته، والانطلاق نحو التنفيذ.

1 – 6 – الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة نقطة انطلاق في البحث جديد من أجل معالجة نقائص البحوث السابقة ، وبعد اطلاعنا وبحثنا في المواضيع التي طرحت سابقا وجدنا أنه بالرغم من قلة الدراسات في هذا المجال إلا أنه هناك من تطرق في دراسته إلى التكوين الأكاديمي الإعلامي ودوره في الممارسة الإعلامية بالجزائر ، كذلك هناك من تطرق إلى الإعلام الرياضي ومن بين هاته الدراسات نجد:

– الدراسة الأولى :

دراسة الدكتور عزي عبد الرحمان من قسم علوم الإعلام والاتصال الجامعة الجزائرية بعنوان:

التكوين الإعلامي والتصورات المرجعية "دراسة حالة ميدانية عام 1989–1990:

حيث طرح إشكالية المحزون المعرفي لدى الطالب في قسم علوم الإعلام والاتصال ، وما تحتفظ به ذاكرته بعد قضاء فترة زمنية في مرحلة التكوين، وما دفع الباحث إلى إجراء هذه

الدراسة هو عدم معرفة ما يحدث عندما تنتقل الرسالة من الأستاذ إلى الطالب أي من المكون الى المكون ، وتهدف هذه الرسالة إلى :

تحديد مرتكزات برنامج فيما يؤطره من أفكار، ونظريات أي المرجعية التي تحكم تكوين الطالب، وكذلك تمكين فئة المكونين في تبيان الكيفية التي يقيم بها الطالب ، وتوضيح صورة التدريس لدى الطلبة .

–التكوين يعكس مشروع معرفيا، واستراتيجيا في تكوين الإنسان في إطارها.

– التكوين يتضمن "التفكك" في المرجعيات ومن ثم احتمالية احتوائه على عدة معالم. هذه الدراسة عبارة عن دراسة حالة ميدانية أجريت على 120 طالب من قسم علوم الاعلام والاتصال جميع السنوات وزعت عليهم استمارات حول الانشغالات النظرية في شكل أسئلة خاصة (بماذا قيل ؟) 8 اسئلة موجهة إلى جذع مشترك 18 موجهة إلى التخصصات (سمعي بصري صحافة مكتوبة/اتصال) ثم استرجاع 66 من مجموعة 120 أي ما يعادل نسبة 55 من حجم العينة و ذلك يعود الى اسباب خاصة بالمعهد اثناء

تلك الفترة.

توصل الباحث في دراسته الى النتائج التالية :

1) البيانات الفكرية في ذهنية الطالب و ادراكه تعود إلى ما هو سائد في القرن 19 بأوروبا

2) المرجعية السابقة الذكر كلاسيكية تجاوزها الفكر الغربي نفسه رغم بروز توجهات فكرية في القرب اكثر نضجا و منهجية من التي حصل عليها الطالب .

3) تكوين هيئة التدريس الكلاسيكي ينعكس سلبا على الطالب ، لأنه غير متجدد ولا يواكب التطورات المعرفية في العالم الخارجي و مصادر التي يعتمد عليها ذات طابع العلوم السياسية مما يجعل الطالب يملك معرفة ضئيلة على تخصصه.

-الدراسة الثانية :

أطروحة ماجستير للباحثة زعمين سميرة بجامعة الجزائر سيدي عبدالله (20082007) تحت عنوان " الإعلام والتغطية الرياضية السمعية البصرية (التلفزيون)"

والتي حاولت من خلالها معرفة إذا كانت عملية التغطية الرياضية من خلال وسائل الإعلام السمعية البصرية المتمثلة في جهاز التلفزيون قد بلغت مقاصدها التربوية النفعية للإصلاح أو التعديل وأهم ما توصلت إليه الباحثة من نتائج لها علاقة بدراستنا هي :

- إن التعليق الرياضي وسيلة من الوسائل التي تعمل على تهذيب سلوكيات المشاهدين عن طريق إكسابهم السلوك الرياضي الواعي مع توجيهه توجيها سليما.

- هناك نقص كبير على مستوى الموارد البشرية الخاصة بالقسم الرياضي ، لذلك وجب تدعيم هذا الأخير بالكفاءات المهنية المناسبة حتى يتنسى تغطية مختلف البرامج الرياضية بالمستوى المطلوب.

- أنه من الضروري تكوين لجان متخصصة بالقضايا الانضباطية وذلك للحد من ارتكاب الأخطاء أثناء التعليق من طرف المعلق الرياضي ، وكذلك إرساء القواعد الأساسية الخاصة بالإعلام الرياضي حتى تكون له مرجع يعود إليه .

-الدراسة الثالثة :

رسالة ماجستير من إعداد الباحث علي جرمون لسنة 2008/ 2007 التي عنونت :

"محاولة إقتراح خطة للبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي"

وهي دراسة تطبيقية لتلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي ولاية عين الدفلى ، حيث جاءت التساؤلات على النحو التالي :

- هل البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى تلاميذ مرحلة المتوسطة ؟
- هل أساليب تقديم هذه البرامج الرياضية تستهوي هذه الشريحة من المجتمع لمتابعتها؟

حيث كان الهدف العام من الدراسة هو التخطيط لدراسة الوضع الراهن وإيجابياته وسلبياته على ضوء الأهداف الموضوعة وعلى رأسها تحليل مضمون البرامج الرياضية التي تقدم في التلفزيون الجزائري ومدى إشباعها لاحتياجات الفئة الجماهيرية المذكورة.

تم إختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية الطبقية وقد اشتملت على 100 تلميذ متمدرس بالطور الثاني من التعليم الأساسي. وقد وصل الباحث في هاته الدراسة إلى استنتاج عام مفاده أن البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري غير متنوعة ولا تلبي كل احتياجاتهم التي تتطلب برامج في مختلف التخصصات الرياضية

-الدراسة الرابعة :

دراسة حازم عيسى المومني 2012 بعنوان: **اختيار التخصص الجامعي وعلاقته بالاتجاه نحوه لدى طلبة جامعة اليرموك:**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تقف خلف اختيار طلبة جامعة اليرموك للتخصصاتهم الأكاديمية واتجاهاتهم نحوها وعلاقة هذه الاتجاهات ببعض المتغيرات، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من 403 طالبا وطالبة من مختلف السنوات والتخصصات وقد اظهرت النتائج أن معدل الثانوية العامة هو السبب الرئيسي في التحاق الطلبة بتخصصاتهم ثم رغبتهم وحبهم للتخصص التي جاءت في المرتبة الثانية، تلاهما توفر فرص العمل ثم المكانة الاجتماعية للتخصص ورغبة الأهل، أما باقي الاسباب فقد جاءت بدرجة تقدير منخفضة وهي على التوالي القيود الاجتماعية، وانخفاض تكاليف الدراسة ومرافقة الأصدقاء في نفس التخصص والقدرات على اختيار التخصص السهل، كما بينت الدراسة انه لا يوجد أثر لمتغير الجنس فيما يتعلق بالاتجاه نحو التخصص الدراسي.

- الدراسة الخامسة :

دراسة نقاوة أحمد 2012 بعنوان **:تصورات الشباب لمشروع الحياة:**

والتي هدفت للتعرف على تصورات الطلبة لمشروع الحياة وفقا للنوع (ذكور - إناث) في اطار تخصص (علوم وتكنولوجيا وعلوم اجتماعية) مع الأخذ بعين الاعتبار المستوى المعيشي للأسرة (مرتفع - متوسط - منخفض)، وتكونت عينة الدراسة من 100 طالب وطالبة وبعد تحليل النتائج توصلت الدراسة إلى وجود مستوى تصور مرتفع في مجال المشروع المدرسي بينما كشفت عن مستوى تصور متوسط في مجال المشروع المهني والعائلي كانت لصالح الذكور، كما دلت الدراسة على أن هناك فروق دالة احصائيا في مجال المشروع المدرسي ومجال المشروع المهني تعزى إلى التخصص الدراسي لصالح الذكور وايضا على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في كل من المجالات الثلاثة تعزى إلى متغير المستوى المعيشي للأسرة.

1- 7 - التعليق على الدراسات السابقة :

للحديث عن هاته الدراسات وعلاقتها بدراستنا الحالية لابد وان نعرج على ما إهتمت به وما اهملته أو بالأحرى ما لم تتطرق إليه ، لذا حاولنا الاستفادة مما اهتمت به سواء من الجانب النظري أو الجانب التطبيقي ،كما حاولنا الاهتمام بما لم تسلط عليه الضوء أي من هاته الدراسات :

بالنسبة **للدراسة الأولى** نجدها قد عالجت إشكالية المخزون المعرفي لدى الطالب في قسم علوم الإعلام والاتصال ،وما تحتفظ به ذاكرته بعد قضاء فترة زمنية في مرحلة التكوين وهذا ما يساعدنا في كلتا الجانبين (النظري والتطبيقي) الأول في التكوين الجامعي الإعلامي والثاني في الطالب الجامعي في مجال الإعلام وما يكون عليه بعد مرحلة التكوينة التي مر بها مما يعيننا على طرح أسئلة في الصميم وفي صلب الموضوع.

أما **الدراسة الثانية** فقد كان من بين ما توصلت إليه الباحثة من نتائج لها علاقة بدراستنا هي أن هناك نقص كبير على مستوى الموارد البشرية الخاصة بالقسم الرياضي ، لذلك وجب تدعيم هذا الأخير بالكفاءات المهنية المناسبة حتى يتنسى تغطية مختلف البرامج الرياضية

بالمستوى المطلوب.

ربما لكنها نسيت أن لتدعيم هذا الاخير لا بد من تكوين جامعي ممنهج فهناك بعض الامور لا يمكن لأي صحفي القيام بها أي أنه لابد من التكلم عن التكوين الجامعي في مجال الاعلام الرياضي وغيره من المنظومة الإعلامية الرياضية .

أما **الدراسة الثالثة** فقد افادتنا عند خاضت في الحديث عن البرامج التلفزيونية الرياضية والذي يعتبر مؤشر مهم في دراستنا الحالية التي تطرقت إليها بشكل يمكن من خلاله معرفة إن كان باستطاعة خريجي فرع الإعلام والاتصال الرياضي بالمسيلة أن يطور المنظومة الإعلامية الرياضية وان يدخل عالم الشغل والتوظيف.

في حين أن **الدراسة الرابعة** ساعدتنا في معرفة الاسباب المؤدية للطلبة بالالتحاق بتخصصاتهم كانت منها رغبة او تحفيز والمكانة الاجتماعية للتخصص وتوفر فرص العمل وتطوير منهج التخطيط للمسار المهني .

الا ان **الدراسة الخامسة** قد اظهرت لنا امثلة و اختلافات للطلبة في مجال المسار المهني والمشروع الاكاديمي و مجال المشروع المهني والعائلي كالتجارة مثلا , وان لتكوين الجامعي الاكاديمي دور مهم في انشاء المسار المهني وهذا عنصر مهم في درستنا الحالية والذي يؤدي بطبيعة الحال الى تغير المستوى المعيشي والاجتماعي فهناك الكثير من يتخذ منهج العلم لتحصيل وظيفي ومكانة في المجتمع .

- لكن **الدراسة الحالية** تختلف عن **الدراسات السابقة** في عدة أمور منها :

–موضوع ومشكلة الدراسة؛ حيث أن الدراسة الحالية ستتناول التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي ودوره في تطوير المنظومة الإعلامية الرياضية ، وهو ما لم تتطرق إليه أي من الدراسات السابقة بصورة مباشرة

– مجال التطبيق ؛ أغلبية الدراسات السابقة في مجال تطبيقها في المؤسسات الإعلامية عموما ، أما الدراسة الحالية فمجال تطبيقها في المجال الرياضي بشكل خاص.

– زمان ومكان التطبيق، أهداف الدراسة ، النتائج التي سوف يتوصل إليها الباحث نظرا لاختلاف الأهداف ومجال التطبيق.

الجانب النظري :

الفصل الثاني : الاعلام الرياضي

تمهيد:

يشهد العالم اهتمام متزايدا بالإعلام ورسالته، كما نشهد جميعا تطور وسائله وتنوع أساليبه وتحديثها، وقد أدى ذلك إلى تمكينه من تحقيق رسالته على مدى أوسع، واعتمدها في كل المجالات التي دخلها كالرياضة، وهو ما جعل الإعلام الرياضي يأتي كحتمية تفرضها الحاجة الماسة إليه، والدليل هو ما نراه من اهتمام متزايد يوما بعد يوم بهذا النوع من الإعلام في كل دول العالم، التي أصبحت تولي اهتماما كبيرا به، فأنشأت محطات إعلامية متنوعة، وأقسام رياضية متخصصة، وصرفت له مبالغ مالية كبيرة، وأنشأت له معاهد علمية ذات مستوى تكنولوجي عال وجد متطور، من أجل رفع مستواه الفني والتقني (الاحترافي) نظرا لتأثيره الاجتماعي الكبير.

فالإعلام الرياضي يؤدي عدة أدوار باعتباره مرآة المجتمع وضرورة من ضرورياته، فهو يمد أفراد المجتمع بالأخبار يوميا وبشكل تفصيلي، ويمدهم بثقافة ووعي رياضي، وذلك في حلة جميلة تريح المتابع في تتبعه لأحداث الساحة الرياضية والمعارف المرتبطة بها، فالإعلام كبير، والإعلام الرياضي أحد أكبر روافده.

وفي هذا الفصل نقوم بعرض الأهمية الإعلام الرياضي وأهدافه و انواع تأثره على مستقبل الرسالة الإعلامية، وفي الأخير نتحدث عن مجمل التغيرات التي حصلت داخل هذا المجال بأقسامه وفروعه المختلفة.

الاعلام ووسائله :

2 -1 – 1 – تعريف الاعلام:

الإعلام في **اللغة العربية** يعبر عن المعاني والدلالات الآتية:

- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقاءها، وأحيانا يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.
- الإعلام بمعنى الدعوة، وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ **Propaganda** أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.
- الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة او الشعبية أو العمل السياسي الخارجي.

أما الإعلام **اصطلاحا** فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها:

تعريف زيدان عبد الباقي(1976) :بانه تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.

تعريف عبد اللطيف حمزة (1976) :تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

تعريف إبراهيم إمام (1977) :بأنه عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم.

تعريف جيهان رشتى (1978) :بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصائيات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، وهو ليس تعبيرا ذاتيا

من جانب الإعلام، سواء كان صحفيا أو إذاعيا أو مشتغلا بالسينما أو التلفزيون (خير الدين علي عويس ،عطاء حسن عبد الرحيم،1998 ، ص 19).

تعريف حامد زهوان (1984) :بأنه عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام.

ويفهم من هذه التعاريف:

أن الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح وغيرها ...(خير الدين علي عويس، عطاء حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره،ص20).

2 -1-2 – المبادئ الاساسية للإعلام:

هناك اتفاق على المبادئ الأساسية للإعلام تتلخص في المبادئ التالية:

- الاعتماد على العنصر البشري، لأن الإنسان هو هدف البرنامج الإعلامي.
- أن تكون وسائل الإعلام مناسبة للجمهور، لأن نجاح الرسالة الإعلامية يتوقف على مدى تناسبها مع الجمهور المستقبل للرسالة.
- الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.
- اتصاف الرسالة الإعلامية بالصدق والوضوح.
- ضرورة اعتماد الرسالة على المصدر السابق للمعلومات والأخبار.
- ضرورة وجود العلاقة المتبادلة بين المؤسسة الإعلامية والجماهير.
- التركيز الضروري على التكرار لنشر الرسالة الإعلامية.
- تبني القيادات في المجتمع للأفكار الإعلامية الصادقة والجديدة.
- ضرورة الاعتماد على التقويم المستمر للرسائل الإعلامية (حسن أحمدالشافعي،2007،ص13).

2 -1 -3 – تعريف وسائل الاعلام :

مجموعة الأدوات الأدبية والفنية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير الرسمية (صالح دياب هندي،1990،ص46).

2- 1 – 4 – تطور وسائل الاعلام :

يرى احد الباحثين ان الإعلام قديم كل القدم فقد مارسه جميع البشر منذ وجدوا على ظهر الأرض ومنذ احتاج بعضهم إلى الاتصال ببعض ، فالنواة الإعلامية ممتدة في جذور الإنسانية، فالإنسان البدائي مارس الإعلام، لكن على طريقته، فقد كان يحدث أسرته عن أخبار مغامراته في المطاردة والصيد وقسوة الطبيعة، فيعلمهم طبائع الحيوانات وطريقة التغلب عليها، وكيفية الاستفادة منها وهي بالطبع حصيلة تجارية الفردية، فينقلها بإخلاص لأولاده...وبتطور الحياة تطور أسلوب الإعلام، بالنقش على حيطان الكهوف أو جدوع الأشجار، فكان الآخرون يرونها ويتعلمون منها وأخذت وسيلة الإعلام تتطور مع رواية أخبار القبيلة وغزواتها وحكاياتها، كما عرفنا في العصر الجاهلي العربي دور الشعر الإعلامي الذي كان يدافع عن قبيلته ويدب الحماس والشجاعة في نفوس أفرادها، وكثيرا ما كانت الأسواق بمثابة الوسيلة الإعلامية.

وعندما جاء الإسلام استخدم الرسول – صلى الله عليه وسلم– وسائل إعلامية متعددة، مثل الرسائل والخطب الصلاة والأذان...وظلت وسائل الإعلام تتطور وكثر النساخون الذين ينسخون الكتب، وكذلك الرواة والحفاظ... ولما تم اختراع الطباعة في ألمانيا سنة 1557 على يد الألماني "جوتنبرغ" ، أخذت المطبوعات تنتشر، وتطورت وتقدمت فانتشرت وسائل الإعلام المعروفة في عصرنا الحديث

من صحافة وكتب ومجلات... ثم دخل العالم الإنساني في عصر الصناعات الكهربائية والإلكترونية وأخذت وسائل الإعلام تأخذ دورها التقني السريع في الانتشار والمخاطبة، حيث ظهرت الإذاعة والتلفاز والمسرح والصور الإلكترونية المنقولة فضائيا، وانتشرت الأقمار الصناعية والمحطات الفضائية، وأصبح العالم قرية صغيرة، تتداخل فيه المعطيات بشكل فائق وملحوظ.

وبهذا فقد تطورت وسائل الإعلام في عصرنا الحديث بشكل هائل، فما من شيء في عصرنا إلا وقد تأثر بالإعلام، لأنه أضحى محركا هاما وفعالا لكثير من النشاطات الإنسانية من سياسية واقتصادية وعلمية وفنية ...فقد ذابت كل المعوقات والسدود التي كانت تشكل حاجزا في وجه انتقال العقائد والأفكار فضلا عن الأحداث والأخبار، وأصبح الحدث ينقل من الكون الخارجي إلى الأرض في ثوان، كما رأينا في تحرك المركبة الفضائية(باثفايندر وهي مركبة فضائية أمريكية، قضت250 يوما على سطح المريخ ابتداء من 04 جوان 1997 وتابعها العالم من خلال أجهزة الإعلام) .

حيث كانت تبث تحركاتها إلى الأرض ، فتنقلها المحطات الفضائية في لحظات لكي يرها العالم أجمع (عبد الفتاح أبو معاذ،1997،ص24 و 27).

2- 1 – 5 – تقسيم وسائل الاعلام :

أ –الوسائل السمعية:

وتشمل الإذاعة، التسجيلات الصوتية، وغيرها من الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت.

تعتبر الإذاعة من أهم الوسائط حيث نجد برامجها تتضمن موضوعات متنوعة وفي جميع الميادين التربوية والعلمية والثقافية والرياضية والترويحية، وتعمل الإذاعة على ربط الفرد بمجتمعه والعالم من حوله، ونشر الثقافة والمعرفة وكل ما يخص الجانب التربوي، وأصبح

المذياع بذلك أهم سمات الحضارة.

ومما يزيد من أثر البرامج الإذاعية على الأفراد هو ثقة الجمهور الكبيرة في الأنباء التي يحصل عليها من المذياع، من خلال تقوية الشعور القومي والنهوض بالمجتمع ومعالجة المشكلات الاجتماعية وتوعية وتوجيه الرأي العام وتنمية المواهب من خلال البرامج المتخصصة.

ب –الوسائل البصرية:

ظهرت الصحافة المرئية كوسيلة اتصال إنسانية وأداة مثالية لنقل المعلومات وللتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للجميع– على الصعيد العالمي كله – وذلك من خلال جيل واحد.

عندما ظهر التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري، فأخذ عن السينما الصورة والحركة، وعن الإذاعة الصوت، ومن الصحافة النص المكتوب، فأطلق عليه – بداية عهده– "إذاعة مرئية وسنما منزلية."

ويشمل الإعلام اللافتات، المعارض وغيرها من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها.

ج –الوسائل السمعية البصرية:

وتشمل التلفزيون، المسرح، السينما، بالإضافة إلى الأنترنت التي تعتبر وسيلة شاملة تجمع جميع الوسائل الأخرى على شاشة حاسوب او الهاتف .

د –الصحف والمجلات (محمد الحسين، 1999،ص18).

2 – 1 – 6 – مجالات تأثير وسائل الاعلام :

تأثير وسائل الإعلام في المجتمع:

تجدر الإشارة إلى أن الحديث عن تأثير وسائل الإعلام في المجتمع يستوجب بعض التوضيحات المنهجية حتى يتسنى فهم الموضوع فهما ملائما، وتتعلق هذه التوضيحات بمصطلح التأثير، الذي لا ينبغي أن يفهم هنا من جانبه السلبي فقط، وانما جانبه الإيجابي أيضا.

التأثير الذي يفهم على العموم كتغيير يحدث على مستوى السلوكيات والمواقف والعادات والأفكار والآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام، لا بد أن يؤخذ بنوع من الحذر والتحفظ، لأن طريقة وأدوات قياس هذا التغيير مازالت موضوع خلاف بين الذين يرتكزون على التغيير الذي يحدث في المدى القصير لأسباب عملية، مثل الحملات السياسية وحملات الاتصال الاجتماعي وشراء منتوج معين أو قياس شعبية برنامج محدد، وبين الذين يعطون أهمية التغيير الذي يحدث على المدى البعيد لأسباب تنحصر به متطلبات رسم السياسة الإعلامية الوطنية أو الهاجس الاكاديمي أو الإيديولوجي.

كما أن تأثير وسائل الإعلام ينبغي أن ينظر إليه من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى، لأن وسائل الإعلام لا تعمل في فراغ، وانما ضمن ومن خلال بنيات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في المجتمع.

فعلى سبيل المثال لا حصر، إذا كان النظام السياسي يؤثر في وسائل الإعلام فإن هذه الأخيرة تؤثر فيه أيضا.

ونركز هنا على تأثير وسائل الإعلام في بعض الأنظمة الاجتماعية مثل النظام التربوي والنظام الأسري، كما نتعرض إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والعنف الذي يعتبر مصدر قلق وانشغال عند السياسيين والمربين على حد سواء (عيسى الهادي،2013،ص13).

تأثير وسائل الإعلام في المدرسة:

أصبحت وسائل الإعلام– خاصة التلفزيون –تتنافس مع المدرسة لجذب اهتمام الأطفال والمراهقين وبما أن الحديث عن تأثير وسائل الإعلام يكاد ينحصر في تأثير التلفزيون نظرا لاحتلاله مكانة رئيسية عند الأسر، ومنه بعض التأثيرات التي كشفت عنها مختلف الأبحاث في هذا الميدان، وهي كما يلي:

*قلق الأولياء على أطفالهم بسبب الساعات الطويلة التي يقضونها أمام شاشة التلفزيون على حساب نشاطاتهم الفطرية والرياضية الأخرى.

*إن التلفزيون يعيق عملية التعليم حيث تكشف الأبحاث عن ارتباط دال إحصائيا بين نسبة الذكاء ومشاهدة التلفزيون، إذ تقل متوسطات الذكاء بزيادة مشاهدة التلفزيون وتزيد كلما قلت المشاهدات.

*إن الأطفال والمراهقين يتأثرون في تنشئتهم بالصور والآراء التي تحملها وسائل الإعلام من الواقع، كما يتعلمون مواقف وسلوكيات تتمثل في الألبسة، تسريحات الشعر واللغة المنحطة.

* أن الأطفال والمراهقين لا يقبلون بنسبة مرتفعة على المواد التربوية بل يفضلون المواد الترفيهية.

* تزيل وسائل الإعلام في غياب الرقابة الحدود القائمة بين ثقافة الأطفال وثقافة الكبار وبالتالي يدخل الأطفال عالم الكبار قبل الأوان دون أن تتوفر لديهم أسباب الحصانة والحماية.

* يعتقد معلم اللغة أن وسائل الإعلام لا تساعد العديد من الأطفال على اكتساب بعض المهارات لأن لغة وسائل الإعلام ولغة المدرسة مختلفتان لحد ما، فهي تشكل عاملا في

ارتفاع نسبة أخطاء الأسلوب والكتابة والإلقاء.

* بينما يعتقد البعض ان وسائل الإعلام– وخاصة التلفزيون –تساعد على اكتساب بعض المهارات وتفتح آفاقا في مجال العلوم والتكنولوجيا (عيسى الهادي، مرجع سبق ذكره،ص14).

تأثير وسائل الإعلام في النظام الأسري:

تجدر الملاحظة في هذا السياق إلى أن تأثير وسائل الإعلام في الأسرة يتوقف على عدد من متغيرات أساسية مثل :الدخل والتعليم والسن والجنس، فعلى سبيل المثال الأسر التي لها دخل ضعيف، ومستوى تعليمي محدود تقضي وقتا طويلا امام التلفزيون على عكس الأسر التي لها دخل مرتفع ومستوى تعليمي عال لا تشاهد التلفزيون لمدة طويلة بل تقضي وقتا في المطالعة وقراءة الجرائد والنشاطات الترفيهية والفكرية، إلا أن هذه الملاحظة يمكن ألا تتطابق مع واقع كل أسرة وفي جميع البلدان على العموم، ويمكن تلخيص تأثيرات وسائل الإعلام في الأسرة– خاصة التلفزيون – على النحو التالي:

*يقلل التلفزيون من التفاعل بين أفراد الأسرة لانهماكهم في مشاهدة برامجه.

*يقلل التلفزيون من الزيادات الاجتماعية وقضاء أوقات الفراغ خارج البيت.

*قلق التطلع المتزايد لامتلاك الحاجيات الاستهلاكية والنجاح الفردي الذي يؤثر على القيم الاجتماعية.

*تهديد القيم الروحية والأخلاقية بسبب طغيان المواد التي تحمل تفويضات جنسية إباحية واجرامية.

*نشر قيم النزعة الاستهلاكية على حساب قيم النزعة الإنتاجية فيما يخص البلدان النامية (عيسى الهادي، مرجع سبق

ذكره،ص15).

الاعلام المتخصص :

2-2-1-تعريف الإعلام المتخصص: Specilized information

الإعلام المتخصص هو الإعلام الذي يقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة(السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية او العلمية أو الأمنية أو الرياضية)...والذي يرتكز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المدد في سياقه الاجتماعي أو الاقتصادي العام، والذي تقوم به مؤسسات إعلامية متخصصة، تعمل بها كوادر إعلامية مؤهلة إعلاميا ومختصة أكاديميا في هذا المجال المحدد .(محمد منير حجاب ،2004،ص30).

ويعرفه" عبد الرزاق الدليمي :"بانه فرع من فروع الإعلام العام يستخدم كافة الوسائل والأساليب الإعلامية لتحقيق أغراضه التخصصية بموضوع معين من موضوعات الحياة المختلفة، وبهذا يعرد أحد اهم وسائل إتاحة ونشر الثقافة المتخصصة والمتعمقة لدى الجمهور، مستخدما كل عناصر الجرد والإبهار والإقناع التي تتميز بها كل وسائله المختلفة، والإعلام المتخصص ينقسم إلى شقين وهما :التخصص في المضمون، والتخصص في مخاطبة الجمهور.

فالأول يهتم بتقديم جرعات كبيرة من المضامين في مجال بعينه كمواد الد ارما والرياضة والسياسة والاقتصاد، والثاني هو وجود صحف واذاعات بشقيها المرئي والمسموع تخاطب فئة معينة كالطفل والمرأة (عبد الرزاق الدليمي، 2015، ص31).

2-2-2- مواصفات الإعلام المتخصص ومميز ا ته:

- يحمل اختصاصا محددا.
- يحرر موضوعات متخصصة، ويعالج قضايا مركزية.

- صاحب خبرة في طرح القضايا ومعالجتها بمنظور متخصص ويملك تقنية إعلامية في فن التعبير.
- يتقن فن استعمال المصطلحات وطريقة استخدامها وشرحها.
- يعرب ويبتكر العبارات المتخصصة والملائمة للمعنى، ويسهم بإغناء القاموس اللغوي من خلال إدخال المصطلحات وابتكار العبارات وتعريب المفردات ذات العلاقة المباشرة بالمادة التي يحررها.
- يعمل على تلبية ذوق القارئ المتخصص، ومتطلبات القارئ العادي.
- تلزمه متابعة مركزه بالتخصص الذي يحرر فيه، حتى يبقى في دائرة التطورات والأحداث.
- يتقن أصول التغطية الصحفية المتخصصة.
- ضرورة معرفة كيفية الوصول إلى مصادر معلوماته.
- يواكب التطورات التي ترافق العلم او الفن الذي يكتب فيه.
- يعمل على توفير المعرفة العلمية الصحفية المتخصصة.
- يقدم مادته ببناء فني متكامل وصحيح .(جورج كلاس، ميشال سبع ،2009، ص29).

2-2-3- دوافع إنشاء إعلام متخصص:

- **الصحافة:**

لقد ظهرت الحاجة إلى إعلام متخصص يستطيع النفاذ إلى المجموعات الصغيرة و يلبي الاحتياجات الخاصة لأصناف المتقبلين.

ويذهب الباحثون إلى الاعتقاد بأنه عند ظهور الإعلام المتخصص في الصحافة المكتوبة كان يسود الاعتقاد بأن اهتمام الصحافة بالشأن السياسي والاقتصادي غير كاف، وأن توجيب الخطاب للجميع دون اعتبار شواغل الفرد واهتماماته الخصوصية غير مجد، فلا غرابة أن ينمو الإحساس من أجل المزيد من الانتشار على أوسع نطاق، بضرورة تخصيص صفحات للرياضة وأخرى وفق الجمهور المستهدف، كالمرأة والشباب والأطفال، وازدادت الحاجة إلى المزيد من التخصص مع تعقد الحياة وتشابك القضايا وتنوع الظواهر، فظهرت المجلات المتخصصة في فروع من الرياضة

مثل كرة القدم، وفي مواضيع الموضة والطب والبيئة وغيرها من الفروع الموغلة في التخصص(فاروق أبو زيد ،1986،ص77).

- **التلفزيون:**

ولا يختلف الأمر بالنسبة للتلفزيون، فمنذ ظهوره توجه اهتمام المبرمجين والمنتجين إلى تأمين خصوصية البرامج والاستجابة لحاجات المتقبل، وحاولت القنوات الجامعة تلبية هذه الحاجة من خلال صياغة برامج متخصصة في مضمونها وأخرى تستهدف جمهورا متجانسا، فاستطاعت إحكام توزيع البرامج وفق مواقيت مدروسة، ولكن الحيز الوجيز الذي تحتله هذه البرامج ومواقيت البث التي لا تتلاءم دائما مع المستقبل أظهرت الحاجة إلى القنوات المتخصصة، وقد أثبتت القنوات عجزها عن إشباع حاجات المشاهد المعرفية كما لم توفق القنوات العمومية أو الحكومية في بث صدا أصوات متعددة ورؤى متقابلة وال أ ري المخالف.(أديب خضور، 2005، ص 20).

ولا يمكن أن نغفل عاملا أخر ساهم في ظهور القنوات المتخصصة، وهو تراكم المخزون السمعي البصري، وان كان هذا العامل غير حاسم في ظهور القنوات المتخصصةّ فإنه كان سندا لبقية العوامل الأخرى المتمثلة في تطور الإعلام وتطور المجتمع والثورة التكنولوجية.

وأيا كان حجم هذا المخزون البرامجي، فإن وفرة القنوات المستحدثة – متخصصة وغير متخصصة – طرحت بكل حزم والحاح إشكالية النهوض بالإنتاج وتوفير كم هائل من البرامج قصد الاستجابة للاحتياجات المتزايدة لقنوات تتكاثر بكثرة ، فإذا لم يستجب الإنتاج العربي لسد احتياجات القنوات العربية، فإن الضرورة ستقود حتما إلى الاعتماد على الإنتاج الأجنبي بما فيه من سلبيات والتسليم بالعجز عن إنتاج خطاب يحفظ الخصوصية الثقافية ويتعهد منظومة القيم التي تجعل المشاهد العربي مشدودا إلى قنواته ويفكر وفق خصوصياته لا وفق الطريقة التي يريدها الآخر(صفد حسام الساموك ، 2014 ، 100ص).

- **الإذاعة:**

أما فيما يخص جزئية الإعلام المتخصص الإذاعي من خلال وسيلته(الراديو)باعتباره من أكثر وسائل الإعلام الجماهيري التي حققت انتشا را وجماهيرية واسعة، على المستوى الجماهيري بما في ذلك العامة والصفوة ومستوى الأنظمة السياسية والاقتصادية المختلفة منذ النصف الثاني من القرن العشرين في مختلف دول العالم ودخلت في منافسة مع ما سبقها من وسائل إعلامية، بما في ذلك الصحافة بشقيها(جرائد ومجلات)، والسينما بمخرجاتها(الروائية وغير الروائية)، وما تلى ذلك من وسائل، مما جعل الإذاعة تسعى من خلال التطوير المستمر على المستوى الكمي والكيفي والهندسي والإبداعي إلى تحقيق أنماط متعددة من الخدمات والأشكال البرامجية والأساليب الاتصالية للمحافظة على شعبيتها وانتشارها والرضى الجماهيري وجذب انتباه المعلنين.

وجاء ضمن مساعي ومظاهر التطوير والتحديث، ظهور أنماط متعددة من الخدمات الإذاعية كالإذاعات المحلية والإذاعات القومية والإذاعات الموجهة إلى الخارج والراديو الفضائي، والتي استثمرت فيها تكنولوجيا الاتصال بما في ذلك تكنولوجيا الفضاء أفضل استثمار.

وجاءت الإذاعات المتخصصة موضع الاهتمام(على مستوى الراديو)، والتي سبق ظهورها تاريخيا الاتصال الفضائي، إلا أن ما حققه من الذيوع والتنوع والتميز وسط البيئة الاتصالية والجماهيرية والاتصال بشكل ملفت للانتباه ارتبط وواكب عصر الأقمار الصناعية والاتصال الفضائي .(منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان ،2009، ص135).

2-2-4- أشكال الإعلام المتخصص:

يتفرع الإعلام المتخصص في فنونه ومواده إلى أشكال عدة أبرزها:

- **قنوات تلفزيونية متخصصة** :رياضية، أزياء، أسواق المال، **REALITY TV** ، هي(قناة المرأة

العربية)،(TELE LUMIERE إعلام روحي)، الطرب، فيديو كليب...

- **قنوات إذاعية متخصصة** :موسيقى كلاسيكية أو عربية خفيفة أو طربية، إخبارية...
- **مجلات متخصصة** :أسبوعية وشهرية، اجتماعية أو سياسية أو رياضية أو تسلية أو فكرية.
- **دوريات متخصصة** :فصلية أو سنوية(بحثية، اكتشافات.)...
- **الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية** :اقتصادية، ثقافية، فنية، أمنية، رياضية، اديان، تسلية، إعلامية...
- **الأدوات الخاصة أو الأعداد الذهبية** :التي تصدر موسميا، وعند المناسبات الخاصة، وتلك المرافقة لليوبيل التأسيسي للدورة، او لحدث له صفة خاصة(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره، ص21).

2-2-5- وظائف الإعلام المتخصص:

إن للإعلام المتخصص وظائف عديدة منها:

أ -الوظيفة الروحية:

إذ يسعى الإعلام المتخصص إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهناك تصبح الفنون في إطار الإعلام المتخصص بالراديو أو التلفزيون او الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر.

ب -الوظيفة الاجتماعية:

إنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات، خاصة بعد ان دخل الإعلام مرحلة جديدة من مراحل تطوره وأتاح العديد من الإمكانيات وتوفرت العديد من القنوات التي تستطيع أن تتناول كل مجال من مجالات الحياة (الاقتصاد، السياسة، الرياضة، الدين، التربية، البيئة الفن، المرأة.)...

ج –الوظيفة التعليمية:

يعمل على إكساب الناس المعرفة والثقافة العلمية الصحيحة.

د –وظيفة المعالجة:

إذ يقوم بإثارة القضايا الهامة والمصيرية التي تجد اهتماما واسعا من الجماهير، وذلك بالتركيز حول هذه القضايا والتخصص فيها، مما يجعل أمر متابعتها جديا، حيث يقوم بلفت النظر إلى المشاكل الملحة والمهمة في المجتمع بدعوة الخبراء والعلماء إلى المشاركة في حلها، مما يحفز الكوادر في مختلف الاختصاصات على التعاون المثمر لحل هذه المشاكل وتطوير ما هو موجود ومتاح من حيث الإمكانيات الطبيعية او المالية او البشرية.

هـ –الوظيفة التوعوية:

فالإعلام المتخصص يعمل وبشكل مستمر على توعية الناس بواقعهم واثارة الاهتمام بضرورة التغيير والإصلاح والتطوير (عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 32).

2-2-6- أنواع الإعلام المتخصص:

تتنوع فنون الإعلام المتخصص بتنوع العلوم والمعارف والاختصاصات، وتتعدد بتعدد الهوايات والمهن، بحيث أصبح لكل اختصاص ومهنة وفن وهواية إعلام خاص به، والتي تتطلب إعلاميين وصحافيين متخصصين يتقنون فني المعرفة المهنية والمعرفة العميقة.

ومن أكثر أنواع الإعلام المتخصص شيوعا:

- **الإعلام القضائي:**

يتطلب الإعلام القضائي وصحافة المحاكم والجرائم ثقافة معمقة بالقوانين وأصول المحاكمات وقانون العقوبات واجراء التوقيفات، ودرجات المحاكم وأصول المراجعة وكيفية تقديم الشكاوى وملاحقتها.

ويأخذ كل من الإعلام والصحافة القضائية دورهما في البلدان الديمقراطية ذات الحرية الإعلامية ومن ركائزها:

- حرية الوصول إلى المعرفة.
- حماية المعلومة.
- حماية الصحافي وحصانته(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره، ص 31)

➢ **الإعلام البيئي:**

مع تطور المفهوم البيئي وتحوله إلى مسؤولية إنسانية وعلامة حضارية، تبدل تعاطي الإعلام بفنونه مع القضايا البيئية، واتجهت المعالجات إلى التخصصية، بما يعني أن البيئة هي علم وتخصص.

وهذا ما يعني تنشئة إعلاميين وتدريبهم على أصول التعاطي مع القضايا التي يراها علم البيئة وتلك التي يعالجها ويحذر منها.

فالإعلام البيئي الذي بدأت معالمه في الربع الأخير من القرن العشرين، مع تنامي المخاطر المهددة للبيئة، وهو بطبيعته وانطلاقته إعلام رباعي الأهداف:

✓ **إعلام علاجي** :يتعرض لقضية بيئية خطيرة، فيتناولها ويعرف بانعكاساتها وكيفية معالجتها (قضية قطع الأشجار مثلا.)

✓ **إعلام وقائي** :يعرف بالمخاطر المحتملة الوقوع والتأثيرات السلبية التي تثير لها قضية او مشكلة مطروحة على البيئة وتأثيراتها على الإنسان والطبيعة والحياة(قضية الأوزون مثلا.)

✓ **إعلام تحذيري** :ينبه إلى احتمالات ومخاطر محدقة يجب العمل على تفاديها، حفاظا على البيئة

والسلامة الإنسانية(حرق النفايات مثلا.)

✓ **إعلام إنساني تضامني** :يدعو إلى التوعية وتضامن المجتمعات في سبيل الحفاظ على الحياة والسلامة البيئية والصحة العامة(الحزب الأخضر).(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره، ص 35).

➢ **الإعلام الاقتصادي:**

يولي إعلام الأخبار والقضايا الاقتصادية أهمية مركزية في إنتاج مواده واحلالها مكانة بارزة، نظرا لتعاظم دور الاقتصاد في حياة المجتمعات والدول والأفراد من جهة ولتزايد اهتمام الناس بمستوياتهم بمتابعة الأخبار الاقتصادية والمعيشية من جهة ثانية، لشدة ارتباط الاقتصاد– بشكل مباشر– بحياة الشعوب وتقدمها ومستويات عيشها.

فالأوضاع الاقتصادية والحياتية بتطوراتها وتبدلاتها اللحظوية والمتسارعة، صارت تشكل لدى شرائح واسعة من المتلقين، قراء ومستمعين ومشاهدين، مركزية اهتمام ومتابعة، لأن الرغبة بالاستعلام عن الأوضاع الاقتصادية والأحوال المعيشية وتبدلات الأسهم وحالة أسواق المال تسيطر على اهتماماته وانشغالاته، نظرا لما للاقتصاد من تأثير على الحياة الفردية والمستوى المعيشي العام(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره، ص49).

➢ **الإعلام الإداري:**

يؤسس الاهتمام بمفهوم الإعلام الإداري ووظائفه لعملية التبدل والانتقال من صيغة الإعلام الرسمي إلى صيغة الإعلام العام، بما يعنيه ذلك من ديمقراطية في الإعلام والاستعلام وحماية الحق في الوصول إلى المعلومة.

ويتركز العمل على تحويل إعلام المؤسسات الرسمية والعامة، إعلاميا في خدمة المواطن لا إعلاما جافا، يركز على الموجبات أكثر مما يشير إلى كيفية الاستعلام والشرح والوصول إلى الحقوق بسهولة.

فالإعلام الإداري هو النتاج المطبوع والمصور والمرئي والمسموع الذي يعرف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم وبكيفية تقديم الخدمات الإدارية وانجاز المعاملات الإدارية، من حيث المواطنون هم مستفيدون من هذه الخدمات(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره ، ص77).

- **الإعلام السياحي:**

يعتمد الإعلام السياحي في جوهره على فكرة التعريف بما يحتويه البلد من سياحة سواء كانت طبيعية أو أثرية تاريخية أو فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من أفلام واعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد، وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية.

ويلعب الإعلام السياحي دورا كبيرا في هذا المجال، من خلال وسائل الإعلام المختلفة أو الترويج المتمثلة بالوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والمعارض والأفلام والتبادل العيني والمطبوعات وغيرها(عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 105).

- **الإعلام الصحي:**

يسهر الإعلام الصحي على نقل الخبرات العالمية وتسليط الضوء على التجارب الصحية الناجحة والقضايا الطبية للاستفادة منها، إضافة إلى دوره في اكتساب المعرفة وتزويد المتلقي بمعلومات طبية بالتعاون مع الجهات العاملة في الحقل الصحي والدور الأهم الذي يمكن أن يقوم به الإعلام الصحي هو التعامل الشفاف مع الواقع الصحي بكل أبعاده، بما فيه اكتشافه للأخطاء الطبية ورصد الإنجازات الصحية التي تتحقق على المستوى الوطني والإقليمي والدولي والمحافظة على هذه المكتسبات(عبد الرزاق الدليمي، المرجع نفسه، ص 221).

- **الإعلام التنموي:**

هو تركيز الإعلاميين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية، وتحقيق الوحدة الوطنية أو هي" استخدام الحكومة لمنافذ الاتصال لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية "وتتطلب صحافة التنمية من الصحف أن تتصفح بعين ناقدة، وتقييم مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المختلفة والقومية وتتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها والاختلاف بين آثارها على الناس في تصريحات المسؤولين، وبين آثارها الفعلية.

والإعلام التنموي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام لإقناعه بضرورة

المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي(عبد الر زاق الدليمي، مرجع سبق ذكره ، ص261).

- **الإعلام الأزموي:**

تعد" الازمات والكوارث "مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث أنها تحظى بتغطية على نطاق واسع سعيا لإرضاء جماهيرها، لا سيما وأن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق في النفس البشرية، حيث أن الأزمات والكوارث والفضائح والحوادث الطارئة تكون جوهر الأخبار المؤثرة، وتحظى بتغطية واسعة من وسائل الإعلام، حيث أن وسائل الإعلام تركز في تقاريرها على الأخبار السيئة والأخطاء والحوادث والفضائح التي تقع في المجتمع الإنساني، إذ تعمد هذه الوسائل إلى إثارة روح التساؤل والبحث عند الجمهور، وامداده بالمعلومات عن الأخطاء البشرية(عبد الر زاق الدليمي، المرجع نفسه، ص 271).

- **إعلام الطفل:**

إعلام الطفل من أهم أنواع الإعلام إذا نظرنا له من جانب التقسيم بالشريحة العمومية، ولذا

فإن الشركات تعمل على أساس أن الطفل عالم قابل للتشكيل بحسب الرغبات والأهداف المقصودة وأنه رهان كبير على المستقبل والحاضر، إذ بامتلاكه والسيطرة على وعيه والتحكم في ميوله يمكن امتلاك المستقبل والسيطرة عليه، فالطفل هو الغد القادم، وما يرسم هذا الغد هو نوعية التربية والتلقين التي نقدمها لهذا الطفل في الحاضر(عبد الر زاق الدليمي، مرجع سبق ذكره ، ص 49).

- **إعلام ذوي الاحتياجات الخاصة:**

إن الاهتمام بهم ورعايتهم هو ضرورة إنسانية ووطنية، لذا كان من الضرورة إيجاد إعلام متخصص بهم أن كان على صعيد الإذاعة المتخصصة أو على صعيد البرامج المتخصصة، وتتركز جهود علماء النفس والاجتماع على دراسة الأسس الواجب اعتمادها لإقامة عملية تواصل ناجحة تمكن المعاقين من الانتفاع من وسائل الإعلام وما توفر لهم من تسهيلات في حياتهم، إما على سبيل الاستعلام والبحث عن المعلومات والمعارف التي يريدون الحصول عليها، واما على صعيد الإعلام وتمكينهم من إيصال آرائهم واهتماماتهم إلى الغير، وفي هذه الثنائية الإبلاغية والتواصلية، تتم عملية إدماج المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع بما يجعلهم شركاء حتميين في العملية التو اصلية ويعزز قدراتهم لممارسة دورهم وحقوقهم في المجتمع(جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره، ص 191).

- **إعلام الأنترنت(الإعلام الإلكتروني:)**

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية(الأنترنت)وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام وهو الإعلام الإلكتروني(المقروء والمكتوب والمسموع و المرئي)، الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة

مهمة جدا لنشر المعلومات والحصول عليها.

ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الأنترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي(تويتر فايسبوك انستغرام ...) كوسيلة للتواصل بين الناس، حيث جعل من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر مواده الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي(عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 93).

- **الإعلام الرياضي:**

يعتبر الإعلام جزءا لا يتجزأ من السياسة العامة لأي دولة، فهو لم يأت من فراغ وانما جاء استجابة لمتطلبات المجتمع وتأكيدا لأهمية الدور الذي يلعبه في عملية التوجيه نحو سياسة معينة للدولة. والأهم من ذلك هو تطبيق السياسة الإعلامية بالدولة في عصرنا الحاضر والالتزام والسعي لتحقيق الأهداف المرجوة من ورائه وذلك من خلال قنوات الاتصال الإعلامية المختلفة والقائمة على التثقيف والتوجيه والإخبار والترفيه والمعتمدة في تحقيق ذلك الموضوعية في عرض الحقائق بكل مصداقية والبعد عن المجاملات والمبالغات وهو بصفة عامة وسيلة الاتصال بين الشعوب وهو عملية تستوجب نقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد في عدة أنماط منها:

- ✓ **الإعلام الرياضي المقروء** (الصحافة، المجلات، الكتب، النشرات، الملصقات)
- ✓ **الإعلام الرياضي مرئي**(التلفاز، الفيديو، شبكات الأنترنت.)
- ✓ **الإعلام الرياضي الثابت**(المعارض ، المؤتمرات، الندوات).(عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره ، ص 117).

كما ان الاعلام الرياضي يهتم بمجال الرياضي و كل ما يتعلق به وسيأتي تفصيل هذه الأشكال وغيرها من الإعلام الرياضي في

مطلب مستقل نتحدث فيه عن هذا الشكل من الإعلام ونوضح معالمه.

الاعلام الرياضي :

2 –3– 1 – تعريف الاعلام الرياضي :

*هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي كما هو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين .(خضور اديب ،1994، ص 77).

*منظومة العمل التي من خلالها يتم النشر والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية المختلفة بموضوعية وتقديم المعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة بهدف اكتساب الثقة الرياضية وتشكيل رأي عام رياضي صائب من خلال وسائله المختلفة.

ويوضح هذا التعريف أن الإعلام الرياضي لا يوجد من فراغ أو بجهد عشوائي، ولكن هو نظام عمل له قواعد وله مؤسسات تحكم عمله وتوجهه من خلال فرق عمل وأدوار مقسمة، ويعمل من خلال سياسات محددة لتحقيق أهداف معينة ترتبط بالمجال الرياضي، باكتساب الجمهور المعرفة والثقافة عن كل ما يدور على الساحة الرياضية لتشكيل اتجاهاته وآراء اتجاه القضايا الرياضية المختلفة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة مع التأكد من صحة المعلومة والبعد عن الجوانب الشخصية لكي يتسم بالموضوعية والصدق إذن فله رسالة وأدوار وتأثيرات مختلفة (سامح كمال عبد القادر،2017،ص27).

2 –3– 2– مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي:

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضي مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل، يمكن ان نوجزها في ثلاث منها، كالتالي:

ا- المرحلة الأولى(البدائية:)

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة البدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل:

دقات الطبول في إفريقيا، والدخان في الهند، والنيران في الصحراء عند البلاد العربية، والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية، وانتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة، وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية وارتبطت بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف والمجلات والكتب والدوريات المختلفة.

ب- المرحلة الثانية(العصر الحديث:)

بدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية والتي تعددت في الكثير من الدول، وخاصة الدول الكبرى، واستخدمت في ذلك وسائل الاتصال والإعلام المعروفة حاليا كالسمعية والبصرية مثل الإذاعة والتلفزيون والمقروءة مثل الجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم.

ج- المرحلة الثالثة(الأقمار الصناعية والأنترنت:)

سنتكلم في هذه المرحلة عربيا، حيث تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرين تأكيدا على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي والإفريقي، ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية، ظهرت شبكة المعلومات؛ أو ما يعرف بالأنترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام والاتصال(عيسى الهادي، مرجع سبق ذكره ،ص12).

2-3-3- عناصر الإعلام الرياضي:

يمكن حصر هذه العناصر في أربع نقاط أساسية حسب ما ذكره" خير الدين علي عويس "و"عطا حسن عبد الرحيم" :

-المرسل.

-المستقبل.

-الأداة أو الوسيلة.

-الرسالة أو المضمون.

المرسل :هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب...

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

الأداة أو الوسيلة :هي ما تؤدى به الرسالة الإعلامية سواء كان صحيفة أو إذاعة أو تلفزيونا...

الرسالة أو المضمون :ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة أو المضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام، ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم، ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابا او سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنية نظرية الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الإعلام الرياضي(خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم،1998،ص22).

2-3-4-أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي- قديما وحديثا-بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب، بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور

متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي له وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علما بكل ما يدور من احداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية، وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحظة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعبا، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو **عصر المعلومات** نتيجة التقدم الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه (على عبدالفتاح كنعان،2014،ص129).

والإنسان في نظر رجال الأعمال، نفس إعلامية تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر وتتعافى باللحن ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدها الموجه فإن وضعت في الخير كانت وسيلة لا تضاهى في البناء وان وضعت في غير ذلك كانت شرا مستطيرا .

ومن خلال هذا العرض الموجز، يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية (إذاعية وتلفزيونية) يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي (ياسين فضل ياسين،2015،ص48).

2-3-5-أهداف الإعلام الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
- يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقا مع تلك القيم والمبادئ، فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع.
- تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون امام الرأي العام في المجال الرياضي، واعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية (على عبد الفتاح كنعان ، مرجع سبق ذكره ،ص13).

وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفه رياضيا من خلال إمداده بالمعلومات الرياضية التي تتجسد في حياته على المستوى المحلي والدولي.

2-3-6- خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة

رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد، وهكذا.

- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري، له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها.
- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه ومتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسالة إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع (ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره،ص49).

*كما يشير" عبد الرزاق الدليمي " (2015) إلى خصائص الإعلام الرياضي مقتصرا فيها على:

الاختيار :ونقصد بذلك الفئة الجماهيرية التي يتم اختيارها ببث الخبر الرياضي بأسلوب يشد الجميع إليه والإعلام الرياضي المحترف هو من يحسن اختيار جماهيره.

الجماهير :الإعلام الرياضي يتميز بأنه موجه إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتنوعة، تختلف ميولها وأفكارها ولكنها تتفق بشأن حدث رياضي ما، أو ظاهرة فريق معين، وبالتالي فالإعلام الرياضي له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

الاهتمام بكل قطاعات المجتمع :فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات، حتى صغيرة العدد، كالبرامج الرياضية للمعوقين والألعاب الفردية والجماعية، وكذلك يهتم بكافة أطياف المجتمع(الصغير منهم والكبير والرجل والمرأة، والغني والفقير)على السواء (عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره،ص134).

2-3-7- وظائف الإعلام الرياضي:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة، والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة او مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي (عيسى الهادي، سليمان لاوسين،2015،ص53).

لقد أولى علماء الإعلام الرياضي أهمية كبرى للدور الوظيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع، فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجا يجمع الاتصال الإنساني برمته، فكما زادت فاعلية المجتمع الرياضي كلما زادت قدرته في التنمية الرياضية، ولقد رأى الكثير من المختصين في مجال الإعلام أنه يمكن أن نجد أنفسنا مستجيبين لهذه الوسائل أكثر من استجابتنا للوالدين أو المعلم في الوسط التربوي.

لهذا يمكن أن نحدد وظائف الإعلام الرياضي في الشكل التالي:

- ✓ الوظيفة الإخبارية :أي ما يتعلق بتقديم الأخبار الرياضية المتنوعة.
- ✓ وظيفة الشرح والتفسير.
- ✓ وظيفة إعطاء صفة الحداثة للجميع.
- ✓ الوظيفة التثقيفية في المجال الرياضي.
- ✓ الوظيفة التعليمية والتربوية من خلال نشر المبادئ.
- ✓ وظيفة الخدمات العامة في الشؤون الرياضية.
- ✓ وظيفة التسويق والإعلانات الرياضية.
- ✓ وظيفة اقتصادية من خلال مداخيل الإشهار و السبونسورينغ.
- ✓ وظيفة التنمية الرياضية (عيسى الهادي، سليمان لاوسين، مرجع سبق ذكره،ص54).

2-3-8- أساليب الإعلام الرياضي:

تتمثل أساليب الإعلام الرياضي فيما يلي:

أ –الأسلوب المباشر:

ويتبع نقل المعلومات مباشرة ويعتمد على المرسل والمستقبل لتوصل الرسالة، ويركز الأسلوب المباشر على المصدر(المعلومات)، في نقل المعلومات وهذا الأسلوب يكون محددا.

ب –الأسلوب غير المباشر:

وهو الأكثر انتشارا والأسهل وهو يتبع البرامج المختلفة لتوصيل المعلومات لفئات الجمهور حتى يستطيع أن يواجه الاحتياجات المتغيرة والنظرية الحديثة، وهي عبارة عن تطبيق الأسلوبين معا؛ أي(الأسلوبان يكمل بعضهما بعضا).(أيمن محمد الهنداوي، 2010، رسالة ماجستير غير منشورة،ص19).

2-3-9- فنون الإعلام الرياضي:

*__المقال الافتتاحي__ لرئيس تحرير الصفحة أو معد البرنامج.

*__المقابلات__ مع الرياضيين ومجتمع الأندية والملاعب والتنظيمات الرياضية.

*__التحقيقات الميدانية__ ما قبل النشا ط أو بعده عن اللعبة أو الأبطال.

*__التقارير الرياضية__ ومقارنات واحصاءات وجداول باللاعبين والأندية والجوائز والدورات والدول.

*__الأرشيف المصور والذاكرة الرياضية__ للأندية واللاعبين والنتائج التي حققوها.

*__التعليق الرياضي__ مباشرة من أرض الحدث والملعب، يغلب عليه الوصف والسرد التتابعي.

*__التحليل الرياضي__، وهو قراءة في الحالة الرياضية ونقد رياضي متخصص.

*__السبق الإعلامي الرياضي__، وهو تحقيق تقدم نوعي من خلال السبق الخبري أو إجراء مقابلة أو توقيع عقد نقل وتغطية حصرية للمباريات، بما يقدم الفرادة في العمل.

*__التغطية الرياضية__ بشقيها المباشرة والمؤخرة، من خلال النقل الحي من أرض الملعب أو تسجيل الملاحظات واشراك المشاهدين والقراء بأجواء المباريات.

*__الكاريكاتور__ الرياضي، وهو أداة للنقد والتقويم وأخد العبرة من حدث رياضي أو نتيجة غير

متوقعة (جورج كلاس، ميشيل سبع، مرجع سبق ذكره،ص105).

2-3-10- أنواع الإعلام الرياضي(تخصصاته):

لقد تعددت أنواع او تخصصات الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله، ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالآتي:

- **الإعلام الرياضي المقروء** :وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل :الصحف او الكتب والمجلات والنشرات والمقالات.
- **الإعلام الرياضي المرئي** :وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل :السينما والفيديو، التلفزيون شبكة المعلومات(الأنترنت)، وأحيانا يطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع؛ لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.
- **الإعلام الرياضي المسموع** :وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل :الراديو، أشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.
- **الإعلام الرياضي الثابت** :وهو الذي يتوجه إليه الناس للاطلاع عليه مثل :المعارض ، المؤتمرات المسارح (عماد حسن مكاوي،1998 ،ص91).

❖ **الإعلام الرياضي المقروء**

❖ **الصحافة الرياضية:**

يرتبط مفهوم الصحافة الرياضية- كظاهرة اجتماعية-بوجود الفعاليات والأنشطة الرياضية باختلاف أشكالها وأوزانها .فالرياضة كنشاط اجتماعي هي عبارة عن مجموعة من المنافسات الرياضية المنتظمة والمبرمجة التي تقوم على أساس المبادئ المحددة والتي تهدف إلى توسيع قدرة الإنسان على ممارستها كطاقة بدنية، والصحافة الرياضية- في إطار هذا المضمون الفطري والعلمي-تجعل الإنسان ككائن حي يمارس نشاطه البدني للمحافظة على لياقته البدنية والتربوية وتعكس الصحافة الرياضية إلى حد كبير الوزن الحقيقي في مجتمع ما وفي مرحلة ما من تطوره.

والصحافة الرياضية :هي تلك الصحافة التي تعالج أساسا الموضوعات الرياضية والتي توجه أساسا إلى الجمهور المعني بالرياضة، المختص أو المهتم أو المعني أو الهاوي، أي أنها تتوجه لهذه الشرائح المختصة والمعنية بالأنشطة الرياضية.

ولم تظهر الصحافة الرياضية في الصحافة العالمية إلا بعد انتشار النوادي الرياضية وظهور كرة القدم في القرن التاسع عشر كرياضة جماهيرية.

وفي الدول العربية لم يكتمل الاهتمام بالصحافة الرياضية ولم تعرف إلا في آخر الثلث الأول من القرن العشرين، وفي السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين بلغ الاهتمام مبلغا كبيرا بالشؤون الرياضية عند القراء العرب.

أن الصحافة الرياضية متعددة الأنواع، وذلك حسب دورية صدورها، ويمكن تقسيمها على النحو التالي:

- صحف رياضية يومية.
- صحف رياضية أسبوعية.
- صحف رياضية نصف شهرية.
- صحف رياضية شهرية.
- صحف رياضية ربع سنوية أو ما تسمى بالدورية.

وتغطي هذه الأنواع من الصحف– حسب تقسيمها الجغرافي–للوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع يشمل عدة دول، وتنقسم إلى:

- صحف رياضية محلية.
- صحف رياضية قومية.
- صحف رياضية دولية.
- صحف رياضية عامة متخصصة.
- صحف رياضية متخصصة (سامح كمال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 31).

صحف رياضية محلية :يتركز توزيعها على المحافظات والأقاليم وتتبنى القضايا والمشكلات

الرياضية في هذه الأقاليم للتوصل إلى الحلول المناسبة.

صحف رياضية قومية :وهي التي توزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة، وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية.

صحف رياضية دولية :وهي صحف رياضية قومية تصدر طبعات خاصة لتوزع خارج الدولة نفسها.

صحف رياضية عامة متخصصة :هي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته، ولكنها ترتكز على الأخبار والقضايا الرياضية في المجتمع وتعالجها بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهورا غير متخصص في المجال الرياضي وتستخدم اللغة الصحفية المبسطة وتبتعد عن التراكيب والمصطلحات العلمية الرياضية الدقيقة التي قد لا يفهمها غير المختصين في المجال الرياضي.

صحف رياضية متخصصة :لها جمهورها الخاص من المتخصصين علميا في المجال الرياضي(الأكاديمي)، ويغلب عليها أسلوب الدراسات والبحوث وتستخدم الأسلوب العلمي الدقيق وتنشر المصطلحات العلمية المتعارف عليها بين المتخصصين(الأكاديميين)في المجال الرياضي(سامح كمال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 31).

فقد اتجهت الصحافة إلى التخصص، فهناك الصحافة الرياضية وهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية وغيرها من الصحافة المتخصصة، وتعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا، فلا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة، وتكرس معظم الصحف في العالم بنسبة % 10 من مساحتها للرياضة.

إلى جانب الألعاب الرياضية التقليدية في بلد ما، هناك ألعاب أخرى يزداد الإقبال عليها ويرتفع

أنصارها، وبذلك فإنها تكون في حاجة إلى دعم وسائل الإعلام.

وأيضا الصحافة الرياضية ما زالت حتى الآن تعتبر من أقوى وسائل الإعلام الرياضي بل وأقدرها على تكزين الراي العام الرياضي، وتؤثر الصحافة الرياضية في المجتمع عن طريق الخبر تارة والتعليق أو العمود تارة، وعن طريق الأحاديث والتحقيقات الصحفية الرياضية تارة أخرى، وعن طريق الصور والرسوم الكاريكاتورية، ولذلك ينبغي أن تتوخى الصحافة الرياضية الصحة التامة في نشر الخبر الرياضي، وأن أول ما ينبغي أن يحفظه المحرر الرياضي من المبادئ الصحفية هي المبدأ القائل بأن الخبر ليس ملكا للصحيفة، وليس ملكا للرأي العام الرياضي، ولكنه ملك للحقيقة فقط، ومعنى هذا أن الصحيفة الرياضية ليست حرة في أن تنشر الخبر بالطريقة التي تحلو لها ولكنها مقيدة بتحري الدقة والصدق والأمانة والنزاهة في نشر الأخبار الرياضية (سامح كمال عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص33).

- **الإعلام الرياضي المرئي:**

وهنا يمكن التوقف إلى الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشارا واستعمالا من طرف الجماهير

- **"التلفزيون**

"وعليه فيعد التلفزيون من أقوى وسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين وأفضل وسيلة إعلامية لنقل الأخبار" ذلك ان الاهتمام اليوم بدأ يتزايد بأخبار التلفزيون، كما أنها باتت تشغل أماكن متميزة وكبيرة بالنسبة لخريطة البرامج في التلفزيون، فالشخص العادي يشاهد يوميا ولمدة نصف ساعة من أخبار التلفزيون وبزيادة قدرها **%** 10 عما كان عليه الحال منذ أكثر من عقد مضى، كما أن معدل المشاهدة بدأ يتزايد في السنوات الأخيرة ".(طالب عبد الحميد علاوي، حيدر أحمد حلو،2015،ص17).

التلفزيون الذي يعتبر من أكثر الوسائل التي تعد في وقتنا الراهن ذات قدرة وتأثير لما يمتاز

به من خصائص" الصوت والصورة والحركة واللون".

وليس غريبا أن العلاقة بين الرياضة ووسائل الإعلام– خاصة التلفزيون –توصف بأنها زيجة من أسعد الزيجات، ويتزايد الاعتماد المتبادل بين كلتا المؤسستين في شكل متبادل مكثف وباهض التكاليف التي تتمثل في نفقات الحصول على حقوق العرض للرياضة مقابل قيام وسائل الإعلام بتقديم محتوى معين للمشاهدين واجتذابهم، ولكن هذه العلاقة مثل غيرها من العلاقات طويلة الأمد يوجد بها الكثير من نقاط التوتر والخلافات، واستعراض القوة، والمفاوضات، والحلول الوسط والاختلاف والإصرار، ويمكن أيضا لكل من الطرفين أن يزعم أن الآخر يسيطر عليه، لذلك فإنه في الوقت الذي قد تشكو فيه شركات الإعلام من أن الثمن الذي تطلبه المؤسسات الرياضية مقابل إعطائها حقوق إذاعة المباريات باهض جدا، فإن الرياضة ومشجعي الرياضة والصحفيون المتخصصون في أخبار الرياضة غالبا ما يتحسرون على أن كل شيء في مجال الرياضة أصبح خاضعا لمصالح وسائل الإعلام(وهذا يمكن أن يؤدي إلى ضعف أعداد مشجعي الرياضة والصحفيين العاملين في هذا المجال.)

وكما قالت إحدى الصحف الرياضية المتخصصة:

لقد قلب دوري **ويمبلدون Wimbledon** (ويمبلدون :هو دوري عالمي لمباريات التنس يقام كل عام في ويمبلدون جنوب لندن)هذا العام الترتيب الطبيعي المعتاد للأولويات، فهو يضع أفضل المباريات وأهمها في النهاية وليس في البداية، وهذا الأمر يضايق ويربك المراهنين الذين يدفعون المال، ولكنه يعد نبأ سارا للتلفزيون وهو أكبر مراهن بين جميع المراهنين، وقد كان من التصرفات المهنية المعتادة للقائمين على شؤون الرياضة إحداث توازن بين ما يرضي المراهنين وما يرضي التلفزيون، ولكن ما حدث هو أن مصالح المراهنين– وربما مصالح كبار اللاعبين أيضا وهذا هو الأهم–قد جاءت في المرتبة الثانية ...(ديفيد روي، ترجمة هدى فؤاد،2006،ص77).

❖ **شبكة المعلومات(الأنترنت)**

إن المجموعة الأكثر شهرة من الحواسيب المرتبطة ببعضها شبكيا هي الأنترنت، وجعل التطور السريع للأنترنت من مهارات استخدام الأنترنت أمرا لا يمكن الاستغناء عنه بالنسبة للصحفيين.

فالأنترنت هي الكلمة المستخدمة لوصف ترابط تلك المستويات المتتالية من الشبكات والى ذلك فإن الأنترنت هي سلسلة وصلات مادية تعمل بمثابة نظام طرق بالنسبة لتبادل معلومات قائم على أساس استخدام الحاسوب، وهي تضم الشبكات المحلية ضمن منظمات تنتقل المعلومات بواسطتها ببطء، ولكن لمسافات قصيرة فقط، والشبكات متوسطة المستوى التي تربط الجامعات والشركات الكبرى، والمؤسسات والشبكات الأساسية الوطنية، التي تسمح بكم كبير من المعلومات بالانتقال لمسافات طويلة بسرعات عالية (راندي ريديك، إيليوت كينغ، ترجمة لميس اليحيى،2009،ص45).

وكي تتمكن أجهزة الكمبيوتر من تبادل المعلومات والاتصال فيما بينها، لا بد لها من التوافق مع مجموعة من معايير الاتصال التي تدعى **بروتوكولا** " **Protocol** "، وتعتمد جميع أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالأنترنت بروتوكولا يسمى بروتوكول الأنترنت .

مرت وسائل الإعلام بالعديد من التطورات قبل الوصول إلى ما هي عليه الآن، فقد كان الأفراد في العصور القديمة يتبادلون الرسائل عن طريق وسائل بدائية، لكن مع قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أحدثت ثورة في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية فظهر التلفزيون والإذاعة والسينما...واستمر هذا التطور بظهور الأنترنت والفضائيات والأقمار الصناعية التي فرضت واقعا إعلاميا مغايرا وفتحت آفاقا جديدة للعاملين في هذا المجال.

فمن بين المخاوف التي تراود معظم الكتاب الأكاديميين هو الخوف من أن يصبح عملهم قديما ومهجورا بسرعة كبيرة، وذلك بسبب حدوث تحول ثقافي أو تكنولوجي مفاجئ، ويعتبر هذا

سببا معقولا للقلق في مجال سريع التغير مثل وسائل الإعلام الرياضية، رغم أننا نثق ثقة مطلقة في أن هذا المجال سوف يشهد المزيد من التطور والانتعاش في المستقبل، رغم ما رأيناه مؤخرا من تدهور وانخفاض في أرباحه، ولسنا في حاجة الآن لأن نتساءل، هل يمكن أن تختفي وسائل الإعلام الرياضية أو تتدهور أم لا؟ وانما السؤال الذي يجب أن نطرحه هو كيف سيتغير شكل ومحتوى واستخدامات الموضوعات المقدمة في وسائل الإعلام الرياضية في المستقبل؟ بحيث سوف تكون وسائل الإعلام مضطرة إلى التعامل مع هذه التغيرات التي قد يشهدها مجال الرياضة(فقد تظهر رياضات جديدة وتختفي رياضات قديمة) .

ويجب على الرياضة أن تعرف كيف تتعامل مع التكنولوجيات الإعلامية الجديدة التي ستقدم لنا من خلال أساليب الضغط الرقمية وما شابه ذلك العديد من القنوات التلفزيونية الرياضية الجديدة بالإضافة إلى إعطاء المشاهدين الفرصة لاستخدام التكنولوجيات التفاعلية وتصميم برامجهم الرياضية بأنفسهم، كما سيصبح من الضروري أيضا بالنسبة للمؤسسات الرياضية والإعلامية أن توصل كلا منهما إلى طريقة للتعامل مع التغيرات التي تحدث في الهياكل الإدارية وأشكال الملكية في كل منهما، ومع سياسات الدولة الجديدة الخاصة بالرياضة ووسائل الإعلام.

وفي النهاية فإن إلقاء نظرة سريعة على المستقبل الحالي لوسائل الإعلام الرياضية سوف يفيدنا في فهم اتجاه وسرعة وطبيعة التغيرات التي تحدث في البنية الافتراضية لوسائل الإعلام الرياضية (ديفيد روي، مرجع سبق ذكره،ص404).

- **الإعلام الرياضي المسموع:**
  - **"الإذاعة"**

بالمعنى اللغوي الإشاعة، وهي بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال، حتى أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل مذياع .ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها– في وقت واحد–

المستمعون والمنتشرون في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات، باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.

فالإعلام الرياضي المسموع بما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له (إبراهيم إمام،1985،ص256).

فالإذاعة تقنيا هي إعادة تحويل الأصوات إلى إشارات كهربائية، ثم يتم بثها في الفضاء على شكل نبضات كهرومغناطيسية يتم استقبالها بواسطة جهاز خاص(المذياع)، الذي يعيد تحويلها إلى إشارات صوتية، يستطيع المستمع العادي المالك لهذا الجهاز أن يستمع إليها.

ويقوم الفن الإذاعي على أساس مخاطبة المستمع، مما يعطي للمستمع إحساسا بالمشاركة وأن الرسالة الإذاعية موجهة له فقط، ومنه فالاستماع تجربة شخصية، كما تسمح المادة المذاعة بتوسيع التصور والخيال لدى المستمع.

تزايد اهتمام الإذاعة بالحياة الرياضية المحلية والعالمية، وأصبحت المادة الرياضية أحد الجسور الهامة التي تقحمها الإذاعة من أجل توثيق علاقاتها بجمهور المستمعين، كما أصبحت المادة الرياضية أحد المجالات التي تكثف فيها الإذاعة نشاطها من أجل تحقيق سياساتها العامة ولذلك تسعى الإذاعة في المجال الرياضي إلى تحقيق اهداف أبرزها:

1. تحقيق أول التماس بين المستمع وبين الحدث الرياضي، ويتحقق ذلك من خلال تغطية إخبارية متنوعة.
2. محاولة إيجاد وعي معين لدى المستمع بما يجري على الساحة الرياضية، ويأتي ذلك من خلال المادة التثقيفية التي تقدمها.

3. تقديم ما يحدث على الساحة الرياضية من موقف معين، ورؤية معينة يخدمان السياسة العامة للإذاعة.

4. تفرض الدرجة العالية لتنوع الأحداث على الساحة الرياضية ولتنوع الجمهور الإذاعي وتحقيق أقصى قدر من التنوع في المواد المذاعة والأنواع الصحفية المستخدمة، وفي أشكال وأساليب التقديم المستعملة.

5. تحقيق أكبر قدر من الفائدة المادية من خلال الإعلانات الإشهارية أو التمويل للحصص المذاعة (ديفيد روي، مرجع سبق ذكره،ص406).

❖ **الإعلام الرياضي الثابت:**

في معظم الحالات يكون التصوير الفوتوغرافي الرياضي المهني فرعا من التصوير الفوتوغرافي الصحفي، بينما يكون التصوير الفوتوغرافي الرياضي غير المهني كتصوير الأطفال وهم يلعبون لعبة كرة القدم، فرعا من التصوير الفوتوغرافي العادي.

تعتبر الأغراض التحريرية هي التطبيق الرئيسي للتصوير الفوتوغرافي الرياضي المهني، ويعمل المصورون الفوتوغرافيون الرياضيون المختصون عادة لدى الصحف أو وكالات الأنباء الكبرى أو المجلات الرياضية المخصصة، ومع ذلك يتم استخدام التصوير الفوتوغرافي الرياضي أيضا لأغراض الدعاية سواء لبناء علامة تجارية وكذلك لتشجيع رياضة بطريقة لا يمكن أن تتحقق بالوسائل التحريرية (عيسى الهادي مداخلة ،2009،)

هناك نوعان من أنواع الصورة الرياضية، النوع الأول هو الصور الرياضية الواضحة التي لا شك في أنها صور رياضية وهي التي يتم التقاطها أثناء اللعب والمباريات Action photographe والنوع الثاني هو صور الرياضيين من الرجال والسيدات والتي تأخذ أشكالا عديدة مثل الصور التي تعلق على الحائط للمشاهير (البوستر)والصور الجمالية(الصور التي تبرز النواحي

الجمالية في حركاتهم وأجسامهم)، وهناك أنواع أخرى من الصور الرياضية، فهي لا تركز على أجسام الرياضيين أثناء الحركة أو الراحة، ولكنها تركز على إطار أوسع وأشمل للحدث الرياضي فهي تبرز أيضا الجمهور الذي يشاهد هذا الحدث أو الموقع الذي يقام فيه.

إن الصور الرياضية تظهر في الأبواب المخصصة للرياضة في وسائل الإعلام، كما تمتد لتظهر أيضا في صفحات أخرى غير صفحات الرياضة، كصفحات الأخبار العامة وسائر الاهتمامات الإنسانية الأخرى، لقد قل التركيز على الأحداث الرياضية والحركات الرياضية لدرجة أن الصور الرياضية قد أصبحت خليطا من الصور الرياضية وصور المجتمع، أو اللقطات المعبرة عن الحالة النفسية وغير ذلك.

لقد تزايدت أعداد هذه الصور زيادة كبيرة في وسائل الإعلام فقد ارتبطت هذه الصورة بمشاهدين معينين، وايديولوجيات معينة وأساطير وموضوعات أخرى بطريقة تجعل منهم مكونا هاما من مكونات الثقافة المعاصرة.

إن **الصورة الرياضية الثابتة** قد تكون ملونة بألوان بنية لإعطاء المشاهد الشعور بالحنين إلى الماضي أو إلى مكان معين أو غير ذلك، وقد تكون ملونة بألوان زاهية لإحداث تأثير درامي معين أو مضيئة إضاءة ساطعة لإعطاء التأثير الحسي الشامل، تعد عنصرا مهما في خلق الذاكرة الرياضية للمجتمع(هل تذكر متى؟)وضمان جذب اهتمام الجمهور(هل رأيت ذلك؟)، وزيادة جاذبية الرياضة(يا له من لاعب!).

إن الشكل الأساسي للصورة الرياضية هي اللقطات التي تؤخذ أثناء اللعب والمباريات، وهنا يكون اللاعب في حالة حركة ولكن وسائل الإعلام تستطيع أن تلتقط هذه الحركة وتوقفها وتجمدها في صورة ثابتة (ديفيد روي، مرجع سبق ذكره،ص331 و337).

2-3-11- الأقسام والبرامج الرياضية في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع:

تعتبر الصحافة الرياضية من أكثر أنواع الصحافة المتخصصة تأثراً بالأوضاع الأمنية والأحوال غير المستقرة، نظرا لأن هذا النشاط يرتبط مباشرة بالحالة الأمنية، لأنه إعلام كماليات وليس إعلاما ضروريا.

والصفحات الرياضية في الدوريات اليومية والأسبوعية، تطورت مواضيعها والمساحة الورقية المخصصة لها، بحيث أصبحت(أقساما)خاصة لها محرروها و مندوبوها ورئيس تحريرها الخاص، وهي من أكثر الأقسام الصحفية جذبا للقراء والمستويات العمرية الشابة.

وبالنظر إلى الاهتمام المتنامي بالمادة الرياضية وأخبارها ونجومها، عملت وسائل الإعلام على مواكبة الأحداث والأنشطة الرياضية المحلية والدولية، وخصصت لها المساحة الورقية والزمنية المناسبة فظهرت الأقسام الرياضية في الإعلام المطبوع، والبرامج والتعليقات الرياضية في الإذاعة والتلفزيون وتطورت الاهتمامات أكثر مع اتساع الانجذاب إلى الرياضة وفنونها، فظهرت المجلات الرياضية العامة، والمجلات الرياضية المتخصصة بنوع معين من الرياضة، وعملت المؤسسات الاستثمارية من جهة أخرى إلى توظيف قدراتها في محطات تلفزيونية مخصصة للرياضة، فأنشأت محطات أرضية وقنوات بث فضائية لاقت قبولا وازدهارا واسعا، وقلصت المسافة بين المتابعين والنجوم، وعززت من نجومية الأبطال، والاهتمام بالدورات الرياضية، بحيث لم يعد البطل الرياضي بطلا محليا أو نجما قوميا، بل أصبح نجما عالميا ومعروفا من قبل ملايين الناس في العالم (جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره ،ص104).

2-3-12- ركائز الإعلام الرياضي:

حتى نتعرف على ركائز الإعلام الرياضي لا بد من الإشارة إلى مكوناته حتى يتسنى لنا التعرف على هذه الركائز في ضوء المكونات:

✓ **مكوناته:**

المكونات اللازمة للإعلام الرياضي في مختلف فنونه وأنواعه تتوزع على ثلاث عناصر هي:

- **وسيلة إعلامية** :تنشر، تنقل، تغطي، هي **الواسطة**.
- **حدث رياضي** :مادة صالحة للنشر والتغطية، هي **الموضوع**.
- **إعلامي رياضي** :ينقل، يحلل، يغطي، ينتقي، هو **الخبير المتخصص**.

ويتبين من هذه العناصر أنها تتطابق مع عناصر أي فن خبري، لكن الفرق يظهر في **التخصصية** التي تجعل من الإعلام الرياضي إعلاما متخصصا ينتجه إعلامي متخصص وفق شروط فنية وتعبيرية تناسب النشاط الرياضي، وتتلاءم مع ظروف حدوثه وتوقيته، ورغبات المتلقين ومتطلباتهم (جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره،ص95).

✓ **ركائزه:**

وتتحدث الركائز الرئيسية للإعلام الرياضي بفن التوجه إلى المستويات المتنوعة من المتلقين، والالتزام بتقنيات التعامل مع المادة الإعلامية الرياضية، كمادة متخصصة لها زبائنها(محترفون وهواة) وإعلاميها (مصورون ومحررون ومتخصصون.)

ومن أهم الركائز (الشروط)التي تطبع الإعلام الرياضي:

أ -الشغف بالرياضة:

الإعلامي الرياضي الناجح هو الذي يحب الرياضة أو يمارسها أو يتبعها كهاو، قبل أن يتخصص بالعمل في مجالها واكتساب مهاراته بالخبرة والتخصص والاطلاع والمتابعة، فليس من إعلامي رياضي ناجح خارج دائرة الاهتمام والهواية والاحتراف، والقاعد الرئيسية في إنجاح أي

نشاط أو عمل رياضي في إطار الإعلام هي(التأثيرية)التي تطبع الأسلوب التعبيري الرياضي، الذي يعمد إلى إشراك المتلقي بأجواء الأنشطة، ويستثيره للتفاعل مع معطيات المادة الإعلامية الرياضية وهذا ما يجعل المادة الإعلامية الرياضية أقرب إلى الذاتية منها إلى الموضوعية، في كثير من الفنون التي يكون فيها الإعلامي طرفا مؤيدا لفريق دون آخر، خصوصا في التغطية الميدانية الحية للأنشطة والمباريات، بخلاف التحليل الرياضي الذي يستوجب الموضوعية والحيادية ليقدم للجمهور الرياضي نقدا موضوعيا هدفه تقويم الفن الرياضي وتطوير أدائه.

ب –تقنية مخاطبة المستويات:

الإعلام الرياضي – من حيث هو إعلام متخصص– ينتجه متخصصون ويكون موجها إلى مهتمين ومتابعين والجمهور العريض الذي يتشكل من مستويات متنوعة من المتلقين، الأمر الذي يتطلب معرفة:

- **ماذا نكتب؟** المادة الإعلامية الرياضية.
- **كيف نكتب؟** الأسلوب التعبيري.
- **لمن نكتب؟** المستويات المختلفة للمتلقين (جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره،ص95).

وتتحدد تقنية التوجه إلى المستويات ومخاطبتها، بمعرفة إلى أي مستوى فن المتلقين نتوجه، وذلك من خلال التمييز بين المستويات التالية:

- **المحترفون:**

يتطلب المستوى الاحترافي أسلوبا رفيعا من المخاطبة والإعلام والتقويم النقدي، ومعرفة بأسلوب الفن الرياضي وتقنيات اللعبة، ودراسة السوق الرياضية مثل الموازنات المالية للأندية والاتحادات، وأثمان المحترفين، والمخصصات الحكومية لتشجيع الرياضة، وثمن انتقال اللاعبين إلى ناد آخر.

- **الهواة:**

ويشكلون الاتجاه الأوسع من متتبعي أخبار الرياضة والفرق والأبطال واللاعبين والناشئين ويرتكز الفن الإعلامي الرياضي هنا على أسلوب التفسير والتشجيع واعطاء النصح التقويمي، الذي يفيد منه الهواة واللاعبون، وتوفير مادة التربية على حب الفنون الرياضية وشروط اللعبة، وأساليبها ونجومها.

- **الناشئة:**

وهم الفئة الأكثر تطلبا للأسلوب التبسيطي والسردي، الذي يحاكي الناشئة كأصدقاء في الملعب، ويكون العمل على تنمية الحس الرياضي، وبناء الشخصية الرياضية عندهم، ومواكبة العملية الرياضية في البلد، عن طريق التعريف بشروط كل لعبة والتدريب على فنون التذوق الرياضي وأصول المواكبة والتشجيع.

- **المهتمون:**

وهي الفئة الناقدة التي تهتم بالحدث الرياضي أو بالفريق الذي تناصره، وتتطلب عملية إرضائهم تقديم عمليات مفصلة وواسعة عن أخبار ونشاطات كل فريق وكل لاعب وكل ناد (جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره ،ص97).

ج –تقنية المتابعة الإعلامية:

تتطلب عملية تقديم نص إعلامي رياضي ناجح– يستجيب لرغبات الهواة ومتطلبات المحترفين – معرفة واسعة بتقنية متابعة الأخبار ومواكبة أحداثها وملاحقة تطوراتها ونتائجها، فالإعلام الرياضي ليس مجرد مخبر بأنباء الرياضة، بل هو شخص متخصص وخبير ومتابع، وقادر أن يبدي رأيه التقويمي والنقدي وأن يقدم النصائح في هذا النطاق، وتشكل عملية المتابعة الإعلامية محور نجاح هذا النوع من الخدمات الصحافية والإعلامية الذي يحتاج– من خلال

تقديمه للنص الحيوي المتحرك – إلى استخدام استرجاعات واستعادات تذكيرية، تدل على حرفيته ومتابعته وخبرته ومسؤولية كل كلمة يقولها، إضافة إلى إعطاء معلومات وأرقام واحصائيات وأخبار صغيرة خاصة(انفراديات)، تضفي على الخطاب الإعلامي الرياضي صدقيته ونوعية تحريرية، أساسها حب الرياضة والتضلع في فنونها، وعيش مراحلها، لأن الإعلامي الرياضي لا يمكنه أن يقدم مادة ناجحة إن لم يعش الحالة الرياضية قبل أن يكتب عنها او يتكلم، بمعنى أنه يتابع كهاو ويكتب كمحترف فهو يعيش الحدث ويتفاعل معه ثم يكتبه.

وهذا ما يجعل منه ناقدا رياضيا ناجحا ومعلقا جيدا، يستجيب لرغبات الهواة ومتطلباتهم المعرفية، ويرضي المحترفين، ويشد انتباه الجمهور من أجل حسن المتابعة (جورج كلاس، ميشال سبع، مرجع سبق ذكره،ص98).

2-3-13- المنظومة الإعلامية الرياضية:

تشكل المنظومة الإعلامية الرياضية جزءا من المنظومة الإعلامية العامة، فهي فرعية متخصصة في موضوع (مجال معين)، وهو الرياضة أساسا، وتضم المنظومة الإعلامية الرياضية مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في مجال الرياضي (صحف، ومحطات إذاعية وتلفزيونية)، كما تضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها الصحف والمحلات المركزية والمحلية العامة في صفحاتها المتخصصة، وكذلك المواد التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفزة على شكل برامج دورية متخصصة، وتتوقف درجة تطور وتنوع الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة على درجة تطور البلد عموما، وعلى درجة تطور الاهتمام بالرياضة، وكذا مدى التطور في الإمكانات البشرية والمادية والمتخصصة للاستثمار، والعمل في مجال الرياضة، كما تتوقف على مستوى التطور الإعلامي العام في المجتمع.

- خصائص المنظومة الإعلامية الرياضية

للمنظومة الإعلامية الرياضية خصائص ذاتها التي تتمتع بها المنظومة الإعلامية العامة و هي التالية : (خضور أديب ،المرجع سبق ذكره، ص 82).

1- تنوع المقاييس والمعايير :

تضم المنظومة الإعلامية الرياضية وسائل إعلام متعددة وفقا لمعايير ومقاييس متعددة .

2- الوسيلة الإعلامية:

يؤكد علم الإعلام أن لكل وسيلة إعلامية (صحافة: إذاعة، تلفزيون) خصوصيتها التكنولوجية، تمارس تأثيرا قويا على محمل جوانب النشاط والإبداع الإعلامي في هذه الوسيلة فالصحافة المكتوبة تعتمد على تكنولوجية الطباعة (النص المكتوب)، الذي يقرأه القارئ المتعلم، في المكان الذي يريده، وفي الزمان الذي يقضيه، و بالطريقة التي يحبذها، هذه الميزة سمحت للصحافة المكتوبة أن تكون لها أكثر قدرة على معاملة الموضوعات الرياضية بطريقة أكثر شمولية وعمق وتفصيل من الإذاعة والتلفزيون، أما الإذاعة فتعتمد على حاسة الاستماع، حيث أن المقدرة على الفهم من خلال الاستماع، أقل منها عن طريق القراءة، كما أن الاستماع يتم في ظروف وأوقات وأمكنة محددة لا يمكن للمستمع أن يتحكم فيها، ومنه فلا يمكن للمستمع تركيز اهتمامه عندما يستمع، مثل ما يحدث عند القراءة، كما أنه لا يمكن له إعادة الاستماع، والتفكير والتحليل والتمحيص للمواد المقدمة، ومن جهة أخرى فإن الإذاعة تتمتع بالسرعة في تقديم احدث المواضيع والأحداث، وفي وقت قصير جدا بعد الحدث، أو في آن حدوثه، كما تتمتع الإذاعة بالسرعة في الوصول للجماهير، وفي جميع الأماكن و في آن واحد، أما التلفزيون فيمتلك خصائص الاستماع والسرعة، والتوجه إلى الجمهور الواسع والمتنوع، وفي مختلف المناطق، وفي وقت واحد، و بالإضافة إلى ذلك فهو يقدم الصورة والحركة مع الصوت، وعليه فله القدرة على التأثير، لأنه يمس أكثر من حامية لدى المتلقي، كما أنه يقدم المادة إلى المشاهد، و ينقله إلى مسرح الأحداث، فيشعره أنه

ليس بعيدا عن الحدث، بل يشارك فيه.

2-3-14- سلبيات الإعلام الرياضي:

جاء في محاضرة للدكتور عبد الرحمان حمود العناد ، رئيس قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة الملك سعود بعنوان : الإعلام الرياضي والتربية الوطنية .

الإعلام له دور تربوي مهم وله أثار ايجابية عديدة ويمكن أن يكون أحد المصادر التربية التي تعزز ما يتلقاه الفرد من تربية في منزله، وفي ميدان تعليمه أو في مضمار ممارسته لنشاطه يعزز ما يتلقاه الفرد خلال تدشينه وذلك عندما ينحرف عن دوره البنائي يفسد ما قد عمل من اجل الكثير في البيت، وفي ميدان تعليمه وناديه الذي يزاول منه نشاطه.ومن التأثيرات السلبية المحتملة للإعلام الرياضي عندما ينحرف عن مساره الطبيعي الآثار التالية :

- زعزعة بعض القيم الاجتماعية
- تعزيز التفاوت الاجتماعي والإقليمي.
- غرس روح الكراهية والعدوانية والتفكك بين قدرات الجماهير واللاعبين بل وكل منسوبي المجال الرياضي بمن فيهم المجال الإعلامي.
- المساعدة في فقدان الثقة باللوائح والأنظمة والمؤسسات الأهلية والرسمية . كما لابد لنا أن نشير إلى (سمات) سلبية للإعلام الرياضي التي تعتقد أنها تساعد في تحديد ماهيته وهي كما يلي:

*تمحور الإعلام الرياضي حول الأشخاص بدلا من المؤسسات والأحداث والقضايا الرياضية، والإعلام الرياضي عندما يتمركز حول الأشخاص يغفل الوظيفة الأساسية له وتزيد فرص تأثيره الآني الوقتي على حساب التأثير الايجابي طويل المدى.

*تحول وسائل الإعلام الرياضي إلى وسائل اتصال أفقي ونعني بالاتصال الأفقي هنا تبادل الرسائل

الاتصالية التي تبدو شخصية في وسائل الإعلام الجماهيرية وهي وسائل نلحظها على شكل انتقادات واتهامات أو عبرات شكر وتقدير وإعجاب فيما بين العاملين في المجال الرياضي والمصدر هذا النوع من الوسائل يمكن يكون إعلاميا يخاطب إعلاميا آخر أو مسؤولا أو لا لاعبا ويمكن أن يكون الإعلامي مجرد وسيط لتخاطب ثنائي بين العاملين في الوسط الرياضي من مسئولي الأندية و اللاعبين والمدربين والحكام ومسؤولي الجهات الرسمية أو الهيئات و غيرهم والمفترض أن وسائل الاتصال الجماهيرية وسائل اتصال رأسي بين المؤسسة الإعلامية والجماهير وهو اتصال بالاتجاهين يهدف إلى خدمة المتلقي والمصلحة العامة ولا يهتم بالأهداف الخاصة التي قد تنحرف به عن مساره الطبيعي

*التحيز : وهي سمة بقدر ما تثير من جدل لنفيها أو اثبتيها والتحيز يظهر في الإعلام الرياضي مباشرا أحيانا ، وغير مباشر في بعض الأحيان ومن أغراضه تضخيم الحقائق أو التقليل من شأنها وتشويه الحقائق و إغفالها أو تفسيرها تفسيرا غير موضوعي وليس من هذا دعوة للتجرد من الميول ولكنها دعوة لإبراز الميول بموضوعية دون المساس بالحقائق ودون الإساءة للآخرين مسئولين وكتابا ولاعبين وعاملين في المجال الرياضي وقبل ذلك و بعده دون الإساءة لقطاعات جماهيرية مهما كانت محدودة، كما أنها دعوة للوسائل الإعلامية لتحقيق عالية إعلامية، وذلك بإتاحة فرص متكافئة للوسائل الاتصالية ذوات الميول المتباينة . (عبد الرحمن حمود العناد(1991م) جامعة اليرموك، م7، العدد 4، 1411هـ ، قسم الاعلام في كلية الأدب بجامعة الملك سعود.)

خلاصة :

إن الإعلام الرياضي يحتل المكانة التي تحتلها الرياضة في المجتمع ، حيث يعد عنصرا هاما من العناصر الأساسية المكونة للمجتمع المعاصر ، كما أنه يلعب دورا أساسيا من خلال تغطيته للأحداث الرياضية في إعلام الجمهور بكل ما يدور من أحداث على المستويين المحلي و الدولي وتوعيته بالثقافة المرتبطة بمجال الرياضة ، لاعتماده على عدة نظريات يمكن من خلالها التأثير في القارئ ، ولكي يكون هذا الإعلام هادف يجب أن يحقق لجمهوره عدة متطلبات بتزويده بالأخبار الآنية و المعلومات و المعارف الرياضية و القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب الرياضية كما إن الإعلام الرياضي انعكاس دقيق على الحياة الرياضية، فالنظرة الأكثر شمولية وعمق لحياة الرياضية المستندة إلى معطيات العلم الرياضي في مجالاته المختلفة، وضعت الصحافة الرياضية أمام مسؤوليات جديدة.

ومن خلال دراسة الإبداع في الممارسة الرياضية وعبر الاستفادة من معطيات العلوم المختلفة، استطاع الباحثون صياغة نظريات علمية يستخدمها القائمون على الرياضة لإغماء الممارسة الرياضية جوانبها المختلفة.

وهكذا يتوفر لدينا تراث نظري غني من : علم النفس الرياضي، وعلم الاجتماع الرياضي، والطب الرياضي، وعلم الأخلاق الرياضي .... و .. الخ. (خضور اديب , 1994, ص 4.)و حتى يستطيع الصحفي الرياضي أن يقدم مادة إعلامية رياضية جيدة تستجيب لحاجة القاري أو المستمع او المشاهد المعاصر ، وللمتغيرات الحاصلة في الساحة الرياضية، لابد أن يمتلك فنا صحفيا متطورا، يقوم على أساس نظري متين، ويستخدم أساليب تطبيقية متطورة، من خلال ما جاء في هذا الفصل.

الفصل الثالث : المسار المهني

والتكوين الاعلامي

تمهيد:

تضع جامعات اليوم الكثير من التخصصات أمام الطالب الجامعي والذي يتوقف نجاحه على مدى اختياره التخصص المناسب وفق أسس سليمة تأخذ بعين الاعتبار قدراته واستعداداته، ميولاته، رغباته ونتائجه العلمية والتي تكون بمثابة حجر الأساس نحو تخطيط مساره المهني، وعلى ضوء ما سبق ولما لاختيار التخصص الجامعي وتحديد المسار المهني من أهمية بالغة في حياة الطالب سواء أثناء الدراسة أو ما بعدها، وما قد يتبع هذا الإختيار من احتمالات النجاح أو الفشل قدف هذه الدراسة إلى إبراز تأثير محددات اختيار التخصص الجامعي على المسار المهني لدى الطلبة.

كما تعد عملية تكوين إعلامي أو صحفي سواء رياضي أو غير ذلك من بين أهم المهام الأساسية للمعاهد والجامعات ومراكز التكوين في مجال الإعلام والاتصال ، فمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة واحد من تلك المعاهد التي تتضمن في هيكلها التنظيمي والبيداغوجي فرع الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري هذا الأخير الذي يعمل جاهدا لإعداد إعلامي صحفي رياضي ناجح يحمل زادا معرفيا ورصيدا فكريا يؤهله لممارسة مهنة الإعلامي أو الصحفي الرياضي بكل ثقة وتمكن مما قد يسمح له بإضافة المزيد لأي مؤسسة إعلامية يكون عضوا فيها بأي شكل كان في مجاله، كما ان لها علاقة بمساره المهني الذي هو بصدد تحفيزه وتطويره من اجل ان يبني حياته عليها .

التكوين الاعلامي :

3-1 – نشأة التكوين الجامعي الاعلامي:

1 – في العالم:

يعتبر " روبرت لي" Robert – Lee أول من اقترح تكوين جامعي يخص الإعلاميين في سنة 1869 حيث كان رئيس جامعة واشنطن " Washinton College" .

(E – Erney; 1970 ; P377 – 378).

، وفي سنة 1873 بدأت جامعة كانساس Kansan state College في تنظيم دروس في الطباعة، كما تم ضبط أول برنامج دراسي في ميدان الإعلام بجامعة بنسلفانيا سنة 1901 فكانت محتويات المواد في إطار هذه البرامج ذات طبيعة معينة تتركز أساسا على التقنيات الخاصة بممارسة حرية الصحافة ولقد مر تطور التكوين الجامعي الإعلامي بعدة مراحل هي:

1-1- مرحلة أو فترة العشرينيات:

في هذه الفترة تضاءل التركيز على الأسس الخاصة بالتقنيات المهنية لعدة عوامل منها اكتشاف مدى الارتباط بالإعلام كتخصص في طور النشاط والعلوم الاجتماعية الأخرى التي تشكل المحيط الثقافي والاكاديمي لمثل هذا التخصص.

1 – 2- فترة الثلاثينيات:

في هذه الفترة أصبحت محتويات المواد تضمن وحدات مثل تاريخ أخلاقيات الصحافة مؤسسة اجتماعية تأويل الأحداث الجارية والرأي العام (E – Erney; 1970;P378) مما اكتسب علم الإعلام من المصداقية والاحترام كفرع له مكانته ضمن الفروع المعرفية ،ولقد تطورت البرامج الإعلامية

وأصبحت تظم ميادين مثل الإدارة الصحفية ،الإشهار ، الصورة والتصوير والمجالات المتخصصة الأخرى ، كما اتسع مجال البرامج الإعلامية في الكم والكيف مما أدى إلى تأسيس برامج ما بعد التدرج تتجه نحو البحث العلمي ونقد الظاهرة الإعلامية وآثارها في المجتمع المعاصر.

في سنة 1995 قامت بجامعة تولومبا بتوفير برنامج إعلامي يخص مرحلة ما بعد التدرج "ماجستير "ولقد كان تأسيس أول برنامج في الإعلام على مستوى الدكتوراه في جامعة ميسوري .

مثل جامعة لووا lowa سنة 1994، التي نظمت برامج تخص الدكتوراه ، حيث كانت هذه البرامج مرتبطة بالفروع المعرفية الأخرى كعلم النفس ، علم الاجتماع سواء في مناهج هذه الفروع أو الفروع النظرية والفلسفية إن تصفح إحدى هذه البرامج المتخصصة في الإعلام والصادرة في تلك الفترة سنة 1946 تدلنا على أهم المحاور التي كانت محل الاهتمام آنذاك :

مفاهيم الرأي	Concept of public opinion
الداعية	Propaganda
حرية الصحافة بأمريكا	Freedoin of the press in u s a
الصحافة كمؤسسة في المجتمع	The press institution of society
ما تقدمه الصحافة للرأي العام	What the press feeds the peb
كيف ولماذا تحذف الأخبار	supperssed
الإشهار والقارئ	Advertising and the reader
العناوين ، الإخراج والبيانات	Headlines make-up illustations
تنظيمات الصحف	Nes paper syndicares
كيف تنظر الصحافة للحكومة	How the press sCcs goverrietient
الصحافة والقضايا الدولية	The press and international affairs

الصحافة وتطبيق القانون The press and low breaking

الصحافة وخرق القانون Intlaence of the editional page

كيف يرتحل العمال في الصحافة How labor fares in the press

حيث يتضح من خلال هذه المحاور أن الانشغالات التي واكبت التكوين الجامعي الإعلامي في الأربعينيات مازالت معظمها قائمة رغم التباين في الزمان والمكان ، ولا شك في أن دراسة هذه المعالم التاريخية يمكننا من الاستفادة من هذا التراكم وتجنب تكرار الأخطاء التي واكبها تطور الإعلام والتكوين والأداء.

1 – 3 – فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية:

في هذه الفترة بدأ علم الإعلام يتأصل كعلم قائم بذاته في أمريكا ثم أوروبا في مرحلة لاحقة، وتمت المدارس الإعلامية بشكل معتبر و مجال التدريس الإعلامي إلى ميادين أنتجها التطور التكنولوجي والاجتماعي خاصة مع ظهور التلفزة والوسائل الحديثة الأخرى. ولقد ارتفع عدد الأساتذة الحاملين لشهادة الدكتوراه في الإعلام بأمريكا إلى 25 أستاذا سنة 1969م، وتتعدد المؤسسات التعليمية المكلفة بالتكوين الجامعي الإعلامي في أمريكا وقد جاء في مجلة الدارس الإعلامي التي أحصت المدارس الجامعية القائمة بالتكوين الإعلامي في أمريكا حتى سنة 1979 أن عدد هذه المدارس يصل إلى 247 مدرسة منها ما تحتوي على قسم الماجستير ومنها كذلك 21 مدرسة تحتوي على قسم دكتوراه أما التكوين الإعلامي بفرنسا فإنه يتم في إطار مؤسسات خاصة أو عامة حيث تظم هذه الأخيرة بعض المعاهد مثل المعهد الفرنسي للصحافة بباريس.

1–4– في الوطن العربي:

اعتبرت الطباعة والصحافة في الوطن العربي فن وصنعة تمارس حيث الرغبة والمهارات الفنية، ولم

تجد طريقها إلى الجامعات العلمية العربية لعدة أسباب أهمها الوجود الاستعماري الذي كبح فيه التنمية والتقدم وتباطؤ الصحف ووسائل الإعلام الأخرى والتي تنير أصل هذا العلم وهدفه وفي خضم التطور الذي عرفته البلدان العربية بعد ما نالت استقلالها أصبحت تنتج الأخبار والإعلانات والإعلام بكل أنواعه الثقافي ، السياسي، الاجتماعي، .... الخ، كان من الواجب والضروري على تلك البلدان المبادرة في إنشاء مدارس ومعاهد وكليات تحمل على عاتقها مسؤولية إعداد الإطارات البشرية التي تسير تلك المصانع تسييرا حسنا ، هذا الإعداد يسمح بتلبية حاجات الأجهزة الإعلامية العربية من إذاعة وتلفزيونية وصحف ووكالات أنباء و غيرها لذلك فقد بدأ التفكير في تقنين علم الإعلام وتدريسه أكاديميا في الثلاثينيات من القرن العشرين ، اذ أصبح قائما بذاته حيث وضعت الأسس الأولى لهذه المرحلة العلمية سنة 1935م في الجامعة الأمريكية تليها جامعة القاهرة سنتي: 1940، 1939 ، ثم سنة 1956 الجامعة التونسية ثم جامعتي الجزائر العاصمة بغداد في 1994 والجامعة اللبنانية سنة 1976، وتلتها جامعات أخرى في الوطن العربي. وما أن جاءت سنة (1980-1981) حتى عمت دراسة الإعلام في الجامعات العربية، حيث وصل عدد الوحدات الأكاديمية التي تدرس الإعلام سبعة عشر وحدة (الحسن بوعبد الله، 1996، ص10-11) ، فعملية التكوين الجامعي الإعلامي تكتسي أهمية بالغة سواء للعاملين بالصحافة المكتوبة أو الإذاعة أو التلفزة وقد تأسست من أجل ذلك مؤسسات ومدارس للتكوين الإعلامي تقوم بتزويد طلبتها بالطرق والكيفيات التي تضبط عملهم المتصل بتحرير الأخبار في شكل برقيات وكالات الأنباء وأخبار مذاعة وتعزيز إلمامهم بأصول ومبادئ الكتابة الصحفية وفق سياق نظري- تطبيقي - يحتاجونه يوميا في حياتهم المهنية (نور الدين بابيل ، 2002، ص 03).

إلا أن المؤسسة التي تنتج ذلك الصحفي الذي يقف بالمشروع الإعلامي في الواجهة هي محل انتقاد لاذع من قبل الملاحظين الذين يتابعون عمل تلك المؤسسات فغالبا ما يذهب رؤساء المؤسسات الإعلامية إلى القول أن الجامعة كمؤسسة تصدر تلك الصحف بسلبية برنامجها هي التسبب في التردي (إسماعيل

معراف قاليا، 1999، ص 95).

1 – 5 – في الجزائر:

مر التكوين الجامعي الإعلامي بالجزائر عبر مرحلتين أساسيتين كل مرحلة لديها خصوصياتها نذكرهما فيما يلي:

1 – 5 – 1 – مرحلة ما قبل الاستقلال:

يمكن القول أن التكوين الجامعي الإعلامي غير الرسمي في الجزائر يعود إلى المراحل الأولى من ظهور المعمرين الفرنسيين ثم الأهالي المسلمين فيما بعده، وقد وجدت في تلك الفترة أربعة أنواع من الصحافة: الصحافة الاستعمارية، الصحافة الحكومية، الصحافة الفرنسية التحريرية الصحافة الأهلية (زهير أحدادن ، 2007 ، ص 09) .

كما شهدت فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى ظهور الصحافة الوطنية بعد 1930، لكن هذه التجربة لم تخلق نمطا صحفيا جزائريا خاصا.

1– 5 –2 – مرحلة ما بعد الاستقلال:

يمكن القول أن التكوين الجامعي الإعلامي الرسمي أنطلق بعد الاستقلال 1964 دون رصيد معرفي إعلامي تاريخي معين ، ودون تقييم للمسيرة الصحفية الجزائرية في التاريخ ، وهو الأمر الذي أثر بشكل واضح على عملية التكوين الجامعي الإعلامي التي تمتد إلى الوقت الحاضر.

لقد تأسست المدرسة الوطنية العليا للصحافة تحت إشراف وزارة الإعلام سنة 1964 وذلك بعد الاستقلال مباشرة حيث كانت البداية متواضعة وعدد الطلبة محدود، والدراسة بلغتين قسم اللغة العربية وأخرى الفرنسية (عزي عبد الرحمان، 2013، ص 09 و15).

وتدوم ثلاث سنوات لكي يتحصل الطالب إثرها على شهادة في علوم الصحافة ولم يتم الاعتراف بهذه

الشهادة إداريا إلا بعد أن أصبحت المدرسة تحت إشراف وزارة التعليم العالي، وقد ظلت المدرسة تشتكي منذ نشأها من قلة الإطارات وكذا الإمكانيات المادية حيث كان مقرها منزويا وسط حي شعبي بشارع " جاك كاريني " حتى سنة 1977 ، كما أن المدرسة لم تكن جد معروفة آنذاك حتى لدى الأوساط الجامعية إن الانطلاقة الجادة في عملية التكوين الإعلامي يستقطب اهتمام الطلبة في تلك المشاريع التنموية يبرز بصفة جليلة آنذاك ، وأضحى التكوين الإعلامي يستقطب اهتمام الطلبة في تلك الفترة ، وكانت المواد المدرسة منوعة وتعكس الخطاب الذي كان سائدا في السبعينيات مثل الاقتصاد الاشتراكي ، المؤسسات الدستورية في الجزائر ، النظام السياسي الجزائري، الإمبريالية ..... إلخ، كما شهدت هذه الفترة نموا معتبرا في هيئة التدريس التي كانت متعددة الأوطان ، وذات كفاءات معتبرة.

وقد تم في سنة 1976 إدماج المدرسة مع معهد الدراسات السياسية تحت اسم معهد العلوم السياسية والإعلامية وهو الشيء الذي أفقد فرع الإعلام طابعه المتميز، وأضحى البرنامج الذي يتكفل بالتكوين الإعلامي يحمل طابع التكوين السياسي حيث سوء وحدات العلوم السياسية وأصبحت الدراسة تدوم 04 سنوات واستمر الوضع على هذا الحال إلى سنة 1982 إذ تم الفصل المعهدين وأصبح المعهد المكلف بالتكوين الإعلامي " معهد علوم والاتصال" الكائن منذ 1977 بحي ابن عكنون على مشارف الجزائر العاصمة.

مثلت بداية الثمانينات مرحلة تميزت بهيئة التدريس (عزي عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره ، ص 16). وذلك بعد عودة اعداد معتبرة من الذين أنهوا دراستهم في الخارج ومن ضمن حوالي 60 أستاذا بالمعهد الحالي هناك فقط 03 متعاونين حتى سنة 1990. ولعل ما سبق ذكره يجرنا الحديث عن المتغيرات التي أثرت فيما يسمى بالإطار المكون في ميدان الإعلام نذكرها في النقاط التالية :

- ضعف الهيئة التدريسية من حيث أنها لا تستفيد من فترات التكوين أو التربص بالخارج وعدم وجود تكامل وسط هذه الهيئة بين من هو متخصص في الإعلام ومن هو متخصص في علوم اجتماعية

أخرى، إضافة إلى عدم مساهمة من تكونوا بالخارج في إثراء عملية التكوين الجامعي الإعلامي في بلادهم ، إذ لم تشهد أية عملية ترجمة البعض المراجع في اللغة العربية من طرف هؤلاء ، وكذا عدم تنظيم ملتقيات وطنية أو دولية تثري الجانب العلمي والمعرفي في مجال التكوين الجامعي الإعلامي .

- كما حدث في كثير من الأحيان تنافر بين من درسوا في أمريكا وانجلترا فكل يسعى إلى تطويع البرنامج على حساب ايديولوجيته الخاصة دونما اهتمام إذا كان ذلك يؤثر على الطالب كما نجد فريق منهم يركز على الأطر النظرية في التكوين وفريق آخر يهتم بالجانب التقني والميداني دون أن يكون هناك انسجام بينهما في أي حال من الأحوال.

-إضافة إلى ذلك فإن مواد الثقافة العامة التي تدرس في عامين الجذع المشترك ليست لها صلة بمجالات التخصص وقد لا تتأكد ضرورتها في الميدان العلمي كما أن معظمها يدور في فلك الأطر المرجعية الغربية بعيدا عن الفكر العربي الإسلامي سيادة الوحدات ذات الطبيعة النظرية وضالة الوحدات التطبيقية في البرنامج المدرس إضافة إلى ابتعاد أغلبية الهيئة التدريسية عن العمل الصحفي يؤثر سلبا على عطائها وإمكانية إفادتها للطلبة الدارسين للإعلام في مجال الممارسات الصحفية عدم وجود تنسيق بين معهد الإعلام والاتصال والمؤسسات الإعلامية في شأن التشغيل تجلى تأثيره بطريقة سلبية في عدم استفادة المعهد من الإطارات المتخرجة التي اكتسبت خبرة في ميدان العمل الصحفي ، كما أن هذه المؤسسات الإعلامية بالمقابل تقوم بتشغيل خريجي معاهد أخرى على حساب أصحاب الاختصاص (عزي عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره ، ص 19-24.)

3 – 2 – معاهد ومؤسسات التكوين الأكاديمي الإعلامي:

1- في العالم:

يحتوي العالم اليوم على كم هائل من معاهد ومؤسسات التكوين الإعلامي و تتصدرها بلا شك الولايات

المتحدة المريكية بدون منازع وفيما يلي سنذكر بعض المعاهد:

- معهد الثقافة والاتصال : The institute of culture and communication الذي يتواجد في هاواي بالولايات المتحدة الأمريكية.

- في ريستون بالو.م.أ: international journalists training cause

- في تشيكوسلوفاكيا international organisation of journalists

- في الهند (ألبرت هستر ، 1992، ص 202-203) .The indian institue of mass communication

أما في فرنسا فإن التكوين الجامعي الإعلامي بها في إطار مؤسسات خاصة أو عامة تتمثل فيما يلي:

• المعهد العالي للصحافة 1'école supérieur de journalisme والذي يتواجد بمدينة Lile

• مركز تكوين وتأهيل الصحفيين:" centre de formation et de perfectionnement des journalistes الذي يتواجد بباريس (عزي عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 12.).

• المعهد الفرنسي للصحافة institue francaise de presse الذي يتواجد بباريس.

ويعتبر أهم معهد في العالم يقوم بتكوين الصحفيين هو "معهد الصحافة الدولي" منذ سنة 1950 في مدينة كولومبيا الأمريكية بعد اجتماع ضم حوالي 34 محررا وناشرا يمثلون 15 دولة اجتمعت لجنة المعهد المكونة من ستة أعضاء 06 أشهر من الاجتماع الأول برئاسة "lester marmal" مندوب صحيفة نيويورك تايمز في باريس لكتابة المعهد الدولي للصحافة وكانت كل مؤسسة "روكفلر وكارينجي " للسلام قد منحا المعهد في هذه الأثناء 35000 دولارا.

هذا وقد تضمنت مقدمة دستور المعهد أهدافه وأغراضه كان من أهمها:

1- متابعة حرية الصحافة وحمايتها .

2- الوصول إلى تفاهم بين الصحفيين وبالتالي بين الشعوب.

3- تشجيع التبادل الحر للمعلومات الدقيقة والمتوازية بين الأمم.

4- تحسين الممارسات والخبرات الصحفية.

وقد اقتصرت عضوية المعهد طبقا للائحته م1952 على ممثلي ناشري الصحف والأعضاء المسؤولين في الصحف، وينتخب أعضاء المعهد بواسطة المجلس التنفيذي المكون من 15 عضوا الذين يختارون بواسطة الجمعية العامة أعضاء هيئة التدريس بكليات الصحافة والكتابة الخارجية (أحمد بدر،1998، ص 160).

بالنسبة لمعهد الصحافة الدولي " تكمن المشكلة في أن على المعهد من جهة الكشف عن الضغوط التي تتعرض لها حرية الصحافة في الدول الشيوعية التي تقفل موقف العداء الطبيعي الديمقراطية الغربية ومن جهة أخرى عليه، أن يقيم نظر الصحافة في دول مثل: اليونان، وإسبانيا ، جنوب افريقيا البرازيل ، الأرجنتين والفلبين وهي الدول التي تربط ارتباطا وثيقا باقتصاديات الغرب وسياسته العسكرية

أن هذا المعهد هو واحد من بين المعاهد القليلة التي تحاول تجميع المواد عن العلاقات الصحفية الدولية ،

وبذلك تجعل من المستطاع القيام بدراسة مقارنة لنظم الصحافة القومية، المختلفة ، إذ لا تتوفر لدى المؤسسات الخاصة أو الجامعية حتى الآن الوسائل التي تجري بها مثل هذا البحث بقدر كبير من الكفاءة ترجع الثقة في معهد الصحافة الغربية وقد بلغ عدد أعضاء المعهد 1600 عضوا من 60 دولة عام 1970 والأعضاء يدفعون اشتراكا، تساعد الاجتماعات التي يقوم بها المعهد على النظر إلى عالم الصحافة المعاصرة بنظرة واقعية وإلى الاقتناع بأن المعهد لا يستطيع أن يؤثر على الدول الغير الأعضاء فيه بالنسبة لتطوير حرية الصحافة في هذه الدول إلى أن هذا التأثير تقوم به المعتقدات المعنوية والأخلاقية للمعهد في حين أنه من المحتمل أنه لا يتجه معهد الصحافة الدولي إلى ميادين جديدة في نشاطاته ذلك لأن حرية الصحافة ستظل مشكلته الدائمة عن تعليم الصحافة و إرساء قواعد

أخلاقياتها (أحمد بدر، المرجع سبق ذكره، ص 161-165.).

2- في الوطن العربي:

إن الرغبة في دفع التعاون الإعلامي العربي لم تقتصر على الصحافة المكتوبة والتلفزة والإذاعات بل تجاوزها إلى معاهد التكوين، وقد أسست إثر الاستقلال معاهد وأقسام إعلامية بالجامعات في الدول العربية وذلك قصد ايجاد أسس وركائز علمية يكتسبها الصحفيون العرب قصد الوصول إلى أحسن المستويات في التكوين الصحفي (محمد نصر مهنا ، 1997، ص 92) ويمكن استعراض تاريخ تأسيس الوحدات الأكاديمية الإعلامية في الشرق العربي وشمال افريقيا منذ سنة 1995 حتى عام 1981 فيما يلي:

- **الجامعة الأمريكية بالقاهرة:**

في سنة 1935 وبمبادرة من الجامعة الأمريكية بالقاهرة، ثم سنة 1974 عقدت دورة تدريبية للصحفيين وبدراسات ميدانية، انتهى الأمر إلى إنشاء هذا القسم سنة 1976 يقبل فيه الطلاب الحاصلون على الثانوية العامة تدوم الدراسة فيه أربع سنوات يمنح فيها الطالب أيضا شهادة الليسانس.

- التكوين الجامعي الإعلامي

- **جامعة الأزهر الشريف:**

أنشئ قسم الصحافة والإعلام في جامعة الأزهر الشريف سنة 1975 حيث يهدف إلى تحقيق فكرة الدعوة الإسلامية من خلال الوسائل الإعلامية الحديثة وتدوم الدراسة فيه خمس سنوات بعدها يمنح الطالب شهادة الليسانس الأزهرية

- **جامعة معهد بن سعود الإسلامية في الرياض:**

أنشئت هذه الجامعة " معهد أعلى للدعوة الإسلامية سنة 1976 وهو معهد يشكل أول تجربة لدراسة الإعلام الإسلامي في مؤسسة علمية وبما أنه معهد متخصص في الإعلام والدعوة الإسلامية فإن شروط

الالتحاق ومواد التدريس تختلف عن المعهد والأقسام السابقة الذكر .

• جامعة أسيوط:

أنشيء قسم الصحافة" في جامعة أسيوط تابعا لكلية الأدب سنة 1976 أنشئ هذا القسم لطلاب جنوب مصر الراغبين في امتحان الإعلام والصحافة أن يزاولوا تعليمهم الإعلامي الأكاديمي دون التنقل مئات الكيلومترات الحفيين وتطوير وسائل الإعلام ولم يلبث أن تغير اسم المعهد إلى معهد الإعلام واستمر هكذا إلى عام 1975 حيث استقر ككلية للإعلام والتوثيق ، وتقبل هذه المؤسسة طلاب من خريجي الثانوية وتدوم الدراسة فيها أربع سنوات.

• جامعة بغداد:

بادرت جامعة بغداد سنة 1964 إلى إنشاء " قسم الصحافة " بكلية الأدب وبعد مدة غير الاسم إلى قسم الإعلام وقد أدخل في مواد التدريس المقررة فيه مادة الربط بين الإعلام والتنمية وتستغرق الدراسية فيه عدة سنوات يمنح الطالب فيها شهادة ليسانس في نهايتها.

•جامعة الجزائر :

تعتبر جامعة الجزائر أول الجامعات التي فتحا أبوابها لعلم الإعلام إذ يعتبر قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر الذي أنشئ بموجب القرار الوزاري المؤرخ في 06 جويلية 1983 امتداد " للمدرسة الوطنية العليا للصحافة" التي تأسست بموجب المرسوم رقم 64 /356 الصادرة في ديسمبر 1964، وكانت هذه المدرسة تمنح ديبلوم الصحافة يعادل الليسانس بعد نهاية الدراسة الشاقة التي كانت تدوم ثلاث سنوات مثلها الكليات الأخرى فيما بعد وبموجب القرار الصادر عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في 18 نوفمبر 1976 تم دمج المدرسة العليا للصحافة مع معهد العلوم السياسة ليتشكلا معا معهد السياسة والأخبار". هذا المعهد تدوم فترة الدراسة فيه أربع سنوات في السنتين الأوليتين تكون فيه الدراسة عامة ثم يتخصص طلاب الصحافة والإعلام إلى الدراسات الإعلامية والصحف، ويتجه طلاب

السياسة والعلاقات العامة إلى الدراسات السياسية يستقبل قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر الطلبة المتحصلين بتفوق على شهادة البكالوريا من الشعب التالية: آداب ولغات أجنبية، آداب و علوم إسلامية ، علوم الطبيعة والحياة، علوم دقيقة تسيير واقتصاد، تقنية المحاسبة من كل جهات الوطن تقريبا.

يحضر الطلبة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال ويكون أساسا صحفيين حسب التخصصات التالية: صحافة : صحافة مكتوبة ، السمعي البصري ، الاتصال والعلاقات العامة سبر الآراء حيث تستغرق الدراسة فيه 04 سنوات ويمتد الجذع المشترك منها على سنتين يوجه الطالب بعدها إلى إحدى التخصصات المذكورة سابقا ويشتغل حاملو ليسانس في علوم الإعلام والاتصال بالمؤسسات الإعلامية من إذاعة تلفزة ، صحافة مكتوبة وكالة الأنباء المؤسسات الإعلامية التابعة للمنظمات الجماهيرية وكذا مكاتب الإعلام التابعة للمؤسسات والدواوين ومختلف أجهزة الدولة.

يحضر المعهد حاملي شهادة الليسانس للحصول على شهادة الماجستير كما يمكن لحاملي هذه الشهادة الأخيرة أو شهادة معادلة تحضير دكتوراه الدولة، ويشتغل حاملو الشهادتين بالقطاعات السابقة الذكر مع إمكانية التدريس بالجامعة (دليل جامعة الجزائر، ب س ن، ص 66).

- **معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة:**

أنشئ معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 38 10 المؤرخ في 09 صفر 1431 الموافق ل 25 يناير سنة 2010 المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 274 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1422 الموافق ل 18 سبتمبر 2001 المتضمن إنشاء المسيلة ولاسيما المادة الأولى منه التي تحدد عدد الكليات و المعاهد التي تتكون منها جامعة المسيلة واختصاصاتها.

وقد تم إنشاؤه في إطار ترقية قسم الإدارة و التسيير الرياضي طبقا للمرسوم الوزاري المقرر 2003 / 03 / 03 معهد متخصص لدى الجامعة خصوصا بعد فتح فروع وتخصصات جديدة في نظام

ل م د

*** الأقسام التابعة للمعهد:**

نشأ لدى معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة المسيلة – الأقسام التالية:

– قسم الإدارة و التسيير الرياضي.

– قسم النشاط الرياضي المكيف.

– قسم التدريب الرياضي.

– قسم التربية البدنية .

– فرع الإعلام والاتصال الرياضي تابع لقسم الإدارة والتسيير الرياضي.

*** الهياكل البيداغوجية:**

يحتوي المعهد على الهياكل البيداغوجية : – المدرجات (10)– قاعة الندوات – ملعب جامعي (03)مركب

رياضي (04) – قاعات الأعمال الموجهة (20 قاعة) – قاعة الإشراف التربوي (02).

أما بالنسبة إلى المصالح المشتركة : – مكتبة – قاعة السحب – مخزن – المكاتب الإدارية (24)

الهيكل التنظيمي للمعهد :

الشكل رقم 01: يوضح الهيكل التنظيمي لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة .

3 – 1– 3 – برامج ومواد الدراسة في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة : الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري :

الجدول رقم 01: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.

الجدول رقم 02: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.

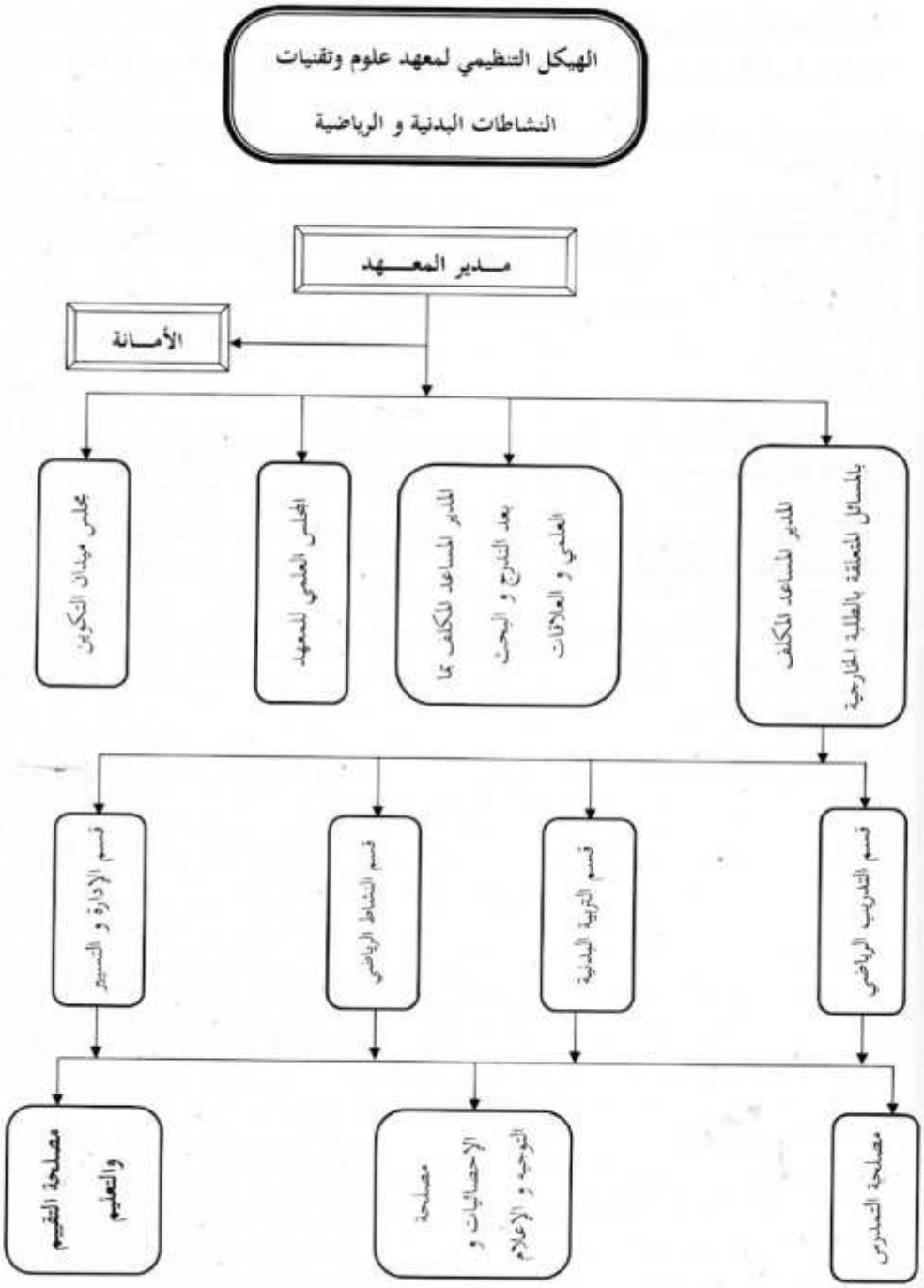
الجدول رقم 03: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الاول، ماستر 01

الجدول رقم 04: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثاني، ماستر 01

الجدول رقم 05: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، ماستر 02.

الجدول رقم 06: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، ماستر 02.

الهيكل التنظيمي للمعهد:



الشكل رقم 01: يوضح الهيكل التنظيمي لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

3- برامج ومواد الدراسة في معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة المسيلة-:

الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري

الجدول رقم 01: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.

وحدة التعليم
وحدات التعليم الأساسية
رياضة فردية .
رياضة جماعية
رياضة اختيارية
مبادئ أولية في القانون
وحدات التعليم المنهجية
إحصاء وصفي
وحدات التعليم الاستكشافية
مدخل في علوم التسيير
تنظيمات رياضية
علم الاجتماع الرياضي

الجدول رقم 02: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، شعبة الادارة والتسيير الرياضي.

وحدة التعليم
وحدات التعليم الأساسية
رياضة فردية .
رياضة جماعية
رياضة اختيارية
البداغوجية التطبيقية
وحدات التعليم المنهجية
إحصاء تطبيقي في ت.ب.ر
وحدات التعليم الاستكشافية
تدارة المنضمات الرياضية
القنون التجاري
منهجية البحث

الجدول رقم 03: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الاول، ماستر 01

Semestre01	
نظريات الإعلام والاتصال Theques de l'information et télécommunication	1UE Fondament ale Crédits .18 Coeff.06
مؤسسات الإعلام الرياضي Institution de l'information sportive	
الإشهار الرياضي Sport publicité	
التنظيمات الرياضية Organisation sportive	1UE Découverte Crédits .18 Coeff.06
علم الإجتماع الرياضي Sociologie du sport	
تكنولوجيا المعلومات Technologie de l'information	
لغة أجنبية Langue étrangere1	1UET Transversale Crédits .18 Coeff.06
إحصاء استدلالي Statistiques constructive	

02Semestre	
اخلاقيات الاعلام والاتصال في المجال الرياضي L'éthique de l'information	1UE Fondament ale Crédits .18 Coeff.06
تقنيات وفنيات التحرير الصحفي Techniques de la réduction	
مصادر التغطية الصحفية	

الجدول رقم 04: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثاني، ماستر 01

Sources de la presse technique	
التشرعات الرياضية Législation sportive	1UE Découverte Crédits .18 Coeff.06
Semestre03	
تقنيات البحث العلمي Métrologie de la recherche scientifique	
SPSS	
لغة اجنبية Langue étrangère	1UET Transversale Crédits .18 Coeff.06
اعلام الي Informatique	

الجدول رقم 05: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الثالث، ماستر 02.

1UE Fondamentale	دراسة الجمهور النفسية والاجتماعية Etude psychologie et sociale de droit public
	فنون إعداد البرامج الرياضية
Crédits .18	Semestre04 Arts preparation de programme sportif
Coeff.06	الرأي العام وتطبيقاته في المجال الرياضي <Opinion publique dans le domaine sportif
1UE Découverte Crédits .18 Coeff.06	إدارة الأحداث الرياضية Administration des événements sportif
	عولمة الإذاعة والتلفزيون Mondialisation de la télévision et de radio
	الميداني التربص Stage pratique
1UET Transversale Crédits .18 Coeff.06	مصطلحات ومفاهيم Termes et concepts

الجدول رقم 06: يوضح برامج ومواد الدراسة للسداسي الرابع، ماستر 02.

الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية Systeme radio television	1UE Fondament ale Crédits .18 Coeff.06
التقديم والتعليق الرياضي Prestation et commentaire sportif	
مشروع التخرج Projet de fin d'étude	
إدارة الأزمات الرياضية Administration des crise sportive	1UE Découverte Crédits .18 Coeff.06
الإحتراف الرياضي Professionnalisme sportif	1UET Transversale Crédits .18 Coeff.06

أي أن عملية التكوين الإعلامي تتمثل في مجموعة من العناصر و هي المناهج ، الأساتذة، الطلاب ،

3 –1– 4 – ازمة التكوين في المعاهد الاعلامية .

أي أن عملية التكوين الإعلامي تتمثل في مجموعة من العناصر وهي المناهج ، الأساتذة، الطلاب ، الكتب ، والإمكانيات التدريبية ولا شك أن أي مؤسسة إعلامية تعليمية وتدريبية تقوم على بناء إدراك الضرورة و دورها في المجتمع، والحاجة الماسة إلى خرجيها، لذا من المتوقع أن يكون هدف المؤسسات تخريج كوادر قادرة على العمل في مواقعها المتخصصة بكفاءة واقتدار ، لكن لماذا تحجم المؤسسات الإعلامية من استيعاب الخريجين؟

أن أول الأمور التي يجب بحثها هو إلى أي مدى يمكن لعناصر تكوين الخريج الإعلامي أن تؤهله لاقتحام مجال الإعلام بثقة وكفاءة تجذب مؤسسات التشغيل لتوظيفهم فيها.

4–1– المناهج: تكاد تلتقي كليات الإعلام وأقسامه ومعاهده في الإطار العام للمناهج، وتفصيلاتها إلى حد ما، وإن اختلفت المصطلحات فالمواد التي يتم تدريسها تنقسم إلى عدة مجموعات:

1– مواد عامة: تهدف إلى التكوين الثقافي العام من لغة وسياسة ، اقتصاد...

2– مواد نظرية: في مجال الاتصال مثل نظريات الإعلام الدعاية والرأي العام ، الإعلام والتنمية، تاريخ الصحافة ، قانون الصحافة والإعلام.

3– مواد تخصصه: في مجال الصحافة، الإذاعة، التلفزة، العلاقات العامة والإعلان، الإخراج، تصميم الحملات...

4– مواد تطبيقية: مثل المواد المرتبطة بالتحرير الصحفي أو الكتابة للإذاعة أو التلفزة أو مناهج البحث.

5– مواد علمية: مثل الإخراج الإذاعي في الإلقاء، التدريب العملي للإذاعة والتلفزة ، التصوير التلفزيوني (صالح أبو اصبع، مرجع سبق ذكره، ص 371.).

أن استعراض المواد التي يدرسها الطلبة في كليات الإعلام وأقسامه تكفي لأن تعطي أي مقيم لها انطباعا بأنها كافية لأن تخرج إعلاميين قادرين على ممارسة المهنة ، ولكن لا يكفي وصف المناهج لكي يعد

الطالب إعدادا جيدا ، إضافة إلى خضوع برامج التدريس بهذه المؤسسات الإعلامية الخاصة بالتكوين المؤثرات الغربية، وتعتبر المدرسة الأمريكية والمدرسة الفرنسية أكثر المدارس تأثيرا في البرامج العربية في الميدان الإعلامي ، مما يجعل هذه الأخيرة تنحني منحنى لا يتوافق ومتطلبات الوطن العربي إعلاميا ، وهذا ما يجعل التكوين الأكاديمي للصحفيين ودراساتهم العليا تبرز بحق الآثار السلبية لهذه التبعية الأكاديمية (عواطف عبد الرحمان، 1989، ص 79).

فالبرامج الإعلامية كغيرها من البرامج الخاصة بالعلوم الاجتماعية عامة، كان عليها أن تحتوي موادها بين النظري الذي يدرس عن طريق محتويات الكتب المختلفة وأخرى عملية تطبيقية تحتاج إلى تربصات ميدانية بهدف الزيارة، الملاحظة والاطلاع المباشر(خير الله عصار ، 1984، ص 345).

4-2- الأساتذة: أن قضية التعليم في الجامعة تخص الأستاذ المكون ونوعية تكوينه العلمي فإن كان له الأستاذ تكوينا محكما ومتعدد التخصصات واللغات التي تغذي وتثير الحقيقة العلمية، فإن ذلك لا شك أنه سيفيد ويكون تلقينه ناجحا وإن كان شحيحا في قراءاته وخمولا في تفكيره، فلا مجال في أن مهنته سيكون لها أثرا سلبيا على قسمه فحسب، بل على أمور مصيرية أخرى كالفكر والثقافة والذاكرة الجماعية التي يدخل بها طلابه في المجتمع فيما بعد(كمال فيلالي، 1999،ص169).

ولابد من الاعتراف بأن هناك نقص شديد في مجال الأساتذة المؤهلين لتدريس الإعلام وقد أدى النقص في هيئات التدريس إلى قصور عملية تكوين الطلبة ومعالجة هذه المشكلة كان يمكن أن تتم بأسلوب فاعلي لو أنها قامت بالاستفادة من كوادر المؤسسات الإعلامية ، شريطة العناية بإعداد تلك الكوادر إعداد يمكنهم القيام بالعبء التدريسي وذلك من خلال دورات تدريبية مركزة لهم من قبل بدئهم في العمل التدريسي.

4-3- الطلبة: الطالب هو الأساس في العملية التدريسية أو التدريبية وهو المستهدف منها وفي مجال الدراسات الإعلامية يتوقع الأستاذ أن يكون الطالب في مجال الإعلام ذوي إمكانيات متميزة عن غيرهم

من الطلبة في التخصصات الأخرى ، فالطالب الإعلامي يجب أن يكون لديه القدرة على التعبير بلغة عربية سليمة واسع الأفق ذو ثقافة عريقة ، لكن الملاحظ على المؤسسات التعليمية الإعلامية أن مستوى الطلبة فيها كثيرا ما يخيب آمال الأساتذة أو آمال مؤسسات التشغيل ولا يستطيع أساتذة الإعلام أثناء تدريسهم مواد محدودة أن يجعلوا من كل طالب قادر على صياغة الخبر بأسلوب سليم خاصة مشكلة مستوى الطلبة ذوي النماذج المتميزة ومستوى جيد (صالح أبو اصبع، مرجع سبق ذكره، ص 372).

4 – 4– الكتب: من المشكلات الرئيسية التي تواجه أستاذ الإعلام والطلبة عدم توفر الكتب الإعلامية الأساسية في مختلف التخصصات أن قلة المؤلفات في مجال الإعلام تقف حائلا أمام الطالب في تحصيله الدراسي ، مما يجعل الأساتذة يلحون لتغطية العجز بإعداد مذكرات أو الإملاء على الطلبة وكلا الأسلوبين لا يحققان الهدف التعليمي والتربوي المطلوبين، يوفران للطلبة مجالا رحبا من المعرفة ويكفي أن نشير أن بعض الأساتذة يقومون خلال عام بتدريس الطلبة مالا يزيد عن 30 صفحة عن طريق الإملاء ، أو يطبعوها كمذكرات وهناك مشكلة أخرى في بعض الكتب الإعلامية الموجودة في الوطن العربي إذ أن بعضها ترجمة ما هو في الغرب دون إبداء الرأي ومع التزام الأمانة ورغم وجود كتب قيمة في مجال الإعلام لكنها محدودة وتبقى المكتبة العربية فقيرة في مختلف التخصصات .

4–5– الإمكانيات التدريسية: تعاني الكثير من المؤسسات التعليمية الإعلامية من فقر شديد في إمكانيات التدريب من مختبرات التصوير واستوديوهات الإذاعة والتلفزة والصحف الخاصة بها للتدريب وإن كانت موجودة فهي غير مشغلة إذ نجد معظم الأقسام الإعلامية لديها بعض المختبرات والاستوديوهات الخاصة بها لكنها غير كافية لتحقيق التدريب الملائم لإمداد الطلبة وبما يحقق لهم فرصة الممارسة الحقيقية في مجال العمل الصحفي دون أن ننسى العجز الشديد في الكفاءات البشرية القادرة على القيام بمهمة التدريب إذ لابد من أن يكون الشخص الذي يقوم بمهمة التدريب على مقدرة في توصيل المعلومات للطلبة ولا شك أن مثل هذا العجز كان يمكن أن يغطي لو كانت الصلة بين المؤسسات

الإعلامية ومؤسسات التعليم والتدريب الإعلامية هي صلة تكاملية (صالح ابو اصبع ،المرجع سبق ذكره، ص 373،374).

هذا يجعل القول أن الحياة المهنية للصحفي إذا لم يكن منطقيا أساس فإن الأعمال التي تأتي من بعد ذلك تكون ناقصة فاقدة لمعطيات التكوين العلمي(إسماعيل معراف قاليا ،1999، ص 96).

أنه من الممكن تحقيق الأهداف المرسومة وخاصة فيما يتعلق بتكوين إطارات كافية من حيث العدد ومؤهلة تقنيا وعلميا للقيام بعملها و بمهامها على أحسن وجه ، ومن طبيعة الشخصية الجزائرية وخصائصها الحضارية ، القادرة على الجمع بين الإيمان ، والعمل على الجرأة للتغلب على التخلف ورواسب الذهنية وانحرافاته السلوكية إذ ثم تجاوز ما لوحظ من نقائص في التطبيق وضعف في استخدام الوسائل المتوفرة في الميدان وبطئ في الإنجاز وذلك الخلق مكونين متشبعين بتقاليد علمية عن الواقع الجزائري ولا تكون مجرد انعكاس للمناهج والأساليب الأجنبية هذا يعني أن صرامة النقد ودقة التقييم تعتبر من الخطوات الأساسية والضرورية لضمان الوصول إلى الأهداف المتوخاة من الجامعة ومعاهدها ، وهي كذلك من أفضل السبل لتصحيح ما يمكن أن يحدث من أخطاء مقصودة أثناء التطبيق قبل أن تستفحل ما قد يطرأ من إرضاء ذاتي يخفي عن أعيننا نقاط الضعف وما يعترضنا من مصاعب حقيقية أو مصطنعة (محمد العربي ولد خليفة ، 1986، ص 208).

3 – 1– 5 – الصلة بين كليات التكوين الاعلامي والمؤسسات الاعلامية :

يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تستمر في أنشطتها بمعزل عن معاهد التعليم والتدريب الإعلامي إلا أن هذا الأمر يعني جهودا في هذه المؤسسات وقصور نظرها ذلك أن الصلة مع هذه المؤسسات تؤدي إلى تغذيتها فإن الصلة تؤدي إلى عمليات تطوير وتغذية متبادلة بين مؤسسات التكوين ومؤسسات التشغيل ، ولهذا فإن الصلة بين هذه تؤدي إلى عمليات تطوير وتغذية متبادلة بين المؤسسات يجب أن ينظر إليها

من عدة زوايا

- حاجات المؤسسات الإعلامية من الكفاءات البشرية:

حينما تتحدد حاجات المؤسسات الإعلامية من الكوادر التي تنقصها يتم إعادة سد هذه الحاجات بطرق مختلفة مثل الإعلان عن الوظائف الشاغرة في الصحف أو التوظيف المباشرة من خلال اتصالات شخصية ونادرا ما تلجأ هذه المؤسسات إلى كليات الإعلام للبحث عن حاجاتها أو التنسيق مع مسؤولياتها بشأن ترشيح موظفين لها، ولو كانت المؤسسات الإعلامية وتخطيط لتطوير القوى البشرية فيها، لكان من السهل التنسيق معها من أجل توفير ما تطلبه.

- تدريب المستخدمين في المؤسسات الإعلامية:

لا يلقى التدريب والتطوير الدائم للقوى البشرية في المؤسسات الإعلامية أي عناية تذكر ولا يمكن لأي مؤسسة يهمها تقديم أفضل الخدمات لجمهورها إلا أن تعد إلى التطوير والتدريب المستمر لموظفيها ، وخاصة أن تطور التكنولوجيا في مجال الاتصال يفرض واقعا جديدا يستدعي التدريب والتطوير والمرشح الأول للقيام بهذا الدور بلا شك كليات ومعاهد الإعلام.

- ايجاد حلول لمشاكل معينة تواجه المؤسسات الإعلامية:

تواجه المؤسسات الإعلامية مشكلات إدارية أو تنظيمية أو فنية وهذه المؤسسات نادرا ما تلجأ إلى مؤسسات التكوين لكي تقدم لها استشارة أو حلا لهذه المشكلة. وتحتاج العديد من المؤسسات الإعلامية إلى التعرف على جمهورها بأسلوب علمي ولذا تحتاج الإذاعة و التلفزة إلى بحوث المستمعين والمشاهدين وآرائهم فيما يقدم إليهم، وتحتاج الصحف إلى التعرف على عادات القراءة وتستطيع على انجاز عملية لحل الكفاءات من اجل إعطاء هيئة التدريس في كليات ومعاهد الإعلام الحل لمشاكلها (صالح ابو اصبع، المرجع سبق ذكره، ص376).

- الإسهام في تدريب طلبة كلية ومعاهد الإعلام:

يحتاج طلبة الإعلام إلى تدريب علمي إذ لا يكفي ما يناله داخل المعهد التدريب في مواقع العمل أكثر فائدة ، وبينما ينتج بعض المؤسسات الإعلامية الفرصة لطلبة الإعلام التدريب فيها، فإن مؤسسات أخرى لا تتيح لهم الفرصة في التدريب وتلك المؤسسات التي تفتح المجال في التدريب لطلبة الإعلام لا تأخذ بذلك جدية كاملة وذلك فإن الإشراف على الطلبة لا يكون إشرافا دقيقا وكثيرا ما يخضع إلى المجاملة وينعكس هذا على الصورة التي تكونها هذه المؤسسات عن طلبة الإعلام والتي قد تحمل في جوانبها صورا سلبية حول جدية هؤلاء الطلبة .

المسار المهني :

3 -2-1- اتجاهات الطلبة نحو تخطيط مساراتهم المهنية :

إن النجاح في الحياة العملية هو هدف وحلم كل طالب جامعي، وبلوغه ليس بالأمر المستحيل كما أنه لا يوجد طريقة جاهزة يصل من خلالها إلى هذا النجاح. لكن يمكنه تعلم وامتلاك طرق تكون له الجسر الذي يعبر من خلاله إلى بوابات النجاح وبالتالي يقوم الطالب من جهته بتخطيط مساره الوظيفي من خلال تقويم ذاته ومعرفة امكانياته واستعداداته واهتماماته ثم تحديد الفرص الوظيفية المتاحة أمامه .

3-2-2- تعريف المسار المهني : يشير إلى المراكز المهنية التي يحتلها الشخص خلال حياته العملية بغض النظر عن مدى النجاح أو الفشل الذي يحققه. (Dubet . 1994 . p144).

مسارات المهنية بالإنجليزية :" Career "يستخدم كثير من الناس مصطلح المسارات المهنية ليعني ما يزاوله المرء من وظيفة، أو مهنة، أو حرفة. ولكن المسار المهني يتضمن، على أية حال، أبعادًا تفوق بكثير ما تتضمنه الوظيفة أو المهنة أو الحرفة. فالمسار المهني هو نمط العمل والنشاطات

المرتبطة به، الذي يتطور طوال فترة حياة الإنسان. فهو يشمل الوظيفة أو سلسلة الوظائف التي تولاها الشخص إلى أن حان موعد تقاعده. فهناك العديد من أنواع المسارات المهنية، بقدر ما هناك من ناس، وهي تتفاوت كثيرًا فيما يتعلق بنوع العمل المتضمن، والكيفية التي تؤثر بها على حياة الشخص المعني.

يزاول كل راشد تقريبًا مهنة من نوع ما. ويبني معظم الناس مساراتهم المهنية بغرض تحقيق أهداف بعينها. وقد تشمل هذه الأهداف كسب الرزق أو مساعدة الآخرين. وتتمحور أشهر أنماط المسارات المهنية المعروفة حول مبدأ العمل في مقابل الأجر. ويتولى معظم العاملين الوظيفة بهدف إعالة أنفسهم وإعالة أسرهم. ولكن هناك من الناس من يبني مساره المهني حول أنشطة لا يتلقى عنها أي مقابل مادي. على سبيل المثال، هناك من يعملون على توفير حياة منزلية مريحة لأسرهم، بينما يقضي آخرون معظم أوقاتهم في خدمة المشاريع الخيرية.

سيؤثر نوع المسار المهني الذي تختاره على حياتك بطرق عديدة. فعلى سبيل المثال، قد يحدد أين تعيش، والأصدقاء الذين ستتعامل معهم، كما قد يؤثر على مستوى التعليم الذي ستتلقاه، ويحدد المبالغ المالية التي تكسبها. وقد يؤثر مسارك المهني أيضًا على شعورك نحو نفسك، وطريقة تصرف الآخرين تجاهك. وبإمكانك مساعدة نفسك على بناء الحياة التي ترغب فيها عن طريق اتخاذ قرارات حكيمة بشأن اختيار مسارك المهني.

تشمل القرارات المهمة المتعلقة بالمسار المهني، اختيار مجال مهني معين، واتخاذ قرار بشأن الكيفية التي تريد أن يتطور بها المسار الذي اخترته. وتتضمن القرارات الأخرى، اختيار الفرص التعليمية والوظيفية التي سترقي بمهنتك. وستشكل معرفتك بقدراتك، واهتماماتك، وأهدافك، قاعدة تؤسس عليها قراراتك بشأن اختيار مسارك المهني. بالإضافة إلى ذلك، قد تساعدك المعرفة الواسعة بعالم العمل، على إيجاد فرص وظيفية تناسب قدراتك واهتماماتك وأهدافك.

3-2-3- تخطيط المسار المهني: يعرف على أنه :" عملية توظيف لقدرات الفرد واستغلال مهاراته وخبراته بحيث تجعل الطريق أمامه مفتوحا قادرا على تحديد مساره المهني المناسب للوظيفة التي يشغلها لكي يطور ويحسن من أدائه ومن ذاته ومن كيانه، ويكرس كل جهده وطاقاته ليصل إلى هدفه المنشود وكذلك أهداف المنظمة (نائل عبد الحافظ العواملة، 1995، ص52).

ويمكننا تعريفه على أنه يشير إلى التابع أو التخطيط الذي يرسمه الطالب في مخيلته يتكون من توقعاته وادراكاته، والذي يخضع لطبيعة اختيار التخصص الأنسب ويمكن أن يختلف من طالب لأخر، فهو عملية تساعده على تحديد أهدافه الوظيفية المستقبلية، والموازنة بين تخصصه ومتطلبات العمل. لذلك لا بد من وضع تصور للمستقبل المهني من خلال تفحص عدة جوانب من شخصيته كاحتياجاته، وقيمه، وطموحاته، وميولاته ورغب والبحث عن معلومات حول شروط الوظيفة، وواجباتها والفرص الوظيفية المتاحة. مما يساعده على تحديد استراتيجياته، والانطلاق نحو التنفيذ.

- **مداخل تخطيط وتطوير المسار المهني:** هناك دور لكل من المؤسسة والأفراد في تخطيط وتطوير المسار المهني، فالفرد يخطط ويطور حياته الوظيفية على ضوء طموحاته وقدراته واتجاهاته، والمؤسسة تعد المسارات الوظيفية لهم وتطور قدراتهم ولكن لابد من وجود نوع من التوافق بين احتياجات الأفراد، طموحاتهم الوظيفية وبين احتياجات المؤسسة الحالية والمستقبلية

أ- المدخل الفردي في تخطيط المسار المهني: إن تخطيط مسارات المستقبل المهني للأفراد تمثل تطور ونجاح الموظف عبر حياته الوظيفية، ويركز هذا المدخل على جعل الفرد يتحمل مسئولية عملية التخطيط هذه، حيث يتبصر ذاتيا بمستقبله وواقعه أي التعرف على طموحاته وآماله وعلى قدراته وإمكانياته ومهاراته.

ب- المدخل التنظيمي في تخطيط وتطوير المسار المهني : يركز هذا المدخل على تلك الأنشطة

والأساليب الادارية التي تقوم بها المنظمة من اجل تحقيق التوافق بين احتياجات الفرد والوظيفة، وهي تتكون تقريبا من كل ممارسات ادارة الموارد البشرية بدءا بالتحديد الجيد لاحتياجات المنظمة من الأفراد، القيام بعملية الاستقطاب، اختبارات ومقابلات الوظيفة التي تجعل عملية الاختيار السليم ممكنة، يلي ذلك توجيه الافراد الجدد في وظائفهم وتدريبهم لشغل الوظائف الجديدة ونقلهم وترقيتهم، ورسم المسارات المهنية السليمة والاستغناء عن الأفراد غير المناسبين. (نائل عبد الحافظ العواملة، 1995، ص 28)

3- 2- 4 – الاختيار المهني: تعريف الاختيار المهني واسسه واهدافه:

- **تعريف الاختيار المهني** : إن أهم النظريات التي شرحت سلوك الاختيار المهني يمكن تصنيفها إلى تناولين هما : (سلاطنية بلقاسم ،1998،ص132).

. 1 . التناول التحديدي (Approche déterministe) :يعتبر الاختيار المهني حدث آني يمكن تحديده من خلال المطابقة بين خصائص الفرد ومتطلبات المهن ، ومن أبرز المساهمات التي تندرج ضمن هذا الاتجاه نذكر أعمال كل من" Ann.roe " و"Holland"

. 2 . التناول التطوري (Approche développementale) :ينظر إلى الاختيار المهني على أنه سيرورة تطورية تمتد عبر الزمن ، تؤدي إلى بلورة اختيارات ومشاريع الفرد ، إن أهم النظريات التي ظهرت في هذا الاتجاه هي نظرية " جينزبرغ Guinz berg "و " سوبر Super "

من خلال هذه التعاريف الاصطلاحية يمكننا أن نستخلص تعريفا للاختيار المهني حسب هدف الدراسة كما يلي : نقصد به في دراستنا هو عملية اختيار الفرد لمهنة المستقبل من بين عدة مهن متوفرة في متناول اختياره ، لشغل وظيفة أو مهنة معينة على أن يقدم فيها أحسن إنتاج وذلك من

خلال قيامه بمجموعة من النشاطات تحتوي عليها المهنة المختارة، وأن يستغل فيها كل طاقاته ، وامكاناته وينمي من أجل النجاح فيها قدراته ويعمل باستمرار على تطويرها باعتبار أن ميدان الشغل في تطور مستمر، لكي يكون أكثر رضى عن ذاته بالدرجة الأولى وعن وظيفته بالدرجة الثانية وهذان أهم الأهداف التي يطمح لها كل عامل ، حيث لا يتحقق هذا إلا إذا كان اختيار الفرد لمهنة المستقبل متناسبا مع ميوله ، استعداداته ، إمكاناته ورغباته وذلك من خلال إدراكه لصورة ذاته الحقيقية وما الذي يستطيع فعلا القيام به على أرض الواقع أي معرفة قدراته الحقيقية ، ليصل من خلال ممارسته المهنية إلى درجة الإبداع .

- **أسس الاختيار المهني** : محددات الاختيار المهني لدى الطالب الجامعي إن كل فرد في هذه الدنيا يبحث عن وظيفة أو مهنة يعيش منها ومن خلالها فهو في هذه الحالة يبحث عن مستقبله المهني أو الوظيفي ، فالمستقبل الوظيفي مهم جدا لكل من الفرد والمنظمة أو المؤسسة ، لذلك كما يسعى الفرد للحصول على مهنة مناسبة تقوم المنظمات بالبحث عن الأفراد المناسبين لتوظيفهم عندها ، من هنا تعتبر عملية اتخاذ القرار المهني من أهم الإجراءات والقرارات التي يتخذها الفرد في حياته ، علما بأنه يتخذ قرارات كثيرة في كل ساعة وكل يوم ، إلا أن الاختيار المهني أمر مختلف حيث أن الفرد لا يستطيع أن يختار مهنة جزافا ، لأن الإنسان بطبيعته لديه نزعة فطرية تدفعه دائما نحو الأفضل ونحو تطوير الذات والوصول إلى مستويات عليا داخل المنظمات ، لذا يترتب على ذلك تحديد مستوى الفرد الاقتصادي ، الاجتماعي ، الأسري ، النفسي والصحي ، لكن في مقابل ذلك هناك الكثير من الأمور التي تقف أمام ذواتنا تحبط محاولاتنا لتجاوز حاجزنا الذاتي ، وجدار بيئتنا وعلينا أن نركز على بناء اتجاهات إيجابية حول أنفسنا وأن نثق بذاتنا وأن نطور حسنا بأنفسنا, إننا قادرين على تحديد مسار حياتنا التي تمسنا ذاتيا ونتخذ القرار الذي يحقق لنا الإشباع الذاتي متسلحين بحقيقة صادقة عن أنفسنا وما نريد وعن العالم الذي يحيط بنا . علاوة على ذلك فإن الاختيار المهني

سيحدد أشياء كثيرة عند الفرد ومن ضمنها طبيعة العمل ، خطورته ، العمال والرفاق الذين يعمل معهم وعلى العكس من القرار او الاختيار المتسرع ، فإن الاختيار المهني المتخذ بعقلانية ومنطقية والذي يراعي فيه ميول الفرد وقدراته وقيمه وسماته الشخصية ومفهومه عن ذاته وتفضيلاته المهنية وسوق العمل ومستوى الفرد الجسمي , النفسي ,الانفعالي, العمري والاجتماعي يساهم في النجاح المهني ، فالشخص الناجح مهنيا ، يهتم بجمع معلومات وافية وشاملة تتعلق بالفرص المهنية المتاحة من العمل ، ويفكر في مستقبله المهني بشكل مستقل وليس بشكل متأثر بالآخرين ، مع أن الآخرين قد يكون لهم دورا في عمليه الاختيار المهني، واذا ما أحسن الفرد عملية صنع القرار ، استطاع أن يتكيف مع بيئة العمل وطبيعته ، ومع العمال والمرؤوسين ومع أفراد المجتمع ، الأمر الذي يساعده على الشعور بالسعادة والرضا والإنتاج وتحقيق ذاته المهنية إلى الرضا عن العمل لدى الفرد مرتبط بتقدير الرفاق والأسرة للمهنة التي يختارها الفرد و بالمكافئات التي من الممكن أن يحصل عليها، وكذلك عوائد العمل وجاذبيته ونظرة الآخرين له ، والدخل الذي يتحقق من ورائه وساعات العمل التي يعمل فيها العامل ، والاختيار المهني يتضمن مسائل عديدة منها صاحب الاختيار مكانته كفرد يريد أن يختار نوع العمل الذي سينخرط فيه ، وتوقعات الآخرين ، وامكانية النجاح والفشل فيه ، وتجريبه وعن التنازلات التي يجب أن يقوم بها الفرد لاختياره المهني إذا لم يجد العمل الذي يريد أن يلتحق به تماما ، وكذلك مدى خطورة هذا العمل والخيارات والبدائل المتاحة له .

إن هذا الاختيار المهني أمر هام في حياة الفرد ، ومدى رضاه عن مهنته وان هذا الرضا يعتمد على درجة الانسجام بين نمط الحياة والمهنة ، " كما أن المهنة تحدد أوقات فراغ الفرد ، والفراغ له علاقة بالوقت والمصادر المتاحة لدى الفرد ويجب عدم إغفال دور العوامل المختلفة في الاختيار المهني عند الشروع باتخاذ مثل هذا القرار ومن هذه العوامل توقعات الفرد وقدراته ، ميوله ، اتجاهاته ، حاجاته للإنجاز ، الخوف ، الفشل ، الثقة بالنفس ، تعارض الأدوار ، الحظ ، الصدقة ،

خيارات الطفولة المبكرة ، أنماط التنشئة الاجتماعية ، شدة حاجاته للعمل ، الأوضاع الاقتصادية للفرد ، جماعات والرفاق ، وسائل الإعلام المحاباة على أساس الجنس ، العرق ، العرض والطلب في سوق العمل ، والأشخاص المهمين في حياة الفرد ، وقيمه ومدى سواء الفرد جسميا ونفسيا ، روح المغامرة ومستوى طموحة ومفهومة عن ذاته ".(عزت عبد الهادي وسعيد حسني العزة ،1999،ص166).

- **أهداف الاختيار المهني:**

إن اختيار الفرد لمهنة مستقبله والتفكير والتخطيط الدائم والمستمر لها من أجل الوصول إلى أفضل الاختيارات ، من أهم وأكبر جوانب الحياة لديه ، كون المهنة تفتح له أوسع المجال لتحقيق ذاته ، بناء وتطوير مهاراته ، تنمية قدراته ، تعزيز ثقته بذاته بالإضافة إلى الصورة الإيجابية التي يكونها عن نفسه وهذا من أسمى الغايات التي يطمح لها الفرد من خلال حصوله على مهنة ، هذا من جهة أما من جهة أخرى ما يحققه لمؤسسته من جودة إنتاج.

أما إذا تحدثنا عن الصحة النفسية فإننا إن استطعنا القول عنها أنها أساس النجاح في أي خطوة نخطوها في حياتنا ، كذلك فإن الوصول إلى تحقيق صحة نفسية نسبية نوعا ما يتطلب منا التخطيط لأهدافنا انطلاقا من ذاتنا وانطلاقا من رغباتنا لأن النجاح فيما بعد سيشعرنا بتكيف مع محيطنا والإحساس بتحقيق ذواتنا بالإضافة إلى الشعور بالراحة النفسية لينمو لدينا الدافع القوي للاستمرار والمواصلة ، إذا فإن الاختيار الناجح لمهنة الفرد المستقبلية يضمن له التكيف وتحقيق ذاته وأهدافه ، ليساهم في بناء مجتمعه وتطويره ليترك بصمته الخاصة باعتباره ينتمي إلى هذا المجتمع ، دون أن ننسى أن هذه الأهداف تلمس تحقيقها من خلال روح الإبداع

التي تتولد خلال تناغم وتلائم الفرد مع مهنته و عادة تبدأ عملية الاختيار المهني من الدراسات الجامعية التي نختارها أو نوجه إليها.

3- 2- 5 -الإرشاد المهني:

إن الإرشاد المهني من أقدم مجالات الإرشاد النفسي ، و هو أحد أهم قرارين في حياة الانسان ,الأول هو اختيار مهنة المستقبل بالإضافة إلى القرار الثاني و هو اختيار الزوج لقد بدأ الارشاد المهني حين ظهرت الحاجة إلى المزاوجة أو التكيف بين الفرد و المهنة التي يعمل فيها.

فالإرشاد المهني إذا يهدف إلى مساعدة الطالب في اختيار مهنة بما يتلاءم مع استعداداته و قدراته ثم ميوله و طموحاته و ظروفه الاجتماعية و نوع جنسه ، و يتم ذلك عن طريق الاعداد و التأهيل لها من أجل الدخول في ميدان العمل.

إن الإرشاد المهني يهدف إلى تحقيق التوافق الذي يضع الشخص المناسب في المهنة المناسبة ، مما يعود على الطالب و المجتمع بالخير في آن واحد.

ومن أشهر الرواد الأوائل في مجال الإرشاد المهني هو "فرانك بارسونز و الذي أطلق عليه بحق (أبو الإرشاد المهني) و هناك "Frank persons " و هو أحد الرواد أيضا في مجال الإرشاد المهني ، " Samler " سامل 1966 و الذي يقول " أن المستقبل يحمل في طياته الكثير في عالم المهنة . و من ذلك أن مهن الغد ستكون أكثر عددا و أكثر تنوعا من اليوم و أن الفرد سيقع في حيرة من أمره عند اختياره المهنة في الحياة العملية .ثم يضيف ، أننا نعد أولادنا لمهن ربما لا يجدونها عندما يتخرجون ، بل يجدون مهنا أخرى جديدة حلت مكانها ، لهذا جاءت (د. مفيد نجيب

حواشين وزيدان نجيب حواشين ،2002،ص238).

الضرورة الملحة للإرشاد المهني الذي سبق الإرشاد التربوي في نشأته و عدد أبحاثه التي أجريت فيه كما أنه تقدم عليه في أساليبه و وسائله بل و في الهيئات المهتمة به ، و المؤسسات له ، خاصة مع نمو الثورة الصناعية في المجتمعات الغربية لها اهمية كبيرة في حياتنا.

- **أهداف الإرشاد المهني:**

أ – مساعدة الطالب في تنمية صورة متكاملة عن الذات ، بحيث تكون خالية من التعارض أو الصراع أو الانحلال ، تتلاءم مع امكانات الفرد المختلفة ، أي مع استعداداته و قدراته ، دوافعه و ميوله ، قيمه و ظروفه الاجتماعية ، و غير ذلك من أمور.

ب– مساعدة الطالب على تقبل الدور الذي يقوم به في عالم العمل .و ذلك الدور الذي يتفق مع امكاناته المختلفة.

ج – أن يجرب و يختبر الصورة التي كونها عن نفسه و عن دوره في عالم العمل و في ميدان الحياة الواقعية.

د– أن يحقق صورته عن نفسه في ميدان العمل ، لا يحقق ما يريده الآخرون .و بشكل مبسط فإن اختيار الطالب مهنة معينة ، إنما هو يعتبر عن تصوره لذاته فالفرد حينما يختار مهنة إنما يختار صورة محددة لذاته .فالشاب الذي يختار أن يكون طبيبا ، مهندسا أو كاتبا ، إنما يختار صورة لنفسه من بين الصور التي يمثلها الطبيب أو المهندس أو المعلم أو الكاتب .و هو بذلك أنما يحدد الشخص الذي سيكونه في مستقبل حياته.

- **المبادئ الأساسية للإرشاد المهني** : (د. مفيد نجيب حواشين وزيدان نجيب حواشين ، مرجع سبق ذكره، ص 214–242).

يقوم الإرشاد المهني على أساس التسليم بقضايا عامة ، لا يمكن قيام الإرشاد

دونها .و هذه القضايا مشتقة من دراسة الطبيعة الإنسانية ، و طبيعة المجال الذي يعمل فيه الإرشاد المهني و من أهم هذه المسلمات.

أ- الفروق الفردية بين الأفراد:

وهي ذات أهمية و دلالة في سلوكهم في مجال الدراسة و العمل فهناك فروق في البنية الجسمية كالقوة و الضعف و في الميول المهنية و القدرات العقلية و السلوكيات ، أي الأسلوب الذي يتبعه الطالب في معاملة الآخرين ، سواء كانت فروقا وراثية أم بيئية .إن كل ما يهمنا هو التسليم بأهمية هذه الفروقات كأمر واقع في عملية الارشاد.

ب - الفروق الفردية في الطالب الواحد:

خصائص الفرد تختلف الواحدة منها عن الأخرى قوة سواء كانت صفات جسمية ، أو استعدادات و قدرات عقلية ، و بالتالي تحصيلا دراسيا ، و هناك أيضا تمايز في أساليب الطالب الانفعالية (المزاجية)من وقت لآخر و من موقف لآخر. إن الطالب قد يكون شديد الذكاء و لكنه ضعيف الشخصية ، و قد يكون تحمله للضغط الاجتماعي ضعيفا إلى درجة ملحوظة حسب نظرية التعويض.

ج- أن الطالب في نموه الدراسي و المهني يخضع للمبادئ العامة للنمو:

فهو يخضع في سلوكه الدراسي و المهني للمبادئ العامة للسلوك و هذا النمو بنوعيه (جسمي و نفسي).

3- 2- 6 – المشكلات التي تواجه الطالب عند اختيار مهنة المستقبل:

يقصد بالمشكلات المهنية هي المشكلات التي تنشأ في ميدان العمل ، و التي ترتبط بالنجاح فيه و التكيف معه و المشكلات المهنية نجد : (د. مفيد نجيب حواشين وزيدان نجيب حواشين ، مرجع سبق ذكره، ص 247).

أ- اختيار نوع العمل أو المهنة ، و الاعداد له و الالتحاق به:

و أكثر ما تبرز مثل هذه المشكلات عند دخول المدارس الثانوية في أقسام معينة ، أو في دخول كلية من الكليات التي تحدد نوع المهنة ، التي يلتحق بها الطالب ، مثل : كليات الطب ، الهندسة ، الزراعة ، الكليات العسكرية و غيرها.

ب – النقص في المعلومات المهنية:

أي المعلومات المتعلقة بالأعمال المختلفة ، التي يمكن للطالب أن يلتحق بها ، فالمهن تختلف فيما بينها اختلافا كبيرا من حيث الاستعداد و القدرات اللازمة لها ، و الميول التي تتفق معها و الظروف التي يعمل الطالب فيها ، و كذلك الفائدة المادية التي ينالها المشتغل بها.

ج- نوع العمل و المهنة التي يلتحق الطالب بها:

و هذه المشكلات تتطلب معرفة الطالب لإمكاناته المختلفة ، الجسمية و العقلية و الانفعالية و الاجتماعية حتى يستطيع أن يوفق بينهما و بين العمل الملائم له و مثل هذه المشكلات تحتاج إلى تطبيق الاختبارات المختلفة (السيكولوجية ، التربوية ، المهنية) و كذلك اختبارات الميول.

د- الاعداد للمهنية:

و هي تتعلق بإعداد الطالب للمهنة ، سواء من الناحية النفسية أو من الناحية المهنية.

هـ- الالتحاق بالعمل أو المهنة التي حددها الطالب:

و تتعلق بطرق تقدم المسترشد إلى العمل ، و كيفية ملء طلبات الالتحاق و مواجهة أصحاب العمل و الإجابة عن أسئلتهم.

خلاصة:

رغم تطور التكوين الجامعي الإعلامي في الجزائر، ورغم التطور الذي حصل في جامعة المسيلة في مجال الإعلام والاتصال الرياضي كتخصص جديد، إلا أنه بقي يعاني هذا الأخير إذا نظرنا اليه كطلبة من مشاكل عدة أهمها أغلب البرامج المقدمة به خلال المسيرة التكوينية يغلب عليها الطابع النظري، فمهنة الصحافة عموما والرياضية خصوصا تحتاج إلى تطبيق أكثر. لذا فقد حاولت معاهد الإعلام والاتصال الرياضي التقليل من هذه المشاكل بإيجاد حلول مناسبة لها نذكر منها ضرورة إيجاد تواصل بين المؤسسات الإعلامية خاصة في المجال الرياضي وإجراء تربصات وزيارات ميدانية لإعداد اعلامي أو صحفي رياضي ناجح ومحترف في الميدان ، كما ان ميدان الدراسات ما بعد التدرج ما زال غير متوفر بنسبة كبيرة للطلبة تسمح لهم بمزاولة دراستهم وحبهم لهذا المجال ودخول عالم التدريس والتوظيف .

كما انه يجب على الطلبة أن يتعرفوا على ما يطلبه هذا التخصص المرغوب وكذا التخصصات الفرعية التي تنبثق منه، ومختلف الإجراءات التي تدخل في تنقله ضمن هذا التخصص، ما يمكنهم من التميز والإبداع والتفوق، و التفكير نحو بناء المستقبل من خلال محاولة التعرف على واقع من هذا التخصص في سوق العمل، مع الأخذ بعين الاعتبار كل الخيارات المتاحة.

الجانب التطبيقي:

الفصل الرابع : منهجية الدراسة

تمهيد:

تمت دراستنا موضوع انعكاسات وتخصصات الاعلام الرياضي على المسار المهني للطلبة في مجال الإعلام الرياضي ودوره في تطوير المنظومة الإعلامية وهذا ما يساهم في تحقيق الأهداف على مستوى الطالب أو المؤسسة الإعلامية وحتى جميع الفئات و التخصصات من أجل مواكبة مختلف التطورات التي يشهدها الإعلام عموما والإعلام الرياضي على وجه الخصوص في جميع المجالات.

وانطلاقا من دراسة موضوع التكوين كوظيفة سياسية مع تطرقنا لأسس ومبادئ المسار المهني الناجح في هذا المجال ، سنحاول إيجاد حل الإشكالية المطروحة سابقا وذلك بإثبات صحة مجموعة فرضيات الدراسة أو نفيها، عن طريق جمع المعلومات النظرية، ثم ترتيبها وتصنيفها وقياسها بطريقة عملية ومنهجية، من أجل استخلاص النتائج، وذلك انطلاقا من ثوابت الموضوع المدروس .

وفي الجانب التطبيقي سنتعرض إلى تحديد مجالات الدراسة، والمتمثلة في المجال المكاني و الزمني الذي يناسب مع موضوع البحث من خلال تحديد عينات الدراسة المناسبة للموضوع، وذلك بإتباع أسلوب معين أو ما يتوافق مع هاته الدراسة، وتحديد الأدوات المناسبة لجمع المعلومات والبيانات الميدانية التي تمس الموضوع.

وسيتم في هذا الفصل التطرق إلى جميع هاته السبل للوصول إلى نتائج علمية سليمة وصحيحة لبحثنا هذا.

4 – 1 – الدراسة الاستطلاعية :

تعد الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى التي تساعد الباحث في إلقاء نظرة عامة حول جوانب الدراسة الميدانية لبحثه ، وتعمل الدراسة الاستطلاعية على التأكد من ملائمة مكان الدراسة للبحث ، و التحقق من مدى صلاحية الأداة المستعملة لجمع المعلومات ومعرفة الزمن المناسب لإجرائها .

و كانت الدراسة الاستطلاعية على مجموعة من طلبة السنة الثانية ماستر إعلام و اتصال الرياضي في جامعة محمد بوضياف المسيلة ، وذلك بغرض تمهيد الأرضية و الطريق لإجراء المقابلات مع الطلبة و الإجابة على أسئلة الاستمارة ، وكذلك من أجل التأكد من صحة هذه الدراسة و أنهما مطابقة للعينة و أن الأرضية مهيأة و مساعدة لإجراء هذه الدراسة.

وقمنا في الدراسة الحالية بالتوجه إلى معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة أوائل شهر ماي2021 اذ دامت ثلاثة ايام ، حيث تم خلالها التعرف على بعض الحقائق كما استعملنا طريقة نشر الاستبيان الكترونيا لتسهيل جمع البيانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و هذا راجع الى قرب المسافة و ربح الوقت، للوقوف على واقع التكوين الجامعي الإعلامي بالمعهد و وسائل هذا الأخير المتوفرة و معداته البيداغوجية منها من جهة، ومن جهة ثانية معرفة أراء و اقتراحات و وجهات نظر طلبة الإعلام الرياضي بالمعهد حول مجموعة من النقاط الأساسية التي لها صلة بموضع الدراسة، حيث كانت الهدف من ذلك الحصول على معلومات كافية حول دراستنا، كما مكنتنا من وضع الاستبيان الموجه إلى الطلبة وكذا وضع أسئلة المقابلة التي اعتبرناها كمدعم للاستبيان فقط .

4–2 – المنهج المتبع :

إن إختيار منهج البحث يعتبر من أهم المراحل في عملية البحث العلمي إذ نجد كيفية جمع البيانات و المعلومات حول الموضوع تعتمد على أسس و قواعد معينة لكل منهج من حيث إستعمالها و تطبيقها، و إنطلاقا من موضوع البحث و الذي يهتم بدراسة انعكاسات تخصصات الاعلام الرياضي على المسار المهني لطلبة علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية .

ومن خلال ما سبق فإن المنهج الذي إتبعناه لدراسة الموضوع هو **المنهج الوصفي** الذي يعتبر بأنه دراسة الوقائع السائدة و المرتبطة بظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الأفراد أو مجموعة من

الأحداث أو مجموعة معينة من الأوضاع.

ويعرف " ديوبولد ب فان دالين" المنهج الوصفي على أنه المنهج الذي يبحث عن الأوصاف الدقيقة للأنشطة و الأشياء و العمليات و الأشخاص ، ويقوم على تطوير الوضع الراهن و يحدد العلاقات التي توجد بين الظاهرات أو التيارات التي تبدو في عملية النمو و يحاول من خلال ذلك وضع تنبؤات عن الأحداث المقبلة . (ديوبولد ب فان دالين ، 1986 ، ص 312).

ويلجأ الباحث إلى إستخدام هذا المنهج من أجل فتح مجالات جديدة للدراسة التي ينقصها القدر الكافي من المعارف وهو بذلك يريد التوصل إلى معرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الظاهرة موضوع البحث التي تفيد في تحقيق فهم لها أو وضع إجراءات مستقبلية خاصة بما.

ويعد المنهج الوصفي من أحسن المناهج التي تتسم بالموضوعية ذلك أن المستجوبين يجدون كل الحرية في التعبير عن آرائهم ، وزيادة على هذا فطبيعة هذا الموضوع تتطلب هذا المنهج مما دفعنا إلى إختياره.

ويمكن تعريفه بأنه ذلك العامل الذي من خلاله نقوم بتحديد طبيعة وخصائص بعض الظواهر المعينة لأجل تحليل العلاقات بين مختلف المتغيرات، محاولين بذلك قياسها بطريقة كمية وفي قالبها وأسلوبها الإحصائي الهادف من خلال ذلك في استخلاص نتائج الموضوع و تنبؤاته عن طريق مختلف الظواهر(علي الواحد وافي, 1997 ص. 592).

وتم إتباع الخطوات التالية :

1- وصف موضوع الدراسة وصفا دقيقا وذلك من خلال جمع المعلومات الكافية .

2- التحقق من المعلومات المجموعة حول موضوع الدراسة بالوصف الدقيق والتحليل ذو النتائج الجيدة اعتمادا على الظروف بغية استخلاص التعليمات ذات النتائج الجيدة.

4- 3 - مجتمع وعينة الدراسة :

تعد طريقة العينة هي الأكثر شيوعا في البحوث العلمية، لأنها الأيسر تطبيقا وأقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي، إذ أنه ليس هناك من حاجة لدراسة المجتمع الأصلي إذا أمكن الحصول على عينة كبيرة نسبيا ومختارة بشكل يمثل المجتمع الأصلي المأخوذة منه (عمار بوحوش ، محمد محمود الذنيبات ،1999، ص 64.)، فالنتائج المستنبطة من دراسة العينة ستنطبق إلى حد كبير مع النتائج المستخلصة

من دراسة المجتمع الأصلي، فالعينة جزء من المجتمع الأصلي وبما يمكن دراسة الكل بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه (فضيل دليو ، 1997، ص 49).

حيث اعتمدنا في دراستنا بالنسبة للمجتمع الأصلي الذي كان قوامه 54 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة فرع الإعلام والاتصال الرياضي قسم السنة الثانية ماستر وتمثل في50 ذكر و 04 بنات , حيث استخدم الباحث في دراسته على طريقة المعاينة العمدية البسيطة لما لها من خصائص ومميزات في مشروع البحث (محمد حسن علاوي و أسامة كمال راتب ، 1999، ص 134)، وكذا لمعرفتنا بالمعالم الإحصائية لمجتمع البحث ومعرفة خصائصه، زيادة على ذلك اختيارنا لمنطقة محددة تتميز بخصائص ومزايا المجتمع الأصلي، وهذا ما يعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن نصل إليها بمسح المجتمع كله . حيث نجدها تتكون من مفردات معينة تمثل المجتمع الأصلي (فضيل دليو ، علي غربي ، 1999، ص 152).

وقد مثلته تمثيلا سليما، وهذا ما يعطي دلالة في نتائج البحث حيث من موضوعية أداة الدراسة تم اختيار العينة الممثلة لدراستنا من المجتمع الأصلي والتي تراوحت (30) طالبا من معهد علوم وتقنيات النشاطات

البدنية والرياضية بالمسيلة من فرع الإعلام والاتصال الرياضي قسم الثانية ماستر.

4- 4 - ضبط متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل:

يسمى في بعض الأحيان بالمتغير التجريبي، وهو الذي يحدد المتغيرات ذات الأهمية، أي لما يقوم الباحث بتثبيتها يتأكد من تأثير حدث معين، وتعتبر ذات أهمية خاصة وأنها تساهم على التحكم في المعالجة والمقارنة، والمتغير المستقل عبارة عن المتغير الذي يفترض الباحث انه السبب أو أحد الأسباب لنتيجة معينة ودراسة تؤدي إلى معرفة تأثير على متغير آخر. وفي دراستنا هذه فانه تم تحديد المتغير المستقل أي السبب من موضوع الدراسة الذي هو "تخصصات الاعلام و الاتصال الرياضي ".

المتغير التابع:

هي المتغيرات الناتجة من العمليات التي تعكس الأداء أو السلوك، وعلى ذلك فان المثير هو المتغير

المستقل بينما الاستجابة تمثل المتغير التابع والذي يلاحظه الباحث من خلال معالجته للظروف المحيطة بالتجربة (مروان عبد المجيد إبراهيم ، 2000، ص 134).

ومن خلال موضوع الدراسة فإنه تم تحديد المتغير التابع أي النتيجة في موضوع الدراسة الذي هو "المسار المهني للطلبة".

4-5 – أدوات جمع البيانات والمعلومات:

الاستبيان :

من اجل الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه تم استخدام استمارة الاستبيان التي تعد أداة رئيسية لجمع البيانات الكلية عن وقائع محدودة وعدد كبير نسبيا من الأشخاص (طلعت إبراهيم ،1995، ص 185). ، وهي عبارة عن مجموعة الأسئلة المترابطة بطريقة منهجية (يوسف مصطفى قاضي ،1981، ص 210).

وكذلك تعرف الاستمارة الاستبيانية على أنها مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين ثم وضعها في الاستمارة ترسل إلى أشخاص معنيين بالبريد أو تسليمها باليد او حتى عبر شبكة الانترنت ، تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من المعلومات المتعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق (فوزي عبد الله العكش ، 1986، ص 210).

ويعرف كذلك على أنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث محددة عن طريق الاستمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيبة (غريب سيدي احمد ، 1997، ص314).

ومنه تم بناء الاستمارة المستخدمة في دراستنا على ثلاثة محاور التي بدورها قسمناها الى 30 فقرة أي 10 اسئلة في كل محور و الذي تمثلت في التالي :

– المحور الأول: ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج ؟

– المحور الثاني : ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص ؟

-المحور الثالث : ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ؟

كما أن الباحث استعمل المقابلة كتدعيم لاستمارة الاستبيان المستخدمة في هذه الدراسة، فهناك معلومات لا يمكن الحصول عليها إلا بمقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه، كما تعد المقابلة استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث بجمع معلومات بطريقة شفوية مباشرة من المفحوص والفرق بين المقابلة والاستبانة يكمن في أن المفحوص هو الذي يكتب الإجابة على الأسئلة، بينما يكتب الباحث لنفسه إجابات المفحوص في المقابلة، وحسب الباحث Maurice Angers فإن المقابلة هي أداة بحث مباشرة تستخدم في مسألة الأشخاص المفحوصين فرديا أو جماعيا، قصد الحصول على معلومات كيفية (بن مرسلي أحمد ، 2005 م، ص 214).

4-6 - الخصائص السيكوميترية للأداة :

الصدق والثبات :

للتأكد من صلاحية أداة الدراسة ، و التأكد من توفرها على الخصائص السيكو مترية ، تم تطبيقها على عينة استطلاعية قوامها (30) طالب وطالبات ، تم اختيارهم عشوائيا ، ومن خلال النتائج المحصل تم حساب :

***صدق الأداة :**

على الرغم من أن هذا المقياس قد سبق تطبيقه في بيئة عربية مشابهة مماثلة للبيئة الجزائرية و تمتعه بصدق و ثبات عالي إلا أننا حرصنا على التأكد من صدق المقياس في الدراسة الحالية و ذلك لأهمية صدق الأداة ، حيث تعد أهم الشروط الواجب توفرها في أدوات القياس وهو من أهم معايير جودة الاختبار وعرفه انستازي (Anastasi) سنة 1990 " إن صدق الاختبار يعني ما يقيسه هذا الاختبار و كيفية صحة القياس، ويقبل الصدق على أساس معاملات الارتباط التي تشير إليه" ومن أجل التأكد من صدق الأداة اتبعنا الوسائل التالية :

- **صدق المحكمين** : و كذلك للتأكد من صدق أداة الدراسة و ملائمتها للبيئة الجزائرية قمنا باستخدام

صدق المحكمين كأداة للتأكد من أن الاستبيان يقيس ما أعد له ، حيث قمنا بعرض الاستبيان على الأستاذ المشرف و قمنا بعرضها على مجموعة من الأساتذة من جامعة محمد بوضياف و بالاعتماد على الملاحظات و التوجيهات التي أبداها المحكمون ، وقمنا بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين ، حيث تم حذف بعض العبارات و تغيير صياغتها.

*** ثبات الأداة :**

و يعني أن الدرجات التي يتم الحصول عليها دقيقة وخالية من الخطأ ، وهذا يعني أنه في حالة تطبيق نفس أداة القياس الاختبار أو القائس على نفس الأفراد أو الشيء أي عدد من المرات بنفس الطريقة و الشروط، فإننا سوف نحصل على نفس القيمة في كل مرة و نظرا لتعذر جمع البيانات باستخدام تطبيق المقياس مرتين على نفس العينة تم حساب.

– **الفا كرو نباخ :** معاملات ثبات الأداة جمع البيانات باستخدام " معادلة كرو نباخ المعروفة بمعامل الفا لتقدير الاتساق الداخلي للاختبارات و المقاييس متعددة الاختبارات " أي عندما تكون احتمالات الإجابة ليست صفرا أي ليست ثنائية البعد بلغ ثبات الاتجاه نحو: 0.61 = **Alpha Cronbach** .

– **الموضوعية :** إن الأداة سهلة وواضحة و لا يتدخل في الإجابة عليها الباحث ، بل هي أداة إتفق على صدقها المحكمين و ثباتها من خلال الدراسة التي قمنا بها ، حيث أن المختبر يجيب على الأسئلة الواردة في الأداة بدون إيحاء أو تدخل من قبل الباحث و عليه فإن الذاتية لا تدخل ضمن إطار هذه الأداة.

و استنتاجا من دراسة معاملي الصدق و الثبات نستطيع القول إن هناك دلالة إحصائية بين كل عبارات الاستبيان و الدرجة الكلية له ، كما يتميز الاستبيان بدرجة مقبولة من الثبات و بالتالي نستطيع الحكم عليه بأنه يتمتع بدرجة مقبولة من الصدق و الثبات ، مما يفيد بإمكانية الاعتماد عليه لقياس انعكاسات الاعلام الرياضي على مسار الطلبة المتخصصين فيه.

4-7 – اجراءات التطبيق الميداني للأداة :

مجالات الدراسة:

أ– المجال المكاني:

اجريت الدراسة بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة، هذه الأخيرة التي فتحت أبوابها للتدريس سنة 1985م، مع افتتاح معهد التعليم العالي في الميكانيك، وفي سنة 1992 تحولت إلى مركز جامعي ثم ارتقت إلى مصاف جامعة سنة 2001م بمجموع أربع كليات و 23 قسما، وهي اليوم تشهد زيادة كبيرة في عدد الطلاب الوافدين إليها من مختلف مناطق الوطن في ظل فتح تخصصات جديدة مؤخرا كالفرع الذي اخترناه كمجال مكاني لدراستنا وهو فرع الإعلام والاتصال الرياضي في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة.

ب – المجال الزماني:

من المعروف منهجيا أن يحدد الباحث الفترة الزمنية التي نزل فيها إلى الميدان، وفي الدراسة الحالية قمنا بدراسة استطلاعية بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة أوائل شهر افريل2021 إلى غاية أوائل شهر ماي إذ دامت شهرا كاملا، حيث تم خلالها التعرف على بعض الحقائق، وبعد ذلك وزعنا الاستبيان وتم استرجاعه بعد يومين .

ج – المجال البشري:

شملت دراستنا عينة من **طلبة سنة الثانية ماستر في قسم الإعلام والاتصال الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة.**

4-8 – الأساليب الاحصائية:

– أسلوب التحليل و المعالجة الإحصائية :

بعد مرحلة التطبيق تم تفريغ بيانات استمارات الاختبار الصالحة لغايات الدراسة و المستوفية الإجابة في الحاسوب الآلي بغرض تحليلها ومعالجتها عن طريق البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية " Statistique Package For SPSS(Social Science)"، وهذا من أجل مناقشة الفرضيات في ضوء أهداف البحث ، وقد استخدمنا الأساليب الإحصائية التالية :

– حساب معادلة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach ، ومعاملات الارتباط في تقنين و تحديد الخصائص السيكو مترية لأداة البحث (الثبات).

– اختبار "ت" T . test للتعرف على دلالة الفروق بين متوسط درجات .

- المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري ، وذلك للتعرف على درجات الفروق.
- حساب النسب المئوية لتكرار إجابات عينة البحث على المقياس و التعبير عنها بدوائر نسبية .

الغرض هو الخروج بنتائج موثوق بها علميا لذلك استخدمنا الطريقة الإحصائية لبحثنا، وهذا لكون الإحصاء الوسيلة والأداة الحقيقية التي تعالج بها النتائج على أساس فعلي، يستند عليها في البحث والاستقصاء.

خلاصة :

نستخلص مما سبق أنه لا دراسة علمية بدون منهج ، وكل دراسة علمية ناجحة ومفيدة لابد لها و أن تتوفر لدى الباحث الذي يقوم بها منهجية علمية معينة ومناسبة و تتماشى مع موضوع ومتطلبات البحث ، ولا بد له أن تتوفر لديه أدوات البحث مختارة بدقة من عينة ومتغيرات واستبيان ..... الخ. تتماشى مع متطلبات البحث وتخدمه بصفة تسمح له بالوصول إلى حقائق علمية صحيحة ومفيدة للباحث والمجتمع ومنه فإن العمل بالمنهجية يعد أمرا ضروريا في البحوث العلمية الحديثة قصد ربح الوقت والوصول إلى النتائج المؤكدة إضافة إلى وجوب أن تكون المنهجية والأدوات المستخدمين في البحث واضحة وخالية من الغموض و التناقضات (محمود عبد الحميد ابراهيم ،1999م، ص88).

الفصل الخامس : عرض وتحليل ومناقشة النتائج

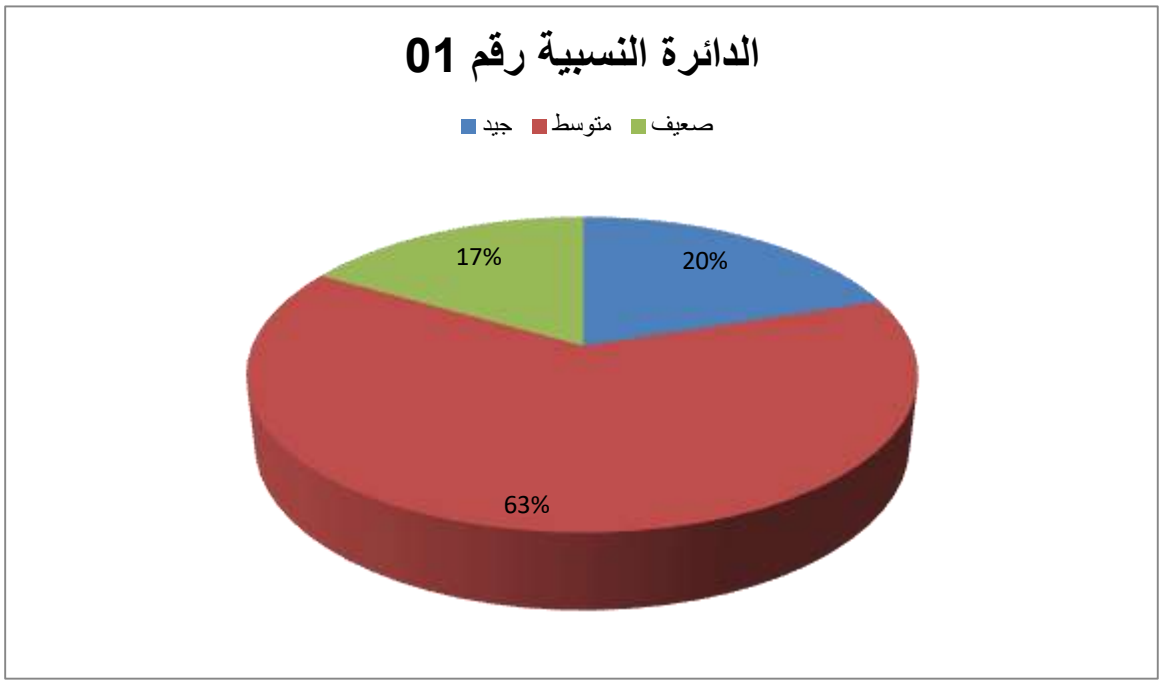
5- 1- عرض وتحليل النتائج

المحور الأول :

1. كيف ترى مستواك قبل وبعد تكوينك ؟

الجدول رقم :01

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
جيد	6	20.0	12.2	5.99	0.05	2	دال
متوسط	19	63.3					
ضعيف	5	16.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 20 % يرون أن مستواهم جيد ، ونسبة 63.3 % يرون أن مستواهم متوسط ، ونسبة 16.7 يرون أن مستواهم ضعيف .

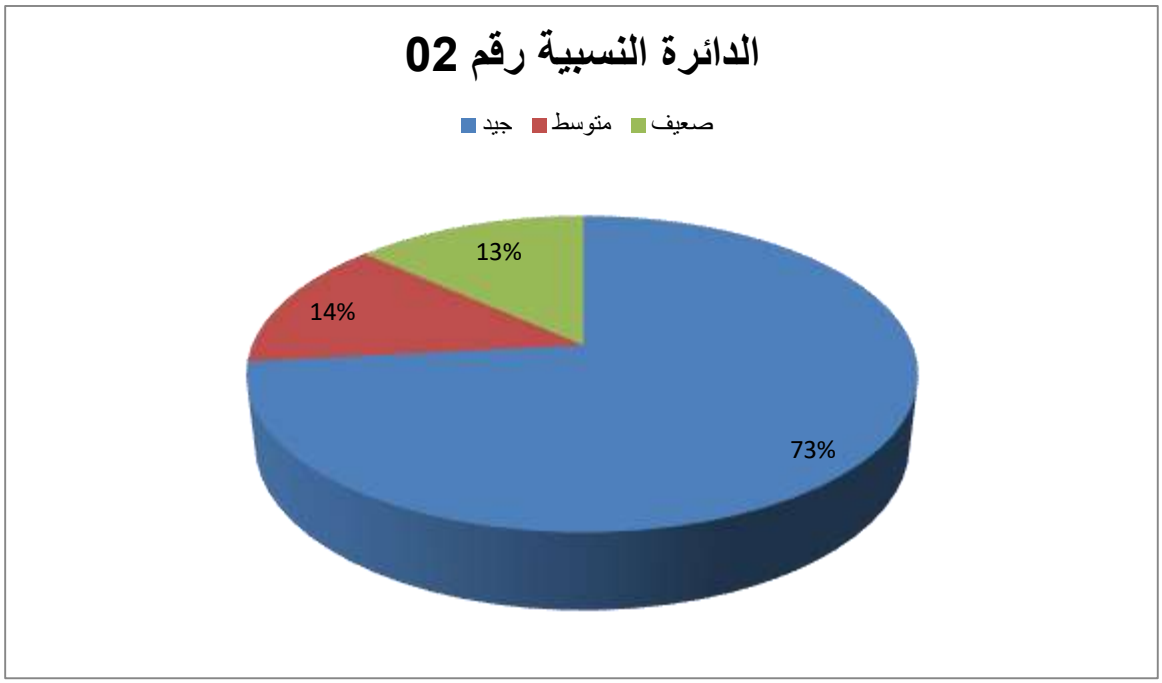
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 12.2 أكبر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج أن اغلبية الطلبة يرون أن مستواهم متوسط بعد تكوينهم .

2. هل تحاول رصد ما درسته خلال متابعتك للأخبار الرياضية في مختلف المجالات والوسائل ؟

الجدول رقم :02

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	22	73.3	21.6	5.99	0.05	2	
لا	4	13.3					
نوعا ما	4	13.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 73.3% يحاولون رصد ما درسوه ، و13.3%من الطلبة لا يحاولون ذلك ، فيما نجد 13.3% نوعا ما .

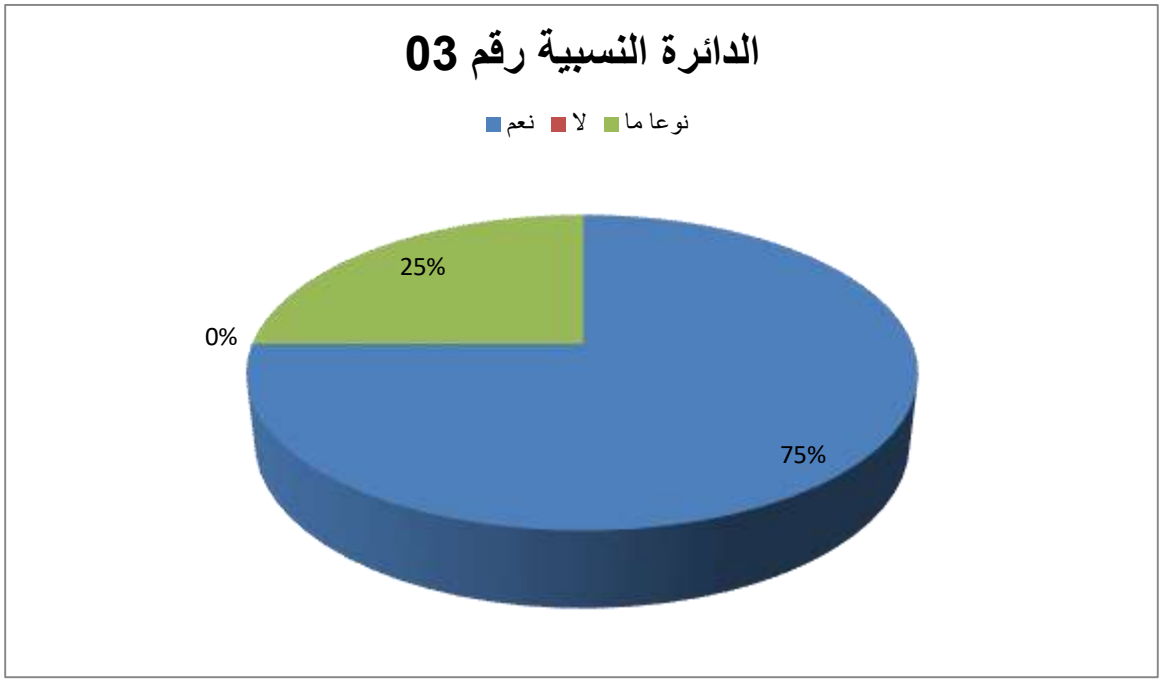
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 21.6% أكبر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 5.99 % عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج أن أكثر الطلبة يحاولون رصد ما درسوه خلال متابعتهم للأخبار الرياضية .

3. هل تجد أنه من المهم إدراج الزيارات والتربصات الميدانية في التكوين الجامعي البيداغوجي ؟

الجدول رقم :03

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	30	30		5.99	0.05	2	
لا	0	0.					
نوعا ما	0	0					
المجموع	30	100					



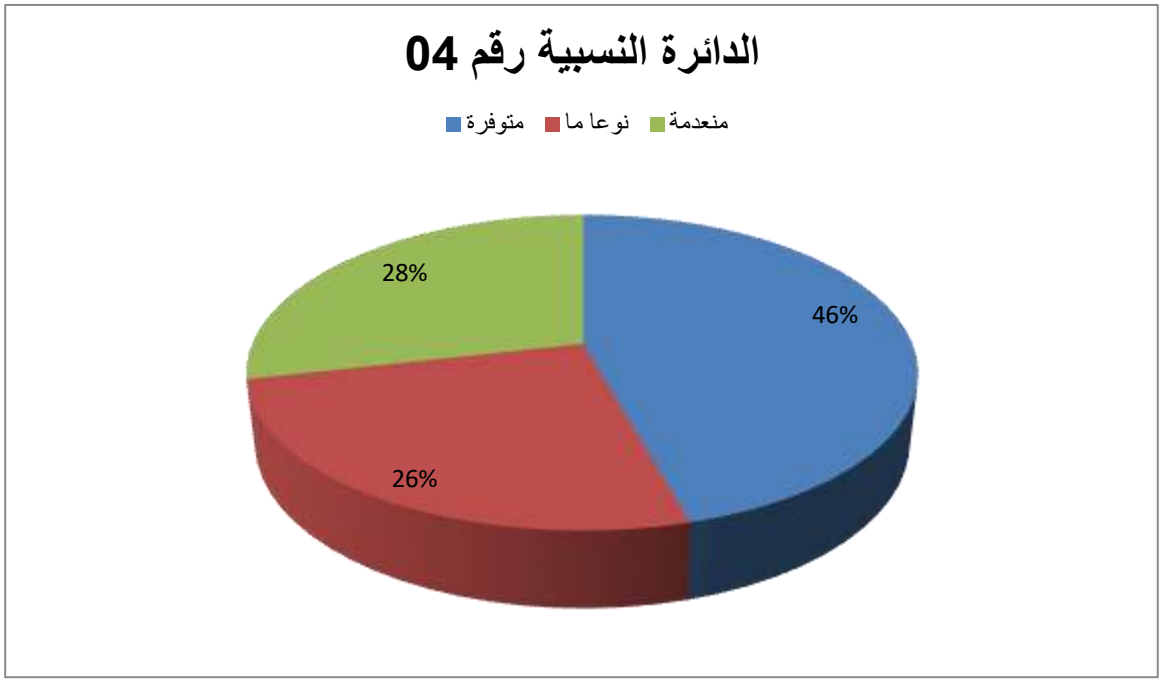
تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 100 %من الطلبة يرون انه من المهم ادراج الزيارات والتربصات

الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج أن كل الطلبة يرون أنه من المهم ادراج الزيارات والتربصات

4. هل هناك وفرة في الوسائل البيداغوجية المتعلقة بتخصصات الاعلام الرياضي ؟

الجدول رقم :04

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
متوفرة	16	53.3	6.2	5.99	0.05	2	
نوعا ما	9	30.0					
منعدمة	5	16.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 53.3 % من الطلبة يرون أن الوسائل البيداغوجية متوفرة ، و30 %يرون انها متوقرة نوعا ما ، بينما نجد 16.7 %يرون انها منعدمة تماما.

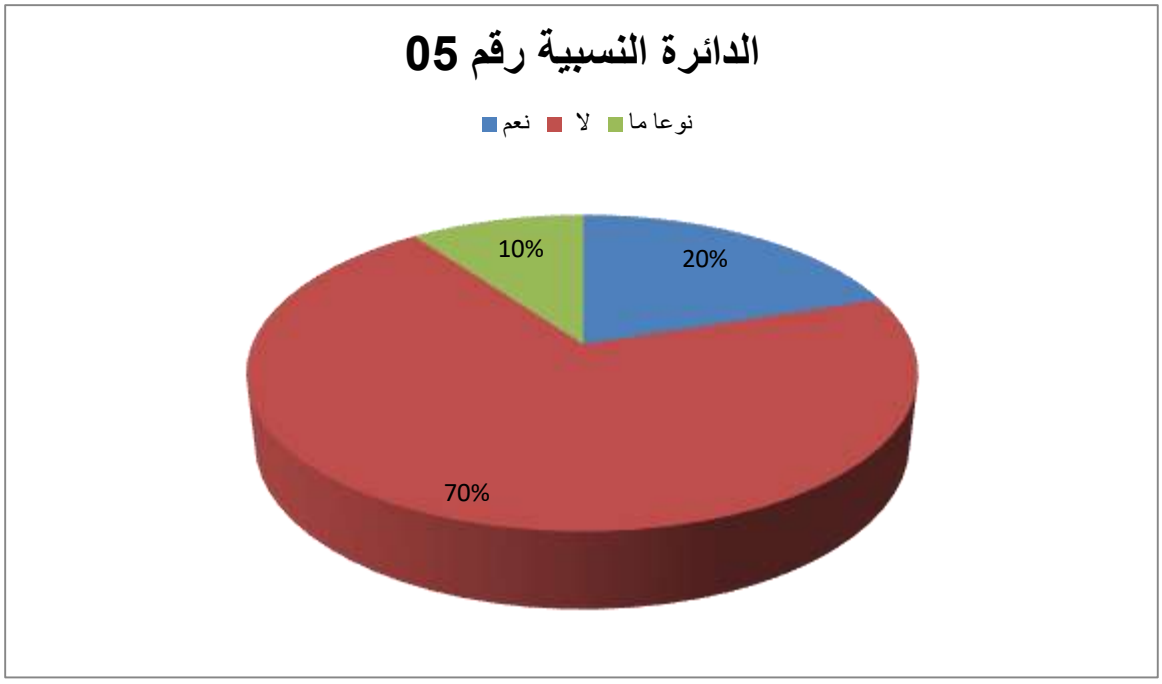
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 00 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن اغلب الطلبة يرون أنه هناك وفرة في الوسائل البيداغوجية

5. هل قمت أو شاركت في دورات تكوينية في هذا المجال بالمعهد أو خارجه ؟

الجدول رقم :05

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	6	20.0	18.6	5.99	0.05	2	
لا	21	70.0					
نوعا ما	3	10.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 20% من الطلبة شاركوا في دورات تكوينية في مجالهم و70 %لم يشاركوا .

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 18.6 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

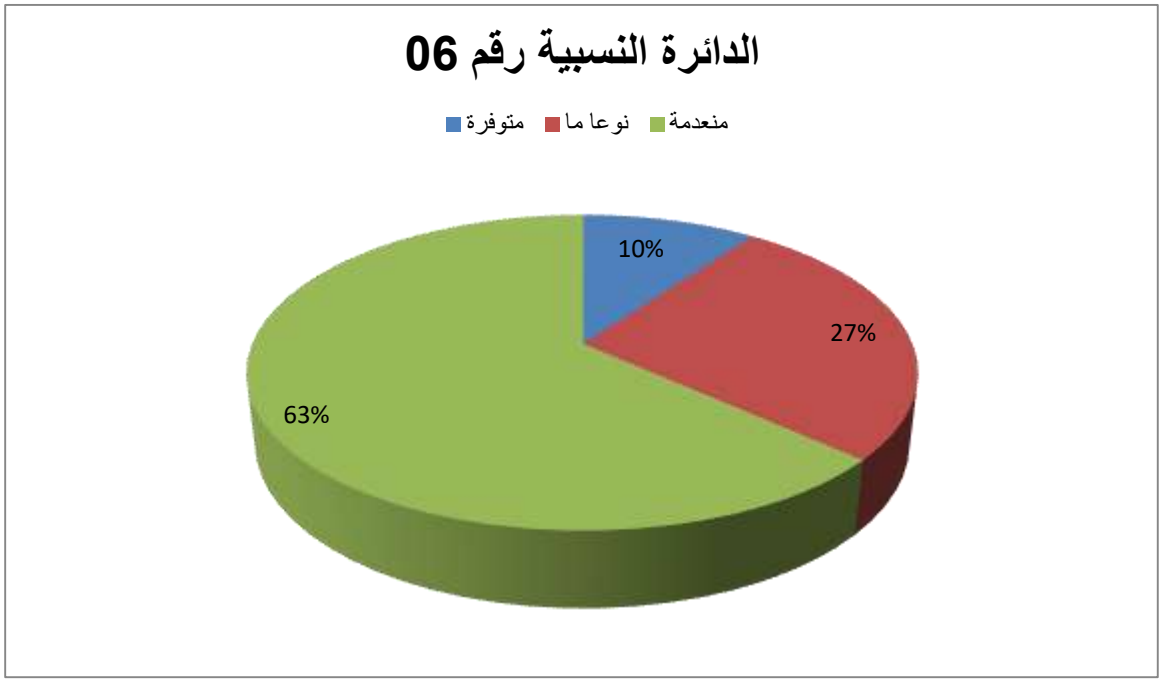
الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن غلب الطلبة لم يشاركوا في دوارت تكوينية

في مجالاهم

6. ما مدى توفر فرصة الدكتوراه لطلبة الاعلام والاتصال الرياض

الجدول رقم :06

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	3	10.0	13.4	5.99	0.05	2	
لا	8	26.7					
نوعا ما	19	63.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 10 % يرون ان الفرص متوفرة لدراسة الدكتوراه ، و 26.7% يرون انها غير متوفرة ، و63 %يرون انها متوفرة

نوعا ما.

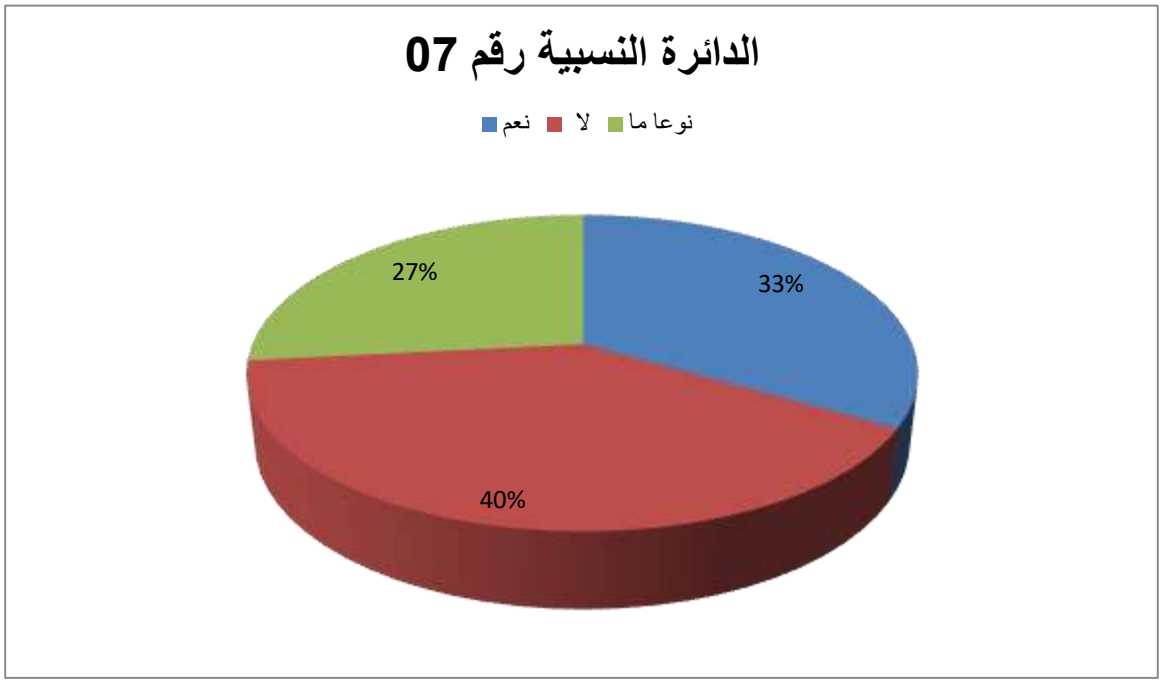
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 13 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن اغلب الطلبة يرون أن فرصتهم في الدكتوراه قليلة

7. هل هناك اقبال لطلبة الاعلام والاتصال الرياضي على مسابقات الدكتوراه ؟

الجدول رقم :07

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	10	33.3	800	5.99	0.05	2	
لا	12	40.0					
نوعا ما	8	26.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 33.3 يرون أن هناك اقبال على الدكتوراه و40 %يرون انه لا يوجد اقبال عليها فيما نجد 8% يرون انه هناك نوعا ما اقبال على الدكتوراه

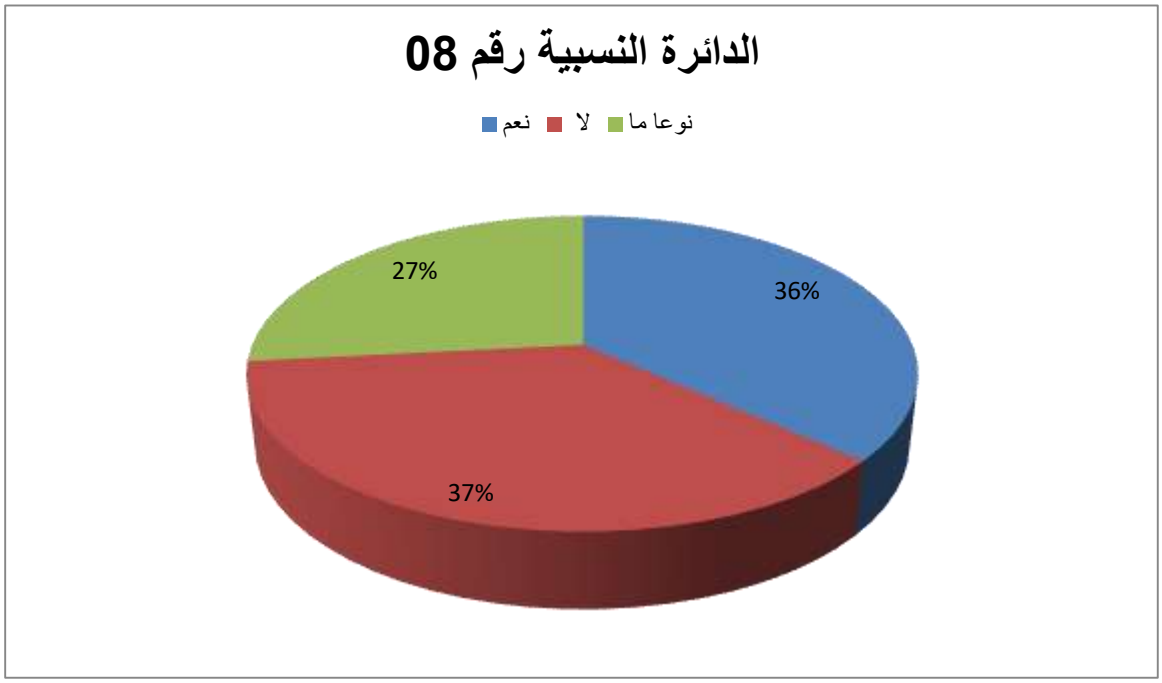
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 800 أكبر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أنه ليس هناك اقبال كبير على الدكتوراه .

8. هل تطمح لمواصلة تكوينك وتنمية امكانياتك بعد الحصول على شهادة الماستر

الجدول رقم :08

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	11	36.7	600	5.99	0.05	2	
لا	11	36.7					
نوعا ما	8	26.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 36.7 يطمحون لمواصلة تكوينهم بينما نجد 36.7% ايضا لا يطمحون لذلك و26.7% نوعا ما يطمحون لذلك

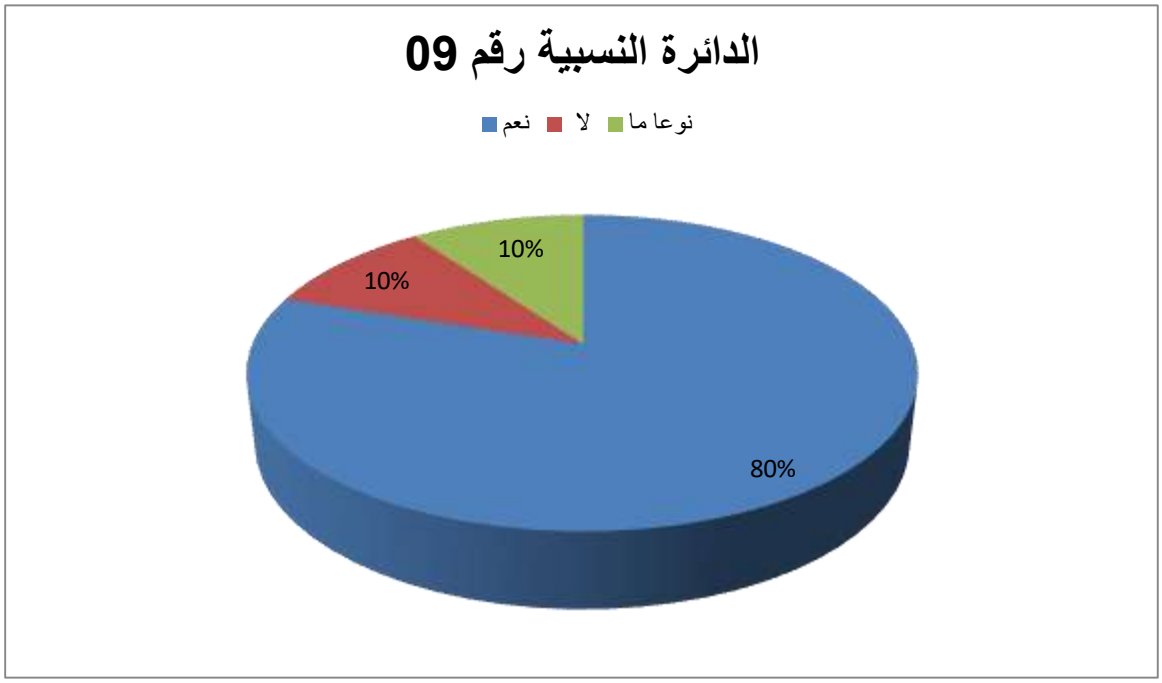
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 600 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن هنالك بعض الطلبة من يطمحون بالدراسة وتكوين انفسهم بعد الحصول على الماستر .

9. هل لك رغبة في تطوير نفسك والانفتاح على العالم بالدراسة خارج تراب الوطن

الجدول رقم :09

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	24	80.0	29.4	5.99	0.05	2	
لا	3	10.0					
نوعا ما	3	10.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 80% لهم رغبة في تطوير انفسهم ، و10% لا يرغبون بذلك بينما نجد 10% نوعا ما يرغبون بذلك

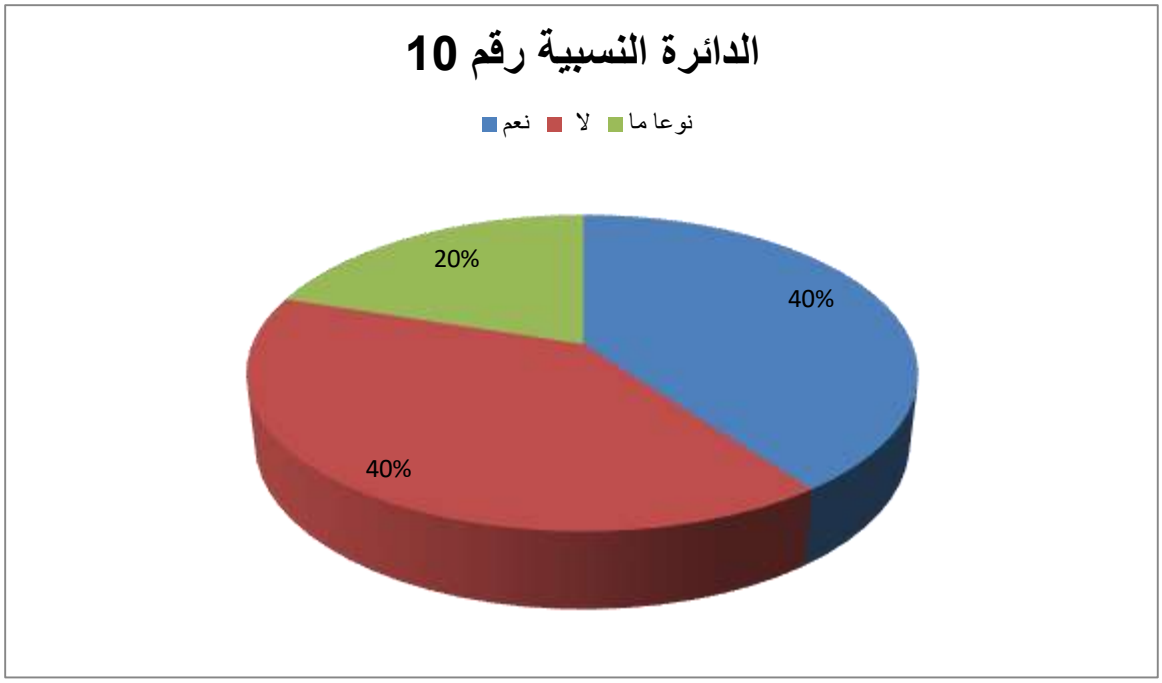
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 29 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن هناك الكثير من الطلبة من لهم رغبة بالدراسة خارج تراب الوطن

10. بما أن معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية الرياضية بالمسيلة هو الوحيد في الجزائر هل يشكل ذلك عائقا في مواصلة دراستك وتطوير مؤهلاتك ؟

الجدول رقم :10

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	12	40.0	2.4	5.99	0.05	2	
لا	12	40.0					
نوعا ما	6	20.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 40يرون انه يشكل لهم

عائقا و 40 % لا يرون ذلك بينما نجد 20 % يرون انه نوعا ما يجدونه عائقا

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 2.4 اصغر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى

الدلالة 0.05، إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية.

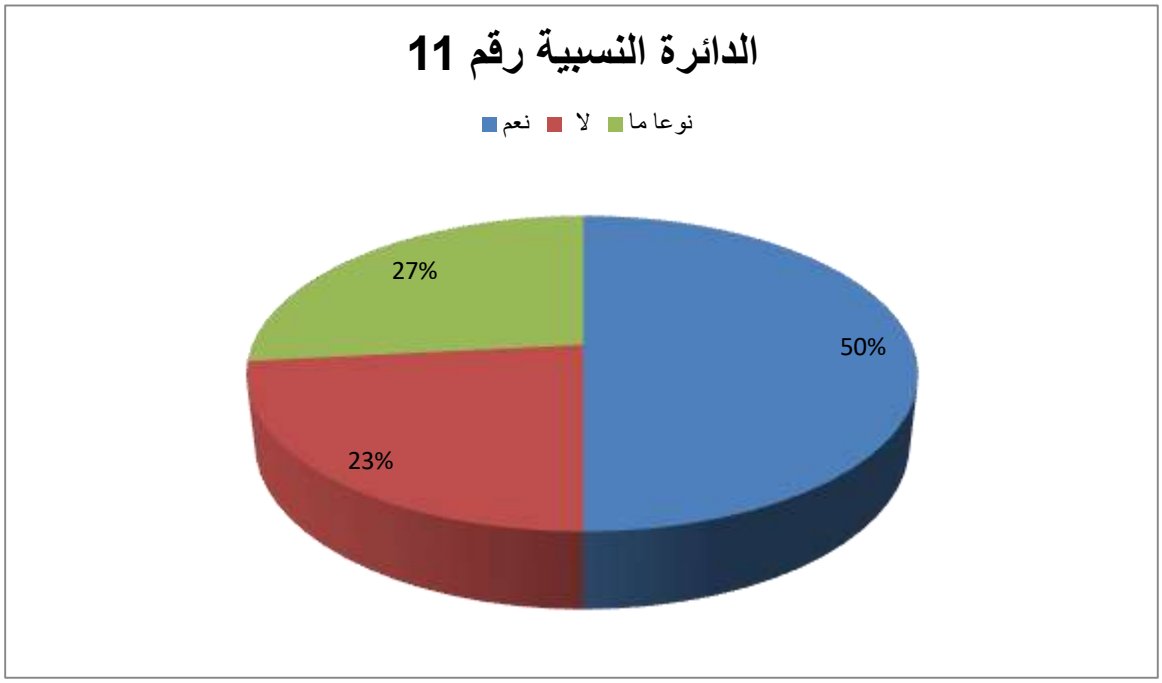
الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن وجود معهد مسيلة وحده يعيق مواصلة الدراسة للكثير من الطلبة

المحور الثاني :

1. هل يثير الاعلام الرياضي حماسك بدراسته وامتهانه والاحتراف فيه ؟

الجدول رقم :11

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	15	50.0	3.8	5.99	0.05	2	
لا	7	23.3					
نوعا ما	8	26.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 40 %يثير الاعلام الرياضي حماسهم لدراسته و23% لا يثيرهم و26.7% نوعا ما يثيرهم

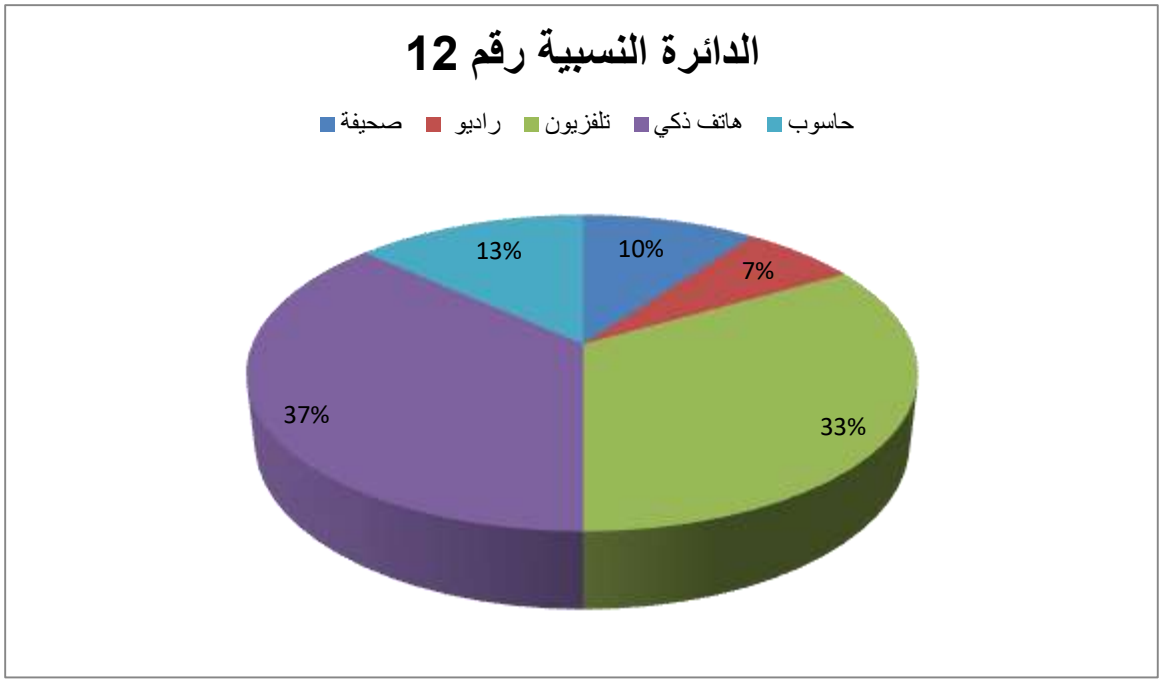
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 3.8 اصغر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن الاعلام الرياضي يثير الكثير من الطلبة لدراسته والاحتراف فيه

2. ماهي الوسيلة الاعلامية التي تفضلها في متابعة الاعلام الرياضي وكل ما يتعلق

الجدول رقم :12

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
صحيفة	3	10.0	11.6	9.49	0.05	4	
راديو	2	6.7					
تلفزيون	10	33.3					
هاتف ذكي	11	36.7					
حاسوب	4	13.3					
مجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 10% يفضلون الصحيفة و6.7 %يفضلون الراديو و33.3 يفضلون التلفزيون و36.7 يفضلون الهاتف الذكي و13.3

% يفضلون الحاسوب.

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 11.6 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

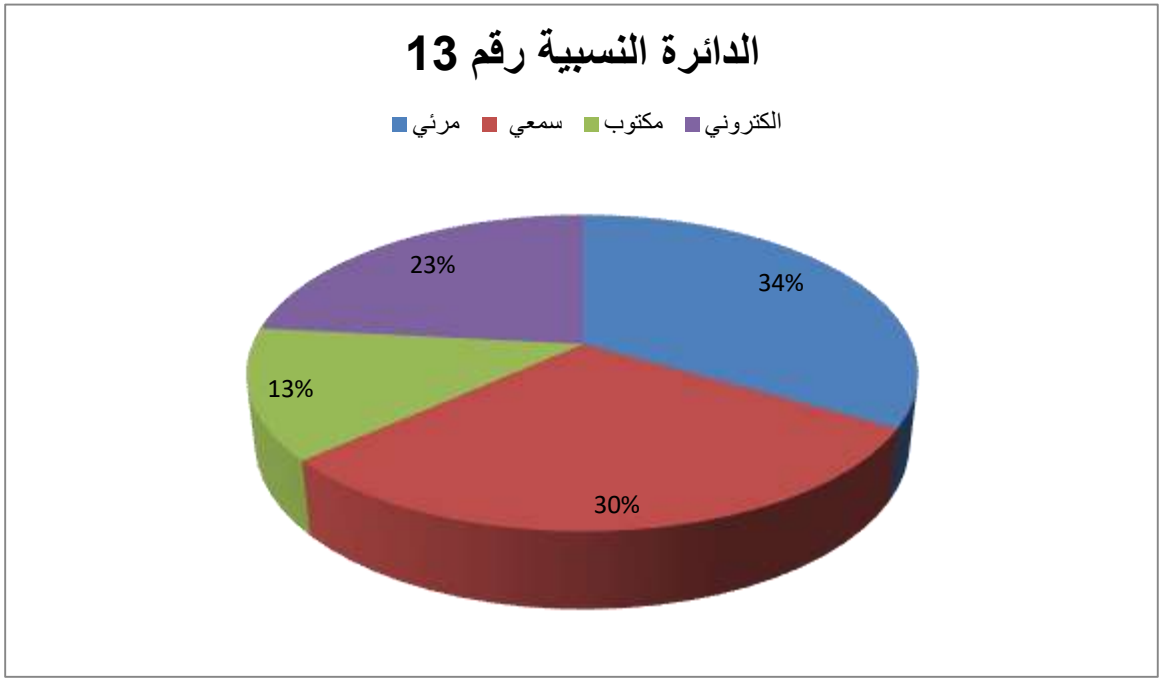
الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن اغلبية الطلبة يفضلون الهاتف الذكي

لمتابعة الاعلام الرياضي

3. ما هو الاختصاص الذي يجعلك ترغب في احتراف الاعلام والاتصال الرياضي ؟

الجدول رقم :13

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
مرئي	10	33.3	2.8	7.81	0.05	3	
سمعي	9	30.0					
مكتوب	4	13.3					
الكتروني	7	23.3					
مجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 33.3 %يفضلون الاعلام الرياضي المرئي و30% يفضلون الاعلام الرياضي السمعي و13.3 %يفضلون المكتوب و23.3% يفضلون الالكتروني .

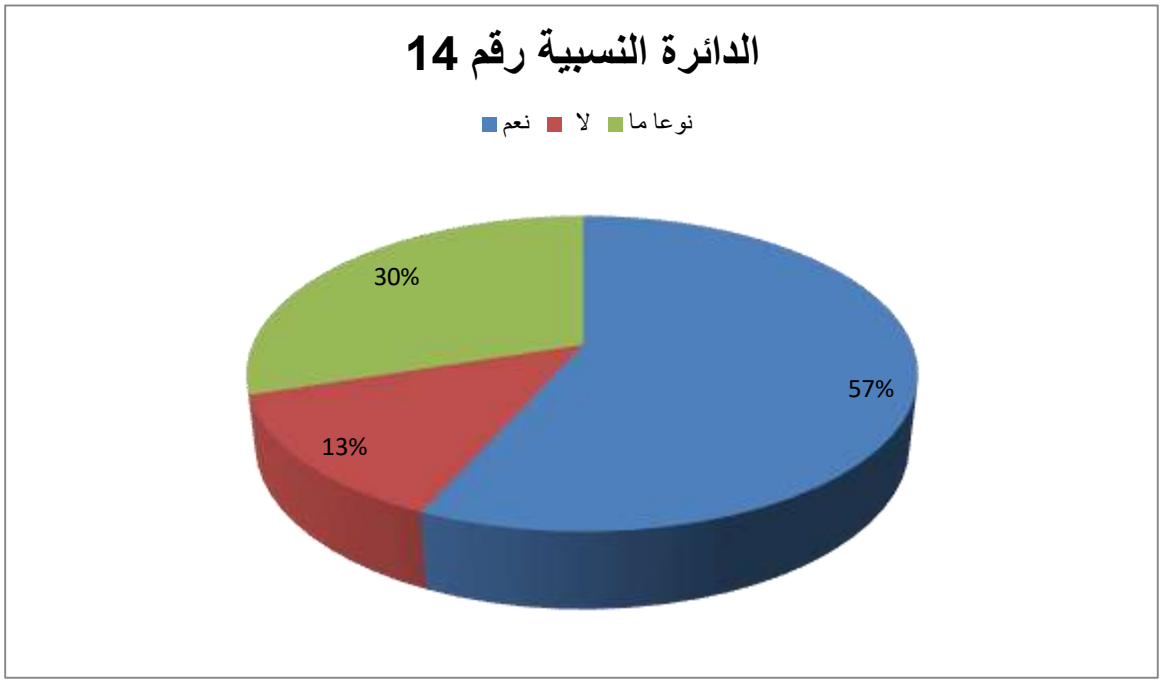
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 2.8 أكبر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 7.81 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: . من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أن اغلبية الطلبة يفضلون الاعلام الرياضي المرئي

4. هل تعتقد أن المقاييس النظرية التي تلقيتها بالمعهد لها علاقة بما هو موجود في طبيعة العمل بالمؤسسات الاعلامية ؟

الجدول رقم :14

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	17	56.7	8.6	5.99	0.05	2	
لا	4	13.3					
نوعا ما	9	30.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 56% يرون ان للمقاييس النظرية التي درسوها علاقة بما يوجد في طبيعة المؤسسة الاعلامية و13.3 %يرون انه ليس لها علاقة بينما نجد 30% يرون بان هناك علاقة نوعا ما.

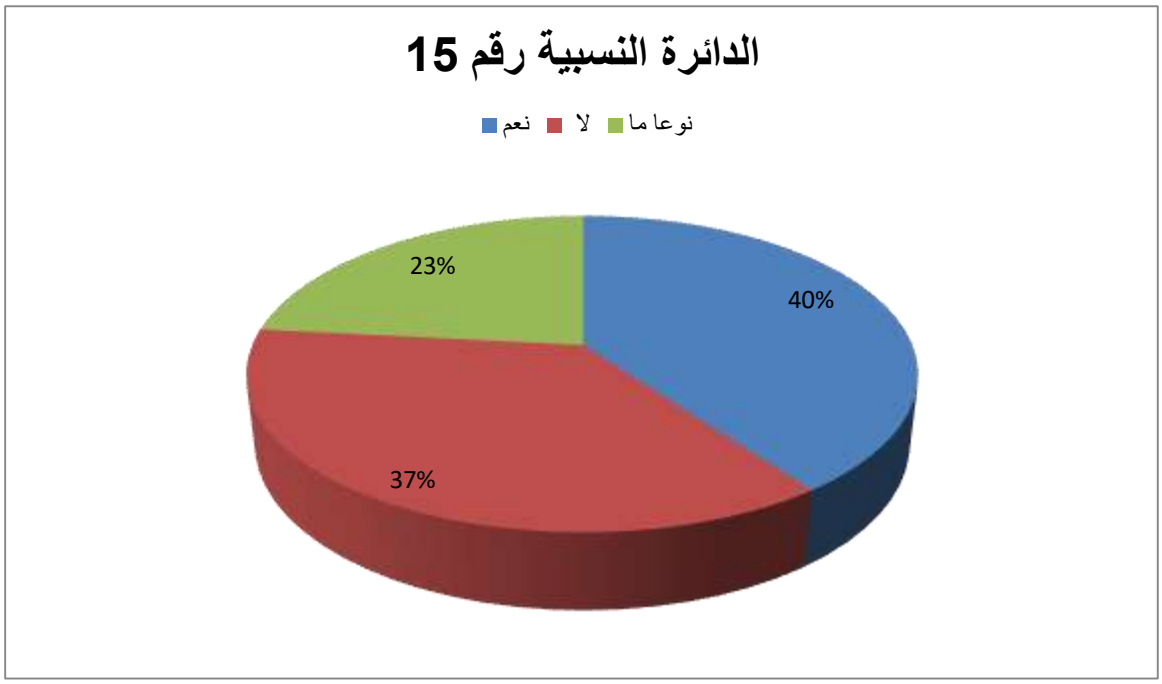
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 00 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج ان اغلب الطلبة يرون بأن المقاييس النظرية التي تلقوها بالمعهد لها علاقة بما هو موجود في طبيعة العمل بالمؤسسات الاعلامية

5. هل تلقيت من الجانب التطبيقي في دراستك ما يمكنك ويسمح لك بتحقيق المستوى المطلوب في منظومة الشغل الاعلامي ومؤسساتها

الجدول رقم :15

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	12	40.0	1.4	5.99	0.05	2	
لا	11	36.7					
نوعا ما	7	23.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 40% يرون انهم تلقوا من الجانب التطبيقي في دراستهم ما يمكنهم ويسمح لهم بتحقيق المستوى المطلوب بينما يرى 36% انه لم يتلقوا ذلك بينما نجد 23% يرون انهم نوعا ما تلقوا ذلك

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 1.4 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى

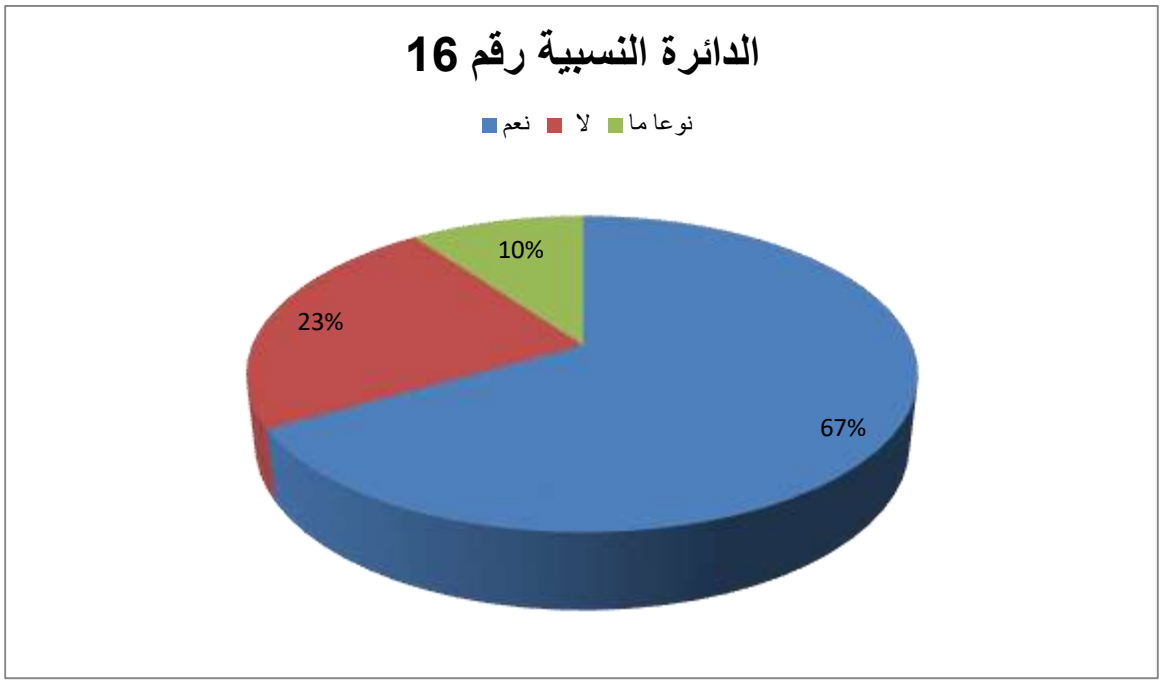
الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج ان اغلب الطلبة يرون بأنهم تلقوا من الجانب التطبيقي ما يمكنهم بتحقيق المستوى المطلوب في منظومة الشغل

6. هل للتكوين الجامعي الخاص بإعداد وتقديم طلبة اعلاميين دور في تطوير المنظومة الاعلامية ؟

الجدول رقم :16

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	20	66.7	15.8	5.99	0.05	2	
لا	7	23.3					
نوعا ما	3	10.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 66.7% يرون ان للتكوين دور في تطوير المنظمة و23.3% لا يرون ذلك بينما نجد 10%نوعا ما يرون ذلك .

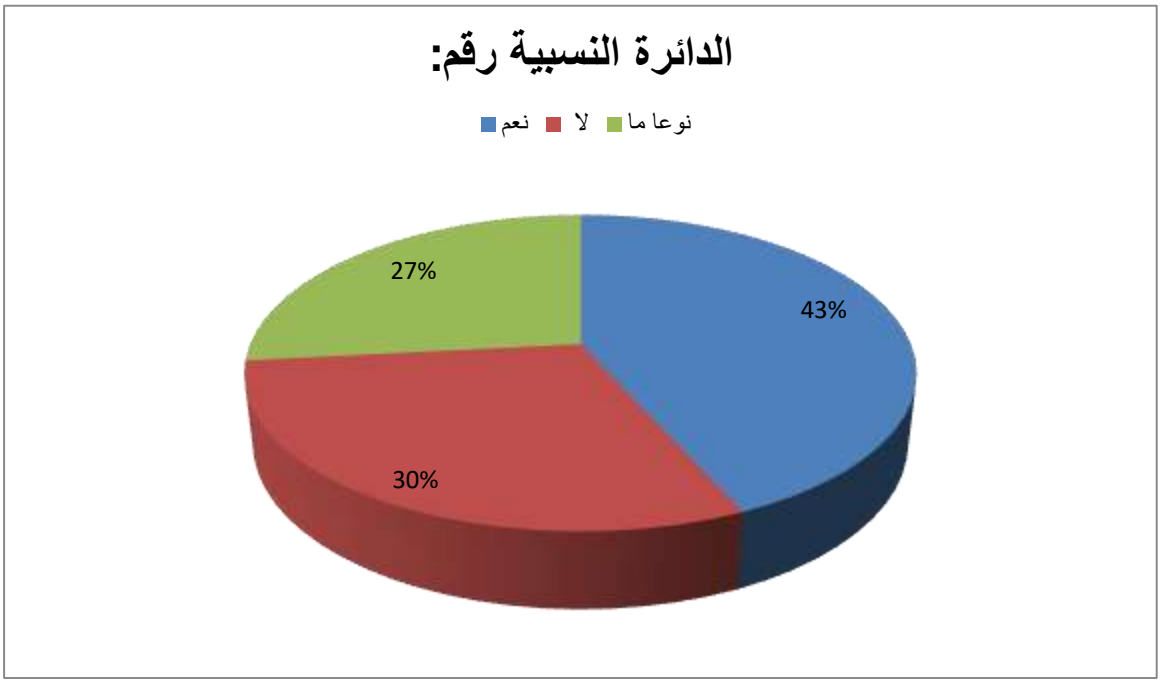
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا²** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا²** المحسوبة 15.8% أكبر من قيمة **كا²** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج أن للتكوين الجامعي الخاص بإعداد وتقديم طلبة اعلاميين دور في تطوير المنظومة الاعلامية

7. هل ترى ان المستوى التكويني الجامعي الذي تلقيته يؤهلك للعمل في هذا المجال وتخصصاته ؟

الجدول رقم :17

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	13	43.3	1.4	5.99	0.05	2	
لا	9	30.0					
نوعا ما	8	26.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 43% يرون ان المستوى التكويني الذين تلقوه يؤهلهم للعمل في هذا المجال و30% يرون انهم لم يحصلوا عليه و26.7 يرون نوعا ما انهم حصلوا عليه .

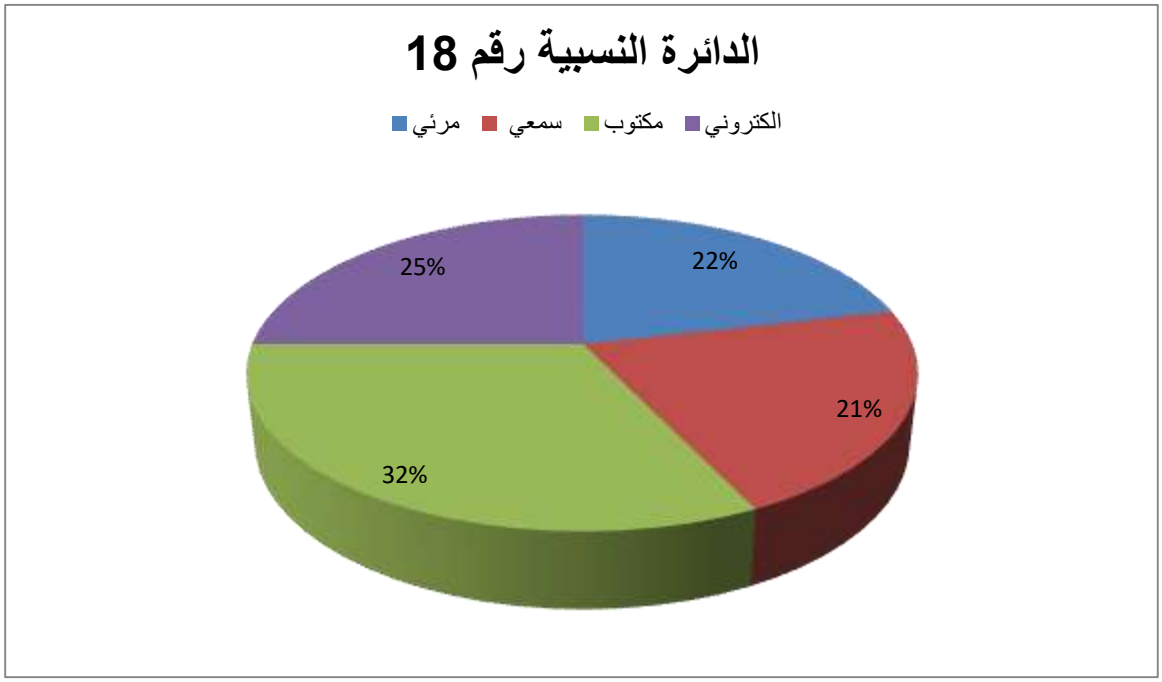
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 1.4 اصغر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد لا هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج اغلبية الطلبة يرون بأنهم مؤهلين للعمل في هذا المجال

8. **من بين المجالات المتعلقة بدراستك وتكوينك ما هو المجال الاكثر وفرة في سوق العمل من منظورك ؟**

الجدول رقم :18

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
مرئي	6	20.0	4.3	7.81	0.05	2	
سمعي	6	20.0					
مكتوب	9	30.0					
الكتروني	7	23.3					
مجموع	2	6.7					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 20% يرون ان المرئي هو المجال الأكثر وفرة ، 20% يرون ان السمعي هو الأكثر بينما لا يرى% 30 ان المكتوب هو الاكثر ويرى 23.3 ان الالكتروني هو الاكثر.

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 4.3 اصغر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى

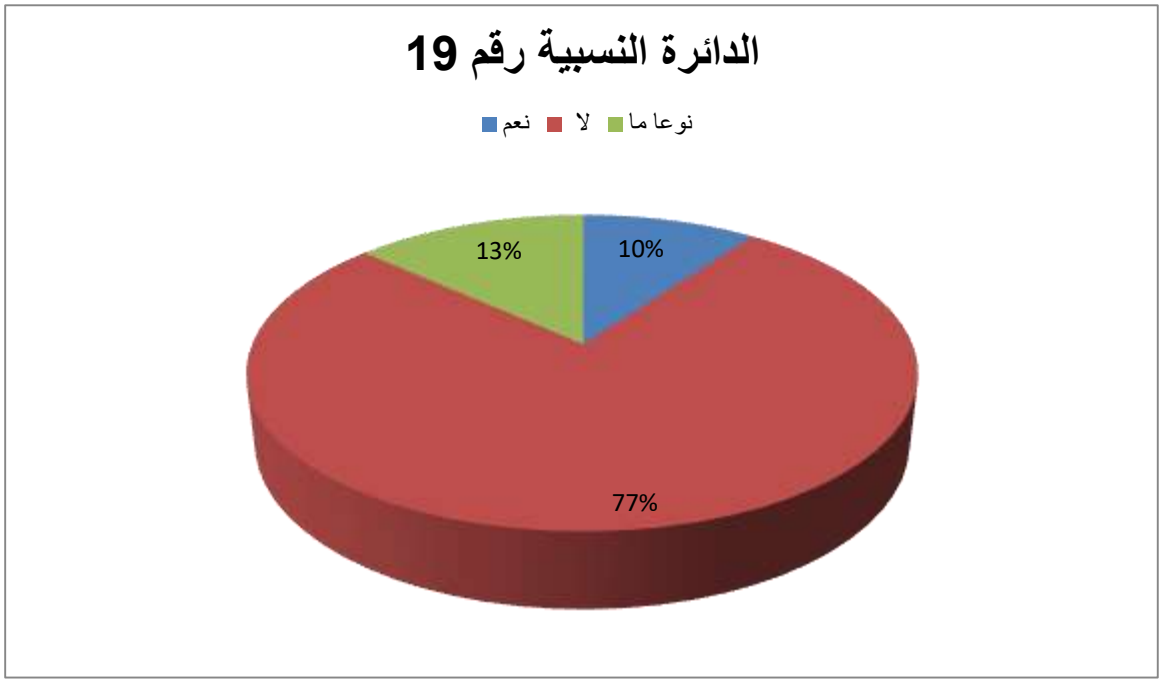
الدلالة 0.05، إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج ان المجال الاكثر وفرة هو الاعلام الرياضي المكتوب

9. هل هناك فرص للتوظيف حسب اختصاصك في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي ؟

الجدول رقم :19

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	3	10.0	25.4	5.99	0.05	2	
لا	23	76.7					
نوعا ما	4	13.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة% 10 يرون ان هناك فرص في التوظيف في قطاع التعليم العالي% 76 يرون ان لا توجد فرص بينما يرى 13.3% ان الفرص متوفرة نوعا ما .

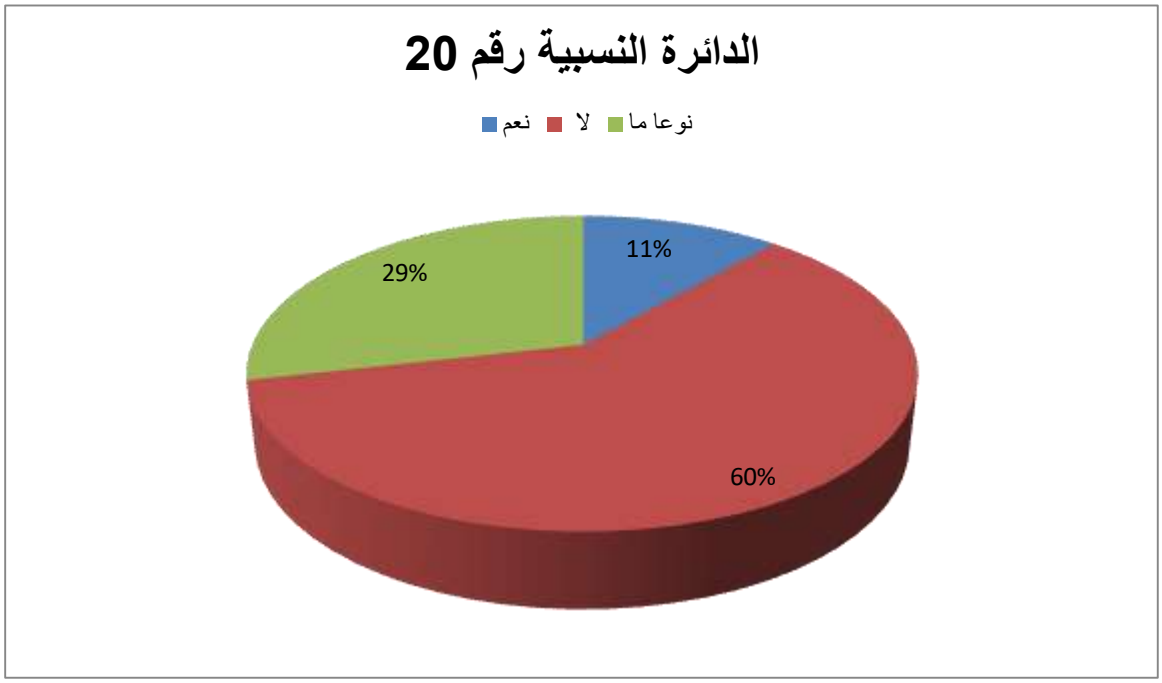
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 25.4 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج ان الفرص للتوظيف تكاد تكون منعدمة

10. من اليوم والى المستقبل القريب هل ترى فرصة عمل في اي اختصاص من مجالك ؟

الجدول رقم :20

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	4	13.3	18.2	5.99	0.05	2	
لا	21	70.0					
نوعا ما	5	16.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 13.3 %يرون فرص عمل في مجالهم ونسبة 70% لا يرون ذلك و16% يرون نوعا ما فرصة .

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 18 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

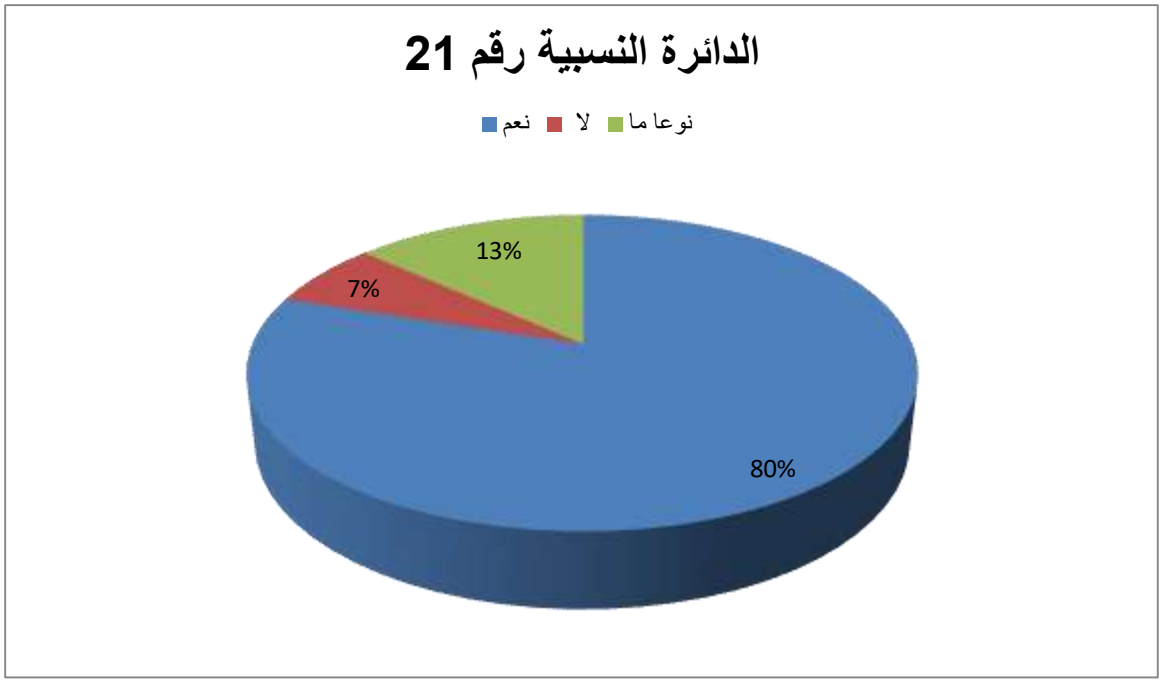
الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج ان ليس هناك فرص كثيرة في العمل في أي اختصاص من مجال الطلبة

المحور الثالث

1. **هل انت من متابعي الاعلام والاتصال الرياضي ؟**

الجدول رقم :21

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	24	80.0	29.6	5.99	0.05	2	
لا	2	6.7					
نوعا ما	4	13.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 80% هم من متابعي الاعلام والاتصال و6.7% ليسوا من متابعيه و13.3% يتابعونه نوعا ما.

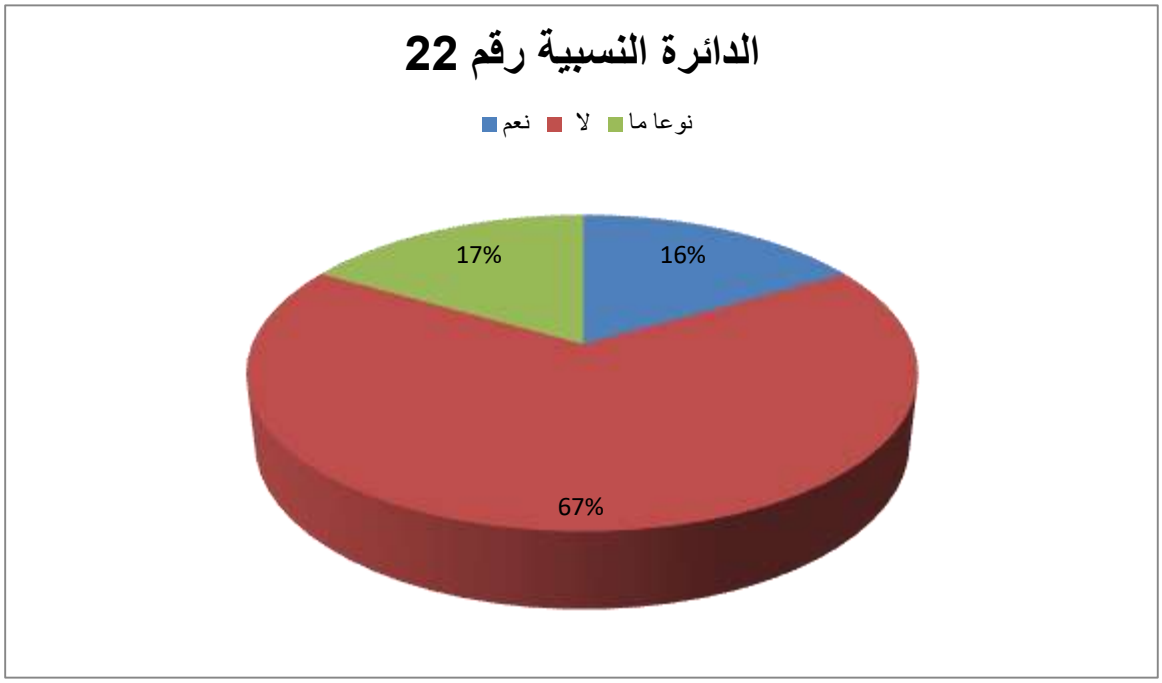
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 29.6 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها : نستنتج ان اغلب الطلبة من متابعي الاعلام والاتصال

2. هل تمارس أو لك نشاطات في ميدان تخصصك ؟

الجدول رقم :22

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	5	16.7	15	5.99	0.05	2	
لا	20	66.7					
نوعا ما	5	16.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة % 16.7 لهم نشاطات ونسبة% 66.7 ليس لهم نشاطات ونسبة% 16.7 لديهم نوعا ما نشاطات

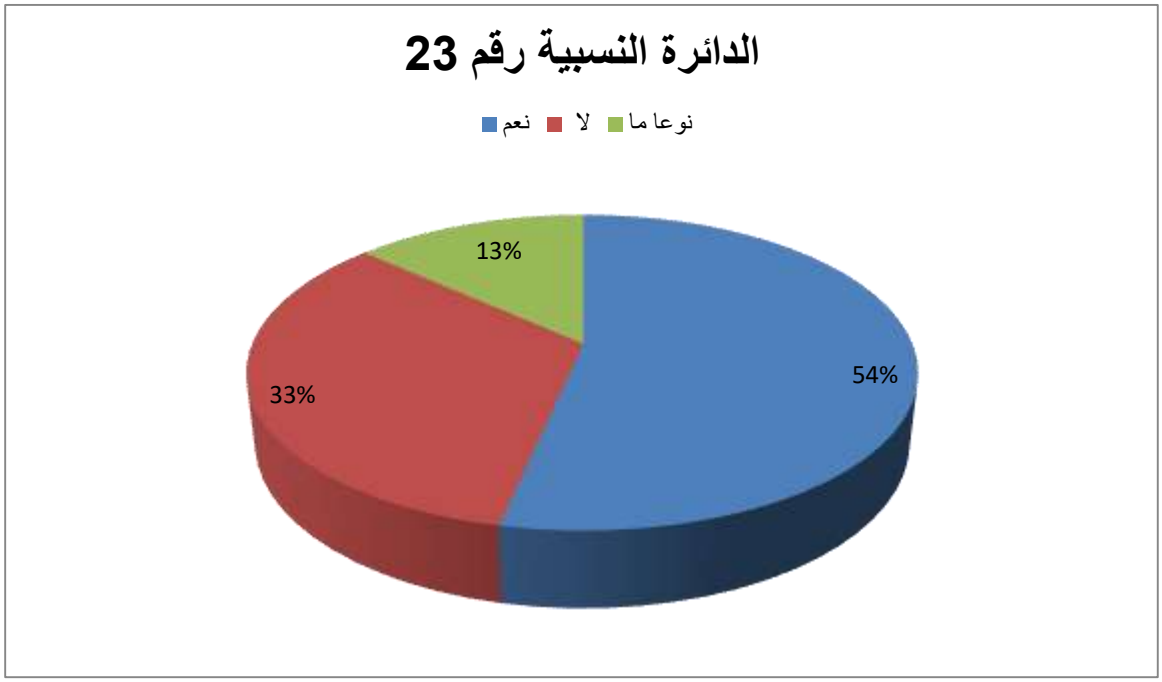
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 15 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن ليس للطلبة نشاطات كثيرة في ميدان تخصصهم

3. في رأيك هل يتعامل الاعلام الرياضي مع الرياضة كمجال وعلم له اسسه واهدافه في المجتمع ؟

الجدول رقم :23

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	16	53.3	7.2	5.99	0.05	2	
لا	10	33.3					
نوعا ما	4	13.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة% 53 يرون الاعلام الرياضي يتعامل مع الرياضة كمجال وعلم %و33 لا يرون انه كذلك بينما نجد 13.3% يرون انه

نوعا ما كذلك

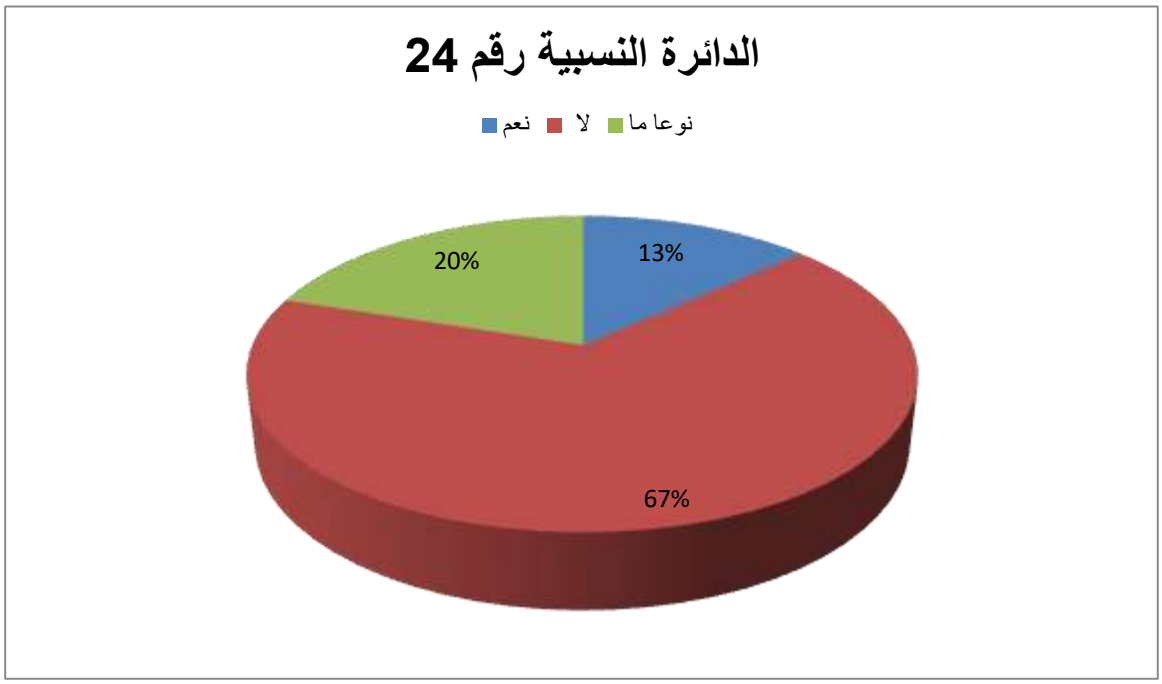
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 7.2 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج ان اغلبية الطلبة يرون ان الاعلام الرياضي يتعامل مع الرياضة كمجال وعلم له أسسه واهدافه

4. هل قمت بزيارات أو تربصات ميدانية لأحد الاقسام الرياضية لأحد المؤسسات الاعلامية ؟

الجدول رقم :24

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	4	13.3	15.2	5.99	0.05	2	
لا	20	66.7					
نوعا ما	6	20.0					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 13.3 %قاموا بزيارات وتربصات و66.7% لم يقوموا بذلك و20% نوعا ما قاموا بزيارات

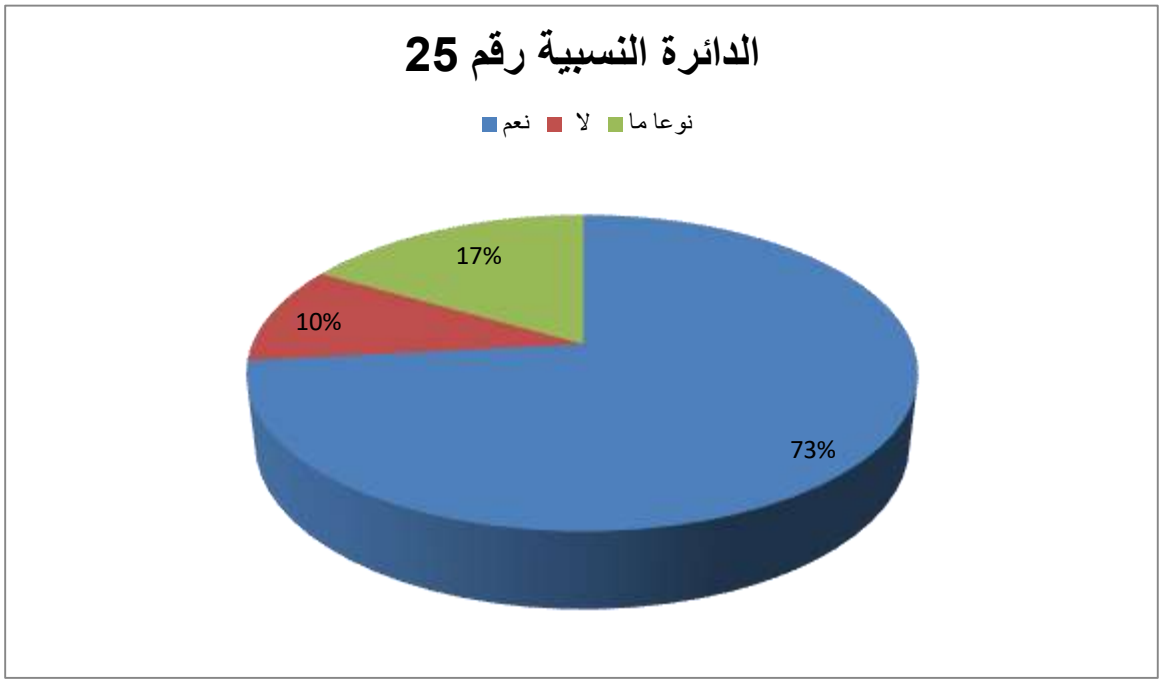
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 15.2 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن اغلب الطلبة لم يقوموا بزيارات او تربصات

5. هل استفدت من تلك الزيارات أو التربصات الميدانية في تطوير مهاراتك ؟

الجدول رقم :25

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	22	73.3	21.8	5.99	0.05	2	
لا	3	10.0					
نوعا ما	5	16.7					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 73.3 %استفادوا من التربصات التي قاموا بها و10% لم يستفيدوا و16% نوعا ما استفادوا .

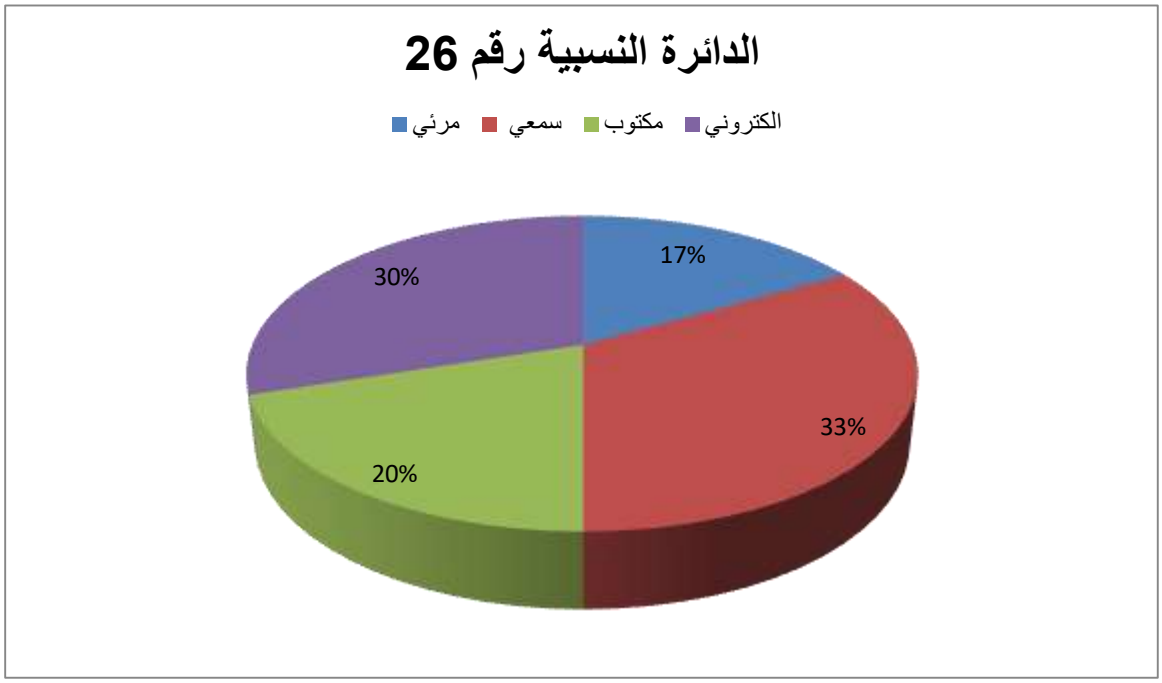
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة21.8 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن اغلب الطلبة الذين قاموا بتربصات استفادوا منها جيدا

6. ما مدى تأثير تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي ووسائله في تطوير امكانياتك الشخصية؟

الجدول رقم :26

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
عالية	5	16.7	2.26	7.81	0.05	3	
متوسطة	10	33.3					
منخفضة	6	20.0					
منعدمة	9	30.0					
مجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 16.7% كان تأثير التخصصات عليها عاليا و33.3% متوسطا و20%منخفضا و30%منعدما .

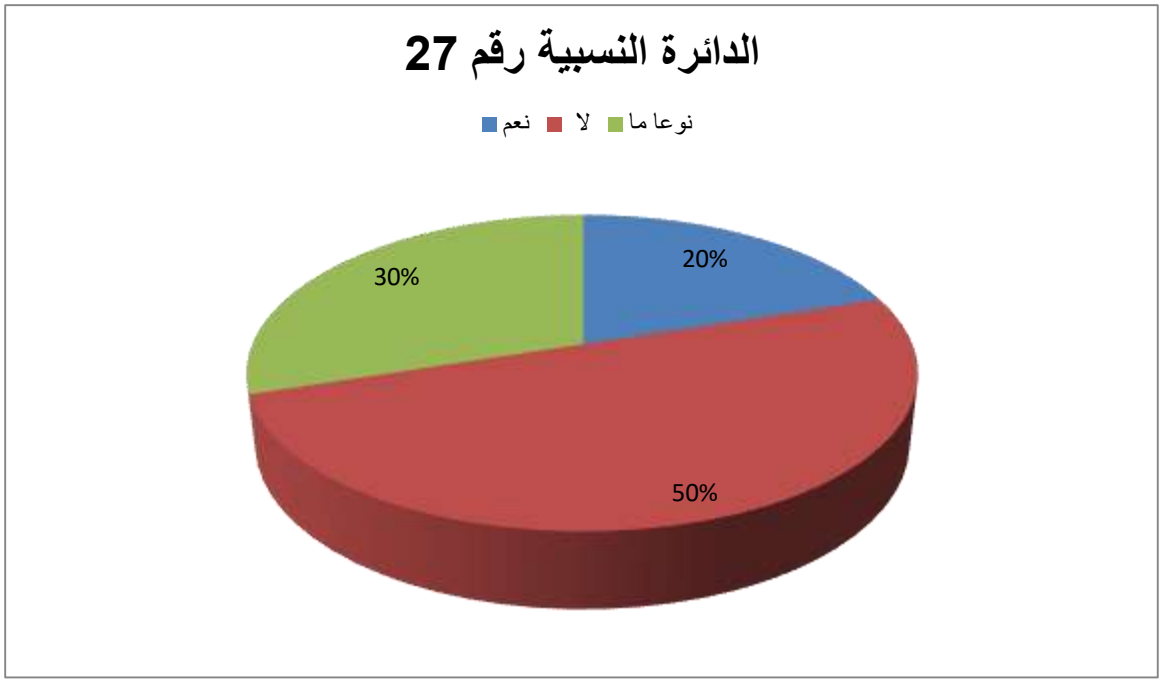
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 2.26 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج : من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون بان هناك تأثير متوسط لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على امكانياتهم الشخصية

7. هل ترى أنك طورت امكانياتك الخاصة كطالب و كحائز على شهادة تؤهلك لزيادة نشاطك الاعلامي لدخول عالم الاعلام من بابه الواسع ؟

الجدول رقم :27

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	6	20.0	4.2	5.99	0.05	2	
لا	15	50.0					
نوعا ما	9	30.0					
المجموع	30	20.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 20%يرون انهم طور إمكانياتهم و50 يرون انهم لم يطورو امكانياتهم و30%يرون انهم طور نوعا ما امكانياتهم .

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 4.2 اصغر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن لا توجد هناك دلالة إحصائية.

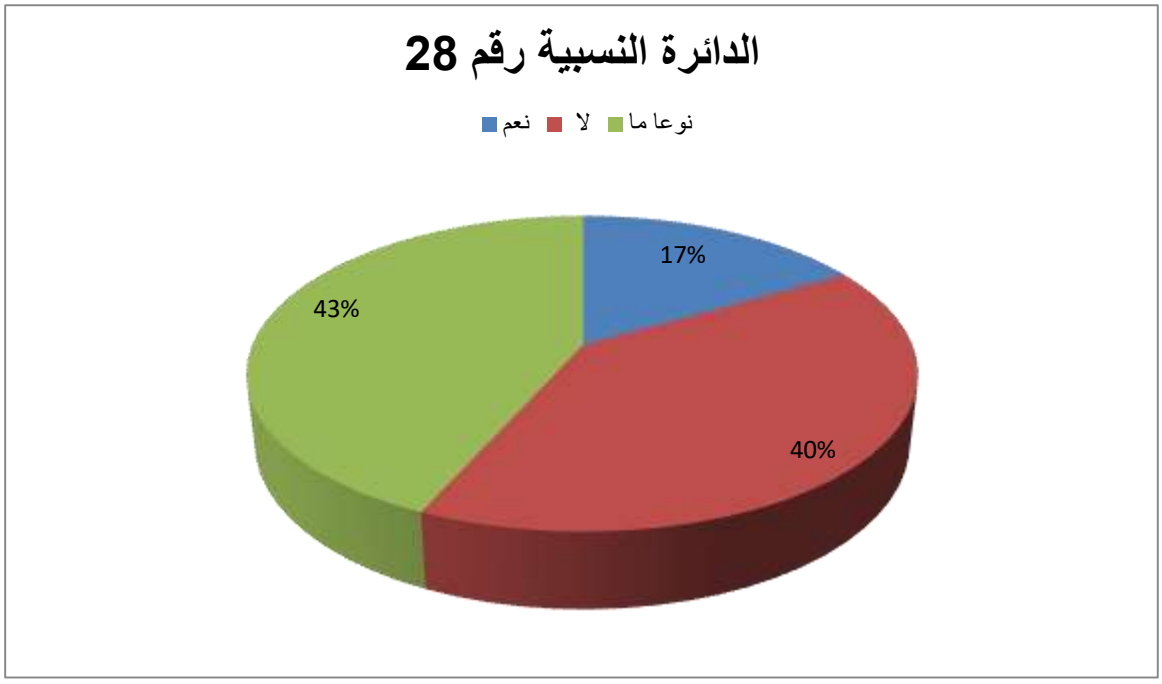
الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون بانهم طوروا

امكانياتهم الخاصة كطلبة

8. هل يمكنك القول انك حققت الكفاءة من خلال ما درست ؟

الجدول رقم :28

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
			المحسوبة	المجدولة			
نعم	5	5	3.8	5.99	0.05	2	
لا	12	12					
نوعا ما	13	13					
المجموع	30	30					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 17% يرون انهم يمكنهم القول انهم حققوا الكفاءة مما درسوا و 40% يرون انهم لم يحقو الكفاءة و43 %يرون انهم نوعا ما حققوا الكفاءة .

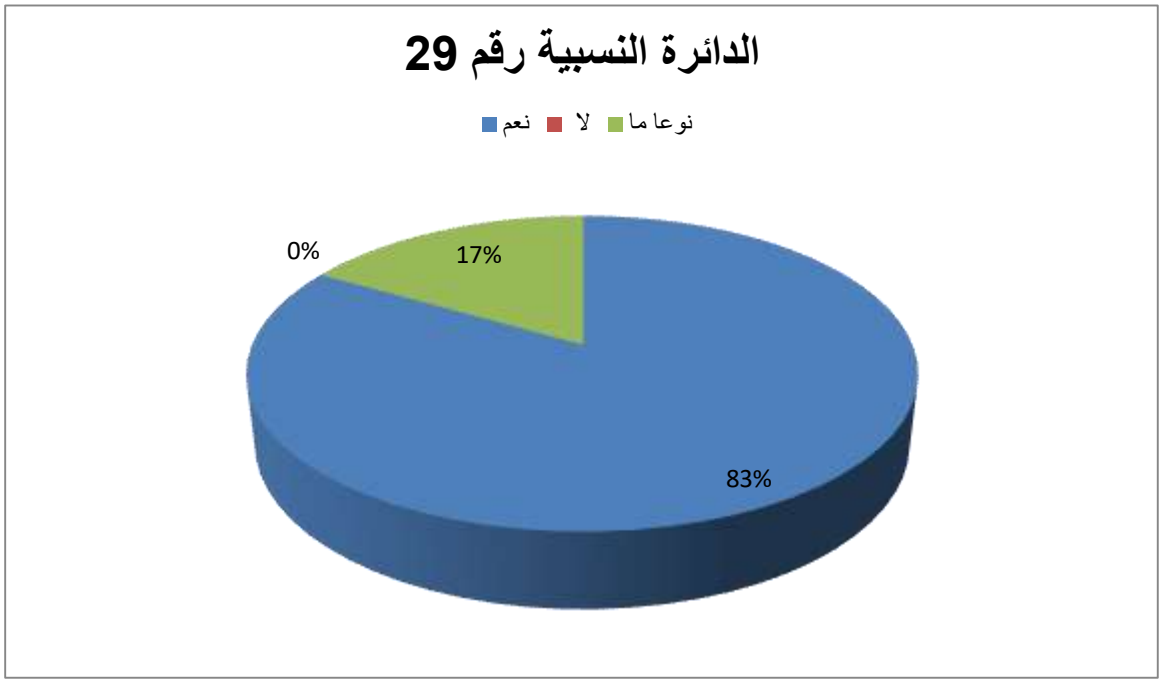
ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا^2** المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا^2** المحسوبة 3.8 أكبر من قيمة **كا^2** تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد لا هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون بأنهم حققوا الكفاءة من خلال ما درسوا

9. هل تلاحظ نقائص في المنظومة الدراسية المتعلقة بتخصصك ؟

الجدول رقم :29

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
نعم	25	83.3	المحسوبة	المجدولة			
لا	0	0.	13.3	5.99	0.05	2	
نوعا ما	5	16.7					
المجموع	30	100					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 83.3 يلاحظون نقائص و16 .7 يلاحظون نوعا ما النقائص

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 13.3أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

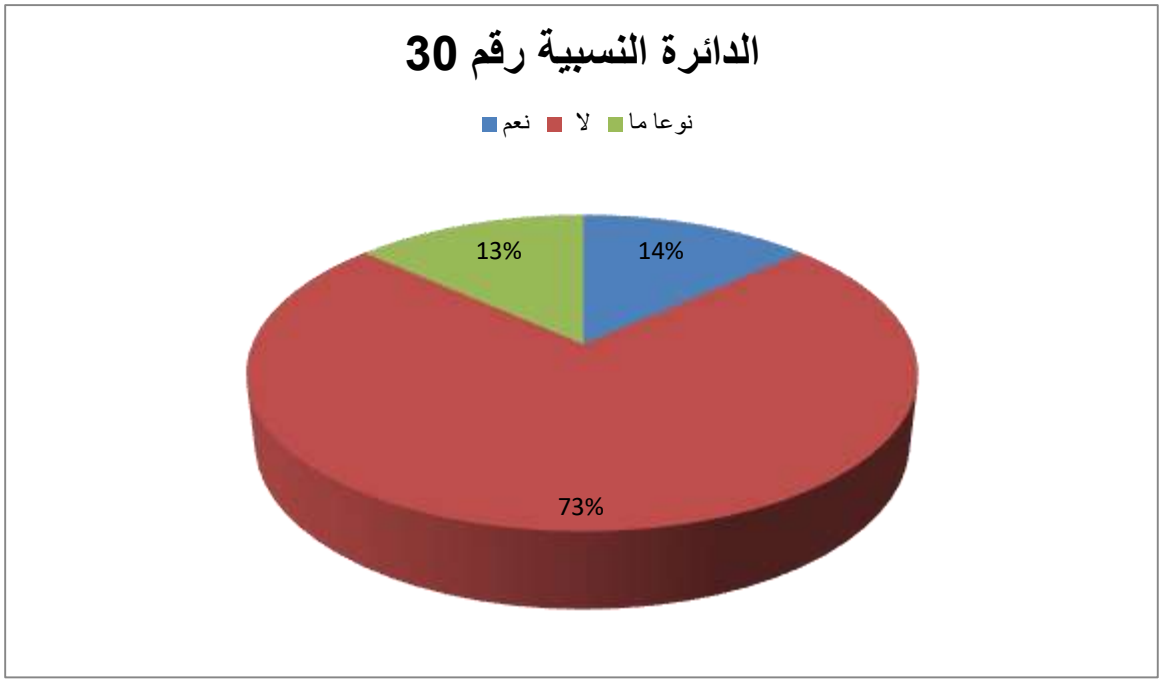
الاستنتاج: من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج هناك نقائص في المنظومة الدراسية

10. هل يستطيع طلاب الاعلام والاتصال الرياضي تحيق المطلوب من خلال المقاييس المدروسة ؟

الجدول رقم :30

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية	كا^2	مستوى الدلالة	درجة الحر	الدلالة الإحصائية

نعم	4	13.3	المحسوبة	المجدولة		ية	
لا	22	73.3	21.6	5.99	0.05	2	
نوعا ما	4	13.3					
المجموع	30	100.0					



تحليل الجدول: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نجد أن نسبة 13.3يرون ان الاعلام الرياضي يستطيع تحقيق المطلوب من خلال المقاييس المدروسة و73.3 يرون العكس بينما يرى 13.3 انه يمكنه تحقيق المطلوب نوعا ما.

ومن خلال المعالجة الإحصائية للاستبيان عن طريق حساب **كا**^{2} المبينة في الجدول أعلاه، نجد أن قيمة **كا**^{2} المحسوبة 21.6 أكبر من قيمة **كا**^{2} تربيع المجدولة 5.99 عند درجة الحرية 02 ومستوى الدلالة 0.05، إذن توجد هناك دلالة إحصائية.

الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها ، نستنتج ان اغلبية الطلبة يرون انهم لن يحققوا المطلوب من خلال المقاييس المدروسة

- **5- 2- مناقشة النتائج في ظل الفرضيات :**

قمنا بتقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور وفق الفرضيات المطروحة، وقد وزعنا عبارات الاستبيان حسب هاته المحاور حيث تم مناقشة نتائجه في ضوء الفرضيات .

- **مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الأولى:**

تنعكس تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بالشكل الايجابي في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

لقد تبين من خلال نتائج الدراسة التحليلية للبيانات من إجابات الطلبة المفحوصين أن لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاس بشكل ايجابي على مجال الدراسات ما بعد التدرج.

فمن خلال قراءة الجدول رقم (01) وعرض بياناته نجد أن نسبة 20 % يرون أن مستواهم جيد ، ونسبة 63.3 % يرون أن مستواهم متوسط ، اذن اغلبية الطلبة يرون أن مستواهم متوسط بعد تكوينهم ، وكما يبين لنا الجدول رقم (08) أن ما نسبته 36.7 %يطمحون لمواصلة تكوينهم بينما نجد 36.7% ايضا لا يطمحون لذلك من الطلبة المفحوصين ترى هنالك بعض الطلبة من يطمحون بالدراسة وتكوين انفسهم بعد الحصول على الماستر ، كذلك الجدول رقم (10) وتكملة للسؤال السابق نرى أن نسبة 40 % يرون انه يشكل لهم عائقا و 40 % لا يرون ذلك من عينة الدراسة الذين قد أكدوا أن وجود معهد مسيلة وحده يعيق مواصلة الدراسة للكثير من الطلبة.

أما الجدول رقم (09) هو الآخر بينت نتائجه أن ما نسبته 80% لهم رغبة في تطوير انفسهم ، و10% لا يرغبون بذلك من الطلبة المفحوصين مما نستنتج أن هناك الكثير من الطلبة من لهم رغبة بالدراسة خارج تراب الوطن.

وانطلاقا من كل هاته النتائج والنسب المئوية المتحصل عليها من عبارات المحور الأول، التي تخدم الفرضية الأولى والمتمثلة في أنه هنالك انعكاس لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بالشكل الايجابي في مجال الدراسات ما بعد التدرج، نجد أن فرضيتنا قد تحققت إلى حد ما وأن ما يأخذه الطالب من التكوين الجامعي وما نجده من انعكاس للإعلام الرياضي وتخصصاته يخدم مجال الدراسات ما بعد التدرج وخاصة خارج الوطن بشكل ايجابي نوعا ما ، عكس ما جاءت به دراسة

"محمد زكرياء" والذي أقر من خلالها أنه لا توجد علاقة بين ما يكتسبه الإعلامي أثناء مرحلة التكوين وبين ممارسته للعمل الإعلامي، فالطالب حسب قول الباحث أنه لا يتلقى تكوينا كاملا يمكنه من التعرف على مهنة الإعلام بشكل مكثف ولا يخدم جانبه المعرفي بالكامل وأن هذا يعود إلى طبيعة التكوين الإعلامي الذي يعتمد على الجانب النظري. (محمد زكرياء ، 2016/2017)

لكن ما استخلصناه من دراستنا نحن أنه هناك انعكاس لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بشكل ايجابي في جوانب عديدة وبشكل قليل أي جانب او جانبين سلبيين في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

- **مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الثانية:**

لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاسات ايجابية في مجال فرص التوظيف في الاختصاص ولقد تبين من خلال نتائج الدراسة التحليلية للبيانات من إجابات الطلبة المفحوصين أنه يمكن ان يكون انعكاسات ايجابية لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال فرص التوظيف في الاختصاص.

فمن خلال قراءة الجدول رقم (14) وبالنظر إلى نتائجه نجد أن نسبة 56% يرون ان للمقاييس النظرية التي درسوها علاقة بما يوجد في طبيعة المؤسسة الاعلامية و13.3 %يرون انه ليس لها علاقة أي جل الطلبة المفحوصين يرون بأن المقاييس النظرية التي تلقوها بالمعهد لها علاقة بما هو موجود في طبيعة العمل بالمؤسسات الاعلامية .

كما يبين لنا الجدول رقم (16) أن النسبة المقدرة ب 66.7 %يرون ان للتكوين دور في تطوير المنظومة و23.3% لا يرون ذلك من الطلبة المفحوصين قد أكدوا أن للتكوين الجامعي الخاص بإعداد وتقديم طلبة اعلاميين دور في تطوير المنظومة الاعلامية ، كذلك الجدول رقم (17) وانطلاقا من قراءتنا له نجد أن النسبة المقدرة ب 43 % يرون ان المستوى التكويني الذين تلقوه يؤهلهم للعمل في هذا المجال و30% يرون انهم لم يحصلوا عليه من الطلبة المفحوصين واغلبيتهم يرون بأنهم مؤهلين للعمل في هذا المجال ، أما الجدول رقم (20) هو الآخر بينت نتائجه أن ما نسبته أن نسبة 13.3 % يرون فرص عمل في مجالهم ونسبة 70% لا يرون ذلك و16% يرون نوعا ما فرصة وقد أقروا أن ما درسوه انه ليس هناك فرص كثيرة في العمل في أي اختصاص من مجال الطلبة.

وكل هذه القراءات للجداول وما تحمله من نسب مئوية متحصل عليها من عبارات المحور الثاني التي تخدم الفرضية الثانية والمتمثلة في ان لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاسات ايجابية في مجال فرص التوظيف في الاختصاص ، فبالإضافة إلى كل هاته النتائج المتوصل اليها وكما ذكر في الجانب النظري فالطالب عندما يقوم بزيارات ميدانية لأحد الاقسام الرياضية، وبعد رصده لما درسه أثناء متابعته للأخبار الرياضية يدرك أن هناك تطابق بين ما درسه وبين ما هو موجود بالمؤسسة الإعلامية، ليس هذا فقط ولكنه يأمل في تطوير المنظومة التكوينية وبالتالي المنظومة الإعلامية الرياضية فيجد بذلك فرص عمل تخلقها له طبيعة الحياة في مجاله وتمكنه من مزاول شغفه وما يحبه ويطمح فيه وهذه هي الانعكاسات الايجابية الا انها فرص تتاح لكل من يعمل بجد من اجلها ويطمح لتطوير ذاته .

- **مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الثالثة:**

تلعب تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب.

لقد تبين من خلال نتائج الدراسة التحليلية للبيانات من إجابات الطلبة المفحوصين أن تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي تلعب دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب فمن خلال قراءة الجدول رقم (25) ومن خلال نتائجه يتبين لنا أن ما نسبته 73.3 %استفادوا من التربصات التي قاموا بها و10% لم يستفيدوا من الطلبة المفحوصين الذين قد قاموا بتربصات ميدانية في فن إعداد وتقديم برنامج رياضي إعلامي بإحدى المؤسسات الإعلامية خلال المرحلة التكوينية الجامعية في الإعلام الرياضي كما الزيارات الميدانية التي ساعدتهم على التطوير ذاتهم واستكشاف محيط هذا المجال كما يبين لنا الجدول رقم (26) وانطلاقا من نتائجه نرى أن نسبة 16.7% كان تأثير التخصصات عليها عاليا و33.3% متوسطا و20%منخفضا و30%منعدما من خلال النتائج المحصل عليها نستنتج ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون بان هناك تأثير متوسط لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على امكانياتهم الشخصية أما الجدول رقم (27) هو الأخر بينت نتائجه أن ما نسبته 20% يرون انهم طور إمكانياتهم و50 % يرون انهم لم يطورو امكانياتهم و30%يرون انهم طور نوعا ما امكانياتهم (84%) من الطلبة المفحوصين يعتقدون أن التكوين الإعلامي الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يجعلهم قادرين على تقديم برنامج رياضي في أحد الوسائل الإعلامية وان

نسبة كبيرة من الطلبة يرون بانهم طوروا امكانياتهم الخاصة كطلبة وكإعلامين .

كذلك الجدول رقم (28) والملاحظ من خلاله أن ما نسبته 17% يرون انهم يمكنهم القول انهم حققوا الكفاءة مما درسوا و 40% يرون انهم لم يحققوا الكفاءة و43 %يرون انهم نوعا ما حققوا الكفاءة من الطلبة المفحوصين وقد أقروا أن ما درسوه بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة يتطابق مع ما يقدمه الإعلامي داخل مختلف الوسائل الاعلامية من تقنيات الحديث وإدارة الحوار الصحفي ومن خلاله ايضا نستنتج ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون بأنهم حققوا الكفاءة من خلال ما درسوا .

وكل هذه القراءات للجداول وما تحمله من نسب مئوية متحصل عليها من عبارات المحور الثالث التي تخدم الفرضية الثالثة والمتمثلة في أنه يمكن ان تلعب تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ، فكل نتائج هذا المحور تقول بصحة الفرضية فبعد اجراء المتكون لتطبيقات الميدانية الخاصة بإعداد برامج رياضية إعلامية وكذا دراسة تقنيات حديثة لإعدادها، زيادة على هذا قناعة جل الطلبة بأن التكوين الذي تلقوه بالمعهد يعزز من ثقتهم ويؤهلهم لتقديم برنامج رياضي في أحد الوسائل الإعلامية وان هاته الوسائل او التخصصات لها دور مهم واساسي في تطوير امكانيات الطلبة الشخصية والمعرفية وتخدمه من عدت جوانب لما نراه من شعبية في المجال الرياضي وتوسع اعلامه .

الفصل السادس : الاستنتاجات

والاقتراحات

الاستنتاجات والاقتراحات :

6-1-استنتاجات عامة:

من خلال دراستنا لموضوع انعكاسات تخصصات الاعلام الرياضي على المسار المهني للطلبة أمكنتنا من صياغة الاستنتاجات التالية :

- التكوين الجامعي الإعلامي كاف إلى حد ما لممارسة مهن السمعي البصري والصحافة عموما، وذلك انطلاقا من وجود علاقة بين ما يقدم في التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي وما يمارس في الوسائل الإعلامية المختلفة.
- النظام الهيكلي لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يفرض فتح الفروع والتخصصات فرع الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري في التدرج وما بعد التدرج، وتوفير المزيد من الخدمات في التخصص تلبية لرغبات الطلبة من جهة ، ومسايرة للتطورات الحاصلة في مجال الإعلام الرياضي.
- الحاجة إلى دورات تكوينية وتدريبية لكل الطلبة في مهنة الإعلام الرياضي، من أجل إكسابهم مهارات العمل الإعلامي الرياضي في التعليق الرياضي وما الى ذلك ، وخاصة الأخبار الرياضية وكذا إعداد وتقديم البرامج الرياضية الإعلامية.
- عدم رضا بعض المفحوصين عن تكوينهم الجامعي الذي يفتقر للعديد من المهارات اللازمة للعمل الميداني خاصة التربصات والأعمال التطبيقية داخل المعهد لأن العمل الاعلامي الرياضي يتطور يوميا، ونحن بحاجة إلى تطوير الأداء.
- ما نستنتجه كذلك من دراستنا هذه أن التكوين الإعلامي المتخصص يحتاج إلى :

تنظيم أبواب إعلامية لشرح أهداف التكوين في مجال الإعلام الرياضي وأيام دراسية وملتقيات علمية وطنية ودولية ومؤتمرات للتعريف بالمهنة واعطائها صيتها .

- المزاوجة ما بين التكوين الإعلامي وبين الرياضي من اجل خلق فرص عمل وتوظيف كثيرة .
- اجراء تربصات ميدانية للطلبة وبتأطير مؤطرين ذوي كفاءة عالية وكذلك زيارات لمؤسسات معروفة من اجل جمع الخبرات وانشاء الفرص .
- الاستفادة من الخبرات السابقة وتوجيهها وصقلها .
- كما يحتاج إلى تكوين إعلامي تربوي هادف.
- كما يحتاج ايضا الى مجتمع ودولة متطورة و مواكبة للعصر من حيث مؤسستها واشغالها وعقليتها بحيث تعطيه الفرصة ليجرب ويعمل بطموح في المجال الذي هو راغب فيه ويريد احترافه .

6-2-اقتراحات وتوصيات:

- المزاوجة بين الجانب النظري والجانب التطبيقي حتى يتسنى للطالب الإلمام بتقنيات حديثة في العمل الصحفي في المجال الرياضي.
- تحديث البرامج مع الاهتمام بالمناهج التكوينية في الإعلام الرياضي لمسايرة التطورات الحاصلة في الممارسة الإعلامية لتسليط الضوء على واقع الإعلام العالمي والتحديات التي يفرضها على الدولة وسيادتها.
- توفير التخصصات على نطاق جغرافي واسع ولا يجب أن تنفرد بها مناطق دون اخرى وكذا الحال بالنسبة لبعض التخصصات التي تتطلب متابعة الدراسة بالخارج.
- محاولة إيجاد أطارت يتم بها تكوين إعلاميين رياضيين على مستوى معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من اجل تحضيرهم لاشتغال مناصب عمل باحترافية كاملة اعطاء دور فعال في المجتمع .
- تبادل الخبرات مع المؤسسات الإعلامية الوطنية من خلال الاكثار من الملتقيات الوطنية والدولية خاصة فيما يتعلق بالأخبار الرياضية وكذا إعداد وتقديم البرامج الرياضية الإعلامية وما الى ذلك من تخصصات في مجال العالم الرياضي .
- إحداث فرق بحث تهتم بتطور الأداء الإعلامي الرياضي خلال التكوين الجامعي في التخصص و بالتالي في المنظومة الإعلامية الرياضية بالمؤسسات الإعلامية وحتى في مجال ما بعد

التدرج والتعليم .

- الاستغلال الأمثل للقوة المالية في تطوير البحوث العلمية التطبيقية المتخصصة في الإعلام الرياضي من جهة، ومن جهة أخرى في تطوير الممارسة الإعلامية الرياضية من خلال الاحتكاك بالواقع الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية.
- احتكاك الطلبة بأهل الاختصاص وعدم الاعتماد على البرامج المقدمة في التكوين الجامعي فقط والانخراط في ميدان الإعلام منذ السنوات الأولى للتكوين سواء من خلال التعاون أو المساهمة بأدوار وانشطة مساهمة تدعم سرتهم الذاتية وتنمي مسارهم المهني .

الخاتمة

الخاتمة :

إن عملية اختيار التخصص أو المهنة ليست عملية سهلة، وإنما هي من أصعب العمليات أو التجارب التي يقدم عليها الطالب في حياته، وما يزيد من صعوبة هذه العملية في الوقت الحاضر هو تشعب المسارات الدراسية وآفاقها المهنية، وكذا التحولات السريعة التي أصبحت تعرفها المجالات العلمية والاقتصادية، مما يستدعي على الطالب ضرورة البحث عن التكيف والتركيز أكثر على العوامل التي تجعله قادرا على بلورة مشروعه الدراسي والمهني والارتقاء به إلى مستوى الاختيار الأنسب حتى يستجيب لتطلعاته ويحقق طموحاته. ومن أهم هذه العوامل، وحسب ما توصلت إليه دراستنا أن القدرة على الاختيار الأنسب والرضا عنه، مع الأخذ بعين الإعتبار الميولات والرغبات المهنية، وكذا التصورات.

كما بات من الواضح أن العنصر البشري هو عماد أي إدارة أو هيئة ذات تنظيم معين، على غرار التطورات الحاصلة سواء في ميدان التكوين وطرقه أو على مستوى الإدارات، والمؤسسات الإعلامية واحدة من هاته الهيئات التي بدورها كذلك تستمد قوتها من كفاءة الطالب المتكون بمعاهد المكون الإعلامي خاصة الرياضي الذي يملك المهارات اللازمة التقديم إنتاج إعلامي رياضي ذو نوعية وجودة تستجيب للمعايير المعمول بها، وتخضع للمواصفات التي يتطلبها هذا العصر، وفي ظل المنافسة التي يفرضها الانفتاح الاعلامي في الجزائر، خاصة وأن هاته الأخيرة بصدد أرساء القواعد الأولى لفتح المجال السمعي البصري عموما والرياضي بوجه الخصوص الإعلامي أو الصحفي الذي يحتاج إلى تأهيل وتكوين إعلامي دون إغفال أهمية التكوين الجامعي في التخصص الذي يشكل اللبنة الأولى في بناء الصرح المعرفي لرجل الإعلام الذي يستوجب عليه أيضا الاهتمام بالتكوين الذاتي من خلال المطالعة و الاطلاع على كل ما هو جديد حتى يكون له رصيد معرفي يستطيع استثماره في عمله الميداني.

إذن التكوين الجامعي في مجال الإعلام الرياضي التكوين المستمرة والتكوين الذاتي ثلاثية تسمح لنا بتنمية العنصر البشري في المؤسسة الإعلامية ليكون في مستوى التحديات المستقبلية التي سيواجهها الإعلام

الجزائري الرياضي بعد فتح القطاع السمعي البصري في المجال الرياضي وفتح ما يقابله في الجامعات والمعاهد من فروع الإعلام الرياضي سمعي بصري، ومن خلال دراستنا هذه التي وفقنا الله لإنجازها والتي عنونة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة فقد سلطت الضوء على واقع التكوين الجامعي الإعلامي الرياضي بالأخبار الرياضية والدور الذي يلعبه في مسايرة الانفتاح الإعلامي الحاصل في الجزائر وتوفير مناصب شغل وتوظيف في جميع تخصصاته لطلبة هذا التخصص الذين اختاروه عن قناعة وميول .

وخير ما نختم به دراستنا قوله تعالى : {{ وما أوتيتم من العلم إلا قليلا } } الإسراء

فالعلم محدود وليس محدود.

قائمة المراجع

والمصادر

قائمة المراجع و المصادر :

المصادر :

- القران والسنة

مراجع اللغة العربية :

- **معجم :**

1- محمد منير حجاب ، (2004) : **المعجم الاعلامي** ،طبعة1 ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،مصر .

2- علو الواحد وافي ، (1997) : **مناهج البحث العلمي، معجم العلوم الاجتماعية** ، الهيئة المصرية للكتاب بالقاهرة ، مصر .

- **كتب :**

1- البرت هستر ، (1992) : **دليل الصحفي في العالم الثالث** ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،مصر .

2- اسماعيل معراف قاليا ، (1999) : **الاعلام حقائق وابعاد** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .

3- احمد بدر ، (1998) : **الاعلام الدولي** ، ط1 ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .

4- الحسن بو عيد الله ، (1996) : **الصحافة العربية في مواجهة الاختراق الصهيوني** ، ط 1 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر .

5- ابراهيم امام، (1985) : **الاعلام الاذاعي والتلفزيوني** ، ط2 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر .

6- بن مرسلي احمد ، (2005) : **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال** ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر .

7- جورج كلاس ، ميشال سبع ، (2009) : **الاعلام المتخصص " فنون وتقنيات"** ،ط د ،دائرة المنشورات الجامعية اللبنانية ، بيروت ، لبنان .

8- حسين احمد الشافعي ، (2003) : **الاعلام في التربية البدنية والرياضية** ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية ، مصر .

9- حسين احمد الشافعي ، (2007) : **الاعلام الرياضي والياته كحق من حقوق الانسان في التربية البدنية والرياضية** ،ط 1 ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية ، مصر .

10- خير الدين علي عويس ، عطاء حسن عبد الرحيم ،(1998) : **الاعلام الرياضي** ، ط 1 ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، مصر .

11- خضور اديب ، (1994) : **الاعلام الرياضي دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة ، الاذاعة، التلفزيون** ، ط1 ،المكتبة الاعلامية ، دمشق ،سوريا .

12- خضور اديب ، (2005) : **الاعلام المتخصص** ، ط2 ، المكتبة الاعلامية ، دمشق ، سوريا .

13- خير الله عصار ،(1984) : **مدخل الى قضايا في التعليم في العلوم الاجتماعية** ، ج3 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .

14- ديفيد روي ، ترجمة هدى فؤاد ، (2006) :**الرياضة والثقافة ووسائل الاعلام (الثالوث الصعب)** ،ط1 ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، مصر .

15- ديوبولد ب فان دالين ،(1986) : **مناهج البحث في التربية وعلم النفس** ، ط2 ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، مصر .

16- زهير احدادن ، (1991) : **مدخل لعلوم الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.

17- زهير احدادن ، (2007) : **المختصر في تاريخ الثورة الجزائرية1954-1962** ، ط1 ، مؤسسة احدادن للنشر والتوزيع ، الجزائر .

18- راندي ريديك ، ايليوت كينغ ، ترجمة لميس اليحيي (2009) : **صحفي الانترنت** ، ط1 ، الاهلية للنشر والتوزيع ، الاردن .

19- سامح كمال عبد القادر ، (2017) : **الاعلام وصنع القرار في المجال الرياضي** ، ط1 ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية ، مصر .

20- صفد حسام الساموك ، (2014) : **الاعلام والتحولات العربية** ، ط د ، دار الفراهيدي للنشر ، بغداد ، العراق .

21- صالح ابو اصبع ، (1999) :**تحديات الاعلام العربي** ، دار الشرق للنشر والتوزيع ، الاردن .

22- صالح دياب هندي ، (1990) : **اثر وسائل الاعلام على الطفل** ، ط د ، جمعية اعمال للمطابع التعاونية ، عمان ، الاردن .

23- طلعت ابراهيم ، (1995) : **اساليب وادوات البحث الاجتماعي** ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .

24- طالب عبد الحميد علاوي ، حيدر احمد حلو ، (2015) : **صناعة الاخبار في القنوات الفضائية العربية المتخصصة "a.n.n"** ، ط 1 ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .

25- علي عبد الفتاح كنعان ، (2014) : **ادارة المؤسسات الاعلامية** ، ط 1 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان .

26- عيسى الهادي ، سليمان لاوسين ، (2015) : **المنظومة الاعلامية الرياضية** ، ط د ، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .

27- عبد الفتاح ابو معاذ ، (1997) : **اثر وسائل الاعلام على الطفل** ، ط 1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان .

28- عيسى الهادي ، (2013) : **الاعلام الرياضي التربوي** ، ط 1 ،دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .

29- عواطف عبد الرحمان ، (1989) : **دراسات في الصحافة العربية المعاصرة**، ط 1 ، دار الفارابي للنشر ، بيروت .

30- عزت عبد الهادي ، سعيد حسني العزة ، (1999) : **التوجيه المهني ونظرياته** ، ط 1 ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن .

31- عبد الرحمان عزي ، (2013) : **دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز** ، ط 1 ، مركز الدراسات الوحدة العربية ، سلسلة كتب المستقبل العربي ، الجزائر .

32- عبد الرزاق الديلمي ، (2015) : **الاعلام المتخصص** ، ط 1 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان .

33- عمار بوحوش ، محمد محمود الذنيبات ، (1999) : **مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث** ، ط 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر .

34- عماد حسن مكاوي ، (1998) : **الاتصال ونظرية المعاصرة** ، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر .

35- غريب سيدي احمد ، (1997) : **تصميم وتنفيذ البحث** ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، مصر .

36- فوزي عبد الله العكش ، (1986) : **البحث العلمي المناهج والاجراءات** ، مطبعة العين الحديثة ، العين ، الامارات العربية المتحدة .

37- فاروق ابو زيد ، (1986) : **الصحافة المتخصصة** ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر .

38- فضيل دليو ، (1997) : **اسس البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، المطبعة الجهوية بقسنطينة ، الجزائر .

39- فضيل دليو ، علي غربي ، (1999) : **اسس منهجية في العلوم الاجتماعية** ، منشورات جامعة قسنطينة ، الجزائر .

40- قاسم حسن حسين ، (1998) : **الموسوعة الرياضية والبدنية الشاملة** ، ط 1 ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان .

41- محمد الحسين ، (1999) : **بحوث الاعلام** ، ط د ، عالم الكتب للنشر ، القاهرة ، مصر

42- محمد الحمامي ، احمد سعيد ، (2006) : **الاعلام التربوي في مجالات الرياضية واستثمار اوقات الفراغ** ، ط 1 ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، مصر .

43- محمد حسن علاوي ، اسامة كمال راتب ، (1999) : **البحث العلمي في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي** ، ط 1 ، دار الفكر العربي للطبع والنشر ، القاهرة ، مصر .

44- محمد العربي ولد خليفة ، (1986) : **المهام الحضارية للمدرسة والجامعة الجزائرية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .

45- محمود عبد الحميد ابراهيم ، (1999) : **الاختبارات والقياس في التربية البدينة** ، ط 1 ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .

46- محمد نصر مهنا ، (1997) : **الاعلام العربي** ، ط 2 ، الكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، مصر .

47- مروان عبد المجيد ابراهيم ، (2000) : **اسس البحث العلمي** ، ط 1 ، مؤسسة الوراق ، عمان ، الاردن .

48- منى سعيد الحديدي ، شريف درويش اللبان ، (2009) : **فنون الاتصال والاعلام المتخصص** ، ط 1 ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر .

49- د. مفيد نجيب حواشين ، زيدان نجيب حواشين ، (2002) : **ارشاد الطفل وتوجيهه** ، ط 1 ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، الاردن .

50- نوردين بابيل ، (2002) : **الدليل العلمي الى مهنة الصحافة** ، ط 1 ، دار الهى للنشر والتوزيع ، الجزائر .

51- يوسف مصطفى قاضي ، (1981) : **الارشاد النفسي والتربوي** ، ط 1 ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .

52- ياسين فضل ياسين ، (2015) :**الاعلام الرياضي** ، ط 2، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .

- **المجلات :**

1- سلاطنية بلقاسم ، (1998) : **سوسيولوجيا التكوين المهني و سياسة التشغيل في الجزائر** .*مجلة العلوم الإنسانية* مج. 1998، ع. 10، ص132

2- كمال فيلالي ، (1999) : **المهمة البيداغوجية في تدريس التاريخ بالجامعة** ، المجلة العربية الباحث الاجتماعي ، الصادر عن معهد علم الاجتماع ، قسنطينة ، الجزائر، ص169.

3- نائل عبد الحافظ العوالمة ، (1995) : **تخطيط المسار الوظيفي للمدربين في الوزارات والدوائر المركزية في الاردن ، دراسة ميدانية** ، مؤتة للبحوث والدراسات ، المجلد 10 ، العدد 06 ، الاردن.

4- عبد الرحمن حمود العناد(1991م) : **العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واستخدام وسائل الإعلام مصادر للأخبار والمعلومات** ، مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، م7، العدد 4، 1411هـ ، قسم الاعلام في كلية الأدب بجامعة الملك سعود ، الرياض ، السعودية .

5- دليل جامعة الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ب س ن .

- **الرسائل الجامعية والمداخلات :**

1- ايمن محمد الهنداوي ، (2010) : "**تحليل برامج التلفزيون الرياضية واثرها على نشر الوعي الرياضي**" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة طنطا ، مصر .

2- عيسى الهادي ، (2009) : مداخلة بعنوان " **الاعلام الرياضي ودروه في نشر الثقافة الرياضية في الجزائر** "، الملتقى الدولي الثالث للعلوم الرياضية حول النشاطات البدنية والرياضية ، معهد التربية البدنية والرياضية ، سيدي عبد الله ، جامعة دالي ابراهيم ، 1 – 2 مارس 2009 .

مراجع اللغة الاجنبية :

1- E-erney , pault .(1970), **gree introduction to mass** , conirunication : dadd mead , paris, France .

2-Dubet , f .(1994), **dimensiont figures de l'expézience étudiante dans l'université de masse** , revue francais de sociologie n*35 , France .

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالًي والبحث العلمًي

جامعة – المسًيلة –

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنيًة والرًياضًة

قسم الاعلام والاتصال الرياضي

استمارة استطلاع رأي السادة الخبراء فًي إطار إنجاز مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيًل شهادة الماستر فًي الإعلام والاتصال الرًياضًي بعنوان : **انعكاسات تخصصات الاعلام الرياضي على المسار المهني للطلبة** ودوره فيً تطوًر المنظومة الإعلامًية و الرًياضًية والمسار المهني للطلبة الجامعيين نطلب من سًيادتكم المحترمة إبداء رأًيكم باستمارتنا هذه و المتمثلة فًي استمارة استبًيان موجهة لطلبة الإعلام والاتصال الرًياضًي بمعهد علوم و تقنيات النشاطات البدنيًة والرًياضًية بجامعة المسيًلة، و هذا للإجابة عن الإشكالًية العامة للبحث و المتمثلة فًي :

ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة ؟

ولقد قسمنا أسئلة الاستبًيان حسب التساؤلات الجزئًية ثلاثة اجزاء :

1-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج ؟

2-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص ؟

3- ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ؟

وزارة التعليم العالّي والبحث العلمّي

جامعة – المسّيلة –

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنيّة والرّياضّة

قسم الاعلام والاتصال الرياضي

استمارة الاستبيان

بعد التحكيم حول موضوع :

انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة

الاعلام والاتصال الرياضي سنة ثانية ماستر على مستوى معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بمسيلة .

في اطار تحضير مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري , نرجو من سيادتكم على الاجابة على تساؤلاتنا بكل صدق وامانة , خدمة للبحث العلمي املين في تحقيق نتائج صادقة , وذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة .

وفي الاخير نحيطكم علما بان المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية وتوظف في اطار خدة البحث العلمي فحسب .

من اعداد الطلبة : تحت اشراف الاستاذ :

بهي الدين عبد القار د. سعيدان سعد

محمودي رامي

السنة الجامعية : 2021/2020

البيانات الخاصة بالمبحوث :

1/الجنس: ذكر ☐ انثى ☐

2/العمر : من 22 الى 25 سنة ☐ من 26 الى 35 ☐ من 36 فما اكثر ☐

3/المهنة :

طالب ☐ عامل حر ☐ موظف ☐ بدون عمل ☐

4/صف ارتباطك بالمجال الرياضي :

قوي ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

5/ما هي علاقتك بالمجال الرياضي :

لاعب ممارس ☐ اداري ☐ اعلامي ☐ منشط ☐ مشجع ☐ حكم ☐ مدرب ☐

اخرى تذكر :.....

المحور الاول : ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج ؟

1. كيف ترى مستواك قبل وبعد تكوينك ؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

2. هل تحاول رصد ما تدرسه خلال متابعتك للأخبار الرياضية في مختلف المجالات والوسائل ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

3. هل تجد انه من المهم ادراج الزيارات والتربصات الميدانية في التكوين الجامعي البيداغوجي؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

4. هل هناك وفرة في الوسائل البيداغوجية المتعلقة بتخصصات الاعلام الرياضي؟

متوفرة ☐ نوعا ما ☐ منعدمة ☐

5. هل قمت او شاركت في دورات تكوينية في هذا المجال بالمعهد او خارجه ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

6. ما مدى توفر فرص الدكتوراه لطلبة الاعلام والاتصال الرياضي ؟

متوفرة ☐ نوعا ما ☐ منعدمة ☐

7. هل هنالك اقبال لطلبة الاعلام والاتصال الرياضي على مسابقات الدكتوراه ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

8. هل تطمح لمواصلة تكوينك وتنمية امكانياتك بعد الحصول على شهادة الماستر؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

9. هل لك رغبة في تطوير نفسك والانفتاح على العالم بالدراسة خارج تراب الوطن؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

10. بما ان معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة هو الوحيد في الجزائر هل يشكل ذلك عائقا في مواصلة دراساتك وتطوير مؤهلاتك ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

المحور الثاني : ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص ؟

1. هل يثير الاعلام الرياضي حماسك لدراسته وامتهانه والاحتراف فيه ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

2. ما هي الوسيلة الاعلامية التي تفضلها في متابعة الاعلام الرياضي وكل ما يتعلق به؟

صحيفة ☐ راديو ☐ تلفاز ☐ حاسوب ☐ هاتف ذكي ☐

3. ما هو الاختصاص الذي يجعلك ترغب في احتراف الاعلام و الاتصال الرياضي ؟

الاعلام الرياضي المرئي ☐

الاعلام الرياضي السمعي ☐

الاعلام الرياضي المكتوب ☐

الاعلام الرياضي الالكتروني ☐

مجال التدريس و التعليم ☐

4. هل تعتقد ان المقاييس النظرية التي تلقيتها بالمعهد لها علاقة بما هو موجود في طبيعة العمل بالمؤسسات الاعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

5. هل تلقيت من الجانب التطبيقي في دراستك ما يمكنك ويسمح لك في تحقيق المستوى المطلوب في منظومة الشغل الاعلامية ومؤسساتها؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

6. هل للتكوين الجامعي الخاص بإعداد وتقديم طلبة اعلاميين دور في تطوير المنظومة الاعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

7. هل ترى ان المستوى التكويني الجامعي الذي تلقيته يؤهلك للعمل في هذا المجال وتخصصاته ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

8. من بين المجالات المتعلقة بدراستك وتكوينك ما هو المجال الاكثر وفرة في سوق العمل من منظورك ؟

مجال الاعلام المرئي ☐

مجال الاعلام السمعي ☐

مجال الاعلام المكتوب ☐

مجال الاعلام الالكتروني ☐

مجال التعليم والاختصاص ☐

9. هل هناك فرص لتوظيف حسب اختصاصك في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

10. من اليوم والى المستقبل القريب هل ترى فرصة عمل في أي اختصاص من مجالك ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

المحور الثالث : ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ؟

1. هل انت من متتبعي الاعلام والاتصال الرياضي ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐

2. هل تمارس او لك نشاطات في ميدان تخصصك ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

3. في رايك هل يتعامل الاعلام الرياضي مع الرياضة كمجال وعلم له اسسه واهدافه في المجتمع ؟

نعم ☐ لا نوعا ما ☐

4. هل قمت بزيارات او تربصات ميدانية لاحد الاقسام الرياضية بأحد المؤسسات الاعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

5. هل استفدت من تلك الزيارات او التربصات الميدانية في تطوير مهاراتك ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

6. ما مدى تأثير تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي ووسائله في تطوير امكانياتك الشخصية ؟

عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منعدمة ☐

7. هل ترى انك طورت امكانياتك الخاصة كطالب وكحائز على شهادة تؤهلك لزيادة نشاطك الاعلامي لدخول عالم الاعلام من الباب الواسع ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

8. هل يمكنك القول انك حققت الكفاءة من خلال ما درست ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

9. هل تلاحظ نقائص في المنظومة الدراسية المتعلقة بتخصصك ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

10. هل يستطيع طلاب الاعلام والاتصال الرياضي تحقيق المطلوب من خلال المقاييس المدروسة ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

• **ملخص الدراسة :**

باللغة العربية :

عنوان الدراسة :

انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة .

الكلمات المفتاحية :

الاعلام ، الاعلام و الاتصال الرياضي ، المسار المهني .

أهداف الدراسة:

الهدف العام :

معرفة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة .

الأهداف الجزئية :

-معرفة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

-معرفة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص.

-معرفة انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب.

مشكلة الدراسة :

إن المتابع لتطور وسائل الإعلام المختلفة يلحظ ارتباطها الدائم بالمورد البشري المتكون والمتخصص في ميادين الإعلام والاتصال المختلفة، وحتى تجاري هاته المؤسسات الإعلامية التطورات والتغيرات الحاصلة وجب عليها البحث عن كادرها البشري بطرق مختلفة كالإعلان عن الوظائف الشاغرة في الصحف أو التوظيف المباشر من خلال اتصالات شخصية ونادرا ما تلجأ هاته المؤسسات الى الجامعات والمعاهد ومراكز التكوين الخاصة بالإعلام سواء العام أو الرياضي خصوصا للبحث عن حاجاتها تلك أو التنسيق مع مسئوليها بشأن ترسيخ الموظفين لها. (صالح أبو أصبع ، 1999 ، ص371).

ومنه تتكون لدينا من الاشكالية تساؤلات تنقسم الى سؤال عام واسئلة جزئية :

- ✓ التساؤل العام :

ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة ؟

ويندرج عن هذا التساؤل عدة تساؤلات جزئية او فرعية اهمها :

- ✓ التساؤلات الفرعية :

1-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال الدراسات ما بعد التدرج ؟

2-ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال التوظيف في الاختصاص ؟

3- ما هي انعكاسات تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي في مجال تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب ؟

الفرضية العامة للدراسة :

هناك انعكاسات ايجابية لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي على المسار المهني للطلبة .

الفرضيات الجزئية :

1-تنعكس تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بالشكل الايجابي في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

2- لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاسات ايجابية في مجال فرص التوظيف في الاختصاص .

3-تلعب تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب.

مجتمع الدراسة :

طلبة قسم السنة ثانية ماستر اعلام واتصال رياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بمسيلة لسنة 2021/2020 والمقدرة بحوالي 54 طالب وطالبة .

أدوات جمع البيانات والمعلومات:

الاستبيان .

عينة الدراسة :

عينية مقصودة الا وهي " طلبة السنة ثانية ماستر اعلام واتصال رياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بمسيلة و

المتكونة من (30) طالب وطالبة.

المجال الزمني_ :

أوائل شهر افريل 2021 إلى غاية أوائل شهر ماي من نفس السنة .

المجال المكاني_ :

اجريت الدراسة بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة.

المنهج المستخدم_ :

المنهج الوصفي.

النتائج المتوصل إليها :

1-تنعكس تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي بالشكل الايجابي في مجال الدراسات ما بعد التدرج.

2- لتخصصات الاعلام والاتصال الرياضي انعكاسات ايجابية في مجال فرص التوظيف في الاختصاص .

3-تلعب تخصصات الاعلام والاتصال الرياضي دورا هاما في تطوير الامكانيات الشخصية للطلاب.

الاقتراحات_ :

- المزاوجة بين الجانب النظري والجانب التطبيقي حتى يتسنى للطالب الإلمام بتقنيات حديثة في العمل الصحفي في المجال الرياضي.
- توفير التخصصات على نطاق جغرافي واسع ولا يجب أن تنفرد بها مناطق دون اخرى وكذا الحال بالنسبة لبعض التخصصات التي تتطلب متابعة الدراسة بالخارج.
- تبادل الخبرات مع المؤسسات الإعلامية الوطنية من خلال الاكثار من الملتقيات الوطنية والدولية

خاصة فيما يتعلق بالأخبار الرياضية وكذا إعداد وتقديم البرامج الرياضية الإعلامية وما الى ذلك من تخصصات في مجال العالم الرياضي .

- احتكاك الطلبة بأهل الاختصاص وعدم الاعتماد على البرامج المقدمة في التكوين الجامعي فقط والانخراط في ميدان الإعلام منذ السنوات الأولى للتكوين سواء من خلال التعاون أو المساهمة بأدوار وانشطة مساهمة تدعم سرتهم الذاتية وتنمي مسارهم المهني .

الملخص باللغة الإنجليزية : Abstract.

Study summary:

in English :

Study Title:

Reflections of the majors of media and sports communication on the career path of students.

key words :

Media, media and sports communication, career path.

Objectives of the study:

general goal:

Knowing the implications of the majors of media and sports communication on the career path of students.

Partial goals:

Knowing the implications of the majors of media and sports communication in the field of postgraduate studies.

- Knowing the implications of the media and sports communication disciplines in the field of employment in the specialty.

- Knowing the implications of the majors of media and sports

communication in the field of developing the personal capabilities of students.

the study Problem:

The observer of the development of the various media notices their permanent association with the human resource that is composed and specialized in

The various fields of media and communication, and even these media institutions are aware of the developments and changes taking place

She had to search for her human cadre in various ways, such as advertising vacancies in newspapers or…

Direct employment through personal contacts, and these institutions rarely resort to universities and institutes

And training centers for the media, whether general or sports, in particular, to search for their needs or coordination

With its officials regarding the establishment of its employees. (Saleh Abu Asba', 1999, p. 371).

Hence, we have a problematic question that is divided into a general question and a partial question:

□ General Question:

What are the implications of the media and sports communication majors on the students' career path?

This question includes several sub-questions, the most important of which are:

□ Sub-questions:

1- **What are the implications of the majors of media and sports communication in the field of postgraduate studies?**

2- What are the implications of the majors of media and sports communication in the field of employment in the specialty?

3- What are the implications of the majors of media and sports communication in the field of developing personal capabilities?

for students?

The general hypothesis of the study:

There are positive repercussions for the majors of media and sports

communication on the career path of students.

Partial Hypotheses:

1- The majors of media and sports communication are positively reflected in the field of postgraduate studies.

2- The majors of media and sports communication have positive repercussions in the field of employment opportunities in the specialty.

3- The media and sports communication majors play an important role in developing the students' personal capabilities.

Study community:

Students of the second year department, Master of Media and Sports

Communication at the Institute of Sciences and Techniques of Physical and

Sports Activities in Msila for the year 2020/2021, estimated at 54 students.

Data and information collection tools:

the questionnaire.

The study sample:

Intended in kind, which is “second year students of the Master’s in

Information and Sports Communication at the Institute of Sciences and

Techniques of Physical and Sports Activities in Msila and

It consists of (30) male and female students.

time domain: _

Early April 2021 until early May of the same year.

Spatial domain: _

The study was conducted at the Institute of Science and Technology of Physical and Sports Activities at the University of M'Sila.

Method used: _

Descriptive method.

The results obtained:

1- **The majors of media and sports communication are positively reflected in the field of postgraduate studies.**

2- The majors of media and sports communication have positive repercussions in the field of employment opportunities in the specialty.

3- The media and sports communication majors play an important role in developing the students' personal capabilities.

Suggestions: _

• Marrying the theoretical side with the practical side so that the student can become familiar with modern techniques in Journalism in the sports field.

Providing specializations on a wide geographical scale and should not be unique to regions without others, as well as

The case for some specializations that require continuing study abroad.

• Exchanging experiences with national media institutions through a large number of national and international forums

Especially with regard to sports news, as well as preparing and presenting sports media programs, and so on

From specializations in the field of the sports world.

• The painter's contact with the people of the field and the lack of dependence on the programs offered in university training only

And involvement in the field of media since the first years of training,

whether through cooperation or contribution

Contributing roles and activities that support their personal life and develop their career path.

تم بحمد الله