

# الاعلام الرياضى التليفزيونى

بين إشارة الجماهير والمسئولية المهنية !!

(الازمة - الحل)



رقم الإيداع: ٢٢٣٣٢ / ٢٠١٤

الترقيم الدولي: 0-013-977-978

الطبعة الأولى: ٢٠١٥

الناشر: دار السحاب للنشر والتوزيع

العنوان: ١ شارع عدلي كفاي - ميدان سانت فاتيما - مصر الجديدة - القاهرة

WWW:elsahab.com      info@elsahab.comEmail:

محمول السيد / عادل عبده مدير دار السحاب للنشر والتوزيع ٠٠٢٠١٠٠٥٧٠٠٣٣٦

تليفون / فاكس: ٠٠٢٠٢٢٦٣٨٢٩٧٤

تجهيزات فنية: الإسراء ت: ٣٣١٤٣٦٣٢ - ٠١٠٥٢٧٩٧٧٧

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للناشر ولا يسمح بإعادة إصدار أو تخزين

أو نقلة دون إذن خطي من الناشر

# الاعلام الرياضى التليفزيونى

بين إثارة الجماهير والمسئولية المهنية!!

(الازمة - الحل)

عصام عبد السلام



﴿ يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ  
دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴾

( )



## إهداء

الى أسرتى الصغيرة زوجتى الغالية وابنائى الإعزاء (علا  
وعلياء ومحمد).  
الى روح أمى وأبى وأدعوا من الله أن يرحمهما كما  
ربيانى صغيرا.  
الى أساتذتى العظام، وأصدقائى الإعزاء، ورفقاء الطريق.  
الى أم الدنيا مصر... تحيا مصر... تحيا مصر.



## مقدمة

بقلم / أ.د. محمود علم الدين

تطورت الرياضة خلال العقود الماضية من مجرد نشاط ترويحى الى عمل تجارى وصناعة لها استثمارات الضخمة، فى ظل عولمة الاقتصاد، بحيث اصبحت تشكل جانبا ضخما من الناتج الاجمالى القومى لبعض الدول، فهى الصناعة رقم ١٦ على سبيل المثال فى الولايات المتحدة الأمريكية وتلعب فيها مؤسسات الاعلام الرياضى دورا ضخما، الى جانب تكاملها مع صناعات أخرى مثل الترفيه والسياحة.

وهناك تنوع وازدهار فى عمل المؤسسات الاعلامية واشكالها ومنتجاتها المتعددة التى تتضمن الآن مثل الجرائد والمجلات الرياضية فضلا عن القنوات الرياضية ثم اخيرا وليس آخر ظهور وسائل الاعلام الجديد بمركزاتها الرئيسية وهى: الحاسبات الاليكترونية وشبكة الانترنت ثم أجهزة الهاتف المحمول والحاسبات اللوحية، ومنتجاتها الاعلامية من اعلام احترافى تنتجه مؤسسات لها كيانات اقتصادية وقانونية ويعمل اعلاميون محترفون أو مهنيون يلتزمون بالقواعد المستقر عليها للعمل الاعلامى، الى اعلام اجتماعى أو شعبى يمارس من خلال مواقع التواصل الاجتماعى كالمنتديات والمدونات ثم الشبكات الاجتماعية والتويتر إضافة الى مواقع مشاركة الصور الفوتوغرافيه والفيديو التى بدأت عملها فى تصارع حاد وتنافس مع الوسائل الاحترافية التقليدية، سرعان ما تحول الى تعايش سلمى بل وتكامل مع الوسائل التقليدية.

وتكشف الممارسات العملية وتؤيد ذلك البحوث الأكاديمية عن زيادة ارتباط الرياضة بمجموعة من الظواهر بعضها تقليدى بحكم طبيعتها مثل التنافس والاعجاب بالابطال الرياضيين، وبعضها جديد ووافد مثل التعصب والتحيز، تسييس الرياضة فضلا عن ظاهرة الاحتكارات الاعلامية التى تجلت فى

احتكارات ملكية النوادى الرياضية ، واحتكار حق البث ، ثم الرعاية والاعلانات. ويأتى التلفزيون - المستفيد الأول من تلك النهضة الرياضية لكى يضحخ ويعظم من التأثيرات الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والسياسية للرياضة. خاصة ظواهر تزكية التعصب واثارة الجماهير وظاهرة العنف والشغب فى الملاعب من خلال ما يتم بثه عبر القنوات الأرضية والفضائية العامة والرياضية من مباريات على الهواء مباشرة وبرامج رياضية تتضمن تحليلات وتعليقات وجدل ومناقشات لاتنتهى.

ويطرح ما سبق مجموعة من الاشكاليات تتعلق بمحتوى وشكل وتأثيرات تلك البرامج الرياضية على المستويات الاعلامية والاجتماعية والنفسية بل وعلى مستوى تحقيق الاستقرار داخل المجتمع وعلى مستوى العلاقات بين الدول، اضافة الى اشكاليات تتعلق بحق الرعاية وحق البث وحق المنع لتلك المباريات، وكذلك الممارسات المهنية لمقدمى البرامج الرياضية.

فى سياق ما سبق تأتى أهمية كتاب الاعلام الرياضى التلفزيونى بين اثاره الجماهير والمسئولية المهنية !! الذى حرصت دار السحاب على نشره فى اطار سلسلتها الاعلامية للاستاذ عصام على عبد السلام سليمان بفصوله الثلاثة الذى يقدم رؤية تأصيلية متعمقة للاعلام الرياضى بعامة والتلفزيونى بوجه خاص، واطار اخلاقيا للممارسة الاعلامية، ثم دراسة ميدانية على عينة من النخبة الرياضية والجمهور العام، من خلال ثلاثة فصول عالج الفصل الأول الاعلام الرياضى التلفزيونى، وتناول الفصل الثانى نظرية المسئولية الاجتماعية (Social Responsibility Theory)، وخصص الباحث الفصل الثالث لنتائج دراسته التطبيقية عن الاعلام الرياضى التلفزيونى فى مصر.

وختم الباحث الكتاب بمجموعة من المقترحات والتوصيات العملية المفيدة لمتخذ القرار الرياضى، يقدر فى نهايتها محاور ميثاق شرف إعلامى رياضى مقترح انه كتاب مهم وجاد يصدر فى وقته المناسب تماما.

أ.د. محمود علم الدين

## تقديم

يقوم التلفزيون بمناقشة ما يهم الناس فى الأساس، ويقترح عليهم قضايا جديدة مع ترويج الاهتمام بها، وقد يكون الطرح التلفزيوني لإحدى القضايا إضافة لمعلومات البعض من المختصين أو المهتمين، وتعريفاً بهذه القضايا لدى البعض الآخر، الذين يطلعون على هذه القضية لأول مرة من خلال هذا الطرح.

أصبحت البرامج الحوارية اليومية، - وعلى رأسها الرياضى منها - جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين، كإحدى الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وإعلانهم بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية، وما يدور من حولهم من أحداث رياضية، ومن خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث، وخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي الداخلى والخارجى.

ويؤكد خبراء الإعلام أن التلفزيون انتقل إلى المرحلة العالمية من خلال بث المباريات الرياضية الخاصة بالمسابقات الدولية للجماهير فى مختلف دول العالم، والتي تعدت فى بعض الإحصاءات حاجز الثلاثة مليار مشاهد على مستوى العالم، الذين يشاهدون تلك المنافسات الرياضية فى اللحظة نفسها (مباريات كأس العالم - مباريات ريال مدريد وبرشلونة فى أسبانيا).

وإلى جانب انتشار القنوات التلفزيونية الرياضية المتخصصة وما تتضمنه من برامج رياضية يومية وأسبوعية، يبرز دور البرامج الرياضية التى تقدمها بعض القنوات التلفزيونية العامة، وما تتمتع به من معدل مشاهدة كبير؛ لأنها تخاطب جمهور اللعبة الشعبية الأولى فى مصر والعالم وهى كرة القدم، والذى يقدر بالملايين، مما يدفع المعلنين إلى تقديم إعلاناتهم فى هذه القنوات، ورعاية العديد من هذه البرامج التى تركز - من خلال ما تقدمه من مضامين - على عنصر

إثارة وتهييج الجماهير، وتقوم هذه البرامج على مقدمها الذى غالباً ما يكون شخصية رياضية أو صحفية، دون النظر إلى إمكاناته المهنية والإعلامية واللغوية.

إن من أهم معايير الإعلام الناجح أن يكون هادفاً، ولا يسعى وراء عرض المظاهر السلبية، ويشارك فى إعداد الحلول المناسبة لها، ولا يكون هدفه وهمّه الأساسى هو عرض السيئ والبحث عن الأسوأ منه، للرد عليه فى إطار ما يطلق عليه الخبراء "الإعلام غير المسئول".

إن لهذه البرامج قوة وسيطرة على الحياة الرياضية، وعلى الاتحادات والأندية والجمهور، فأصبحت هى التى تتحكم وتوجه العمليات الانتخابية فى الاتحادات والأندية، وقادرة على تحديد موعد بعض المباريات بل تعديلها وفقاً لمصالحها الإعلانية والتسويقية، وتقوم بقلب الحقائق بالدفاع عن المخطئ، وتوجيه الرأى العام الرياضى فى قضية ما؛ لخدمة مصالحها، أو رغبة مقدم البرنامج وفقاً للنادى الذى ينتمى إليه، أو موقعه الوظيفى، أو صراعاته مع مقدمى البرامج الأخرى، أو النقاد الرياضيين، أو كل من يجرؤ على نقده.

هذه الحالة من الهيمنة للبرامج الرياضية من خلال مقدميها، - وبعضهم غير مؤهل للعمل الإعلامى، - وعدم معرفتهم بالإمكانات الفنية والتقنية للشاشة التلفزيونية التى يتواصلون من خلالها مع جماهير المشاهدين، قد أوجدت العديد من السلبيات التى دفعت الباحث للقيام بهذا البحث، بسبب معالجة هذه البرامج للعديد من الأحداث والقضايا، ووجود العديد من المؤشرات التى تؤكد خروج بعض هذه البرامج عن مسار الضبط الأخلاقى، من خلال طريقة معالجتها للعديد من القضايا، وأنها بعيدة عن الالتزام بالمعايير والضوابط المهنية والأخلاقية مثل (الموضوعية و الحيادية والتوازن ومراعاة الخصوصية).

أصبحت القنوات الفضائية الحكومية تواجه منافسة حقيقية، نتيجة لتعدد القنوات الفضائية العربية الخاصة وسعيها لجذب الجمهور وتلبية احتياجاته بتحررها من الرقابة والسيطرة الحكومية المفروضة عليها بشكل تدريجي.

كما أن البرامج الحوارية ظهرت كنوع من التفاعل مع الأنظمة الإعلامية العالمية التى أوجدت أشكالاً جديدة فيما يسمى New Format، وكان من نتائجها برامج الرأى Talk show، وهى برامج حوارية تتخذ أشكالاً مختلفة، وتستضيف الخبراء والجمهور العام وتعتمد على الإثارة والمواجهة، وتتعدد أشكال مشاركة الجمهور فيها، وتبث على الهواء مباشرة، أو مسجلة أحياناً أخرى.

لذا فإن هذه البرامج جذبت إليها الجمهور للتعرف على كل ما هو جديد ، وهو ما يتطلب معه إجراء هذه الدراسة.

وبالرغم من تعدد الدراسات الأجنبية والعربية، التي تناولت البرامج الحوارية، إلا أن البرامج الرياضية لم تحظ بالاهتمام نفسه في التعرف على مضمونها، وما تسهم به في تشكيل اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الضوابط الأخلاقية والمهنية، وما مدى التزام فريق العمل بهذه الضوابط، التي ركزت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

وتعكس هذه البرامج مدى أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory التي ينبغي التعرف عليها في إظهار الأداء الإعلامي، حيث ظهرت نظرية "المسؤولية الاجتماعية"؛ بسبب الاستخدام الخاطئ لمفهوم الحرية، حيث أفرطت نظرية الحرية Freedom theory في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، وبالغت في منح الفرد الحق في التنصل والتحرر من أي مسؤولية اجتماعية أو قيمة أخلاقية في ظل هذه النظرية، بينما ترى "نظرية المسؤولية الاجتماعية" أن للفرد حقاً وللمجتمع أيضاً حقوقاً، بوصفهم أفراد لهم حقوقهم وينخرطون في مؤسسات اجتماعية تسعى لخدمة الصالح العام لتحقيق التوازن بين حرية التعبير ومصلحة المجتمع.

ومن أهم وظائف الإعلام في المجتمع المعاصر إعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم، مع الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات، مثل الحقيقة، والدقة، والموضوعية والتوازن، وتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية داخل المجتمع.

وقد اعتمد التحديد المنهجي لمشكلة الدراسة على تعدد القنوات الرياضية الفضائية، التي تمثل مصدراً مهماً من مصادر المعرفة الرياضية لجمهور الرياضة، وتسهم في ارتفاع نسبة التعرض للبرامج الرياضية؛ للحصول على المعلومات ومراقبة البيئة الرياضية.

وتبدو من الأهمية بمكان التعرف على اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الضوابط المهنية في البرامج الرياضية التليفزيونية المصرية، ويتم ذلك من خلال رصد كل من الجوانب الإيجابية، والسلبية والعوامل المرتبطة والمؤثرة في كفاءة البرامج الرياضية، في ظل هذه الحالة من الخروج على الضوابط المهنية والأخلاقية في بعض البرامج الرياضية.

تعد حالة تهيج الجماهير التي تقوم بها هذه البرامج مثلاً واضحاً لعلاقة طريقة تقديم البرنامج بإثارة التعصب، ولعل لنا في أحداث مباراة مصر والجزائر في تصفيات كأس العالم ٢٠١٠، ومن بعدها أحدث مباراة الأهلي والمصري في الدوري العام ٢٠١٢، التي أطلق عليها الإعلام "مذبحة بور سعيد"، التي توفى فيها ٧٤ شاباً من جماهير النادي الأهلي، لعل في هاتين الواقعتين مثلاً صارخاً على هذه الحالة والدور الكبير الذي لعبه الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية التليفزيونية، في إشعال النار بين الجماهير، من خلال معالجة مقدمى البرامج الرياضية للحدثين، وأسلوب تحليلهم للمباراتين وتحويلهما إلى حرب بين الجماهير.

أما "الألتراس" - فعلى العكس - ، فقد توحدوا واجتمعوا على كلمة واحدة، وها هي ذى جماهير الزمالك ترفع لافتة لتحية الشهداء، مؤكدة أنها لن تضطر في حقهم، وها هي ذى جماهير الأهلي تعتذر للاعبى الزمالك وجماهيره، وهكذا - فجأة - يتوحد الألتراس بعد أزمة واحدة؛ لأنهم لا يفكرون في المصالح ولا "البزنس" ولا الكراسى، وليت النخبة من المثقفين والشائرين والثوريين، الذين تطاولوا على "الألتراس" في الفضائيات، ليبتهم يتعلمون منهم.

إن الشغب في الملاعب ليس له وطن أو زمن، ومن الممكن أن يحدث في أى مكان بالعالم وفي أى وقت، لكن التعامل مع الشغب والتخريب يختلف من مكان لآخر ومن دولة لأخرى، وكل الناس في كل الدنيا يكرهون إرهاب الملاعب، ويكرهون من يقوم به، سواء كان أسهمهم "الألتراس"، أو "هوليجانز"، أو أى شىء آخر، فالشغب يشوه الصورة الجميلة للملاعب، ويسئ للعبة التي يعشقها الناس ويهتفون لنجومها، ويصفقون لهم، ويفنون لأنديتهم وفرقهم، ويحبون ألوانها وراياتها.

في ضوء كل ما سبق من حالات الخروج عن الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تتنافى مع أهداف الرياضة، وزيادة حالة التعصب والتهيج بين الجماهير، وحالات التباين بين جميع العاملين في مجال الإعلام الرياضي، والإساءة إلى الغير باستخدام الخروج اللفظي أو الدلالي.

تلك الصورة غير المسئولة، وحالة الانفلات الأخلاقى، ومعدلات المشاهدة العالية لهذه البرامج، وتأثيرها الكبير في الرأى العام للجمهور الرياضى، وحجم الإنفاق الذى يتم صرفه على إنتاج هذه البرامج، دعت الكاتب إلى التعرف على اتجاهات

النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الضوابط الأخلاقية والمهنية فى البرامج الرياضية التليفزيونية المصرية.

فضلاً عن رصد وقياس تأثيرات المتغيرات الوسيطة فى عملية تشكيل اتجاهات كل من النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الأداء الإعلامى للبرامج الرياضية؛ وتتمثل فى :

١. كثافة التعرض للمضامين الرياضية.
٢. مستوى الاهتمام بمتابعة المضامين الرياضية فى القنوات التليفزيونية المتخصصة.
٣. تقييم تجربة القنوات الرياضية التليفزيونية المصرية، وكيفية الاستفادة من الإمكانيات المادية والتقنية التى تتوفر لها، مع التركيز على الأسلوب الذى يتم من خلاله تقديم هذه البرامج.
٤. رصد الواقع الرياضى فى مصر، ودور البرامج الرياضية فى مراقبة البيئة الرياضية والتصدى لحالة الفساد الرياضى، ودور البرامج الرياضية فى رسم هذا الواقع، ومحاولة تجميل الصورة لدى جماهير الرياضة.
٥. توضيح خطورة الممارسات الحالية غير الملتزمة بالأخلاق الرياضية على الرأى العام.
٦. إظهار الدور المسئول للإعلام الذى يجب أن تقوم به القنوات الرياضية المصرية.
٧. أهمية كود الأخلاق والتوصل إلى وضع ميثاق شرف للعمل الإعلامى الرياضى .

إفتتاحية الكتاب بقلم

الاستاذ الدكتور / محمود علم الدين



---

---

# الفصل الأول

## الإعلام الرياضي التليفزيوني

---

---

### مقدمة:

يمكن القول بان الإعلام أصبح الطرف الرئيس المشترك، بين العديد من الأفراد في الحياة اليومية، فلقد تعودنا أن نتعرض لوسائل الإعلام بشكل يومي، ونتعامل معه علي أنه شئ أساسي في حياتنا ولا يمكن الاستغناء عنه، وعلي مستوى المجتمعات فلقد انتشرت وسائل الإعلام انتشاراً كبيراً في السنوات الأخيرة، وارتفع مستوى وقت التعرض لوسائل الإعلام من قبل الذين كانوا يتعرضون لهذه الوسائل بشكل تلقائي، لكي يصبح هذا التعرض ركناً أساسياً في حياة الفرد، كالهواء والماء والغذاء.<sup>(١)</sup>

وبشكل عام فقد زاد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمعات بمختلف ثقافتها وارتفعت نسبة التعرض لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية بشكل واضح، وأصبح انتشار هذه الوسائل ملحوظاً، ولقد أصبحت وسائل الإعلام على رأس وسائل الاتصال، بل أكثرها تأثيراً في عصرنا الحديث، حتى يمكننا القول بأن استقلالية الدول أصبحت بمدى ملكيتها وسيطرتها على تلك الوسائل، ومدى قدرة هذه الدولة على تطويرها، ولقد أدركت العديد من الحكومات المختلفة أهمية هذه الوسائل فقط باستخدام خدمات الوسائل الإعلامية لمخاطبة جماهيرها على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، بغرض تحقيق أهداف هذه الدول وفرض سياستها.<sup>(٢)</sup>

---

(١) عاطف العبد، مدخل إلى الاتصال والرأى العام والأسس النظرية والإسهامات، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧) ص ٥.

(٢) عدلى سيد رضا، سامى الشريف، علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية والدولية الموجهة، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٨م) ص ١١.

وكان من نتيجة تنامي دور وسائل الإعلام والاتصال في حياة الجماهير قيام المسؤولين عن هذه الوسائل، وخاصة الوسائل الالكترونية، بتوظيف إمكانات هذه الوسائل في عدة اتجاهات ترتبط بإشباع اهتمامات الجمهور ودوافعها من خلال تقديم مضامين متنوعة (اجتماعية - سياسية - اقتصادية - ثقافية - دينية - رياضية)، وغيرها من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل على مدار اليوم.<sup>(١)</sup>

ولقد مر تطور وسائل الإعلام بعدة مراحل رئيسة من حيث الجماهير، فكانت بدايتها مع الصفوة، لأنهم القطاع الأكثر ثقافة وتعليماً، ولديهم القدرة على دفع تكلفة التعرض لهذه الوسائل، ثم مرحلة الحشد حيث تحولت هذه الوسائل لتقديم وسائل إعلامية تتناسب جميع أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم، ثم انتقلت هذه الوسائل إلى أهم مراحلها وهي مرحلة التخصص، من خلال تقديم رسائل موجهة لقطاعات من الجماهير الخاصة والمحددة، وآخر المراحل حتى الآن هي المرحلة الانتقالية التي يميزها التحكم الانتقائي من قبل المتلقي في المحتوى الذي يريده وقت ما يشاء.

أشارت العديد من الدراسات إلى أن جمهور وسائل الإعلام غير متجانس، بل مختلف من حيث الخصائص والميول، ولقد فطنت وسائل الإعلام إلى هذه الحقيقة مما دفعها إلى الاتجاه إلى التخصص من حيث المضمون أو من حيث الجمهور لتتناسب كل هذه الميول والاتجاهات.<sup>(٢)</sup>

والمتابع لهذه الوسائل الإعلامية يجدها تتخصص في المجالات الأكثر ارتباطاً بالجماهير وعلى رأسها الرياضة، نظراً لاتساع القاعدة العريضة التي تتابع الرياضة علي مستوى العالم، مما أدى إلى انتشار الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة، لتلبية حاجات هذه الجماهير وتوجيه رسائل مباشرة لها، وكذلك المساعدة في وصول الرسائل الإعلامية لهذا الجمهور بشكل مباشر - كل هذا يؤدي إلى عدم إهدار وقت المعلن ومجهوده في الوصول إلى جمهوره المستهدف، وكذلك عدم إهدار وقت المتلقي ومساعدته في الوصول إلى المضمون الذي يريد متابعته من خلال الوسيلة، مما يجعل الإعلام المتخصص إعلاماً مقنعاً وجذاباً في الوقت نفسه.

(١) عدلى رضا، سامى الشريف، الصحافة والتلفزيون في دولة الإمارات العربية المتحدة، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص ١.

(٢) سامى الشريف، "القنوات التلفزيونية المتخصصة: رؤية نقدية" في "المجلة المصرية لبحوث الإعلام"،

العدد الخامس، يناير / إبريل ١٩٩٩، ص ١٥٥

وبشكل عام إن اتجاه وسائل الإعلام نحو التخصص، كان نتيجة اتجاه الكون كله نحو التخصص، وربما كان انعكاساً لما يستجد على ساحة الحياة من تطورات سياسية واجتماعية ودينية وعلمية واقتصادية ورياضية، كل هذا وصل بنا إلى وجود وسائل إعلامية متخصصة في هذه المجالات الحياتية وظهورها.<sup>(١)</sup>

ويمكن القول: إن انتشار التعليم في هذه المجتمعات ساعد في انتقال الوسائل الإعلامية إلى مرحلة التخصص، وهذا ما حدث في أوروبا وأمريكا واليابان، هذا إلى عوامل مثل ارتفاع عدد السكان وعوامل أخرى، مما أدى إلى ارتفاع نسبة وسائل الإعلام المتخصصة علي حساب وسائل الإعلام العامة.

يمكن القول بعد أن أصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطاً معقداً متنوعاً وواسعاً، وبعد أن أصبحت الرياضة إحدى الفعاليات المهمة التي تجسد معظم الخصائص النفسية والفكرية للمجتمع، لوحظ انتشار هائل للوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة، سواء على مستوى الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الحديثة (المواقع الرياضية الالكترونية).<sup>(٢)</sup>

وقد شهد الإعلام الرياضى تطوراً ملحوظاً في المرحلة الأخيرة، من حيث الشكل والمضمون، باستخدام أحدث وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حتى يخرج على الجمهور المستهدف في أفضل صورة، ولكي يجذب وكالات الإعلان للقيام برعاية المضامين التي يقوم بتقديمها، وتحظى بنسب مشاهدة كبيرة، وغلب التنافس بين الوسائل، وأدى ذلك إلى ثراء المضمون المقدم من خلالها، مما أدى إلى ظهور وسائل إعلامية تقدم مضامين أكثر تخصصاً داخل التخصص نفسه.

وقد شهدت مصر حالة من وفرة التنوع في وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة مع بداية حقبة التسعينات، وخصوصاً بعد وصول مصر إلى نهائيات كأس العالم لكرة القدم في إيطاليا عام ١٩٩٠م، وذلك للمرة الثانية في تاريخها، ومع تنامي فئات عمرية مختلفة اهتمت بالرياضة، مما أدى بالتالي إلى تنوع وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة ما بين صحف رياضية، وقنوات تليفزيونية، ومحطات إذاعية، وصولاً إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

(١) السيد أحمد عمر، "الإعلام المتخصص، دراسة تطبيقية"، ط ١ (بنغازي: منشورات جامعة قار يونس،

١٩٩٧) ص ١٥ - ١٦

(٢) أديب خضور، الإعلام الرياضي: دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، (دمشق: المكتبة الإعلامية - العدد رقم ٩ - الطبعة الأولى، ١٩٩٤م) ص ٤.

وقد أدى انتشار وسائل الإعلام المتخصصة، وفي مقدمتها الرياضى منها، إلى جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الفعلى الذى تلعبه هذه الوسائل فى الحياة الاجتماعية، وما مدى تأثيرها فى الاتجاهات والأفكار والسلوك.<sup>(١)</sup>

وتجدر الإشارة هنا إلى أن البرامج الرياضية التليفزيونية، وفقاً للعديد من الدراسات، يجب أن تقوم بمسئوليتها الاجتماعية فى إطار التنمية الرياضية للوطن، بقيامها بإنتاج مضامين من شأنها الحث على ممارسة الرياضة وبتث الروح الرياضية بين الجماهير وعناصر اللعبة، ودفع الجماهير إلى التشجيع المثالى ونبذ التعصب. يأتى كل ذلك من خلال رفع مستوى المعرفة الرياضية، وغرس الانتماء فى مصر وفى بلادنا العربية، فى ضوء التحديات الفكرية والحضارية والعسكرية والاقتصادية التى تواجه عالمنا العربى.<sup>(٢)</sup>

من خلال ما سبق، أصبح من الضرورى دراسة تأثير الممارسات الإعلامية الرياضية فى اتجاهات النخبة الرياضية، والجمهور العام الرياضى الذى يعتبر الهدف النهائى من العمليات الاتصالية، خاصة فى المضمون الرياضى الذى يتم تقديمه من خلال البرامج الرياضية التليفزيونية.

### أهمية الرياضة للفرد والمجتمع:

تبرز أهمية الرياضة للفرد والمجتمع من طبيعة الأهداف والدوافع المراد تحقيقها من انتشار المعرفة والممارسة الرياضية، من خلال سعى العديد من الأفراد والجماعات لتحقيقها.

ولذلك أصبحت الرياضة فى وقتنا الحاضر ضرورة لكل إنسان فى مختلف مراحل عمره، ومع اختلاف جنسه، ومع اختلاف موقعه الجغرافى، ومن المستحيل الاستغناء عن الرياضة، ومن هذا المنطلق نشأت فكرة "الرياضة للجميع" مما يجعلها تشهد عناية خاصة على مستوى جميع دول العالم، وفى جميع القطاعات الحكومية والأهلية.<sup>(٣)</sup>

(١) جيهان أحمد رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٧٨م) ص ٥٦٥.

(٢) نبيل حافظ عبد البارى، تقويم النشاط الرياضى بالوحدات التعليمية بأكاديمية الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين، ١٩٩٢م) ص ١٨.

(٣) أمين أنور الخولى، الرياضة والمجتمع، عدد ٢١٦ سلسلة علم المعرفة، (القاهرة: عالم المعرفة، ١٩٩٦م)

تلعب الرياضة دوراً مهماً فى البناء الجسدى للفرد وبنائه النفسى أيضاً، وللرياضة جذور تاريخية، فقد عرفت الحضارات القديمة العديد من الرياضيات مثل السباحة والرماية وركوب الخيل والصيد، ولذلك تجذب الرياضة العديد من الجماهير المختلفة.<sup>(١)</sup>

تساعد الرياضة الفرد على الحياة بصحة جيدة، من خلال الحيوية والنشاط الذى يكتسبه بالممارسة الرياضية، ولم تهمل الرياضة النواحي الخاصة بالفرد، بل إنها تقوم بإعداده فردياً واجتماعياً فى الوقت نفسه، وذلك من خلال احتوائها ألعاباً فرديه تسمى الشجاعة والاعتماد على النفس، وهناك الألعاب الجماعية التى تسمى روح التعاون من خلال التخطيط التعاونى، وهو ما يؤدي إلى وجود روح التعاون والتفاعل بين أفراد المجتمع.<sup>(٢)</sup>

أشارت العديد من الدراسات إلى أن أحد أهم تأثيرات الرياضة فى المجتمع هو توفيرها للعديد من القيم والممارسات والسلوكيات، وأكبر مثال على ذلك هو شعار الاتحاد الدولى لكرة القدم (FIFA FAIR PLAY) الذى يلزم جميع الدول الأعضاء فى الاتحاد بإبراز هذا الشعار فى بداية كل مباراة، وكذلك العدالة التى يعكسها أداء الحكام، والتحكم بالنفس وإشاعة روح المنافسة الشريفة، وغيرها من السلوكيات الحميدة التى تسعى الرياضة إلى إشاعتها فى المجتمع.<sup>(٣)</sup>

وتعتبر الرياضة بمختلف أشكالها واحدة من أهم الوسائل لتحقيق النضج الاجتماعى وتنمية روح الجماعة بين الأفراد، وذلك لما تتميه مجالاتها العديدة فى فرص اللقاء والتعارف، وما تضيفه من أسس ومبادئ اجتماعية، مثل احترام المنافس، والعمل للمصالح العام، وضرورة التحكم فى الانفعالات فى مواقف مليئة بالإثارة والتشويق.<sup>(٤)</sup>

ويرى العديد من الباحثين وجود ترابط قوى بين الرياضة والترفيه؛ لأن الترفيه هو

---

(1) E. Cashmore, "Making sense of sports" 3rd ed ( London and New York: Rutledge, 200 ) P 12.

(٢) مصطفى السايح، " علم الاجتماع الرياضى "، ط ١ ( الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ٢٠٠٧) ص ٧٨

(3) Brown, R. S., & O. Rourke, D. J. "Case studies in sport communication" ( Westport, Praeger, 2003) p15.

(٤) مصطفى السايح، "مرجع سابق"، ص ٧٩.

كل نشاط يؤدي إلى المتعة والسعادة للفرد، وبالتالي فالرياضة تعد منفذاً رئيساً للترفيه في المجتمعات المعاصرة.<sup>(١)</sup>

كما يمكن القول بأن الثقافة الرياضية هي أن يعرف الفرد أهمية الرياضة من خلال التقويم السليم وتطويره من الناحية الصحية والبدنية، والربط بين الجوانب الفكرية والرياضية كمعرفة عامة، والتكامل بين الثقافة والرياضة سلوكياً واجتماعياً.

### مفهوم الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.<sup>(٢)</sup>

أدى الربط بين الرياضة والإعلام إلى نمو صناعة الإعلان وتطويرها إلى حد كبير؛ لأن أهمية الرياضة في المجتمعات أدت إلى تكوين منظومة إعلامية خاصة بالرياضة بأشكالها الإعلامية المختلفة التقليدية والحديثة.<sup>(٣)</sup>

ويرى العديد من الباحثين وجود علاقة قوية وتاريخية بين وسائل الإعلام والرياضة، فقدماً كان ناقلو الأخبار ينشرون أخبار البطولات والأبطال عن طريق الرسم والنحت والشعر، وفي الحضارة الإغريقية قاموا بتسجيل الإنجازات الرياضية على الحجر والورق والجلد، ولولاهم ما وصلت إلينا معلومات عن الألعاب الأولمبية القديمة.<sup>(٤)</sup>

وتزداد هذه العلاقة في عصرنا الحالي قوة، حيث هناك من يرى أن المضامين الرياضية التي تقدمها وسائل الإعلام الرياضية بمختلف أشكالها تدخل في إطار المنظومة الاجتماعية الرياضية في أي مجتمع، ويمكن تحديد مدى اهتمام الدولة

---

(1) Andrews, D. L., & Jackson, S. J. (Eds.), "Sports stars. The cultural politics of sporting celebrity", (London and New York: Routledge, 2003) p25.

(٢) حسن أحمد الشافعي، "الإعلام في التربية البدنية والرياضية"، (الإسكندرية: دار الوفاء لنسب الطباعة والنشر، ٢٠٠٣) ص ١٦.

(3) Daniel Beck and Louis Bosshart, " Sports and Media, communication Research Trends ", Vol.22 No.4, 2003, p 2.

(٤) على الهاشمي، "مرجع سابق"، ص ٦٨.

بالرياضة من خلال وسائل إعلامها التي تهتم بالرياضة وتتخصص فى تقديم المضامين الرياضية.<sup>(١)</sup>

ومن أهم إنجازات وسائل الإعلام الرياضية تقديمها خدمة كبيرة للجمهور الرياضى، هى متابعة الأحداث الرياضية المهمة وقت حدوثها فى أى مكان على وجه الأرض، وهو ما ساعد على انتشار الألعاب الرياضية وجعل للأندية العالمية الكبرى قاعدة جماهيرية كبيرة فى مختلف أنحاء العالم، وذلك من خلال الاستفادة من الإعلام الدولى فى نشر أهداف الرياضة.

### عناصر الإعلام الرياضى:

هناك عناصر أربع للإعلام بعامة، وينطبق ذلك على الإعلام الرياضى، وهى: المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية، أو الجهة التى تصدر عنها هذه الرسالة، وينطبق ذلك- فى الإعلام الرياضى- على الاتحادات الرياضية والأندية الرياضية والرياضيين.

المستقبل: هو الجمهور المستهدف (الجمهور الرياضى) الذى توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو مجموعات.

الوسيلة: هى ما ينقل من خلالها الرسالة الإعلامية، سواء (مكتوبة- مسموعة- مرئية).

الرسالة: هى المضمون الذى تحمله الوسيلة الإعلامية لتوصيله إلى المستقبل، ويعتمد الإعلام الرياضى فى بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذى تقدمه هذه الوسائل، ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام، ومن هنا تتضح الأهمية الكبرى للإعلام الرياضى وتداخله مع المجالات الأخرى السياسية والاجتماعية والاقتصادية.<sup>(٢)</sup>

### أنواع الإعلام الرياضى:

تعددت أنواع الإعلام الرياضى، وتنوعت أشكاله، ويمكن تصنيفها كالتالى:-

(١) أديب خضور، "مرجع سابق"، ص ص ٨١- ٨٢.

(٢) سهرسند المهندس، "الإعلام الرياضى المرئى فى الواقع المعاصر"، (مملكة البحرين: وزارة الإعلام، ٢٠٠٥) ص ٥٣.

## ١- الإعلام الرياضى المقروء:

هو المضمون الذى يعتمد على الكلمة المكتوبة، مثل الجرائد، والكتب، والمجلات، والنشرات والملصقات، ويستهدف هذا المضمون جمهوراً معنياً بالرياضة. وتتخذ المادة المكتوبة من الرياضة مادة أساسية لها، وتقوم بتحليل الأحداث والنتائج الرياضية المختلفة، فبذلك تجيب عن سؤالين (كيف - لماذا) كانت هذه النتائج؟ حتى يتحقق لها النجاح وسط الوسائل الإلكترونية التى تنقل هذه الأحداث فى لحظة وقوعها.<sup>(١)</sup>

ويعتبر الإعلام المقروء أقدم الوسائل الإعلامية التى قدمت الرياضة، ولقد ظهرت أول صحيفة رياضية عالمية مع بدايات القرن السابع عشر، وأصبح للأخبار الرياضية مكانها فى الصفحات الأولى وفى عناوينها، وتقوم بعض الصحف بإصدار ملاحق رياضية أسبوعية لزيادة توزيعها، وأسهمت الصحف الرياضية فى انتشار الصحافة فى كثير من الدول العربية، وأسهمت أيضاً فى إعداد جيل رائد من الصحفيين فى العالم العربى.<sup>(٢)</sup>

## القوالب الفنية للإعلام الرياضى المقروء:

- تتعدد الفنون والأشكال الصحفية الرياضية وتتمثل فى (الخبر الصحفى - التقرير الإخبارى - الحديث الصحفى - التحقيق الرياضى - المقال الرياضى - التعليق الرياضى - النقد الرياضى).<sup>(٣)</sup>

## ٢- الإعلام الرياضى المسموع:

يعتمد على حاسة السمع عند الإنسان، مثل الراديو، وأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء، وحتى بدايات القرن العشرين كان المهتم بالرياضة يتابع الأحداث الرياضية عن طريق الذهاب إلى مكان وقوع الحدث (الملاعب)، حتى ظهور الراديو

(١) بهيائى خليفة: "موسوعة الإدارة فى المنظمات الرياضية، الطبعة الأولى، ( الكويت: مطبعة الفيصل، ٢٠٠٤) ص ١٥.

(2) Lever, J., & Wheeler, S. " Mass media and the experience of sport" in " Communication Research ", Vol.20, 1993. p.130.

(٣) محمود حسن أبو دريس، "واقع الصحافة الرياضية فى مملكة البحرين، دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية فى الجرائد اليومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، ( جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٤) ص ١٦.

الذى قدم للجمهور الرياضى ميزة الاستماع إلى الأحداث الرياضية بشكل مباشر فور وقوعها.<sup>(١)</sup>

ويوجد العديد من الأهداف التى تسعى الإذاعة الرياضية إلى تحقيقها وتتضمن:-

- تحليل كل ما يدور على الساحة الرياضية من أحداث وتفسيره وتقييمه، برؤية تعكس وتجسد السياسة العامة للإذاعة.
- الحصول على السبق والتغطية الإخبارية المتنوعة.
- محاولة إيجاد وعى لدى الجمهور، ومساعدته أيضاً فى الحصول على المعلومة، ومعرفة ما يدور حوله من أحداث وأخبار رياضية.
- الحصول على الإعلانات التى تعود بالفائدة المادية على المحطة الإذاعية، وتساعدنا فى أداء رسالتها.<sup>(٢)</sup>

### القوالب الفنية للإعلام المسموع:

تتعدد القوالب والأشكال الفنية للبرامج الإذاعية الرياضية، وتشمل (الحديث المباشر - الحوار الإذاعي - الندوة الرياضية - برامج المسابقات الرياضية - التعليق على الأخبار والأحداث الرياضية).

### ٣- المواقع الرياضية الالكترونية:

تمثل المواقع الرياضية المنتشرة على الانترنت خطر داهم على الاعلام الرياضي يتسلل يوماً بيوماً بيننا بسهولة ويسر ويهدد الاستقرار فى الاندية، والاتحادات، ويشير الجماهير فى كل المحافظات، وخطورة بعض هذه المواقع الرياضية الالكترونية تتمثل فى إتمادها على مجموعة من عديمي الخبرة الاعلامية والرياضية، وتعمل على مجرد السبق باخبار غير صحيحة وهي عبارة عن شائعات تطلقها بلا أي مسئولية أو محاسبة، وقد يتسبب خبر منها فى الايقاع بين ناد وآخر.. أو ناد ولاعب.. أو اندفاع جماهيرى، وثورة بين جماهير الأندية بعضها البعض! كل هذا يحدث لأن بعض هذه المواقع لا يشرف عليها اعلاميون متخصصون، ولا يعمل بها صحفيون متمرسون للاسف، وأصبحت مهنة لمن ليس له مهنة.

(1) E. Cashmore, Making sense of sports "Op. Cit", p 50

(٢) على مبارك، "مرجع سابق" ص ٧٥.

يوجد بعض المواقع الملتزمة وهي قلة حيث يرأسها صحفيون متمرسون يجيدون انتقاء الخبر والتأكد من صدقه، ويقدرّون مسؤولية اطلاق الاخبار علي الهواء، ولا يلجأون إلي الاخبار المبركة.

لذلك يجب إعادة تنظيم عملية انشاء المواقع الاليكترونية علي الانترنت خاصة الرياضى منها، وأن يكون لها جهة مسئولة عنها يمكن الرجوع اليها أو عليها في حالة نشر خبر غير صحيح أو مغرض قد يتسبب في اشعال فتنة بين الجماهير الرياضية.

ان انتشار هذه المواقع، وبهذا العدد الكبير علي صفحات الانترنت، والتسابق بينها علي السبق، والاطخاء والشائعات التي تطلقها صباحا ومساء..دون محاسبة أو مسؤولية أو رادع..هو شيء من الفوضى الاعلامية، لأنها تلعب دوراً خطيراً في عدم المهنية، ولها دورها الخطير في إرساء التعصب بين جماهير الأندية، والازمة الكبرى هي قيام البرامج الرياضية بالنقل عنها بما فيها من مشاكل أخلاقية ومهنية.

#### ٤- الإعلام الرياضى المرئى:

يعتمد على حاستى السمع والبصر عند الإنسان، مثل التلفزيون، والسينما، والفيديو، وشبكة الانترنت. وقد أصبح التلفزيون فى السنوات الأخيرة من أوسع الوسائل انتشاراً وأكثرها جاذبية لدى الجمهور، وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة من الجمهور على مختلف مستوياتهم العمرية، وعلى مدى زمنى كبير، فمن خلال الشاشة يستطيع التلفزيون إرسال العديد من الرسائل التي يمكن أن تصل إلى فئات عديدة من الجمهور، وذلك من خلال التطور التقنى والتكنولوجى الذى مر به التلفزيون على عدة مراحل، من تطور للكاميرات، وزيادة تقنية الأقمار الصناعية.<sup>(1)</sup>

كل هذه التطورات أثرت في زيادة عدد القنوات التلفزيونية المتخصصة فى الرياضة، وظهرت أول شبكة أمريكية متخصصة فى الرياضة وهي شبكة "ESPN" فى عام ١٩٧٩م، وتبعها بعد ذلك العديد من الشبكات الرياضية الأمريكية والأوروبية.

ويمكن القول: إن التلفزيون قد أصبح الوسيلة الإعلامية القائدة فى مجال

(1) Daniel Beck and Louis Bosshart, " Op.Cit ", p 11.

الإعلام الرياضى؛ لأنها أتاحت ميزة النقل المباشر للأحداث الرياضية، وأعطت ميزة كبيرة للمشاهد بأن منحته الإحساس بالتواجد فى قلب الأحداث، حيث تخاطب حاستى السمع والبصر، فأصبح التلفزيون مسيطراً على مشاهد الحدث، بالإضافة إلى التطورات التقنية المتلاحقة الطارئة على التلفزيون، التى جعلت الإعلام الرياضى المرئى يصل إلى عدد أكبر من الجمهور، على نحو أكبر بكثير من الماضى.<sup>(1)</sup>

### أهمية الإعلام الرياضى المرئى:

- تشير العديد من الدراسات إلى أن ظهور أجهزة التلفزيون الملون قد أدت إلى زيادة عدد المشاهدين للألعاب الرياضية، وذلك على المستوى المحلى والإقليمى والدولى، مما يؤكد أهمية التلفزيون فى تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة والرياضيين والترفيه.
- يعتبر التلفزيون الوسيلة المثلى لنشر الثقافة لدى الأميين ومحدودى الدخل غير القادرين على حضور المباريات فى الملاعب، أو شراء الوسائل المطبوعة لمعرفة الأخبار الرياضية.
- يتميز التلفزيون بالقدرة على نقل الأحداث الرياضية بالصوت والصورة وقت حدوثها، وهو ما يعود على المشاهد بالمتعة فى مشاهدة الحدث الرياضى فى وقت حدوثه.

### القوالب الفنية للإعلام المرئى الرياضى:

تتعدد القوالب والأشكال الفنية للإعلام المرئى، وتشمل:

- نشرة الأخبار الرياضية: من القوالب الفنية التى حدث لها تطور هائل فى الفترة الأخيرة، فمن فقرة رياضية يتم تقديمها فى آخر نشرة الأخبار بالقنوات العامة، إلى نشرة أخبار رياضية كاملة، تقدم خلال القنوات الرياضية المتخصصة، يتابع المتلقى من خلالها أحدث الأخبار الرياضية ونتائج المباريات على المستوى المحلى والإقليمى والدولى.
- ولقد وصل التطور إلى قمته فى تقديم الخدمة الإخبارية الرياضية بالقنوات

(1) Rinehart, R., Sport as Kitsch, " A case study of the American Giadiators " In " Journal of Popular Culture, " Vol. 28, No. 2. 1994, p25.

التليفزيونية الرياضية، وهو ما يعكسه إنشاء العديد من الشبكات الرياضية قنوات إخباريه رياضية، وعلي سبيل المثال بث شبكة الجزيرة الرياضية قناة متخصصة فى الأخبار الرياضية (JSC SPORTS NEWS)، تقدم خدمة إخبارية مستمرة على مدار اليوم، وتعد هذه الخدمة أحدث تطورات تكنولوجيا الأخبار، فهى تقدم الأخبار ليس وفقاً لأسلوب الأخبار المنفصلة التى لا تتيح للجمهور أن يتعرف بدقة على ما يجرى فى المجتمع الرياضى من تغيرات واتجاهات، وإنما تقدم كل التفاصيل والخلفيات اللازمة لفهم تطورات الأحداث، كما توفر خدمة المتابعة المستمرة للأخبار على الشاشة من خلال شريط الأخبار.

• الأستوديو التحليلى للمباريات: يعد من القوالب الفنية الجديدة فى الإعلام الرياضى المرئى، والتى تحظى بنسبة مشاهدة عالية، وخاصة فى البطولات والمنافسات الكبرى، ويتم من خلالها استضافة عدد من الخبراء فى اللعبة التى سوف يتم تحليل منافساتها.

ويبدأ الأستوديو التحليلى قبل بداية المباراة بفترة زمنية، غالباً ما تكون قرابة النصف ساعة يتم فيها تقديم معلومات عن الفريقين، من حيث النتائج السابقة، والحالة التى يمر بها، والتشكيل الذى سوف يخوض به اللقاء، ثم يلي هذه المقدمة تقديم بث مباشر للمباراة.

وبعد نهاية اللقاء يتم تحليل المباراة فنياً من خلال الخبراء، وتقييم المتغيرات التى حدثت خلال اللقاء على كل فريق، وكذلك تقييم أداء اللاعبين والمدربين والحكام، وتفسير عوامل تفوق فريق على آخر من حيث الأسباب التى أدت إلى هذا التفوق.

• الندوة الرياضية:تعتمد علي تقديم عدد من الضيوف المهتمين بالرياضة، لتبادل الأفكار والآراء حول موضوع يهم الجمهور الرياضى، وتعتمد هذه الندوة علي تلقائية المشتركين عند طرح الآراء، وعادة ما يكون المشتركون فى الندوة من المتخصصين فى القضية محل النقاش.

ويهتم هذا النوع من الندوات بطرح قضية أو مشكلة للفت انتباه الجماهير الرياضية نحو أهميتها، وليس من الضروري طرح حلول لهذه القضية المثارة، وإنما يكفي إثارة اهتمام الجماهير بأهمية هذه القضية والدعوة إلى التفكير فى حلول لها.

ويقتصر دور مدير الندوة علي التوجيه، وتنظيم المناقشة، حتى لا يحدث تشتت عن الموضوع المطروح، وكذلك توزيع وقت الندوة بين المتناقشين بقدر من التوازن، ويشتمل النص المكتوب لهذا النوع من المناقشات علي مدخل لتوضيح أهمية الموضوع ورعوس الموضوعات الفرعية، وتقديم أعضاء الندوة، وتلخيص الآراء والأفكار بعد المناقشة وكتابة خاتمة الندوة.

• البرامج الرياضية الحوارية: تعد البرامج الرياضية أكثر قوالب الاعلام الرياضى المرئى انتشاراً، ويتوقف نجاح هذا الشكل (موضوع الدراسة) على قدرة القائمين على إعدادة وتقديمه بأسلوب يجذب المشاهدين والمتابعين للقنوات الرياضية، ويوجد ثلاثة أشكال رئيسة للبرامج الرياضية الحوارية، وهى:-

أ - حوار الرأى: يركز هذا النوع من البرامج على استطلاع رأى شخصية معينة فى موضوع محدد، أو مشكلة أو قضية رياضية مطروحة على الساحة، ويهتم بها الجمهور الرياضى، وتكون الشخصية المتحاور معها من الخبراء المتخصصين فى موضوع الحوار.

ب - حوار المعلومات: يركز هذا النوع من البرامج على استنباط معلومات من الواقع تسهم فى تقديم خدمة عامة للجمهور، سواء من أشخاص مشهورين أو غير مشهورين، فهذا الحوار هو للحصول على المعلومات، ويتسم هذا الحوار بالسرعة والحيوية.

ج - حوار الشخصية: يعتبر هذا النوع من البرامج الإنسانية التى تهتم بتناول شخصيات رياضية جذابة للجماهير الرياضية أو مثيرة للجدل، ويتناول البرنامج نشأة هذه الشخصية، وتطورها، وسماتها واتجاهاتها وسلوكها وأفكارها، وتتسم الأسئلة التى يوجهها المحاور إلى الشخصية بالتعمق فى أغوار الشخصية، لإثارة اهتمام المشاهدين والإجابة عن الاستفسارات التى تهم الجمهور الرياضى.

وإن المتابع للبرامج الرياضية التليفزيونية يجد أنها تتضمن مزيجاً من هذه الأشكال والقوالب البرمجية الحوارية، وهناك عدة عوامل تساعد على نجاح البرامج الرياضية التليفزيونية، من حيث حداثة الفكرة أو الحدث وجدديته فى الوقت نفسه، واحتياج الجمهور الرياضى لهذه الفكرة، وتنوع المصادر وتكاملها

بحيث تعبر عن الاتجاهات المرتبطة بالقضية أو الفكرة المثارة، بالإضافة إلى دقة المعلومات ونسبها إلى مصادر.

ويتوقف نجاح البرامج الرياضية التليفزيونية على مدى التفاهم بين فريق العمل من إعداد وإخراج وتقديم، بالإضافة إلى بقية فريق العمل من فنيين ومسؤولي إنتاج وشبكة المراسلين التابعين للقناة أو البرنامج.

ويعتبر الإعداد أحد أهم العناصر في فريق العمل، لذلك عادة ما يتكون فريق الإعداد من عدد كبير من المعدين يرأسهم رئيس تحرير البرنامج الذى غالباً ما يكون صحفياً رياضياً يقوم بتجميع ما يقدم إليه من فريق الإعداد وترتيبها.

### سمات الإعلام الرياضى :

يتسم الإعلام الرياضى داخل أى مجتمع بمجموعة من السمات تتمثل فى:-

١- أنه إعلام جماهيرى، وله القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير المتنوعة.<sup>(١)</sup>

٢- التكامل وإن تعددت عناصره وإجراءاته وأجهزته وفروعه، ويقوم التكامل على أساس وحدة الموضوع وتكامله، فالرياضيون هم المادة الأساسية لجميع وسائل الإعلام الرياضى، ومن المفترض تكامل هذه الوسائل عند معالجة موضوع واحد، كل حسب تخصصه، وهذا التناول فى العرض من شأنه أن يلبي متطلبات الجماهير النوعية المتعددة والمختلفة وغير المتجانسة.<sup>(٢)</sup>

٣- تتنوع وسائل الإعلام الرياضى من حيث الشكل والمضمون، من صحف وقنوات تليفزيونية ومحطات إذاعية، ووفقاً لنوع الرياضة التى تتخصص فيها.

٤- تعدد أشكال الملكية لوسائل الإعلام الرياضية ما بين ملكية عامة تابعة

(١) خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، "الإعلام الرياضى"، ج ١، ط ١ ( القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨) صص ٢٢ - ٢٣.

(٢) خالد حسن القضاة، "دور الصحافة فى تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية فى المجتمع الاردنى، بحث مقارنة بين الصحف الأردنية اليومية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد: كلية التربية الرياضية، ١٩٩٧) ص ١١.

للدولة، وملكية خاصة تابعة للأفراد أو لاتحادات أو لأندية، وملكية مختلطة تجمع بين أكثر من نظام ملكية.

٥- التفاعل بينه وبين المجتمع، وحتى يتم فهم الإعلام الرياضى يجب فهم المجتمع الذى يعمل فيه، حتى لا يوجد تعارض بين ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة فى هذا المجتمع.

٦- التجارية، لأنه أصبح من أكثر أنواع الإعلام المتخصص جذباً للمعلنين، وهذا ما يحقق له زيادة اقتصادية تساعده على الاستمرار والتطور بسبب تحقيقه لأهدافه الربحية.

### أهداف الإعلام الرياضى:

هناك العديد من الأهداف التى يسعى الإعلام الرياضى إلى تحقيقها، وتشمل الآتى:-

١- نشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، ووضعها أمام الرأى العام ومساعدته على اتخاذ ما يراه من قرارات، وهو ما يسهم فى توجيه الرأى العام فيما يخص القضايا الرياضية التى تثير اهتمامه.

٢- زيادة الوعى والمعرفة بالرياضات المختلفة، وتدعيم مبدأ "الرياضة للجميع"، والترويج عن الجماهير وإبعادهم عن الممارسات الضارة بالفرد والمجتمع.

٣- تسليط الضوء على الموهوبين والمبدعين رياضياً، والاهتمام بهم، ورعايتهم، وذلك على مستوى الأصحاء وذوى الاحتياجات الخاصة.

٤- تشجيع المواطنين على ممارسة الرياضة، من خلال توضيح أهميتها للفرد والمجتمع على مستوى الجنسين وعلى مستوى سلامة الصحة النفسية والجسدية للفئات العمرية المختلفة.

٥- عرض أهم القضايا الرياضية على المستوى المحلى والإقليمى والدولى وتحليلها من خلال متخصصين فى الرياضة.<sup>(١)</sup>

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون "الخطة الإعلامية العامة" (جمهورية مصر العربية: الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٣م) ص ١٤٤- ١٤٥.

## الخدمات التي يقدمها الإعلام الرياضي للفرد والمجتمع :

يقدم الإعلام الرياضي خدمات عديدة للفرد والمجتمع، ومن أهمها :-

١- تطوير الرياضة ونشرها بين الجماهير، وترسيخ القيم الإنسانية، من خلال مكافحة مظاهر الشغب والعنف في الملاعب، وتجسيد معاني المحبة والصدقة بين الشعوب.

٢- نشر الوعي الرياضي بين الجماهير من خلال تعريفها بقوانين الألعاب المختلفة والتعريف بها، بما يؤدي في النهاية إلى نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع، و التغطية اليومية للأحداث الرياضية المحلية منها والدولية.

٣- البعد عن التعصب، وإشاعة الروح الرياضية بين الجماهير واللاعبين، بما ينعكس على المجتمع كله، ونشر السلوكيات الرياضية المقبولة اجتماعياً والبعد عن غير المقبول منها.

٤- توثيق الأحداث الرياضية وتأريخها، والتتقيب عن الفساد، وكشف الانحرافات في المنظومة الرياضية، ويجب على القانون أن يساعد الإعلام على تحقيق هذا الدور.

القائم بالاتصال في البرامج الرياضية التليفزيونية (فريق العمل):

فريق العمل في أي مؤسسة إعلامية هو "الشخص الذي يؤدي دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية، هذا على ضوء ما يتمتع به من مهارات يجب أن تتوفر من مؤهلات وكفاءة في الأداء، ويتكون فريق العمل في الإعلام الرياضي من عدد من المتخصصين، وذلك على النحو التالي:-<sup>(١)</sup>

### ١ - فريق الإعداد:-

يعتبر الإعداد العمود الفقري لأي برنامج تليفزيوني وخاصة البرامج الرياضية، لأنه يقع على عاتقه انتقاء الأحداث أو القضايا الرياضية التي يتم تناولها، وتغطية جوانبها كافة بما يمكن المشاهد من الاستفادة بما يقدم له من مضمون، ويبني على الإعداد بقية عناصر البرنامج من تقديم وإخراج وتصوير وديكور ومونتاج؛ لأن هذه العناصر تقوم بتحويل ما هو مكتوب على الورق إلى الصورة التي يتم إرسالها إلى المتلقى.

(١) نجوى فوال، "القائمون بالاتصال"، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية، ١٩٩٢) ص ٥.

## ٢ - مقدم البرنامج:-

هو الذى يقوم بتوصيل الرسالة إلى المتلقى، والذى قد يكون غالباً من عناصر اللعبة (لاعب كرة سابق - مدرب سابق - محلل رياضى - ناقد رياضى - حكم سابق)، ويجب أن يكون على دراية بالمهنية الإعلامية، ويتميز بالحيادية فى تناول الموضوعات والقضايا الرياضية المختلفة، ويكون على دراية بأهمية الشاشة التى يطل من خلالها، والعواقب المترتبة على رأيه فى قضية ما، وأثرها فى جمهوره المستهدف.

## ٣ - مخرج البرنامج:-

هو قائد العمل، وتقع على عاتقه مسئولية البرنامج، ويقوم بوضع الأهداف المحددة للعمل، والتنسيق مع فريق العمل، ووضع التصور النهائى، حتى يخرج العمل بالصورة المناسبة إلى الجمهور المتلقى.

## ٤ - الصحفى الرياضى (رئيس تحرير البرنامج):-

لا تقتصر مهمة الصحفى الرياضى على مجرد نقل الوقائع المختلفة للحدث فقط، بل تتسع أيضاً لتقديم العواطف والانفعالات التى تحيط بالحدث الرياضى. ومع انتشار الإعلام الرياضى المتخصص ظهرت مجموعة من الصحفيين الرياضيين أطلق عليهم "رؤساء التحرير للبرامج الرياضية".

## ٥ - المعلق الرياضى:-

هو الذى يقوم بالتعليق على المادة المقدمة من خلال التليفزيون أو الإذاعة، وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن المعلق الرياضى الذى يتسم بالعنف فى تعليقاته، يضى نوعاً من العنف على الأحداث، وعلى النقيض فإن المعلق الذى يتسم بالهدوء فى تعليقاته، يضى نوعاً من الهدوء على الأحداث غير الطبيعية، ويجعل الأحداث العنيفة أقل عنفاً من حقيقتها.<sup>(١)</sup>

## ٦ - الناقد والمحلل الرياضى:-

الدور الأساسى للناقد الرياضى هو إعادة التوازن إلى الجوانب غير المستقرة فى الحياة الرياضية، وذلك عن طريق النقد البناء الذى يبنى الإنسان، ويجعله قادراً على الرؤية والتأمل والاستمتاع بطريقة مثالية، ويجب أن يتسم بعدة سمات ضرورية،

(١) خالد حسن القضاة، "مرجع سابق"، ص ٣٠.

وهى (الموهبة - العلم - الأمانة فى نقل المعلومة - المتابعة الجيدة للأحداث والقضايا - المهنية).

المهارات الواجب توافرها فى القائم بالاتصال فى البرامج الرياضية التليفزيونية:-

اهتم العديد من الباحثين برصد المؤهلات الشخصية والنفسية التى يجب أن تتوفر فى القائم بالاتصال فى المجال الرياضى، والتى يمكن رصدها فى التالى:<sup>(١)</sup>

١- يفضل أن يكون من دارسى الإعلام، وأن يكون من خريجى كليات الإعلام وأقسامها حتى يكون ملماً بقواعد العمل الإعلامى وأخلاقياته، أو يكون خريج كليات التربية الرياضية حتى يكون ملماً بالرياضة وشؤونها.

٢- أن يكون متزناً نفسياً وانفعالياً، وأن يكون ملماً بقواعد الرياضة التى يغطيها وأسسها وقوانينها بما يعود فى النهاية على الجودة فى المنتج وإقبال الجمهور عليه، وأن يكون لديه القدرة على الإدارة وسرعة اتخاذ القرارات المناسبة، والتعامل مع الآخرين من جماهير ومن عناصر اللعبة على مختلف مستوياتهم العلمية والثقافية.

٣- أن يحترم التقاليد والعادات والقيم السائدة فى المجتمع، والتحلّى بالأخلاق الحميدة والسلوك القويم، و أن يقوم بالدعوة لبث الروح الرياضية وروح الانتماء إلى الوطن، والاهتمام بالبعد القومى وربطه بالبعد الوطنى، بعيداً عن النزاعات الإقليمية.

٤- احترام التفكير والاعتماد على الأسلوب المنطقى فى الحوار، واحترام الرأى الآخر وإثبات صحة وجهات النظر، وأن يتبنى القضايا العامة، ويقوم بطرح طرق للحلول، ويعرض وجهات النظر المختلفة، مع التمتع بالحيادية والبعد عن التحيز.

---

(١) أحمد فاروق أحمد، "تخطيط إستراتيجى لمستقبل الصحافة الرياضية المصرية لمواجهة مشكلات كرة القدم الإدارية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٩م) ص ٢٩.

## مسار الإعلام الرياضى المصرى:-

### أولاً: الإعلام الرياضى المقروء:-

بدأت الصحافة الرياضية مع ظهور أول فريق مصرى لكرة القدم عام ١٨٨٥م، وقد قام بتكوينه "محمد أفندى باشا"، ولعب هذا الفريق باسم مصر ضد فريق مكون من رجال الاحتلال البريطانى، وفاز الفريق المصرى فى هذه المباراة، وتعتبر هذه هى البداية الحقيقية للإعلام المقروء فى مصر.

بدأ الانتشار الكبير لكرة القدم فى بداية العشرينات، وبدأت الصحافة تهتم بالرياضة وخصصت لها مساحات صغيرة، وقد أقامت جريدة "المضمار" مسابقة بين قرائها لاختيار أفضل لاعب مصرى فى كرة القدم، ونظمت مجلة "كوكب الشرق" عام ١٩٣٣م بطولة فى كرة القدم تقام بين محافظات مصر على كأس باسم المجلة.<sup>(١)</sup>

فى عام ١٩٥٥م استقبل الزعيم الراحل/ جمال عبد الناصر فريق كرة القدم المصرى العائد من دورة برشلونة الأولمبية، وقال قولته المشهورة بين جموع الشعب: "إن بناء المصانع سهل، وبناء المدارس سهل، ولكن بناء الشباب هو الصعب العسير".  
تطور الصحافة الرياضية فى مصر:-<sup>(٢)</sup>

فى أوائل القرن العشرين صدر العديد من الصحف والمجلات الرياضية، وكان أبرزها صحيفة الرياضة (١٩٠٥م)، وضيء الألعاب (١٩٠٧م)، ثم مجلة الرياضة البدنية (١٩٢٠م)، وفى عام (١٩٢٣م)، صدرت مجلة الألعاب الرياضية، وفى عام (١٩٢٨م)، صدرت مجلة اسبورت، وفى عام (١٩٣١م)، صدرت مجلة السباق، وفى عام (١٩٣٧م)، صدرت جريدة الشعاع، وفى عام (١٩٥٢م)، صدرت مجلة الدليل الرياضى، وفى عام (١٩٥٥م)، صدرت مجلة الملعب، وكان لصدور قانون تنظيم الصحافة فى ٢٤ مايو ١٩٦٠م كبير الأثر فى اتجاه الصحافة إلى التجديد والتطوير، مما عاد على الصحافة الرياضية بالتطور من حيث الكم والكيف، فقامت أيضاً بعض الأندية بإصدار مجلات متخصصة فى الرياضة مثل مجلة الأهلى ومجلة الزمالك.

(١) أحمد عبد المهين، "حكاية الكرة المصرية"، (القاهرة: دار الكتب الجامعية الحديثة، ١٩٨٧) ص ١٠١.

(٢) خير الدين عويس، عطا عبد الرحيم، "مرجع سابق"، ص ٩٨ - ١٠٢..

وبعد هزيمة ١٩٦٧م توقف النشاط الرياضى فى مصر، وانحسرت معه الصحافة الرياضية، حتى عادت بعد انتصار أكتوبر ١٩٧٣م، فصدرت جريدة "الكوره والملاعب" عن دار التحرير فى عام (١٩٧٦م) وصدرت جريدة "أخبار الرياضة" عن دار أخبار اليوم عام (١٩٨٩م)، وصدرت "مجلة الأهرام الرياضى" عن دار الأهرام عام (١٩٩٠م) وتواكب ذلك مع وصول منتخب مصر إلى نهائيات كأس العالم ١٩٩٠م بإيطاليا.

### ثانياً: الإعلام الرياضى المسموع:-

خلال فترة الأربعينيات كانت الرياضة فى الإذاعة المصرية عبارة عن تمرينات بدنية يتم إذاعتها فى فترة الصباح بصفة يومية، وكان يتم تقديم برنامج "حديث رياضى" لمدة ١٠ دقائق مرة كل أسبوعين، ويقوم بتقديم هذا الحديث أحد العاملين فى المجال الرياضى (رئيس إتحاد لعبة ما - سكرتير اتحاد - أحد اللاعبين القدامى - أحد النقاد الرياضيين)، وكانت تتقل الإذاعة مبارتين فقط على مدار العام بالإضافة لنهائى الدورى والكأس فى لعبة كرة القدم.<sup>(١)</sup>

وتطورت البرامج الرياضية الإذاعية خلال فترة الخمسينيات، فتم نقل عدد مباريات أكبر وزاد عدد البرامج، ففى عام (١٩٥٤م) قدم الإعلامى "فهمى عمر" برنامج (الرياضة فى أسبوع) وهو برنامج أسبوعى مدته نصف ساعة، يقدم من خلاله نتائج أهم البطولات الرياضية المحلية والدولية، بالإضافة لبرنامج الشهر (التعليق على الدورى) الذى كانت تنتظره الجماهير والصحف الرياضية، لمعرفة نتائج مباريات الدورى التى تقام فى اليوم نفسه فى مختلف محافظات مصر، وبعد هزيمة ١٩٦٧م وجه اتهام للرياضة بعامة ولكرة القدم بخاصة بأنها سبب الهزيمة، مما أدى إلى تقلص البرامج الرياضية الإذاعية حتى جاء نصر أكتوبر العظيم ١٩٧٣م فعادت الرياضة مرة أخرى، مما أدى إلى تطور البرامج الإذاعية، وتتنوع البرامج الرياضية فى مختلف المحطات الإذاعية.<sup>(٢)</sup>

فى بداية الثمانينات دخل نظام الشبكات إلى الإذاعة المصرية التى وصل عددها إلى (٩) شبكات، منها "شبكة الشباب والرياضة"، وهى شبكة متخصصة من

(١) أميمه حامد أبو الخير، خطة مقترحة لبرامج التلفزيون كوسيلة إعلامية لنشر الوعى الرياضى رسالة دكتوراه غير منشورة"، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، ١٩٧٩) ص ٢٧.

(٢) على مبارك، "مرجع سابق"، ص ٧٦.

حيث الجمهور وهو الشباب، ومن حيث المضمون وهو الرياضة، بهدف الارتقاء بالشباب والرياضة، وتهتم على المستوى المحلى والإقليمي والدولى بالرياضة على مختلف الألعاب الفردية منها والجماعية، بالإضافة إلى تنظيم أسواق للشباب لعرض منتجاتهم وبيعها.<sup>(١)</sup>

### ثالثاً: الإعلام الرياضى المرئى:-

مع بداية إرسال التلفزيون المصرى عام (١٩٦٠م)، ووفقاً لإحصاء توزيع عدد ساعات الإرسال التلفزيونى المصرى عام (١٩٦٣م) بالبرنامج الأول (القناة الأولى حالياً)، احتلت البرامج الرياضية نسبة ٦,٤٪ من إجمالى ساعات الإرسال، فى حين لم يقدم البرنامج الثانى (القناة الثانية حالياً) أى برامج رياضية على الإطلاق.

وخلال فترة السبعينيات والثمانينيات اهتم التلفزيون بنقل معظم مباريات الدورى والكأس المصرى بجانب بعض مباريات الألعاب الأخرى، مثل (كرة السلة - المصارعة - السباحة - وغيرها من الألعاب الأخرى) ونقل البطولات الدولية على الهواء مباشرة، وكانت بطولة كأس العالم بالأرجنتين عام (١٩٧٨م) أول بطولة دولية كبرى فى كرة القدم يتم نقل معظم مبارياتها على الهواء بالتلفزيون المصرى، كما قام التلفزيون المصرى بتسجيل الأحداث الرياضية الدولية المهمة وتقديمها ضمن البرامج الرياضية التى تقدم على شاشته.

وأدى ظهور الأقمار الصناعية وتطورها وانتشارها، ودخول مصر عصر الفضاء بإطلاقها القمر الصناعى المصرى "نايل سات" إلى قيام التلفزيون المصرى بنقل العديد من الفعاليات الرياضية العالمية وتقديمها للمشاهد بتقنية أفضل، فضلاً عن تمكن التلفزيون المصرى من إطلاق مجموعة من القنوات المتخصصة، تم تسميتها "قطاع قنوات النيل المتخصصة"، وتم تخصيص قناة للرياضة تحت مسمى "قناة النيل للرياضة"، لما للرياضة من أهمية كبرى للفرد والمجتمع.

وتتبع ذلك إطلاق العديد من القنوات التلفزيونية المصرية الفضائية الخاصة المتخصصة فى الرياضة، ومنها الذى استمر بعد ثورة ٢٥ يناير، مثل (مودرن اسبورت - النهار رياضة - النادى الأهلى)، ومنها من لم يقدر على الاستمرار وتم إغلاقه مثل (زوم اسبورت - دريم اسبورت - ميلودى اسبورت - مودرن كوره)، وتجدر الإشارة إلى اهتمام العديد من القنوات الفضائية العامة بتقديم مضمون

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، "مرجع سابق"، ص ٣٩.

رياضى، مثل بث مباريات الدورى والكأس المصرى وتقديمه من خلال أستوديو تحليلى خاص بها، إضافة إلى تقديم برامج رياضية وأسبوعية تتابع من خلالها الأحداث الرياضية المحلية والدولية، مثل (القناة الفضائية المصرية - قناة دريم ١ - قناة دريم ٢ - قناة القاهرة والناس ٢ - قناة الحياة ١ - قناة الحياة ٢ - قناة صدى البلد).

#### أمثلة للإعلام الرياضى المرئى :- (١)

يرى العديد من الباحثين أن الإعلام المرئى وما يقدمه من مضامين، يحظى بنسبة تفوق الـ ٩٠٪ من التأثير فى اتجاهات الجمهور، وحوالى ٦٪ للإعلام المقروء، والنسبة الباقية لوسائل الإعلام الأخرى، ولعل انتشار القنوات الفضائية المتخصصة فى الرياضة على المستوى المحلى والإقليمى والدولى خير دليل على ذلك.

#### أولاً: القنوات الرياضية الدولية:-

##### ١- شبكة قنوات "شو تايم" "Show Time" وتتضمن:

• مجموعة قنوات "يورو سبورت" "Euro Sports" وهى قنوات مشفرة وتقوم بتقديم أحدث المناسبات الرياضية على الهواء مباشرة من مختلف أنحاء العالم، ويعرض على شاشتها أشهر الدوريات العالمية وأكبرها، مثل (الدورى الانجليزى - الدورى الإيبانى - الدورى الإيطالى).

• مجموعة قنوات "إكس تريم للرياضة" "Extreme Sports"، وهى قنوات مشفرة، وتتميز بتخصصها من حيث الجمهور، فهى موجهة للشباب، ومتخصصة فى الألعاب الشبابية مثل (ركوب الأمواج - سباقات الدراجات - التزحلق على الجليد).

##### ٢- شبكة قنوات "الاتحاد الأمريكى لكرة السلة" "NBA":-

هى شبكة قنوات أمريكية مشفرة متخصصة فى لعبة كرة السلة وخاصة مباريات اتحاد كرة السلة الأمريكى، وتقدم برامجها على مدار اليوم لتقدم لمشاهديها أمتع البرامج على الهواء، مع عرض شامل لأهم المباريات فى تاريخ لعبة كرة السلة الأمريكية، إضافة إلى لقاءات مع أفضل نجوم كرة السلة الأمريكية على مر العصور.

(١) خالد توحيد، العلاقة بين الإنترنت وتطوير الأداء المهنى للإعلاميين الرياضيين فى مصر، "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢) ص ٩٢.

### ٣- شبكة قنوات "الدورى الانجليزى الممتاز" "Prime Lug" :-

هى مجموعة قنوات إنجليزية مشفرة، تقوم بتقديم تغطية شاملة للدورى الانجليزى الممتاز ومعظم الدوريات الأوروبية ودورى أبطال أوروبا، إضافة إلى بطولة " ويمبلدون" للتس إحدى بطولات "الجراند سلام".<sup>(١)</sup>

### ٤ - شبكة قنوات "كرة القدم الأمريكية" "GO TV" :-

هى مجموعة قنوات أمريكية مشفرة متخصصة فى الرياضة، وتقدم خدماتها لعدد كبير من محبى رياضة كرة القدم الأمريكية، وتعمل على مدار اليوم وتقوم بتقديم بطولات لرياضات متنوعة، إضافة إلى مجموعة من البرامج الرياضية المتميزة.<sup>(٢)</sup>

كما قام العديد من الأندية العالمية الكبرى بإطلاق قنوات خاصة بها غير مشفرة، وتقدم من خلالها أنشطتها المختلفة فى جميع الأعمار السنية ومختلف الرياضات التى تشارك فيها، مثل قناة "MU TV" التابعة لنادى "مانشستر يونايتد" الانجليزى، وقناة "AC. Milan" التابعة لنادى الميлян الايطالى، وقناة "Real Madrid" التابعة لنادى "ريال مدريد" الاسبانى، وقناة "FCB TV" التابعة لنادى "برشلونة" الاسبانى.

### ثانياً: القنوات الرياضية العربية :-

#### ١- شبكة قنوات "الجزيرة الرياضية" "JSC Sports":<sup>(٣)</sup>

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة قطر، وتم إطلاق أول قنواتها فى نوفمبر عام (٢٠٠٣م) كقناة تسعى إلى تقديم الأنشطة الرياضية المختلفة وتغطيتها، وبدأت بث إرسالها بمعدل ٦ ساعات يومياً، وهى تبث باللغة العربية. ولكنها - بعد تزويدها بخدمة تعدد القنوات الصوتية على جميع قنواتها - قدمت للمشاهد خاصية الاستمتاع بالتعليق على المباريات المهمة بصوت أكثر من معلق وأكثر من لغة، وبعد قيام شبكة الجزيرة الرياضية بشراء الحقوق التى كانت تمتلكها شبكة "راديو وتلفزيون العرب" "ART" التى كانت أول شبكة فضائية عربية متخصصة فى الرياضة منذ عام (١٩٩٣م) زادت أهمية شبكة قنوات الجزيرة

(1) [http:// WWW.koora.com/default.asp? Chanel=623.9/5/2013.](http://WWW.koora.com/default.asp?Chanel=623.9/5/2013)

(2) [http:// WWW.gotv.tv/en index? target=en 9/5/2013.](http://WWW.gotv.tv/en index? target=en 9/5/2013)

(3) [http:// WWW.Aljazeera.net 9/5/2013.](http://WWW.Aljazeera.net 9/5/2013)

وقيمتها، وأصبحت تحتل الصدارة في معدل المشاهدة في المنطقة العربية، حيث وصل عدد قنواتها حتى الآن إلى (١٧) قناة، من بينهم قناة باللغة الانجليزية، وقناة للأخبار الرياضية، وعدد (٣) قنوات مفتوحة، وبقية القنوات مشفر، ويقدم من خلال هذه الشبكة أشهر الدوريات العالمية الكبرى مثل (الدورى الإسباني - الدورى الإيطالى - الدورى الفرنسى - الدورى البرازيلى - الدورى الأرجنتيلى)، إضافة إلى البطولات القارية والعالمية التى تبثها إلى المنطقة العربية بصورة حصرية.<sup>(١)</sup>

## ٢- شبكة قنوات "أبو ظبى الرياضية" "AD Sports":

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة الإمارات العربية المتحدة، وتم إطلاق أولى قنواتها فى فبراير عام (١٩٩٧م)، حيث اهتمت بنقل الأحداث الرياضية المهمة وتقديمها، وبدأت كقناة أرضية، ثم سرعان ما تحولت إلى البث الفضائى المشفر عام (٢٠٠١م)، بعد حصولها على حقوق بث الدورى الإيطالى بصفة حصرية فى المنطقة العربية، وهو الذى يشترط البث المشفر لمبارياته، مما جعلها تطلق عديداً من القنوات وصل إلى (٩) قنوات، بينهم ست قنوات مشفرة؛ بسبب حصولها على حقوق بث الدورى الإنجليزي الممتاز لكرة القدم.<sup>(٢)</sup>

## ٣- شبكة قنوات "دبى الرياضية" "Dubai Sports":

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة الإمارات العربية المتحدة تبث من "دبى"، وهى قنوات مفتوحة غير مشفرة، تتميز بانفرادها بحقوق بث الدورى الألمانى فى المنطقة العربية، وتقوم بنقل أحداثه، إضافة للدورى الإماراتى لكرة القدم، والعديد من الرياضات المختلفة من خلال قنواتها الرياضيتين (دبى الرياضية ١، ٢).<sup>(٣)</sup>

## ٤- قناة الدورى والكأس:-

هى قناة رياضية غير مشفرة، تعود ملكيتها إلى دولة قطر، وأطلقها التلفزيون القطرى فى ديسمبر عام (٢٠٠٤م)، لتغطية أحداث بطولة "خليجى ١٧" لكرة القدم، التى أقيمت فى الدوحة، وبعد ذلك تقرر تحويلها إلى قناة دائمة، وهى تقوم حالياً ببث العديد من البطولات الرياضية المحلية فى قطر، وتعمل على مدار، اليوم

(1) [http:// WWW.Aljazeera.net](http://WWW.Aljazeera.net) 10/4/2013.

(2) [http:// WWW.emi.ae-Emirates Media In](http://WWW.emi.ae-Emirates Media In) 9/5/2013.

(3) [http:// WWW.doubaitv.gov.ae/sports/home.asp](http://WWW.doubaitv.gov.ae/sports/home.asp). 9/5/2013.

وتقدم إضافة إلى المباريات برامج رياضية متنوعة، بين التحليل الرياضى، وبين ذكريات الرياضيين من أرشيف الأحداث الرياضية فى قطر.<sup>(١)</sup>

ومن خلال الاهتمام العربى بإطلاق قنوات رياضية، تم إطلاق العديد منها مثل (قناة الكويت الرياضية - قناة السعودية الرياضية - قناة البحرين الرياضية - قناة ليبيا الرياضية - قناة العراق الرياضية)، وتكاد لا توجد دولة عربية إلا ولها قناة فضائية رياضية على الأقل، تقدم من خلالها أحداثها الرياضية للعالم العربى.

### ثالثاً: القنوات الرياضية المصرية:-

#### ١- قناة النيل للرياضة:-

هى قناة متخصصة تتبع التلفزيون المصرى، بدأ بثها التجريبى فى مايو عام (١٩٩٨م) بمعدل بث ١٠ ساعات يومياً، وذلك لمواكبة أحداث كأس العالم لكرة القدم بفرنسا، أما البث الرسمى لها فقد بدأ فى أكتوبر عام (١٩٩٨م)، وبدأت بإذاعة مختلف المباريات المحلية والدولية، إضافة إلى برامج التوثيق الرياضى، سواء فى مصر أو فى العالم العربى.<sup>(٢)</sup>

ولا تهدف قناة النيل للرياضة إلى الترفيه فقط، بل تستهدف توعية الجمهور بالثقافة والصحة والسلوك الرياضى، وتسعى إلى تحقيق أهدافها من خلال التغطية الحية للأحداث الرياضية، وتقديم نشرات للأخبار الرياضية على مدار اليوم، وتهتم أيضاً بالتعريف بالرياضات الفردية وعرض سير الرياضيين الذين حققوا بطولات وإنجازات.<sup>(٣)</sup>

ويعتبر برنامج "إستاد النيل" من أهم البرامج التى تنتجها القناة، ويقدم من خلاله أستوديو تحليلى للمباريات المهمة التى تبثها القناة على الهواء، وعلى سبيل المثال مباريات المنتخب المصرى للألعاب المختلفة، ومباريات الأندية فى البطولات الإفريقية، إضافة إلى مباريات الدورى والكأس، وقد وصل إجمالى ما تنتجه القناة

(1) [http:// WWW.alkhaleej.ae/articles/show\\_article.cfm?val=214963.9/5/2013](http://WWW.alkhaleej.ae/articles/show_article.cfm?val=214963.9/5/2013).

(٢) نهى عاطف العبد، "علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣م) ص ١٩٨.

(٣) وزارة الإعلام، "الإعلام المصرى و الألفية الثالثة"، (جمهورية مصر العربية: وزارة الإعلام، ١٩٩٩م) ص ١٠٠.

خلال دورتها البرمجية الممتدة من أول يناير حتى نهاية مارس ٢٠١٠م إلى ٤٩٩ ساعة و ٥٨ دقيقة.<sup>(١)</sup>

## ٢- قناة مودرن أسبورت:-

هى قناة تابعة لشبكة قنوات "CbC" المصرية الخاصة، وتقوم قناة مودرن بيث مباريات الدورى والكأس المصرى، ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتهتم بإذاعة مباريات دورى الدرجة الثانية والثالثة، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية، نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (مساء الأنوار - كوره النها ردة - حصاد الأسبوع).<sup>(٢)</sup>

## ٣- قناة النهار للرياضة:-

هى قناة تابعة لشبكة قنوات النهار المصرية الخاصة، وتقوم "قناة النهار للرياضة" بيث مباريات الدورى والكأس المصرى ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (برنامج كوره كل يوم- برنامج شارع النهار - برنامج فى دائرة الضوء).<sup>(٣)</sup>

## ٤- قناة النادى الأهلى:-

هى قناة تابعة للنادى الأهلى المصرى، وقام بيثها فى احتفالية مرور ١٠٠ عام على إنشائه فى عام (٢٠٠٧م)، ليصبح بذلك أول ناد مصرى يمتلك قناة تليفزيونية خاصة به.

وتهتم القناة بتغطية نشاطات النادى، بالإضافة إلى بث مباريات الدورى والكأس المصرى ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية، نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (ملعب الأهلى - ميديا اسبورت - ملك وكتابة).<sup>(٤)</sup>

(1) [http:// WWW.egyptradio.tv/ersal/blank.html](http://WWW.egyptradio.tv/ersal/blank.html) 9/5/2013.

(2) [http:// WWW.Modern sport.tv](http://WWW.Modern sport.tv). 9/5/2013

(3) [http:// WWW.Elnahar sport.tv](http://WWW.Elnahar sport.tv). 9/5/2013

(4) [http:// WWW.Alahly sport.tv](http://WWW.Alahly sport.tv). 9/5/2013

وينظر إلى عدد القنوات الرياضية المتخصصة في مصر حتى أوائل عام (٢٠١٣م)، نجد أنها لا تتعدى (٤) قنوات، علماً بأن عددها قبل ثورة يناير (٢٠١١م) وصل (١٠) قنوات.

ولكن نظراً للحالة الاقتصادية السيئة التي مرت بها مصر بعد الثورة، وتوقف النشاط الرياضى بعد أحداث مجزرة بور سعيد فى فبراير (٢٠١٢م)، فقد أغلقت العديد من القنوات الرياضية مثل (قناة مودرن كوره - قناة ميلودى اسبورت - قناة زوم اسبورت - قناة دريم أسبورت - قناة وادى دجلة - قناة الحياة الرياضية).

### الإعلام الرياضى الدولى :- (١)

هو وظيفة من وظائف المنظمات الدولية، وله أهمية كبيرة فى إطار التفاهم الدولى؛ لأنه يسعى نحو الموضوعية والتفاهم فى حل المشكلات ذات الجوانب الاقتصادية والدينية والاجتماعية، ويجب التركيز على الاتصال الدولى؛ لأن له قوة معنوية كما أنه عنصر مهم فى إدارة الصراع، مثله مثل القوة العسكرية والاقتصادية، واللجوء إلى الدبلوماسية عن طريق نقل المعلومات والأفكار على المستوى الدولى.

### العوامل المؤثرة فى الإعلام الرياضى الدولى :- (٢)

هناك العديد من العوامل المؤثرة فى استغلال الإعلام الرياضى الدولى، وتشمل :-

١- إغفال العلاقات الرياضية فى النظام الدبلوماسى، وعلى سبيل المثال عدم وجود ملحقين رياضيين فى السفارات.

٢- العلاقة القوية المرتبطة والمؤثرة بين الرياضة والسياسة، التى تؤثر فى علاقة الدول والشعوب.

٣- يجب دراسة الفلسفات والأيدولوجيات الاجتماعية قبل وضع نظام دولى، واعتبار العلاقات الدولية الرياضية قناة من قنوات الدبلوماسية الدولية.

(١) حسن أحمد الشافعى، "الإعلام فى التربية البدنية والرياضية"، (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٣م) ط ١، ص ١٥١.

(٢) حسن أحمد الشافعى "التنظيم الدولى للسلوك الرياضى"، "رسالة دكتوراه" (جامعة حلوان: كلية تربية رياضية بنين، ١٩٨٣م) ص ١٥٥.

٤- على المستوى العربي، فإن إقامة الدورات الرياضية العربية بصورة منتظمة، يساعد على تلاقى الشباب العربي وتدعيم التعاون بينهم.

#### أهداف الإعلام الرياضى الدولى: - (١)

هناك العديد من الأهداف التى يسعى الإعلام الرياضى جاهداً إلى تحقيقها، ومنها:-

١- يعتبر الإعلام الرياضى الدولى وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، من خلال المنافسات الرياضية الدولية.

٢- يساعد الإعلام الرياضى الدولى فى تحديد طبيعة السياسة الخارجية والسلامة والتفاهم الدولى، مثل مقاطعات بعض الدول للدورات الأولمبية بسبب الخلافات السياسية.

٣- تأكيد العلاقة القوية بين الرياضة والسياسة، ومن خلالها يمكن استخدام الرياضيين كسفراء لبلادهم.

٤- يسعى الإعلام الرياضى الدولى إلى الاستفادة من الرياضيين داخل دولتهم، فى اكتساب الشهرة والعالمية.

٥- تدعيم العلاقات الرياضية الدولية من جانب، والعلاقات الدولية من جانب آخر، والمساعدة على تخفيف حدة الصراع، ودعم هذه العلاقات باعتبارها أداة من أدوات تدعيم اتجاهات سياسية معينة.

#### دور الإعلام الرياضى والعلاقات الرياضية سياسياً: - (٢)

يقوم الإعلام الرياضى والعلاقات الرياضية بدور سياسى بين الدول، يتمثل فيما يلى:

١- هو أداة معاونة للمحاولات التى بذلتها الثقافات الاستعمارية، من أجل خلق أسلوب مختلف للحياة، وتكوين ثقافة ذاتية مختلفة عن الثقافة الأم.

٢- استخدام العلاقات الرياضية والإعلام الرياضى فى تأييد قيمة النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى وشرعيته.

---

(1) Joel Thirer Politics and Protest at The Olympic Games, Sport and International Relations, Illinois, Stapes Publishing Company, 1998.

(٢) حسن أحمد الشافعى "التنظيم الدولى لسلوك الرياضى"، (الإسكندرية: دار منشأة المعارف للنشر، ١٩٨٩م) ص ١٦٢.

٣- النجاح فى الانجازات الرياضية الدولية يكون له دور كبير فى تقدم المجتمع دولياً، وخير مثال على ذلك هو دولة البرازيل.

٤- تعتبر العلاقات الرياضية الدولية قناة اتصال ووسيلة قوية لتقارب وجهات النظر بين الشعوب وبديلاً للحروب الدولية.

٥- إن المستقبل السلمى للشعوب يعتمد على قدرة الدول فى إدارة الإعلام الرياضى الدولى والعلاقات الرياضية بطريقة صحيحة وذات معنى.

### وسائل الإعلام الدولى للعلاقات الرياضية :-

هناك العديد من الوسائل للإعلام الرياضى الدولى التى تساعد على توطيد العلاقات الرياضية (وكالات الأنباء الدولية - الصحف والمجلات الدولية - القنوات الفضائية الدولية - الأقمار الصناعية ومواقع الانترنت - الإذاعة والاتحادات الإعلامية الدولية - الوظيفة الدبلوماسية والملحقون الإعلاميون - الوظيفة الدولية والإعلامية للمنظمات الدولية).

إشكاليات الإعلام الرياضى بالتطبيق على الأحداث البارزة :-

لا شك أن الإعلام الرياضى يلعب دوراً حيوياً فى تقدم الشعوب أو انحطاطها، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضياً بمدى ما تقدمه من إعلام رياضى راق ومتحضر فى مختلف وسائله المتعددة.

فأصل كلمة "إعلام" تعنى الإخبار وتقديم معلومات فى المقام الأول، و تعريف مصطلح "الإعلام الرياضى" يعنى: "تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة والصادقة للناس بكل موضوعية وحيادية، والحقائق التى تساعدهم على إدراك ما يجرى حولهم، وتكوين آراء صائبة فى كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية".

أما البرامج الرياضية، - سواء كانت رسمية أو خاصة - التى تؤثر فى اتجاهات الرأى العام الرياضى، فمنها ما يلتزم بالأداء المهنى، وهى قلة قليلة تكاد تتدثر، بينما تلجأ الغالبية إلى الإثارة ومعالجة القضايا الجماهيرية الرياضية بأسلوب خاطئ، يميل إلى التناقض والازدواجية أحياناً، لإحداث نوع من البلبلة، بعيداً عن الحرفية، مما يؤدى إلى سقطات البرامج الرياضية وسقطات مقدميها على الهواء مباشرة.

والإعلام الرياضى فى مصر أصبح مهنة من لا مهنة له، وساحة للكثير من المتطفلين الذين لا يمتون له بصلة من قريب أو بعيد، سوى أن أحدهم - مثلاً -

كان لاعب كرة سابقاً أو حكماً أو حارس مرمى، وما علاقة هذا بأن يكون إعلامياً؟

وأحياناً نجد مديراً فنياً لفريق كرة قدم يظهر على الفضائيات لينتقد أداء الفرق الرياضية الأخرى! ليس من الأجدى أن يطبق آراءه على فريقه لينتقله من القاع إلى القمة؟

ولن نقول: من منهم حصل على شهادة جامعية فى تخصص الإعلام؟، فمعظم الإعلاميين الكبار لم يتخرجوا فى كلية الإعلام، فالنهج الأكاديمى فى الإعلام لا ينطبق حقيقة على أرض الواقع، وبعض هؤلاء لا يتقن الإنجليزية أو حتى العربية، ولا يقرأ ولا يطلع، ولا يعلم نفسه، ولا يعرف أهمية مهنته.

ونلاحظ زيادة عدد البرامج الرياضية فى القناة الرياضية، حيث ما تكاد تنتهى من برنامج رياضى حتى يبدأ الآخر، وكله فى كرة القدم، وانتقادات، وجميع من يقدمون هذه البرامج كانوا لاعبين كباراً، ولكن هذه البرامج تعمل وفق حسابات أخرى، فعضو مجلس إدارة اتحاد الكرة يظهر فى برنامج لينتقد زملاءه، وهم بدورهم لهم برامج أخرى للرد، وهكذا تسير الأمور، وتم إهمال الرياضات الأخرى التى تستحق فعلاً الاهتمام الإعلامى، وأن يتم تسليط الضوء عليها، ولا يعنينا فيها انتقال لاعب من ناد إلى ناد آخر، أو حارس مرمى ومشاكله حتى تصبح حديث المدينة، وأخيراً لاعب بمنتخب مصر تضع صديقه مولوداً فى إحدى الدول الأجنبية، ولا ندرى هل هى زوجته أم لا؟ فأية قدوة لشباب هذا البلد ليتم تصعيدها إعلامياً فهل هذا فى مصلحة الإعلام الرياضى أو حتى فى مصلحة الرياضة المصرية؟ هل نجد ما يحدث عندنا فى البرامج الرياضية الأخرى فى الدول العربية؟

لقد أصبح التنافس القوي بين البرامج الرياضية من أجل جذب المشاهد إليها، والفوز بأعلى نسبة من المشاهدة، ما دفع هذه البرامج إلى استخدام كل الطرق، سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، حتى تحقق العائد المادي الأكبر، وتجذب عدداً أكبر من المشاهدين إليها، وهذا التنافس دفع مقدمي البرامج لتسوية خلافاتهم الشخصية على الهواء أمام المشاهدين، يظهر كل منهم بعد ذلك للرد عليه عبر برنامجه، وأصبح الوسط الرياضي الإعلامي أشبه بساحة فضاء، امتلأت بأشخاص تميزوا بالحق والغيرة وعدم احترام المشاهد أو الرسالة، التي يقدمها، حتى أصبحوا خطراً على الرأي العام. وفي كل برنامج نجد من يخلق أزمة ويشعل

النار فيها، وبدلاً من إخماد توتر الشارع الرياضي وعصبيته، نجد من يزيد الحالة سوءاً، واتخذ البعض مثل هذه البرامج لتصفية الحسابات وإلقاء الاتهامات دون دليل، وتجاوز في حقوق الغير باللفظ والقول.

لقد نجح مقدمو البرامج الرياضية الذين لم يجدوا مكاناً في وظائف التدريب أو المناصب الإدارية في خلق المشكلات، وتضخيمها بدافع من الوطنية المزيفة، فأثاروا الجماهير عقب مباراة مصر والجزائر الشهيرة؛ ثم عادوا بوجه آخر بعد فترة يطالبون بالتهدة، وأن الجزائر دولة شقيقة ولا يصح أن تفسد العلاقة بين الشعبين بسبب الرياضة، التي من المفترض أن تجمع الشعوب لا أن تفرقها، رغم أن منهم من قال على الجزائر: إنها "بلد المليون لقيط"!!!

ومعظم هؤلاء من مقدمى البرامج الرياضية لم ينجحوا في التخلص من الانتماء المقيت لأنديتهم السابقة، فانبروا يدافعون عنها في كل مناسبة، ويهاجمون المنافسين على الدوام، ويبحثون باستمرار عن قضايا الإثارة التي نجحت في إشعال نار التعصب بين الفرق الكبيرة، بدلاً من الاهتمام بقضايا الرياضة المصرية وإيجاد حل لمشكلاتها المستفحلة.

كما تفرغ آخرون للكشف عن الصفقات السرية للأندية التي لا يعرف بها سواهم، ونرى مقدم برنامج يدافع عن مكانه وكيانه في اتحاد الكرة، وآخر يتفرغ لعمل دعاية انتخابية من خلال برنامجه، وآخر يتفرغ لقراءة رسائل الشكر والمديح من مشاهديه من جميع المحافظات، وآخر يفرد برنامجه لسماع أغان لناديه المفضل.

هؤلاء جميعاً يتقاضون الملايين، بينما بقية العاملين في المحطة نفسها لا يتقاضون سوى جنيهاً قليلة، من قنوات لا تحقق أى مكاسب مادية لأصحابها، مما يفتح باب الشك في تلك القنوات وأصحابها من رجال الأعمال، ومنهم مرضى الظهور الإعلامى.

أما مقدمو البرامج، فهم نجوم كرة سابقون، يتمتعون بقدر من النجومية، ولكن يفتقرون للاحترافية الإعلامية من خلال القدرة علي العرض والتحليل وجمع المعلومات والتغطية الإخبارية، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة التي تتكون من الصدق واحترام الخصوصية واحترام الذوق العام. هؤلاء لا يعتمدون علي عنصر المهنية، بل الشهرة فقط، مما أدى إلى التضحية بكل جوانب المهنة الإعلامية.

ولقد شهدت الساحة الرياضية المصرية العديد من الأزمات في الفترة الأخيرة، ولعب الإعلام الرياضي بطبيعة الحال دوراً بارزاً في إشعالها، ولعل الأزمة الشهيرة بين مصر والجزائر أبرز مثال لذلك بعدما اشتعلت نار الفتنة بين البلدين، بسبب مقامي البرامج، قبل لقاء المنتخبين في تصفيات كأس العالم ٢٠١٠م، وما بعدها.

إن دور مقدم البرنامج في الإعلام الرياضي تتمثل في محاورة اللاعبين والمسؤولين "النجوم"، ولكن ما يحدث الآن أن مقدم البرنامج أصبح هو النجم الذي يسيطر علي معظم أوقات البرنامج بمفرده، لتحليل الأحداث الرياضية والسياسية أيضاً من وجهة نظره الشخصية.

وشهدت الأيام الماضية تحركات من هيئة الاستثمار تجاه هذه البرامج، حيث وجهت إنذارات إلى عدد من القنوات الفضائية الرياضية أو القنوات العامة التي تقدم برامج رياضية، وطالبت هيئة الاستثمار بتقديم مذكرات رسمية من لجنة تقييم البرامج الرياضية بماسبورو، برئاسة الدكتور/ فاروق أبو زيد، التي تقوم بمتابعة كل البرامج الرياضية علي الفضائيات المختلفة، لرصد الأخطاء والتجاوزات التي تصدر من مقدميها.

هناك إشكاليات عديدة مر بها الإعلام الرياضي منذ مباراة "أم درمان" الشهيرة بين مصر والجزائر، التي حشد لها الإعلام كل قواه، وخرجت فيما يشبه المعركة الحربية، ونجح الإعلام في خلق حالة من التوتر بين البلدين الشقيقين، وكشفت تلك المباراة عن أن الإعلام لم يعد مجرد ناقل للحدث، وإنما أصبح مشاركاً في صنعه، وفي أحيان كثيرة يكون صانعاً له، متناسياً دوره في توجيه الرأي العام، ونبذ التعصب الرياضي الذي يسهم بشكل كبير في تفتيت وحدة أبناء الوطن الواحد.

لقد جاءت ليلة الأربعاء ٢٠١٢/٢/١م الدامي في بورسعيد، لتضع الإعلام الرياضي من جديد في قفص الاتهام، لإثارته الفتنة بين جماهير كرة القدم، وتحويل المستطيل الأخضر إلى ساحة معارك تستباح فيها الدماء، بعد أن تحولت برامجها إلى محطات وقود لإشعال النيران بين "التراس" الأندية.

وقد تأكد ذلك عقب أحداث مباراة الأهلي والمصري، التي قدمها الإعلام باعتبارها معركة حربية وليست مجرد مباراة كرة قدم، وكشفت أن مذييعه لم يستفيدوا من التجارب السابقة، وواصلوا مسيرتهم في تأجيج الفتنة، ونشر التعصب

الأعمى بين الجماهير، ولقد اختلفت الآراء بين من يحمل الإعلام الرياضى المسؤولية الكبرى عن حالة الانفلات الجماهيرى، ومن يبرئ ساحته من هذا الاتهام.

لقد أكدت الدكتورة "ماجى الحلوانى" عميدة كلية الإعلام السابقة أن البرامج الرياضية حالياً تعتمد على الإثارة والمصالح الشخصية فقط، وابتعدت كثيراً عن دورها فى تنمية الروح الرياضية وإلقاء الضوء على الألعاب الرياضية المختلفة، وأنها لا تمثل الرياضة فى شئ، وتسير من سيئ إلى أسوأ، خاصة أنها ابتعدت عن الحيادية وإلقاء الضوء على الموضوعات المهمة التي تهتم مشجعي الرياضة بعامة وكرة القدم بخاصة، وتعطي أكثر أوقاتها للأزمات والخلافات الشخصية، وتتمنى أن تتحرك وزارة الإعلام وهيئة الاستثمار للوقوف ضد هذه البرامج الرياضية السيئة وإيقافها، في حالة تكرار هذه التجاوزات، لاسيما أن الأطفال والشباب والشابات يسمعون ألفاظاً خارجة في هذه البرامج.<sup>(١)</sup>

أما الدكتور "محمود علم الدين"، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة فيرى - مؤكداً - أن منظومة الإعلام الرياضى تحتاج إعادة تقييم مهني، ويضيف قائلاً: فكنا مازلنا نتذكر دور الإعلام فى مباراة الجزائر، ولا يوجد شك فى أن الشحن الذى يمارسه البعض - قبل المباريات وبعدها وفى أثناء الاستديو التحليلى - أدى بشكل عام إلى تحويل الموضوع من مجرد أنه رياضة قائمة على التربية وخلق القيم التنافسية الشريفة والترويج عن الناس، إلى قضية حياة أو موت، حتى وصل الأمر إلى مذبحه بين الجماهير فى مباراة الأهلى والمصرى ببورسعيد.

وأضاف: إذا كنا نتحدث عن أخلاقيات ومعايير، فإن أحوج الناس لأن يكون لديهم "ميثاق شرف" هم الإعلاميون الرياضيون؛ لأن الرياضة فى الأساس تقوم على الأخلاق، وما حدث فى بورسعيد مرتبط بالأحداث السياسية الجارية، حيث اختلط الحدث الرياضى بالسياسى وأصبح الموضوع أكبر من كونه تغطية رياضية، وإذ ظهر أن هناك نوعاً من التسييس.

يجب أن تخضع القنوات الرياضية للتقييم؛ لأن هدف القناة الرياضية فى المقام الأول أن تقدم رؤية وتغطية للحدث الرياضى، وأن تقدم دروساً مستفادة منه، لكننا للأسف لم نصل إلى ذلك، وحتى لم تصبح الرياضة نفسها جاذبة للسياحة، كما

(١) مقابلة مع الدكتورة ماجى الحلوانى عميدة كلية الإعلام السابق بمكتبها بإتحاد كرة القدم المصرى فى ٢٠١٢/٧/٥.

يحدث في أمريكا، فالرياضة هناك تمثل دخلاً اقتصادياً يحتل رقم ١٦، بينما الإعلام الرياضى عندنا مازال يختزل الرياضة كلها في كرة القدم، رغم أن أغلب البطولات التي تحققت مصر تكون في اللغات الأخرى.

وأضاف: من الواضح أن الإعلام به نوع من الاستقطاب لبعض فرق الكرة، وأصبح بمثابة "المقصلة" ولا يجب أن نتركه في يد أشخاص لا يتحملون المسؤولية.<sup>(١)</sup> ويؤكد الإعلامي "حسام فرحات" أن الإعلام يتحمل جزءاً من المسؤولية في الكارثة، مشيراً إلى أن الترشق بين القنوات أدى إلى وجود مخزون من التعصب ومشاعر حقد دفينه لدى جماهير الكرة، ويضيف قائلاً: ولا أستطيع تصديق ما حدث ليلة مباراة الأهلي والمصري، فهذه ليست تصرفات جماهير كرة القدم، لكنها أفعال وحشية، وأعتقد أن ما أدى إلى وجود مثل هذا الوضع هو انعدام وجود الرقابة على الإعلام الرياضى، فنحن في أشد الحاجة إلى وجود رقابة على غرار مؤسسة «سير» في الولايات المتحدة، على أن يكون لهذه المؤسسة الرقابية جميع الصلاحيات لوقف قنوات وتغريم أخرى تخرج عن الإطار المهني؛ لأن هناك أخلاقيات لا بد أن تتبع.

وأضاف: هناك مرضى نفسياً يجلسون على الكراسى أمام الكاميرات، ويدفعهم الحقد للتحدث بكلام عجيب، وهو ما ساعد على وجود ضغائن لدى جماهير الأقاليم، خاصة مدن القناة، وأن بعض المباريات كانت تنبئ بوجود أحداث كارثية، مثل مباراة "كيما أسوان" و"الأهلي" ومباراة المحلة والأهلي، ومباراة الزمالك والأفريقي التونسي، موضعاً أنه تم تجاهلها، ليجلس الجميع بعدها ليترحموا على ما حدث دون حساب أحد<sup>(٢)</sup>.

ويقول الإعلامي "حمدي الكنيسى" مؤكداً: أن الإعلام أصابه ما أصاب الحياة في مصر من انفلات، والمشكلة الأكبر أن الإعلام الرياضى ارتكب أخطاء حتى قبل الثورة، فلا ننسى أحداث مباراة مصر والجزائر، والتحريض الذي حدث فيها، دون أى اعتماد على أى بيانات حقيقية، ولكننى ضد التعميم، لكن هذا لا ينفي أن هناك نسبة كبيرة من الإعلام لا تهتم بالخلفية السياسية والثقافية والرياضية،

(١) مقابلة مع الدكتور محمود علم الدين وكيل كلية الإعلام بمكتبه بكلية الإعلام بتاريخ ٢٠١٣/١/١١.

(٢) مقابلة مع الإعلامي حسام فرحات رئيس قناة النيل للرياضة السابق بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.

فهم يسعون للإثارة التي تصل إلى حد التحريض حتى لو كان ذلك بحسن نية،  
والنتيجة فى النهاية تكون مؤسفة.<sup>(١)</sup>

ويبدي الإعلامى "عبد الفتاح حسن" - نائب رئيس قطاع القنوات المتخصصة  
وعضو لجنة تقييم الأداء المهني للبرامج الرياضية - استياءه الشديد لما يجري حالياً  
داخل الإعلام الرياضي، مشيراً إلى أن الإعلان سيطر على الإعلام، ويوجه بشكل  
كبير جداً، أى إن مقدمي البرامج يهتمون بالأزمات والمشكلات وإشعال الفتن،  
دون النظر إلى أهمية الموضوع نفسه.

ويضيف قائلاً: الإعلام دوره الرئيسي هو التوجيه والتوعية، ولا بد أن يتمسك  
بالمثل والمبادئ، موضحاً أن الاختلاف ليس معناه السب والقذف، وهو الأسلوب المتبع  
الآن في أغلب البرامج الرياضية، وأن تحقيق العائد المادي من الإعلانات أهم  
كثيراً - عند أصحاب القنوات ومعدى البرامج وأيضاً المقدمين والمذيعين - من  
دورهم الإعلامى، والضحية الوحيد هو المشاهد.<sup>(٢)</sup>

ويؤكد الإعلامى "هشام رشاد" مدير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى قائلاً  
إنه يجب أن نفرق بين الإعلام الرسمى والإعلام الخاص، فهناك فضائيات خاصة  
وقنوات تتبع التلفزيون المصرى وهى التى تنتقل المباريات، ولا يوجد بها أى تجاوز أو  
تحيز، كما أن التلفزيون المصرى لا يمتلك برامج رياضية يمتد وقتها إلى أكثر من  
٤ ساعات لكى يشحن من خلالها الناس ضد بعضها، فأقصى مدة متاحة للبرامج  
عندنا لا تزيد على ساعة، نحاول خلالها أن نضع جميع الأخبار الرياضية دون  
تعصب أو تحيز.

ويضيف قائلاً: إن الإعلام بشكل عام والإعلام الرياضى بشكل خاص، أصبح  
لديه مساحة كبيرة من الحرية، وأصبحنا نواجه أخطاءنا ونظهر السلبيات  
والإيجابيات، وأنه لا يحمل الإعلام الخاص كل المسؤولية؛ لأن القنوات الرياضية  
فى الفترة الماضية لم تتحز للألتراس مثلاً، ولم تهاجمه، موضحاً أن الشحن موجود  
بالفعل فى نفوس الجماهير، وأن ما حدث فى "بورسعيد" يرجع للاحتقان الموجود فى  
نفوس جماهير المصرى منذ فترة طويلة، ولم يستطع أحد إخراجه إلا فى ظل حالة

(١) مقابلة مع الإعلامى حمدى الكنيسى فى النادى الأهلى بتاريخ ٢٠١٣/١/١٠.

(٢) مقابلة مع الإعلامى عبد الفتاح حسن رئيس قناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.

الانفلات الأمنى التى نعيشها، ولدى اقتناع بأن ما حدث مجرد «شغل كوره» وليس سياسة.<sup>(١)</sup>

وتؤكد الإعلامية الدكتوراة "درية شرف الدين" قولها: إننا لو ألقينا كل شيء على الإعلام سنخلق فى عالم افتراضى غير موجود، فما يحدث هو شيء واقعى، موجود بالفعل فى الشارع المصرى، وبالتالي يعلق عليه الإعلام، ومن الممكن أن يزيد من حدته أو يقلل منه، لكنه - فى النهاية - يتحدث عن شيء موجود بالفعل.

وتضيف قائلة: قد يسهم الإعلام فى تأجيج المشاعر، لكن ليس معنى هذا أنه يتسبب فى وجود المشاعر أو يخلق الأحداث؛ لأن الحدث يتم خلقه فى الشارع ثم يأتى دور الإعلام وأشياء أخرى كثيرة لتبلور هذا الحدث، ويجب ألا نعلق كل ما يحدث على الإعلام؛ لأنه ليس كل من يتابع الإعلام هو من يحرك الشارع.<sup>(٢)</sup>

أما المعلق الرياضى "ميمى الشربيني" فيقول: إن الإعلام ليس له علاقة بالأحداث الدامية فى بورسعيد، والسؤال الأهم هو كيف مات هؤلاء الشباب؟ وبأى طريقة، فالموضوع فيه نوع من الغموض؛ لأن الملاعب طوال تاريخنا الرياضى تشهد صراعات، سواء بين الأهلى والزمالك، أو الأهلى والإسماعيلى، أو الأهلى والمصرى، وكان التعبير عن الغضب يظهر فى تكسير سيارات، وليس فى قتل المشجعين، ومنذ بداية الكرة فى مصر ونحن نعلم أن هناك توجهات فى الإعلام وتحيزاً لطرف دون الآخر، لكن الأمور لم تصل أبداً إلى هذا الحد، والإعلام المرئى لم يكن الوحيد الذى ينحاز، فقد كانت هناك مجالات مثل "الأهلاوية" و"الزملكاوية"، ولكن لم يصل التوجه إلى هذا الحد البشع من المجازر.<sup>(٣)</sup>

ويقول الإعلامى "مصطفى حسين"، رئيس قناة النيل للرياضة السابق: إن الإعلام يطرح كل ما هو متاح وموجود بالفعل، ولا يطرح وجهات نظر إلا فى حدود قليلة، وأعتقد أنه عرض الأمور فى إطارها الحقيقى، والإعلام لا يستفيد من إشعال الفتنة، والاهتمام بالألتراس جاء لأنهم أغلبية، ومن الطبيعى أن يكون ظهور الناس على الفضائيات خاضعاً لأهميتهم وتأثيرهم وعددهم، وإذا كان هناك بعض

(١) مقابلة مع الإعلامى هشام رشاد رئيس البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى بتاريخ ٢٧/١٢/٢٠١٢.

(٢) مقابلة مع الإعلامية درية شرف الدين رئيسة التلفزيون السابقة بتاريخ ٣٠/٩/٢٠١٢.

(٣) مقابلة مع المعلق الرياضى ميمى الشربيني فى النادى الأهلى بتاريخ ١٠/١٢/٢٠١٣.

القنوات استغلت الحدث فيجب محاسبتها، لكن التعميم مرفوض، فليس كل الإعلام مخطئاً، فعندما يحدث جديد على أى مستوى بعيداً عن الرياضة، فإن الإعلام بوسائله المختلفة يتناوله؛ لأن هذا من صميم وظيفته.<sup>(١)</sup>

إن حيثيات الحكم في قضية أحداث إستاذ بورسعيد تحمل اتهاماً صريحاً للإعلام الرياضي، وتظهر تبرئة لأهالى شعب بورسعيد، وتؤكد بنصها: ما إن علم شعب بورسعيد الحر الأبى بالواقعة، حتي هبوا عن بكره أبيهم يجوبون الشوارع والميادين بحثاً عن هؤلاء الجناة العتاة لضبطهم وتسليمهم للعدالة.

وتطرقت الحيثيات للإعلام الرياضي، حيث أضافت المحكمة: إنه أسهم في ذلك إعلام رياضي تسلل إليه - علي حين غفلة من أهله - من هم غير متخصصين، فكل من مارس الرياضة يوماً، أو لم يمارسها، زاول مهنة الإعلام الرياضي بجميع وسائله، ودون أن يكون مؤهلاً علمياً، أو أكاديمياً لممارسة هذا العمل الخطير!!

انتهت هنا حيثيات الحكم ولا تعليق أبلغ من ذلك علي ما يحدث في الساحة الإعلامية حالياً.. ليس علي المستوي الرياضي فحسب.

ولكن في المجال السياسي كله بعد أن أصبحت مهنة الإعلامي.. مهنة من لا مهنة له.

هل هبطت لغة الحوار في الإعلام المصري نتيجة لتراجع الدور الريادي؟ أم أن الإعلام الرياضي المصري به الكثير من التجاوزات التي تحتاج إلى تدخل عاجل من المسؤولين؟ ما الحلول في ظل «حمى الفضائيات» والصحف الرياضية التي بات عددها يصل إلى أرقام مخيفة؟ كل هذه التساؤلات قام الباحث بطرحها على نخبة من خبراء الإعلام والصحافة المصرية.

اعترف الناقد الرياضي "حسن المستكاوي" بوجود «تتابز» في بعض القنوات الرياضية المصرية، ولكنه أكد أن الأمر ليس مقصوراً على مصر فقط، بل على غالبية البرامج الرياضية في القنوات الرياضية العربية، مشدداً على أن سبب انهيار منظومة الإعلام في الوطن العربي هو غياب المعنى الحقيقي للرياضة، متسائلاً كيف يكون تعداد سكان الوطن العربي ٣٠٠ مليون ولا يحرزون إلا ١٠ أو ١٥ ميدالية أولمبية؟<sup>(٢)</sup>

(١) مقابلة مع الإعلامي مصطفى حسين الرئيس السابق لقناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٢/٨/١٥.

(٢) مقابلة مع الناقد الرياضى حسن المستكاوي رئيس القسم الرياضى بجريدة الشروق بتاريخ ٢٠١٢/٩/٣٠.

ويرفض الناقد الرياضي "فتحي سند" ما يتردد حول انهيار الدور الإعلامي المصري وضياع الريادة، مشيراً إلى أن مصر هي الرائدة في الإعلام العربي من دون شك، ولا يمكن استغلال هبوط لغة الحوار في بعض القنوات الرياضية للإساءة إلى مكانة الإعلام المصري.

وأكد أنه يوجد بالفعل انفلات في بعض القنوات الرياضية المصرية نتيجة المصالح والصراعات والأهواء الشخصية، ولكن لا بد أن ينتبه العقلاء إلى خطورة هذه المسألة، ويقفوا وقفة حازمة للتصدي لمثل هذه التجاوزات التي ستضر في النهاية بمصلحة الرياضة المصرية.<sup>(١)</sup>

ويؤكد الناقد الرياضي "جمال الزهيري" أن الإعلام الرياضي في جميع دول العالم به الرديء والجيد «لذا يجب ألا نعمم الزعم أن الإعلام الرياضي المصري انهار، وأن لغة الحوار به هبطت، لمجرد وجود تجاوزات في قناة أو صحيفة».<sup>(٢)</sup>

ويؤكد الناقد الرياضي "عصام عبد المنعم" أن «المهنية الإعلامية» صارت ضحية لغياب الضوابط في بعض المواقع الإلكترونية والصحف والقنوات الرياضية الخاصة، مشدداً على أن الصحافة الرياضية «المتلفزة» بشكل خاص تفتقد المهنية بشكل صارخ، نتيجة تركيز هذه القنوات على التسويق الإعلاني، بجلب لاعب سابق يقدم برنامجاً، وهو في الأساس بأدنى تعليم، ولم يسبق له أن واجه الكاميرا، فيجد اللاعب نفسه أمام الملايين.

وانتقد "عبد المنعم" تركيز القنوات الرياضية الخاصة على السلبيات فقط، مؤكداً وجود برامج تتحدث عن السلبيات، وإن لم تجد تفتل، بل وتصعدها لإثارة مشكلات بين أطراف نتيجة خصومات شخصية، وهو ما يفقد بعض هذه القنوات الثقة بها، إذ تكشف عن ميولها أحياناً، أو تصفيتها للحسابات أحياناً أخرى.

وقال: "هنا تغيب قيمة الإعلام الحقيقي الذي يبحث عن الحقيقة وبيروز الإيجابيات والسلبيات، وأختلف كثيراً مع عدد من المسؤولين عن هذه البرامج نتيجة عدم موضوعيتهم، فيما لا نجد ذلك في الإعلام الرسمي المصري الرصين، الذي يعمل وفق منظومة محترمة نادراً ما تشوبها تجاوزات".<sup>(٣)</sup>

(١) مقابلة مع الناقد فتحي سند الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٢.

(٢) مقابلة مع الناقد جمال الزهيري الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٢.

(٣) مقابلة مع الناقد الرياضى عصام عبد المنعم الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/١/٢٠١٢.

ويرفض الإعلامي "أشرف محمود" ما يردده البعض بفقد الإعلام المصري الريادة أو اتهامه بهبوط لغة الحوار، مؤكداً أن الريادة لا تفقد، وتصدر مصر الإعلام العربي سيظل لسنوات عدة؛ نظراً إلى امتلاكها طاقات بشرية هائلة من أبنائها الإعلاميين، الذين يحتلون مواقع الصدارة في عدد كبير من المناصب الإعلامية المرموقة في الوطن العربي.

وأكد "محمود" أن الحكم على منظومة الإعلام المصري من خلال بعض القنوات الفضائية، هو نظرة ضيقة جداً وقياس يفتقد الكثير من الدقة والموضوعية، فالمدرسة الإعلامية المصرية تضرب بجذورها في أعماق التاريخ.

وانتقد "محمود" بعض القنوات المصرية الخاصة التي تضع مذيعين ومذيعات في مواقع أكبر من قدراتهم، مشيراً إلى أن بعض القنوات لا تدرب مذيعيها وكوادرها الفنية بالقدر الذي يمكنهم من مواجهة الكاميرا، وتطبيق المعايير الإعلامية الرصينة التي يلتزم بها الإعلام الحكومي المصري، الذي يفرز نجوم الصف الأول في الإعلام المصري، الذين يحتلون حالياً مراكز قيادية وأتيح لهم الفرصة.<sup>(١)</sup>

وشن الناقد الرياضي "أيمن أبو عايد" هجوماً لاذعاً على القنوات الرياضية المصرية، ووصفها بأنها «إعلام مهاترات»، مؤكداً أن معظم البرامج تفتقد الذوق، ولا تقدم معلومة مفيدة، كما أن المسئولين عن هذه القنوات يفتقدون قواعد العمل الإعلامي الذي يتعامل مع الأحداث بحسب قدرها، فتجد بعض القنوات ترسم صورة سوداء عند الهزيمة متناسية أن الرياضة فائز وخاسر، ثم ترسم القناة ذاتها صوراً زاهية وتقيم الأفراح عند الفوز الذي ربما جاء نتيجة ضربة حظ، وهنا لا نجد المعايير المهنية التي يجب أن يلتزم بها الصحافي أو الإعلامي.

ويؤكد "أبو عايد" أن معظم القنوات الرياضية المصرية جمعت الدخلاء على الإعلام، لذا فإن لغة الحوار في معظم البرامج هابطة، وبعيدة تماماً عن المضمون الذي يقدم من أجله البرنامج، مشيراً إلى أن كثيراً من البرامج مخصصة لمهاجمة أشخاص بعينهم، وبعض المذيعين يستخدم البرنامج إما لتحقيق مصالح شخصية، أو للهجوم على منافس له، فضلاً عن الهجوم على رموز الإعلام الرياضي، ووصف البعض لهم بأنهم لا يفهمون شيئاً - كما قال إعلامي مشهور - أو كما اتهمهم البعض بتهم غريبة، لافتاً إلى أن المحصلة النهائية هي نتائج سلبية لا يحصدها إلا

(١) مقابلة مع الإعلامي أشرف محمود رئيس تحرير الأهرام العربي السابق بتاريخ ٢٠١٣/٢/١٠.

الوسط الرياضي بأسره، وقد تابعتنا جميعاً أحداث المنتخب الأخيرة وما شاب أزمة جنوب إفريقيا من لغط ولبس كبيرين، ومن دون شك أسهم الإعلام الرياضي وبعض القنوات في تصعيد الأزمة عامدة متعمدة، لأغراض ما في نفسها، البعض يتعلق بالمنافسة وبعضها بمصالح شخصية، أي أن «لعبة المصالح» هي التي صارت تدير هذه القنوات التي تؤدي إلى نتائج سلبية تضر بالكرة المصرية وجميع اللعاب.<sup>(١)</sup>

وكأننا لا نتعلم من تجاربنا، وكأننا لم نندم على ما اقترفته ألسنتنا، فأشعلنا حرباً بين بلدين وشعبين من أجل مباراة في كرة قدم، وكأننا لم نكتشف ونتأكد أن دعاة الدمار واستمرار الفساد أصبحوا يستثمرون هذه المباريات ليضربوا ضربتهم في جدار هذا الوطن.

بعد فوز شبابنا على منتخب الشباب الجزائري الشقيق في عمر دارهم ضمن البطولة الأفريقية، وتمكنهم من حسم تأهلهم لنهائيات كأس العالم، وبدلاً من الفرحة بتلقي التهاني التي كانت أولها من الجانب الجزائري نفسه، تركت بعض فضائيات كل المواقف الرسمية، ووجدوا ضالتهم في تصرفات بعض الخارجيين عن الروح الرياضية، وصوروهم على أنهم هم الشعب الجزائري ويمثلون المسؤولين الجزائريين، والهدف هو ربما ينجحون مرة أخرى في إشعال فتيل أزمة جديدة بين البلدين.

الأمر على هذا النحو لا يخرج عن احتمالين لا ثالث لهما، هذا التصرف الإعلامي إما صادر عن عدم إدراك ووعي من أصحابه، أو متعمد وصولاً لتحقيق أغراض بعينها، وفي كل هو تصرف غير سليم، ويدعونا مجدداً للمطالبة بوضع ضوابط قانونية، لا تمكن أي إعلامي من تنفيذ أي مخطط قد يضر بهذا الوطن.

إن الإعلام الرياضي لدينا بلا ضوابط، فتحول من قوى ناعمة تسبح في نهر المصالح القومية، إلى قوى "عامية" تعوم على عوم أصحاب المصالح الخاصة، والإعلام الرياضي لا يتقرد بذلك وهو ضمن منظومة إعلامية يتحكم فيها ويسيطر عليها رجال أعمال، يقومون بصرف الملايين على أبواب إعلامية لا طائل مادياً من ورائها.

(١) مقابلة مع الناقد أيمن أبو عايد الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/١/٢٠١٣.

## العلاقة بين الإعلام الرياضى التليفزيونى وروابط التشجيع الألتراس :-

يعانى الإعلام الرياضى أزمة حقيقية منذ وقوع كارثة إستاد بورسعيد حتى الآن، ومن يقول غير ذلك لا يعيش على أرض الواقع، أو أشبه بالنعام الذى يدفن رأسه فى الرمال.

إن الإعلام، بعامة، حدث به انفلات بسبب محاولته إرضاء الشارع، والجرى وراء الإثارة بحثاً عن النجومية والشهرة، والإعلام الرياضى يتحمل المسؤولية الكبرى بسبب تغطيته أنشطة الألتراس، دون محاولة ترشيدهم، واستثمار نشاطهم وحماسهم، ولفت أنظارهم إلى وجود عناصر مندسة بينهم.

ومن أخطاء الإعلام الرياضى إثارة الجماهير، حتى تحولت المباريات إلى ما يشبه المعارك، رغم أن مستوى كرة القدم فى مصر لا يستحق أى اهتمام، مقارنةً بمستوى الكرة فى الخارج، وهذا ما يعرفه الإعلاميون، ولذلك افتقد الإعلام الرياضى الرسالة الحقيقية الممثلة فى التركيز على الروح الرياضية والمفهوم الصحيح للفوز والهزيمة، أو على التحليل الموضوعى للحكام والمباريات.

ولو كان هناك ميثاق شرف إعلامى، وتقييم لما يصدر عن الشاشات والإذاعات، ما كنا وصلنا إلى هذا المستوى المتردى الذى مزق قلب مصر، وكاد أن يفقدنا قيمة أعظم إنجاز فى تاريخنا المعاصر وهو ثورة ٢٥ يناير. وللأسف فإن الإعلام الرياضى يقع فى الأخطاء نفسها، وأعتقد أنه كان وراء تحريض جماهير الألتراس على مهاجمة وزارة الداخلية، فلم يكن للفضائيات الرياضية أى دور فى توجيه هؤلاء الشباب.

وما لم يكن هناك تحرك واسع على كل المستويات الرسمية والشعبية، لاقتلاع آفة التعصب والغضب والمعالجة الإعلامية الخاطئة، التى أصبحت مسيطرة على قطاع كبير من جماهير كرة القدم، والإعلام الرياضى، فيمكن أن نجد أنفسنا نكرر المأساة نفسها مرة أخرى بشكل أفظح.

فإذا كان ذلك فى أوساط الجماهير، فإن الصورة لم تختلف كثيراً فى الإعلام الرياضى، وبخاصة الفضائى الذى لم يتعلم درس أزمة مباراة مصر والجزائر، وتسبب فى أزمة سياسية، وكاد يقع فى الفخ ويكرر الأزمة نفسها عقب النهائي الإفريقي وفوز منتخب الشباب باللقب.

ويبدو أن التساؤل الذى يطرحه المحللون عادة حول إمكان تحول الألتراس إلى

قوة سياسية منظمة في الشارع، بعد عمليات الحشد والاشتباك مع الأحداث السياسية في الآونة الأخيرة، يحتاج إلى محاولة لفهم طبيعة تلك التكوينات الجديدة في المجتمعات العربية، خاصة أن ثمة أبعاداً نفسية وقيمية وسلوكية، ربما تشكل عائقاً أمام تحول تلك الروابط من التشجيع إلى الانخراط في العمل السياسي أو الحزبي، وإن كان ذلك لا ينفي أنها أصبحت حركة احتجاجية استفادت من تغييرات ما بعد الثورات.

إن ذلك الجدل حول الدور السياسي لـ"الألتراس"، جاء على خلفية انتقال روابط المشجعين من مربع الإعلام الرياضي إلى مضمار السياسة، في ضوء ظهورها في مناسبات ثورية عدة في مصر، بدءاً من أحداث ٢٨ يناير ٢٠١١م إبان الثورة، مروراً بأحداث "موقعة الجمل"، إضافة إلى أحداث "محمد محمود" ومجلس الوزراء، وصولاً لموقعة إستاذ بورسعيد المعروفة إعلامياً "بمجزرة بورسعيد"، وتبعات الأحكام القضائية بشأنها.

ولا يمكن فهم سلوك الألتراس بمعزل عن أعدائها الثلاثة، الذين يشكلون حافزاً للاحتجاج أكثر من الانخراط في العمل السياسي بمعناه المنظم والتفاوضي، وهم: (الإعلام - الأمن - سياسات الكرة الحديثة)، فغالباً ما تكون علاقة "الألتراس" متوترة مع الإعلام، كنتيجة لما يعتقد أفراد تلك المجموعات من أن وسائل الإعلام تمارس تحريضاً إعلامياً ضدهم، باعتبارهم فوضويين، وتحميلهم مسئولية شغب الملاعب.

ويمكن إرجاع نظرة وسائل الإعلام للألتراس على هذا النحو، إلى "الفجوة الجلية" بين شباب "الألتراس" من ناحية والقائمين على الإعلام من جهة أخرى، خصوصاً في ظل فترات التغيير الاجتماعية السريع، كالذي تمر به مصر، فتنشأ معارضة من الأجيال الأكبر لأنماط سلوك الجيل الشاب المتحرر من القيود واتجاهاته، بالإضافة لإحساس هؤلاء الشباب بأنهم يمثلون مادة دسمة للإعلام يقات منها على حسابهم، دونما تدقيق أو تمحيص فيما يصل إليه من أخبار. وتمثل "المغرب" الحالة الوحيدة التي يحتفي الإعلام فيها بمجهودات "الألتراس"، وهو ما انعكس على التعامل الأمني معها.

أما عن علاقة جماهير "الألتراس" بالأجهزة الأمنية، فإن التوتر والمصادمات العنيفة هي السمة الغالبة في العالم أجمع، وهو ما يمكن تفسيره بنظرة رجال الأمن

لأنفسهم كمحتكرين للحشد والتنظيم، الأمر الذي يدفعهم للتضييق على تلك المجموعات والنظر إليهم كمنافس، بالإضافة للإجراءات الأمنية المشددة التي تتبعها تلك الأجهزة، لتنظيم دخول التشجيع داخل المدرجات وطرقه، الأمر الذي يرفضه أفراد مجموعات "الألتراس" الساعية للتحرر من القيود، والتي ترى في كرة القدم متنفساً ومجالاً لإخراج الطاقات الإبداعية، وتطوير فنون التشجيع.

وتظهر الخبرة العملية العلاقة الاطرادية بين مستوى العنف الموجه من الجماهير ضد الأمن، كلما زادت أنماط التدخل والتضييق الأمني على المشجعين، الأمر الذي دعا البعض إلى المناداة بمنح الجماهير حق التنظيم الذاتي، وفق ضوابط معينة، لتفادي الاحتكاك بقوات الأمن.

كما تنظر جماهير "الألتراس" لسياسات الكرة الحديثة بنوع من الرفض، لأسباب تتعلق بتحكم رأس المال في عملية انتقالات اللاعبين، وطفيان العوائد المالية على الانتماء للنادي، وهو ما يرتبط بالسياسات الإعلانية والإعلام.

إن الأعداء الثلاثة شكلوا محفزاً لخلق قدرات مؤثرة للألتراس على الحشد والتنظيم، وذلك في ظل هيكلها الشبكي المتحرر من القيود الهرمية المسيطرة على أنماط علاقات الأسرة، والمدرسة، ومؤسسات العمل.. الخ. وتعد الجزئية الخاصة بالقدرة على "الحشد" على وجه الخصوص مصدراً لتخوف القوى التي اشتهرت بتنظيمياً بها، وهما - في مصر بشكل أساسي - قوات الأمن، وجماعة الإخوان المسلمين.

وما يجعل "الألتراس" أكثر تنظيمياً هو قدرته على توفير تمويل مستقل ذاتي، إذ يعتبر الألتراس تلقي التمويل أو الدعم من إدارات الأندية أو جهات خارجية مجلباً للعار للمجموعة وسبباً لحلها، وعلى ذلك فإن مجموعات الألتراس تعتمد في تمويلها على اشتراكات أعضائها، وجاء هذا التوجيه لتدعيم استقلالية قرار المجموعة.

ورغم قدراتهم التنظيمية والتمويلية، فإن ثمة ملاحظة أساسية في سلوك الألتراس تجعل من الصعب تحولهم إلى العمل السياسي المنظم، وهي أنهم لا يرتبطون بحسابات سياسية معينة، وبالتالي فإن فكرة إقامة تحالفات على أسس أيديولوجية يعد أمراً مستبعداً، على الأقل في هذه الفترة، فإن الألتراس في مصر ارتبطت تحركاته بدوافع تبدو سامية، مثل القصاص لحقوق الشهداء، فالالاف أن تحرك الألتراس بشكل جماعي ورسمي يرتبط بأحداث مسّت المجموعة بشكل مباشر

(أحداث بورسعيد)، وهذا لا يعني مشاركتهم في أحداث أخرى، إلا أنهم لا يشاركون بصفتهن التنظيمية الرسمية وإنما كأفراد.

كما أن انخراط أفراد الألتراس في أعمال عنف، تنتقص من رصيدهم لدى رجل الشارع، وهو ما قد يرجع إلى ما يتمتع به الشباب من اندفاع، فضلاً عن الإحباط من غياب دولة القانون، ورغم أنهم يمتلكون تنظيمات غير رسمية، ويمارسون ضغطاً على السلطات لتحقيق تغييرات معينة، إلا أن تنظيمات الألتراس تعتمد على الهوية المشتركة للانتماء لنادٍ معين، وتدور نشاطاتهم حول ناديهن لا المجتمع.

إضافة إلى ذلك، فإن طبيعة روابط الألتراس هي عدم قبول المواعمة أو الحلول الوسط، والتمسك بالمبادئ بشكل حاد، وعليه فإن دخولها مضمار السياسة سيستلزم تغيير طبيعتها، وبالتالي انتماءها لعالم "الألتراس" بالشكل التقليدي.

وتتسم مجموعات الألتراس بعدد من السمات كالا سلطوية، والديناميكية، والمثالية المجردة، وتعتمد في تحقيق أهدافها وممارساتها على أساليب غير تقليدية ومتحررة من القيود الاجتماعية، تبدأ برفع اللافتات وتنفيذ الدخلات، مروراً باستخدام السباب خلال هتافاتهن، وصولاً لاستخدام العنف في حالات معينة.

وفي معرض الحديث عن استراتيجيات التعامل مع "الألتراس"، دائماً ما يردد أفراد تلك المجموعات أنهم "بشر"، إذ لدى فرد "الألتراس" دائماً إحساس بالاضطهاد، وأن هناك من يتربص به، يدفعه لتبني سلوك أكثر يمينية وتشدداً، ولعل ذلك يفسر ما يقوله أحد أعضاء الألتراس في مصر، في إشارة إلى العداء مع وزارة الداخلية وأحداث بورسعيد في مصر: "كيف أتصالح مع من أغلق أبواب الإستاد على إخوتي، وتركهم يموتون دون أن يحرك ساكناً؟"

وتظهر الخبرة العملية أن التشدد والتعامل العنيف مع شباب تلك المجموعات لا يولد إلا عنفاً مضاداً، لأسباب تتعلق بطبيعة سلوك الشباب، وما يتعرض له من ضغوط، فضلاً عن الخريطة الاجتماعية لشباب "الألتراس"، التي تركز على الطبقة المتوسطة وما دون المتوسطة، والأخيرة غالباً لا تملك ما تخسره، كما أن اتخاذ إجراءات متشددة بشأن التشجيع في الملاعب أو منع روابط المشجعين من حضور المباريات، لا يقدم حلاً للمشكلة؛ إذ ينتقل العنف مصحوباً بالسخط إلى خارج الملاعب.

ويظل من المفيد تعديل المنظور الذي تستخدمه السلطة، بل والأكاديميون، في

الدراسة والتعامل مع مجموعات "الألتراس"، باعتبارهم شباباً يمتلكون طاقات إبداعية تظهر في نشاطاتهم التشجيعية، كتأليف الأغاني، وتصميم الدخلات والقدرة على الحشد والتنظيم، ويمكن احتواؤهم بشكل يعود بالنفع على اللعبة والمجتمع، وليس النظر لهم كمفوضيين.

لقد انتقد البعض "الألتراس"، وفيما نافقهم آخرون، أملاً في كسب دعمهم، بعد أن تحول الألتراس إلى قوة على الأرض، ونجاح أعداء الثورة في تفرقة الباقين في أحزاب وتكتلات وتيارات تختلف أيديولوجياً وفكرياً وأحياناً مذهبياً.



## الفصل الثانى

# نظرية المسؤولية الاجتماعية

## Social Responsibility Theory

### مقدمة:

أوضحت مجموعة من الدراسات العربية ضعف التزام وسائل الإعلام وخاصة الفضائيات بأسس نظرية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها، فالحرية التى تتسم بها وسائل الإعلام الخاصة قد لا يقابلها مراعاة لمسئوليتها الاجتماعية، وهو ما قد يجعلها تستغل هذه الحرية بشكل سيئ، من أجل تحقيق قاعدة جماهيرية عريضة، مما يكون له بالغ الأثر فى الجماهير<sup>(١)</sup>.

ومفهوم المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم غربى انتقل إلى الإعلام والصحافة من مجالى الاقتصاد والعلاقات العامة، فقد ساد بين أوساط المشتغلين بالمجالين الأخيرين فى الربع الأخير من القرن التاسع عشر حينما دعت التطورات الاقتصادية التى حدثت فى الولايات المتحدة الأمريكية إلى إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسئولياتها الاجتماعية، حيث قوى تيار الاحتكارات الاقتصادية، واندفعت المشروعات نحو تحقيق أكبر قدر ممكن من المصالح الخاصة للمشروع على حساب المصلحة العامة للجماهير، وقد أدى ذلك إلى خلق المناخ المناسب لظهور المفهوم<sup>(٢)</sup>.

(١) الأميرة سماح فرج. "التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الاجتماعية" دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر للإعلام بين الحرية والمسؤولية، الجزء الأول (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨) ص ص ١٣٤ - ١٣٥.

(٢) كريمان محمد فريد صادق. "المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة فى الوحدات الاقتصادية: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاعين العام والخاص". رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٩). ص ٢٢.

تقوم فكرة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام على التوازن بين الحرية والمسؤولية، حيث أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامى الليبرالى مبادئ جديدين، يتمثلان فى ضرورة وجود التزام ذاتى من جانب الإعلاميين بمجموعة من المبادئ الأخلاقية، التى تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع. ويتطلب ذلك تسليط الضوء على مفهوم هذه النظرية ودوافع ظهورها، والمقولات التى تشكل عماد هذه النظرية وأبعادها المختلفة، ورؤية النظرية للضوابط المختلفة التى تحكم عمل وسائل الإعلام، وكذلك الانتقادات الموجهة إليها، إضافة إلى كيفية توظيف هذه النظرية لتحقيق أهداف البحث فى التعرف على اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور العام الرياضى نحو الضوابط المهنية لممارسات الإعلام الرياضى المصرى.

### أهمية النظرية:

تتجسد أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية فى النواحي التالية:

1. تدعو النظرية إلى المحافظة على استقلال وسائل الإعلام، شريطة أن تكون ملتزمة أمام المجتمع الذى منحها هذا الاستقلال، ووضع ضوابط أخلاقية لوسائل الإعلام، والتوافق بين حريتها والتزامها بمعايير المسؤولية الاجتماعية.<sup>(١)</sup>
2. تفيد الأبعاد المختلفة للنظرية فى توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها على المستويين الوظيفى والأخلاقى، مما يجعل النظرية قادرة على التوفيق بين الحرية الفردية والحرية الممنوحة لوسائل الإعلام المقننة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.<sup>(٢)</sup>
3. تفيد النظرية فى مراعاة التوافق بين صالح الفرد، وصالح المجتمع وعدم تركيز وسائل الإعلام على الأهداف الريحية فقط، وأن تهتم وسائل الإعلام أيضاً بتحقيق الصالح العام.<sup>(٣)</sup>

(١) فتحى حسين أحمد عمر: أخلاقيات نشر الجريمة الخاصة: دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول، ٢٠٠٥) ص ٦٥.

(٢) حسن عماد مكاوى. أخلاقيات العمل الإعلامى: دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار المصرية. اللبنانية، ١٩٩٤) ص ٦.

(٣) مها عبد المجيد صلاح. "المدونات المصرية بين الحرية والمسؤولية" دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر للإعلام بين الحرية والمسؤولية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨) الجزء الثانى، ص ٩٢٣.

## التطور التاريخي للنظرية:

ظروف نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

تطورت حرية الصحافة- فى تاريخها الطويل- من خلال ثلاث نظريات رئيسية، هى نظرية السلطة ونظرية الحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية، فقد ارتبط ظهور نظرية السلطة بالنشأة الأولى للصحافة فى نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر فى أوروبا الغربية، حيث سيطرت على أوروبا على مدى قرنين من الزمان حتى قيام الثورة الفرنسية، وظلت السلطة فى يد هيئة واحدة تمارس قيودا على حرية الصحافة، وكنتيجة لدعوات الحرية التى أطلقها كل من جون لوك وفولتير وروسو فى فرنسا، تطورت نظرية الحرية الليبرالية فى بريطانيا وأمريكا<sup>(١)</sup> حيث ظهرت نظرية الحرية فى القرن الثامن عشر، ونمت، ثم اشتد عودها فى القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين.<sup>(٢)</sup>

واستهدفت الليبرالية حظر القيود التى تضعها الدولة فى مجال حرية إصدار الصحف وأصدر البرلمان البريطانى قانونا يؤكد فيه حظر أى رقابة مسبقة على النشر، ونص الدستور الأمريكى على أنه يحظر على الكونجرس أن يصدر أى تشريع يقيد حرية التعبير والصحافة، وأدى فساد النظرية الليبرالية نتيجة لسوء استغلال صحافتها للحقوق الممنوحة لها، مما جعلها تتسم بالعجرفة، وترفض النقد الصحيح لها، وتتحيز لقضايا على حساب قضايا أخرى- إلى ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية.<sup>(٣)</sup>

ظهرت فى النصف الأخير من القرن العشرين نظرية المسؤولية الاجتماعية، التى دعا أنصارها إلى إعادة صوغ المبادئ والأسس التى قامت عليها نظرية الحرية حتى تواكب المتغيرات الاجتماعية والتقنية، وتضمن المحافظة على ما تبقى من أعراف المجتمع وقيمه (أى المجتمع الغربى، وبخاصة المجتمع الأمريكى الذى ظهرت فيه هذه النظرية).

(١) فتحى حسين أحمد عمر: مرجع سابق ص ٦٦.

(٢) محمد بن سعود البشر: "المسؤولية الاجتماعية فى الإعلام: النظرية وواقع التطبيق"، (الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦) ص ٩.

(3) Breen, Gerald-Mark & Matusitz, Jonathan, (2007). "Addressing the Negative Aspects of Pack Journalism to Media Reporters" Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention, TBA, Chicago, IL, Nov 15.

وقد قام الصحفي هنرى لويس مالك مجلة التايمز بتأسيس لجنة مستقلة، لدراسة دور الصحافة فى الولايات المتحدة الأمريكية، وأصدرت توصيات حول أفضل أداء للصحافة بشكل يدعم الديمقراطية، وقد بدأت اللجنة عملها فى عام ١٩٤٢، وأطلق عليها اسم لجنة هاتشين نسبة إلى رئيسها روبرت هاتشين رئيس جامعة شيكاغو.<sup>(١)</sup>

وكان من النتائج التى توصلت إليها اللجنة ما يلى:

١- أن التطور التقنى فى مجال الصحافة قد زاد من أهمية الإعلام للجماهير من ناحية، لكنه قلل من فرص مشاركة أفراد المجتمع فى التعبير عن آرائهم من ناحية أخرى.

٢- أن الذين تولوا مسئولية الإعلام قد أساءوا استخدامه وشوهوا صورة الفئات الأخرى فى المجتمع، ولم ينجحوا فى تقديم خدمة موضوعية تلبى حاجة المجتمع.

٣- أن وسائل الإعلام أصبحت ترتكب ممارسات يرفضها المجتمع، مما يحتم عليها - إن هى استمرت فى ذلك - أن تخضع لقوانين معينة تضبط هذه المسارات الخاطئة.<sup>(٢)</sup>

ويؤرخ لنظرية المسئولية الاجتماعية بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية الصادر عام ١٩٤٧ بعنوان "صحافة حرة ومسئولة"، الذى أشار إلى ان التجاوزات التى تحدث من قبل الصحافة لها أكبر الضرر على المجتمع.<sup>(٣)</sup>

### وعرف الصحافة الحرة والمسئولة بأنها:

١- ينبغى أن تقدم تغطية كاملة وصادقة وشاملة وواضحة للأحداث اليومية فى سياق يعطيها معناها الحقيقى. حيث إن الصحافة لا ينبغى أن تتسم بالدقة فقط، ولكن يجب - أيضاً - أن تتميز بوضوح بين الحقيقة والرأى، لأن الحقائق وحدها لا تعد كافية، كما يجب أن تقدم حقيقة الخبر عن طريق

---

(1) Stanley J Baran. (2002), Introduction to Mass Communication: Media Literacy And Culture. (USA: The McGraw Companies) pp.448-449.

(٢) محمد بن سعود البشر: "مرجع سابق" ص ١٩ - ٢٠.

(٣) محمد سعد إبراهيم. الإعلام التموى والتعددية الحزبية. (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١١). ص ٢٤٤.

نسبة الأخبار إلى مصادر موثوق بها بالنسبة للقارئ، أما التقارير التحليلية فينبغى أن تتخطى الحقائق المطلقة إلى إعطاء الخلفيات المحيطة بهذه الحقائق.

٢- ينبغى أن تكون منتدى لتبادل التعليق والنقد، حيث إن الصحافة ينبغى أن تعطى الفرصة لنشر الآراء التى تخالف رأى الصحيفة نفسها، مع عدم التنازل عن حقها فى الرد.<sup>١</sup>

٣- ينبغى أن تقدم الصحافة تغطية يومية شاملة للأنشطة الحكومية، وينعكس ذلك فى أن وسائل الإعلام عليها أن تلتزم بمبدأ حق الجمهور فى المعرفة، حيث إن وسائل الإعلام تعتبر الممثل عن الجمهور، وهى السلطة الرابعة بعد السلطة التنفيذية والتشريعية والقضائية، ولقد استغلت وسائل الإعلام فى السنوات التالية مبدأ حق الجمهور فى المعرفة، لتبرير تدخلها فى شئون الأفراد الخاصة، وتبرر هذا التعدى على حرية الأفراد الخاصة بأن ذلك يرضى فضول الجمهور الشغوف إلى معرفة هذه النوعية من الأخبار.<sup>(٢)</sup>

٤- ينبغى أن توضح أهداف المجتمع وقيمه، فعلى وسائل الإعلام أن تنقل الموروثات الثقافية، وبذلك فإنها تدعم القيم والعادات الخاصة بالمجتمع.

٥- يجب أن تعطى صورة ممثلة وواقعية للأقليات فى المجتمع، بمعنى آخر ينبغى أن يتم التعبير عن الجماعات والأقليات، سواء العنصرية والاجتماعية أو الثقافية بدقة شديدة بدون اللجوء إلى الاعتماد على الصور المنطبعة عنهم حيث تدعو نظرية المسئولية الاجتماعية وسائل الإعلام إلى تقديم صور ايجابية عن الأقليات، سواء فى المضامين الجادة أو الترفيهية، وعلى الرغم من بعض النجاح الذى تحقق فى هذا الموضوع، لا زال تقديم الصور المنطبعة هو الاهتمام الشائع الموجه إلى وسائل الإعلام.<sup>(٣)</sup> وهكذا يتبين أن لجنة هاتشين كانت هى الركيزة الأساسية فى ولادة هذه النظرية، وأن

(1) Louis Alvin, Day (2003). Ethics in Media Communication: Cases and controversies'. (Australia: Holly J. Allen).p.38-39.

(2) Day, Louis Alvin. Op. cit.pp. 39-40.

(3) Dennis Mcquail, (2000), Mass Communication Theory. (London: Sage Publication) p.149.

الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت تستمد فلسفتها من النتائج التي وردت في تقرير اللجنة.<sup>(١)</sup> وفي عام ١٩٧٠ وضع "لونستين" تصنيفاً جديداً، اعتمد فيه على ملكية الصحافة وفلسفتها وتضمن خمس نظريات:

#### ١- النظرية السلطوية:

وفي ظلها تعطى الحكومة رخصة لإصدار صحيفة، وتراقب المضمون المقدم من خلالها، ومن ثم تقوم الصحافة بدعم النخبة الحاكمة.

#### ٢- النظرية السلطوية الاجتماعية:

وتتملك الصحافة فيها الحكومة وأحزابها، وتعد الصحافة في إطارها وسيلة لتحقيق الأهداف الفلسفية والاقتصادية للدولة.

#### ٣- النظرية الليبرالية:

تعمل في غياب رقابة الدولة مع استثناءات قليلة، مثل الأعمال الفاضحة، مؤكدة على حرية الرأي.

#### ٤- النظرية الليبرالية الاجتماعية:

وتعمل بحد أدنى من رقابة الدولة، لتقوية قنوات الاتصال، ولتأكيد روح الفلسفة الليبرالية.

#### ٥- النظرية المركزية الاجتماعية:

وتوجد فيها ملكية من قبل الدولة أو ملكية عامة، وتؤكد روح الفلسفة الليبرالية من خلال التعدد والتنافس في قنوات محدودة.<sup>(٢)</sup>

وفي الثمانينات ظهرت تصنيفات جديدة، منها تصنيف "التشوك"، الذي تضمن ثلاث نظريات، هي الماركسية التي تمثل الدول الشيوعية، والسوق التي تجمع بين نظريتي الليبرالية والمسؤولية الاجتماعية، والتقدمية التي تحاول تفسير الأوضاع الإعلامية في العالم الثالث من خلال التركيز على الدور التتموي للصحافة.

(١) محمد بن سعود البشر. "مرجع سابق" ص ٢٠.

(٢) كريمان محمد فريد صادق. "مرجع سابق" ص ٢٢.

وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية.<sup>(١)</sup>

### أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

ظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بها من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام، مثل الصدق، والموضوعية، والتوازن، والدقة.

ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقر إليها نظرية الحرية، ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها هذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع بآتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين - في وسائل الاتصال - يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسئولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي في الأقليات بالمجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة، وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلك وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

(١) فتحي حسين أحمد عمر: "مرجع سابق" ص ٦٦.

ويعد مفهوم "الموضوعية" من أكثر العناصر الجدلية التي تثيرها نظرية "المسئولية الاجتماعية" ويتكون مفهوم الموضوعية - وفق رأى الباحثين - من عناصر أساسية تشمل:<sup>(١)</sup>

(تقديم الحقائق - توضيح مصادر المعلومات - الفصل بين الخبر والرأى - الحياد - التوازن فى عرض وجهات النظر).

يلخص دينس ماكويل الفكرة الرئيسية للنظرية فى:

حالة نظرية المسئولية الاجتماعية أن توفق بين ثلاثة مبادئ متباينة:

١ - الحرية الشخصية.

٢ - حرية الإعلام.

٣ - مسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع.

لا توجد طريقة واحدة لحل هذا التناقض، ولقد قدمت النظرية حلين رئيسيين: الأول هو تنمية وعى الجمهور بالمسئولية الاجتماعية، والثانى رفع المستوى المهنى للإعلاميين كوسيلة لتحقيق مستويات عالية من الأداء.<sup>(٢)</sup>

تركز نظرية المسئولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية، يتصل البعد الأول بالوظائف التى ينبغى أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل البعد الثانى بمعايير الأداء، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التى ينبغى مراعاتها فى العمل الإعلامى.<sup>(٣)</sup>

أولاً: القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للصحافة وهى:-

١- الوظيفة السياسية، وتعنى إبلاغ المواطنين بكل ما يدور فى الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة، حتى تصبح وسائل الإعلام جزءاً متداخلاً فى

العملية السياسية، من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات.

٢- الوظيفة التعليمية، وتشمل تقديم التقارير الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء.

(١) حمدى حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ١٥٤.

(2) Richard Keble (2001). Ethics for Journalists. (London: Routledge, 2001). P.131.

(٣) عادل عبد الغفار: "مرجع سابق" ص ٧٥٥.

٣- وظيفة المنفعة، وتعنى تقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث أى أن تكون الصحافة مرآة لما يقع من أحداث فى المجتمع.

٤ - الوظيفة الثقافية، وتعنى تدعيم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع.<sup>(١)</sup>

٥ - الوظيفة الاقتصادية، لتعريف الناس بالسلع والخدمات.

٦ - وظيفة حفظ إيقاع الحياة للفرد.

ثانياً: معرفة المبادئ التى ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسئولة.

ومن أهم الأبعاد التى تعتمد عليها النظرية:

البعد الأول:

يتصل بالوظائف التى ينبغى أن يؤديها الإعلام المعاصر، وتشمل الوظيفة السياسية من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، بالإضافة إلى الوظيفة التعليمية والإعلامية والاجتماعية.

البعد الثانى:

يهتم بمعايير الأداء الإعلامى، التى تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد، إضافة إلى معايير الوسيلة الإعلامية وموثيقها الأخلاقية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، أى مجموعة الضوابط الأخلاقية والقانونية والمهنية التى تحكم نظم وسائل الإعلام وممارستها، حتى تقوم بالتزاماتها نحو المجتمع، فى إطار من المسئولية الاجتماعية والأخلاقية.

وضرورة أن تحافظ وسائل الإعلام على حق المتهم فى محاكمة عادلة، فى أثناء نشرها للجريمة والتحقيق فيها إعلامياً، فالتغطية الإعلامية غير الرشيدة قد تتسبب فى أن يحرم المتهم من محاكمة عادلة، كما أنها تعبئ رأى العام ضد المتهم وتصدر أحكامها عليه قبل محاكمته أمام قاضيه.<sup>(٢)</sup>

البعد الثالث:

يتصل هذا البعد بالسلوكيات التى يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق

(١) حسن عماد مكاوى: "مرجع سابق" ص ١٦٧.

(2) Bucy, Erik p,(2002) "Living in the information Age: A new Media Reader" (Wadsworth: Australia, United states)pp. 289-290.

مبادئ المسئولية الاجتماعية والأخلاقية، أو منظومة القيم المهنية التي تحكم أداء الإعلاميين.<sup>(١)</sup>

وتتقسم القيم المهنية إلى: قيم خاصة بجمع المادة الخبرية وتحريرها، وقيم مهنية خاصة بالمعالجة الإعلامية، و تتعلق القيم الخاصة بجمع المادة الخبرية وتحريرها بضرورة حفاظ الإعلاميين على المعلومات السرية التي يؤدي نشرها إلى الضرر بالأمن القومي للبلاد، بينما تتعلق القيم الخاصة التي تحكم المعالجة الإعلامية بتبني الصدق والدقة والشمول والموضوعية.<sup>(٢)</sup>

#### البعد الرابع:

يعتبر هذا البعد اتجاهاً مستحدثاً في الأسس والمبادئ التي تعتمد عليها النظرية، حيث يضيف جانباً جديداً للنظرية يتماشى مع روح التربية الإعلامية وأهدافها، وتم اكتشاف هذا البعد المستحدث على يد الباحث الأمريكي مونتجوميري. ويركز هذا البعد على أن نظرية المسئولية الاجتماعية لا يجب أن تقوم فقط على مسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع، فهذه نصف المسئولية، ولكن النصف الآخر يتمثل في مسئولية الجمهور عن نفسه تجاه ما يشاهده أو يسمعه أو يقرؤه، على اعتبار أن المسئولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المحافظة على قيم المجتمع وخصوصيته، والدقة والموضوعية عند تقديم المعلومات في وسائل الإعلام فقط، وإنما تشمل أيضاً مسئولية الجماهير في أن تفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي تستقبلها، وألا تقبلها كقاعدة مسلم بها، ولكن عليها إدراك الرسالة الإعلامية وتحليلها نقدياً، ودراسة ما تطرحه وسائل الإعلام من قضايا وأفكار، ومعرفة مدى توافقها واختلافها مع أفكارها، ومعتقداتها، ومصالحه.

ووفقاً لنظرية المسئولية الاجتماعية هناك مجموعة من الرقباء على وسائل الإعلام لمراقبة أدائها وما تقدمه، وتتمثل مجموعة الرقباء فيما يلي<sup>(٣)</sup>:

١. دور النقاد في مراقبة وسائل الإعلام، خاصة نقاد الأدب والسينما والراديو والتلفزيون، حيث يقوم النقاد بتشكيل أذواق الجماهير، وتحفيز المبدعين

(١) فتحي حسين أحمد عامر. "مرجع سابق" ص ٧١.

(2) Anthony Graybasch, & Joel Rudinow, (2002) "Ethics values in the information age" (Wadsworth: Australia, United Kingdom, United States) pp. 93-96.

(٣) حسن عماد مكاوي. "مرجع سابق" ص ص ١٥٣ - ١٥٦.

لتقديم مواد إعلامية مبتكرة، ومهاجمة المضامين المبتذلة والهابطة وغير المسؤولة اجتماعياً وأخلاقياً ومهنياً.

٢. دور جماعات الضغط فى مراقبة وسائل الإعلام، ويوجد هذا الموضوع بوضوح فى المجتمعات الغربية، وخاصة المجتمع الأمريكى، حيث هناك العديد من جماعات الضغط التى تسعى إلى ممارسة تأثيرها فى وسائل الإعلام الأمريكية وذلك لتحقيق الصالح العام.

٣. دور الجماهير نفسها فى مراقبة وسائل الإعلام، فالجمهور هو مستهلك الرسالة الإعلامية، وبالتالي هو المتحكم الرئيسى فى انتقاء المواد التى يرغب فى التعرض لها، وبالتالي عليه أن يمارس دوراً إيجابياً فى التعامل مع المضمون الإعلامى، والتحكم فيما يقرؤه أو يستمع إليه أو يشاهده، والدور الإيجابى للجمهور يجعله قادراً على اعتبار الوسيلة التى تقدم مضامين هابطة وسيلة تضر بالصالح العام.

### أسس نظرية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها:

تقوم الفكرة المحورية لأفكار هذه النظرية على التنظيم الذاتى الاختيارى لمهنة الصحافة، حيث وافق الإعلاميون فى الولايات المتحدة الأمريكية على أن الحرية السلبية فى النظرية الليبرالية غير مرغوبة فى المجتمع الحديث، وأن الحرية ليست مطلقة، وإنما ترتبط بالمسؤولية، وكان من أهم الاقتراحات أن من يتمتع بالحرية عليه أن يتحمل فى مقابلها التزامات معينة تجاه المجتمع، مثل التزام الوسائل الإعلامية تجاه النهوض بالتطوير الثقافى والاجتماعى والسياسى وتعليم المجتمع، وأن من حق الجمهور المشاركة فى وسائل الاتصال لإقامة سوق الأفكار الحرة فى المجتمع.<sup>(١)</sup>

وتؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية أن وسائل الإعلام يجب ألا تكون خاضعة للسيطرة الحكومية، ولكن فى المقابل يجب أن تعمل وسائل الإعلام على خدمة المجتمع، وتعد مبادئ هذه النظرية مزيجاً من مبادئ الليبرالية والأفكار التى تدعو للحاجة إلى شكل من أشكال السيطرة على وسائل الإعلام.

وفى مقابل رفض السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، تدعو نظرية

(١) فتحى حسين أحمد عامر. "مرجع سابق" ص ٦٩.

المسئولية الاجتماعية إلى أن تلتزم وسائل الإعلام بمسئولياتها الأخلاقية، كما أن النظرية لا تعفى الجمهور من مسئولياته، حيث يجب أن يكون لدى الجمهور الوعى الإعلامى الكافى لتأهيله لتقييم الأداء الإعلامى، ولكن فى النهاية فإن القائمين على وسائل الإعلام يستطيعون أن يؤدوا دورهم بشكل مسئول، يجنبهم الحاجة إلى التدخل الحكومى.<sup>(1)</sup>

ومن أهم المبادئ التى تقوم عليها هذه النظرية:

- (1) إعطاء الحقيقة للفرد، ولا يحق التستر عليها، ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات ناقصة أو كاذبة.
- (2) ممارسة النقد البناء والقبول لأى فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد، وتقبل مناقشة ذلك الفرد لتصحيح الخطأ - إن وجد - بأسلوب ديمقراطى بناء هادف وهادئ.
- (3) نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية والاجتماعية والاقتصادية، فالإعلام يهدف إلى خدمة المجتمع، ويبشر بالرفاهية واحترام حقوق الفرد السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.
- (4) إتاحة الفرص للفرد، للحصول على المعلومات التى يستفيد منها، أو يريد أن يتعلمها، أو يضيفها إلى حصيلته من المخزون الثقافى والسياسى، من خلال فكرة الدولة أو فكره الشخصى.<sup>(2)</sup>
- (5) لا سلطان للحكومة على الصحف، أو غيرها من وسائل أو أجهزة الإعلام التى يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة أو أهلية، لذا فهى تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة، دون أية رقابة عليها من أية جهة حكومية، ولا يقيدتها إلا الضمير الإعلامى أو السياسة الخاصة التى ترسمها المؤسسة الإعلامية لتحكم عملها.
- (6) الجماهير حرة فى اختيارها للوسيلة أو الرسالة الإعلامية التى تتفق مع ميولها ورغباتها، كما أنها حرة فى التعبير عن آرائها، حتى وإن كانت مخالفة

---

(1) Stanley J, Baran.(2002), Introduction to Mass Communication: Media Literacy And Culture.(Boston: The McGraw-Hill Companies)p.449.

(2) صابر فلحوط، محمد البخارى، العولة والتبادل الإعلامى الدولى. (دمشق: دار علاء الدين، 1999). صص 39- 40.

لرأى السلطات العليا الرسمى، وحرية القول وحرية الصحافة والنشر حقوق دستورية تنص عليها القوانين الدستورية وتلتزم بها الحكومات وتدافع عنها الشعوب.

وتتلخص الوظائف العامة لنظرية المسئولية الاجتماعية فيما يلى:

- (١) خدمة النظام السياسى المتفق عليه من قبل الأغلبية.
- (٢) إعلام الرأى العام وإعلاء ممارسة حكم الشعب لنفسه.
- (٣) حماية حقوق الأفراد فى المجتمع وحقوق الدولة لخدمة المجتمع باحترام النظام العام واحترام حرية الإعلام.
- (٤) خدمة النظام من خلال إبراز الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.
- (٥) تقديم البرامج المتوازنة الخاصة بالتسلية والترفية للفرد، من خلال ذلك القسط من الحرية الممنوحة من الدولة، وبما يحقق راحة الجميع.
- (٦) التركيز على مبدأ تحقيق الاكتفاء الذاتى.

#### المقولات النظرية والعلمية:

يقول "هايبيرت وروس": تحت شعار الموضوعية والبحث عن الحقيقة، حاولت وسائل الإعلام الغربية أن تشر الأخبار المتعلقة بالجنس والعنف والجريمة، والتدخل فى الأمور الشخصية لرموز المجتمع وتشويه صورة الساسة والدول الأخرى، وكل هذا يتم بدعوى أن الأفراد الذين يتعرضون لهذا النوع من الرسائل الإعلامية سيكون بإمكانهم استخراج الحقائق الكامنة فى هذه الممارسات الخاطئة التى تحدث فى المجتمع، وذلك يتم أيضاً بدعوى أن الدستور الأمريكى يحمى حرية الصحافة.

وعرف "ماكويلز" المسئولية الاجتماعية بأنها: إحدى السمات التى يجب أن تتسم بها وسائل الإعلام للعمل على تحقيق الديمقراطية للمجتمع، وذلك بواسطة تطبيق بعض الواجبات والالتزامات غير الموثقة ولكنها معترف بها بشكل ضمنى، كما أنها مجموعة المبادئ الأخلاقية التى تجعل وسائل الإعلام منبراً لتقديم الحقيقة للمجتمع.<sup>(١)</sup>

(1) MC Quail, D. op. cit.p.503.

كما عرفها "محمد حسام الدين" بأنها: مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم بتأديتها الصحافة أمام المجتمع، في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوافر في معالجتها قيم مهنية كالدقة، والموضوعية، والتوازن، والشمول، وهي التي يجب أن تعكس الأوضاع التاريخية والحضارية والأمنية على المستويين المحلى والدولى، شريطة أن تتوفر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسئولة أمام القانون والرأى العام.<sup>(١)</sup>

وقد حاولت الباحثة أميرة عبد الفتاح أن تصنع تصوراً لأنواع مختلفة من المسئولية على الوجه التالى.

١. المسئولية المدنية، وهي التي توجب على الفاعل الذى سبب لغيره ضرراً أن يعرضه عنه.

٢. المسئولية الجنائية وهي التي تقع على شخص ارتكب مخالفة أو جريمة.

٣. المسئولية الأخلاقية، وهي الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقى، وعن كون الفاعل ذا إرادة حرة ووعى بما يصدر عنه من أفعال مناسبة للأخلاق أو القانون أو الدين.<sup>(٢)</sup>

ويشير "إيلى أبيل" عميد كلية الصحافة السابق فى جامعة كولومبيا إلى انه كان يؤخذ على الصحافة على نطاق واسع ولسنوات عديدة قبل عام ١٩٤٧ - فقدانها لما أصبحنا ندعوه المسئولية الاجتماعية حتى قام "ثيودور بيترسون" - بنجاح - بجمع النواقص المعروفة ضمناً، كما أشار إليها النقاد فى القرن العشرين ضمن البنود التالية:-

١- أن الصحافة قد ملكت سلطة نمطية لأهدافها الخاصة، ونشر مالكوها آراءهم الخاصة وخصوصاً فى مسائل السياسة والاقتصاد على حساب وجهات النظر المتعارضة.

٢- أن الصحافة قد أصبحت تابعة للمصالح الكبرى، وفى أوقات ما سمحت للمعلنين بتوجيه مواد افتتاحياتها.

(١) محمد حسام الدين إسماعيل: "مرجع سابق" ص ٤٠.

(٢) أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح، "استخدام الأخبار المجهولة فى الصحف المصرية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٨) ص ٥٢.

٣- أن الصحافة قد قاومت التغير الاجتماعي، وقد خصصت اهتماماً أكبر للموضوعات السطحية والحسية عن أهمية التغطية للأحداث الجارية.

٤- أن الصحافة لم تراع الأخلاق العامة ولا الخصوصية، بل إنها غزت الحرية الشخصية للدول والأفراد والجماعات والأقليات.

٥- أن الصحافة قد أديرت من قبل طبقة اجتماعية اقتصادية توصف عموماً بأنها طبقة الأعمال، التي جعلت السبيل إلى الصحافة صعباً أمام القادمين الجدد للمهنة، وبالتالي عرضت سوق الأفكار الحرة والمقترحة للتراجع والاندثار.<sup>(١)</sup>

ويشير ماكويل إلى أن المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية تتلخص في:<sup>(٢)</sup>

(١) أن الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.

(٢) يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات، مثل الحقيقة، والدقة، والموضوعية، والتوازن، والأمانة في النشر.

(٣) من أجل تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.

(٤) الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات في المجتمع.

(٥) أن الصحافة يجب أن تكون متعددة، وتعكس تنوع الآراء، وتلتزم بحق الرد.

(٦) أن للمجتمع حقاً على الصحافة، هو أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.

### ارتباط النظرية بكود الأخلاق:

في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية، تنوعت واختلقت مواثيق شرف العمل الإعلامي من دولة إلى أخرى، تبعاً للظروف والتقاليد السائدة في كل منها، إلا أن

(١) إبراهيم عبد الله المسلمي. التشريعات الإعلامية: قراءة نقدية للأسس الدستورية والقانونية التي تحكم أداء وسائل الإعلام. (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣). ص ٧٠.

(2) MC Quail, D. op. cit. pp. 116-118.

غالبية هذه المواثيق ركزت بصفة عامة على أخلاقيات جمع المعلومات، واحترام خصوصية الأفراد، والبعد عن التحيز، وتتحية الأهواء والمصالح الشخصية.

فقد أفرطت نظرية الحرية الإعلامية في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، وتحول الإعلام إلى صناعة وسلعة تضحى بقيم المجتمع.

للفرد حق، وللمجتمع أيضاً حقوق، والمؤسسة الإعلامية مثلها مثل المؤسسات الاجتماعية، لا بد أن تسعى لخدمة الصالح العام، وتضطلع بمهام ووظائف اجتماعية جوهرية في حياة الناس، ولها دور تربوي وتثقيفي.

فلا بد من أن تضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والتوازن، وتجنب أي شيء يؤدي إلى الفوضى، كما ينبغي أن تكون هناك تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع.

ويوجد خيط رفيع بين الحرية والفوضى الأخلاقية، فللفرد الحق في أن يكتب، وينشر، ويبث ما يريد، بشرط المحافظة على قيم المجتمع ومصالحته وأمنه.<sup>(١)</sup>

إن الالتزام نحو المجتمع يكون من خلال وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والتوازن والبعد عن أي شيء يؤدي إلى الجريمة أو العنف أو الفوضى، كما ينبغي أن تتسم بالتعددية التي تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع.

ووفق هذه النظرية يمكن أن تسهم الصحافة بدور فعال ومتوازن في المجتمع، لأن المسؤولية الاجتماعية تحتم عليها التعبير عن رغبات وتطلعات المواطنين، وتوجيه السلطة السياسية في حالة خروجها عن الشرعية.

ويتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني الذي يوجه عمل وسائل الإعلام في ضرورة تقديمها لتغطية إخبارية ومعالجة إعلامية للموضوعات والأنشطة والقضايا المختلفة، في إطار من الموضوعية والتوازن في عرض الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء، التي من شأنها تدعيم الديمقراطية ومشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية.<sup>(٢)</sup>

ويتصل بالضوابط الأخلاقية والقانونية ضرورة احترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، وعدم تشكيل الرأي العام ضد المتهم قبل صدور حكم

(١) سليمان صالح، إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام: دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، يوليو - ديسمبر ٢٠٠١، ص ١٢٥.

(٢) جيهان رشتي: الإعلام وقضايا المجتمع. مذكرات غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠). ص ١٨.

القضاء، وحماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة وارتكاب الرذيلة، وبقظة الضمير الإعلامي في حدود المسؤولية الاجتماعية، والإحساس بالقيم المهنية للإعلاميين، ومراعاة احترام حق الأفراد في الخصوصية، باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام.<sup>(١)</sup>

وتتقسم القيم المهنية إلى قيم خاصة لجمع المادة الخيرية وتحريرها، وقيم مهنية تتصل بالمعالجة الإعلامية، ولا يعني ذلك تستر وسائل الإعلام على الممارسات غير الشرعية للأفراد أو المسؤولين، ولكن الحفاظ على تفاصيل الحياة الخاصة للأفراد<sup>(٢)</sup>

ويلخص "اجى واوليت واميري" القانون الأخلاقي للصحفي في خمس دوائر متداخلة والدوائر من الداخل إلى الخارج كالتالي:

١- الدائرة الداخلية الصغرى: تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة لحراس البوابة الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى.

٢- الدائرة الثانية: تمثل معايير الوسيلة الإعلامية ومواثيقها الداخلية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة.

٣- الدائرة الثالثة: تمثل المعايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة، مثل الجمعية الأمريكية لمحرفي الصحف وجمعية الصحفيين المهنيين.

٤- الدائرة الرابعة: تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة السلطوية والليبرالية والمسؤولية الاجتماعية.

٥- الدائرة الخامسة وتمثل الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد<sup>(٣)</sup>.

أما القيم المهنية التي تحكم المعالجة الإعلامية، فتشمل الصدق، والدقة، والشمول، والموضوعية بعناصرها المختلفة التي تشمل تقديم الحقائق، وتوضيح مصادر الأخبار والفصل بين الخبر والرأي والحياد وعدم التحزب، والتوازن في عرض وجهات النظر المختلفة.

(١) عادل عبد الغفار خليل: "مرجع سابق"، ص ص ٧٥٦ - ٧٥٧.

(2) Erik P. Bucy, op. cit. pp. 289-290.

(٣) محمد حسام الدين إسماعيل. "مرجع سابق" ص ٨٢.

وينظر "اليوت" إلى المسؤولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات هي:-

أولاً: مسؤولية الإعلامى تجاه المجتمع العام:

من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، وكلاهما يتصارع مع الآخر، فأحياناً يحقق تقديم المعلومات ضرراً لبعض الأفراد، ولكن مفهوم المنفعة يقتضى- أحياناً - التضحية بصالح الفرد فى سبيل صالح المجتمع.

ثانياً: مسؤولية الإعلامى تجاه المجتمع المحلى:

(١) نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد.

(٢) أداء الرسالة السابقة مع تجنب أى ضرر بقدر الإمكان.

(٣) إبلاغ الناس بما يحقق صالحهم الآن وفى المستقبل.

(٤) أداء الرسالة السابقة بطريقة لا تقلل من ثقة الناس فى مهنة الصحافة.

ثالثاً: مسؤولية الإعلامى تجاه نفسه:

من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والموضوعية لما يعتقد انه فى صالح المجتمع، ومعرفة أنواع السلوك التى يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق المبادئ الإرشادية<sup>(١)</sup>، أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء وظائفهم.

وتتقسم القيم المهنية إلى: قيم خاصة بجمع وتحرير المادة الخبرية، وقيم مهنية تتصل بالمعالجة، الإعلامية، فعلى مستوى الأخبار ينبغى أن يحرص الإعلاميون على مراعاة الحفاظ على احترام حق الأفراد فى الخصوصية، وضرورة الحفاظ على المعلومات السرية التى يمكن أن يؤدى نشرها إلى الضرر بالأمن القومى، وعدم اللجوء إلى الوسائل غير الأخلاقية فى عملهم.

**تقييم أداء القائم بالاتصال:**

يعرف "راى" وآخرون القائم بالاتصال بأنه مجموعة من الأشخاص كلٌ يعمل فى مجال تخصصه، من أجل إخراج الرسالة الإعلامية على أكمل وجه، فمقدم البرامج الذى يحقق نجاحاً ليس فقط لموهبته، وإنما لوجود كتيبة من المعدين والمحررين ومهندس الصوت والديكور ومسئولى الإضاءة والإنتاج، بالإضافة إلى

(١) حسن عماد مكاوى: "مرجع سابق" ص ١٦٧ - ١٦٨.

المخرج، أى فريق العمل بالكامل الذى يتعاون من أجل تنفيذ البرنامج وظهوره لملايين المشاهدين.<sup>(١)</sup>

وقد أصبح التخصص وتقسيم العمل الداخلى أحد الخصائص الأساسية فى تنظيم المؤسسات الإعلامية، ويحتاج إلى العشرات من الأفراد الذين يطلق علي كل منهم قائماً بالاتصال، ويطلق المفهوم على المجموع فى علاقته بالمنتج النهائى وهو الرسالة الإعلامية، حيث لا ينفرد أى منهم بمسئولية الإنتاج.<sup>(٢)</sup>

ويعتبر القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية أحد العناصر الفاعلة فى نظام العمل، وهو يتأثر - أولاً - بمجموعة السياسات التى يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، وتتفق أهدافها من إنشاء هذه المؤسسات، ويعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسات التى تكون معلنة أو مستترة، ويكتسبها من خلال علاقات التزام والانتماء، ويعتبر التزامه بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة واستقرارها فى علاقاتها بالمجتمع، وهذا الالتزام هو الذى يظهر فيما يقوم به أو غيره من عمليات المراجعة للمحتوى، حتى يتسق مع هذه الأهداف والسياسات، سواء بالحذف أو بالإضافة أو التعديل، بما يشير فى النهاية إلى التحيز فى إنتاج المحتوى، نحو خدمة الأهداف والسياسات الخاصة بالمؤسسة المعلنة أو المستترة التى تحدد ما يجب وما لا يجب أن يفعله القائم بالاتصال فى أثناء ممارسة عمله.<sup>(٣)</sup>

### الشروط الواجب توافرها فى الإعلامى التليفزيونى:

حدد مجموعة من الباحثين الشروط التى يجب توافرها فيمن يضطلع بمهمة الإعلامى، وذلك من خلال مفهوم نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، فعلى سبيل المثال أشار "ريتشارد يوكم" و"شارلز كيريمر" إلى المواصفات التى يجب أن يتمتع بها الإعلامى التليفزيونى على النحو التالى.<sup>(٤)</sup>

(١) حنان حسن محمد الجندى. "مرجع سابق" ص ٣٧.

(٢) وسام محمد أحمد نصر، "العوامل المؤثرة على مشاركة المرأة فى البرامج التليفزيونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١) ص ١٦٧.

(3) Richard Yoakam and Charles Craemer, The Television News and the Technology (New York: Random House, second edition, 1985) p.75.

(4) Stuart Hyde, Television and Radio Announcing, (USA: Boston, Houghton Mifflin company: 8ed, 2004)p.18.

## ١. شخصية ذات طبيعة محببة:-

نستطيع أن نقول إنها شخصية لطيفة بعيدة عن الغرور والعبوس، واثقة مستعدة للخروج على الهواء فى أية لحظة، مرتبة الأفكار والأداء، تألف جو الأستوديو، تعشق وجودها على الهواء مباشرة، كى تنقل معلومة إلى الجمهور، فيشعر المتلقى أنه أمام صديق يقدم له معلومة.

## ٢. الجدية والسلطة:-

تتبع سلطة الإعلامى من جدية ما يقدمه من أخبار، وانفراذه بإعلان الحقائق يشعره بهذه السلطة التى يشعر بها المشاهد، وتجعله يصدق الرسالة التى يقدمها الإعلامى على الفور، من منطلق حرصه والتزامه بمسئوليته الاجتماعية، كما تأتى السلطة أيضاً من سلوكيات الإعلامى وأدائه وثقته بنفسه، وقدرته على تحاشى الأخطاء كلما أمكن تمنحه الكثير من السيادة أمام الكاميرا، وهذا بالتحديد يدعم مقولة متداولة فى غرف الأخبار تقول: "على المقدم أن يبادر بالهجوم مع مراعاة التزامه المهنى والأخلاقى".

## ٣. معبراً عما يقرأ:-

من الأمور المهمة والمهارات التى يجب أن يستخدمها مقدم البرنامج فيما يقدمه من رسائل إعلامية: أن يشعر المتلقى بنبرات الحزن فى صوته عندما يتحدث عن أزمة تمر بها البلاد، فتشعر بمسئوليته الاجتماعية إزاء بلاده، أو عندما يمر مشهد مؤثر ومحزن أمامه على الشاشة، على عكس ذلك عندما يعلن عن خبر سار، فمن المستحسن أن تجده يبتسم، ولكن مع وجود شرط مهم، وهو عدم المبالغة فى إظهار التعاطف بشكل يخرج المشاهد من الحدث.

## ٤. يجيد قواعد اللغة:-

معرفة قواعد اللغة من أهم الصفات التى يجب أن يتحلى بها الإعلامى، فهو بمثابة قدوة، بجانب أن عليه اختيار الكلمات التى تحتويها رسالته بعناية فائقة، ويتعد عن الكلمات المطاوعة التى يمكن أن تحمل أكثر من معنى فى نفس الوقت، حتى لا يختلط الأمر على المتلقى، بالإضافة إلى أهمية أن تكون لغة الرسالة المستخدمة سهلة وواضحة، بعيدة عن اللهجات العامية التى يمكن أن تكون حكراً على فئة معينة من المجتمع، فرسالته من المفترض أن تصل إلى جميع

الفئات والمستويات، كما يجب عليه أن يكون على دراية بالنطق السليم للأسماء باللغات المختلفة، وحبذا أن يكون الإعلامى على دراية بأكثر من لغة.

٥. يمتلك مهارات الكتابة الصحفية:-

فبجانب مهارات الإلقاء السليم، والقدرة على إدارة الحوار ببساطة، وتمتع بمخارج ألفاظ واضحة، يجب على الإعلامى أن يكون لديه القدرة على تجميع المعلومات من الصحف والأرشيف، وإعدادها فى صورة النص البرامجى "إسكربت"، فمقدم البرنامج المتميز هو الذى يستطيع الكتابة للصحافة والتلفزيون معاً، وهو الذى يقوم بإعداد موضوعه وكتابته وتقديمه بنفسه.

وحدد "ستيوارت هايبند" بعض الجوانب المطلوب توافرها فى الإعلامى:-

١. واسع الاطلاع والمعرفة:-

الشخصية الموسوعية هى صفة يجب أن يتصف بها الإعلامى، فالاطلاع والمعرفة هما أهم أدوات الإعلامى الناجح على طول مسيرته فى عالم الصحافة التلفزيونية، فعليه أن يكون ملماً بكثير من مناحى الحياة المختلفة الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، فالإعلامى العصرى هو الذى يقوم بإعداد رسالته الإعلامية بنفسه، من بداية البحث عن فكرة وتفتيش عن مصادر المعلومات المناسبة، وكتابة الرسالة، وإعدادها بطريقة تصلح لإذاعتها عبر التلفزيون، دون الحاجة إلى وظيفة المعد الذى كان يقوم بكل هذه المهام ويأتى الإعلامى فقط لإذاعتها على المتلقين.<sup>(١)</sup>

٢. القدرة على التواصل عبر قنوات الاتصال غير الشفهى:-

فى عالم التلفزيون هناك عدة طرق لتوصيل الرسالة الإعلامية بجانب الصوت، ومن أهم هذه الوسائل الحركات الجسدية وتعبيرات الوجه واتصال العين، بالإضافة إلى أن للأزياء التى يرتديها مقدم البرنامج دوراً كبيراً فى شد انتباه المشاهد، كل ذلك يمكن أن يساعد فى توصيل الرسالة بجانب الصوت.

٣. حسن التفاعل مع فريق الإعداد:-

الإعلامى الناجح هو الذى يستطيع أن يخلق جواً من التفاعل والتفاهم بينه وبين فريق العمل، حتى مع أصغر العاملين داخل الأستوديو، فالعمل التلفزيونى عمل

(١) حنان حسن محمد الجندى. "مرجع سابق" ص ٤١.

جماعى فى المقام الأول، والكل يعمل لإخراج الرسالة الإعلامية على أكمل وجه، كما أن للمخرج والمعد الكلمة العليا والأخيرة داخل الأستوديو، ولا بد أيضاً من وجود نوع من المرونة تسمح لمقدم البرنامج بتغيير بعض العناصر، والمشاركة والمناقشة أمر مهم لبروز الرسالة بصورة جيدة.

وقد أشارت "دينا أبو زيد" إلى بعض الجوانب الأخرى المطلوب توافرها فى الإعلامى:-<sup>(١)</sup>

#### ١. معرفة الجمهور:

من الأشياء المهمة جداً للإعلامى أن يكون على دراية بنوعية الجمهور الذى يقدم له الرسالة، فيجب عليه أن يضع فى اعتباره الفئة العمرية الموجه إليها الرسالة وطبقته الاجتماعية، ونوعه ذكراً أم أنثى، والمستوى التعليمى لهذا الجمهور، فإذا وضع يده على ديموجرافية جمهوره، سيقوم بإعداد رسالة مناسبة هادفة، وبالتالي تتجح الرسالة فى التأثير.

#### ٢. توطيد الصلة مع الجمهور:

من أهم الأشياء التى يجب أن يحرص عليها الإعلامى، هى بناء علاقات قوية مع مشاهديه، والحقيقة أن بناء العلاقات ليس بالأمر الذى يمكن تعلمه، لأنها مسألة تتعلق بقدرة الإعلامى على أن ينال إعجاب جمهوره وتقديره، فيصبح نجمهم المفضل ويكونون له مشاعر الصداقة أو كأنه أحد أفراد الأسرة.

#### العوامل المؤثرة فى أداء القائم بالاتصال:

##### ١. خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات:-

تلعب الخصائص والسمات دوراً فى الممارسات الإعلامية للقائم بالاتصال، مثل النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والمستوى التعليمى، والانتماءات الفكرية، والعقائدية وكذلك إحساسه بالأمان.<sup>(٢)</sup>

ويعد الإحساس بالذات الذى ينعكس على ثقة الفرد فى نفسه وتقديره لذاته، محصلة أو نتيجة لقدرة الفرد والمجتمع على تلبية حاجات عديدة، يتصدرها إحساس

(١) حسن عماد مكاوى، لىلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة، ٢٠٠٩) ص ١٧٩.

(٢) حنان حسن محمد الجندى. "مرجع سابق" ص ٤٤.

الفرد بالأمن بأشكاله وصوره المتعددة، والذي ينتقل بالفرد إلى مناطق القدرة على التعبير والمشاركة فى صنع القرار.<sup>(١)</sup>

## ٢. الانتماء للجماعات المرجعية:-

يعتبر الانتماء عنصراً محدداً من محددات الشخصية، لأنه يؤثر فى طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد يتم وصفه أيضاً من خلال مفهوم الجماعات التى ينتمى إليها من الجماعات التعليمية والاجتماعية والوظائفية وغيرها.<sup>(٢)</sup>

## ٣. الرضا الوظيفى للقائمين بالاتصال:-

يعتبر الرضا الوظيفى أمراً مهماً للفرد، وذلك لأنه يشكل الأساس لتحقيق التوافق النفسى والاجتماعى، فالعمل الذى يشغله الفرد يعتبر وسيلة مهمة لإشباع حاجاته ورغباته، كما أن للرضا الوظيفى علاقة بالنتائج التى يمكن أن تحققها المنظمات، حيث إن رضا الفرد عن عمله وعن الظروف المحيطة به يجعله أكثر عطاءً، فالمنظمات الإعلامية لا تستطيع أن تؤدى دورها على الوجه الأكمل، إلا إذا كان العاملون بها راضين عن عملهم ومقتنعين به.<sup>(٣)</sup>

## ٤. تأثير السياسات الداخلية والخارجية:-

يتأثر عمل القائم بالاتصال بنوعين من السياسات: أحدهما يسمى بالسياسات الداخلية: وهى سياسات المؤسسة الإعلامية التى يعمل بها، والتى قد تكون معلنة أو مستترة، يكتسبها من خلال علاقات العمل والتشئة الاجتماعية داخل المؤسسة، وهى التى تفرض عليه عمليات تعديل المحتوى، سواء بالحذف أو بالإضافة أو التعديل، حتى يصل إلى الجمهور المستهدف بما يتفق مع سياسات هذه المؤسسة.

أما النوع الآخر فيسمى بالسياسات الخارجية، ويقصد بها تلك السياسات التى تصدر عن المشرعين والمسئولين عن وضع الأهداف العامة الرئيسية للمؤسسة

---

(١) رغدة محمد عيسى، "العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد الإذاعة والتليفزيون المصرى وانعكاسها على التخطيط الإعلامى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥) ص ٥٦.

(٢) بطرس جرجس، "العوامل المؤثرة فى الرضا الوظيفى لدى العاملين فى المؤسسات الإعلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٩) ص ٦.

(٣) وسام محمد أحمد نصر. "مرجع سابق" ص ١٨٥.

الإعلامية فى المجتمع، ويتم ذلك من خلال التشريعات والقوانين التى تضمن العملية الإعلامية فى جميع المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر السلطة، ولا تمارس هذه السياسات صراحة، ولكن يظل لها تأثير واضح فى قرارات وسائل الإعلام.<sup>(١)</sup>

#### ٥. التوقعات الخاصة بالجمهور:-

لاحظ الباحثان "أثيل دى سولا بول وشومان" أن الجمهور يؤثر فى القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال فى الجمهور، فالرسائل التى يقدمها القائم بالاتصال تحددتها إلى حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دوراً ايجابياً فى عملية الاتصال، وبجانب ذلك يمثل جمهور المتلقين بالنسبة للقائم بالاتصال الدعم الأساسى لدوره وإنجازاته، سواء من خلال الإحساس بالتقدير الذاتى، أو مواجهة الغير من أصحاب المصالح أو جماعات الانتماء داخل المؤسسات الإعلامية وخارجها.<sup>(٢)</sup>

#### ٦. العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات:-

يعد تدعيم العلاقات الوظيفية بين المندوبين والمصادر الإخبارية عنصراً جوهرياً فى عملية صناعة الأخبار، فالمندوب الإخباري يقضى معظم وقته مع المصادر التى تمده بالأخبار بشكل منتظم، ويبدأ تدريجياً فى الاندماج معهم، بحيث تصبح قيمهم ومصالحهم ومشاكلهم وسلوكياتهم مألوفة من جانبه.

#### ٧. الضغوط المهنية وعلاقات العمل:-

هناك العديد من الضغوط التى تواجه القائم بالاتصال فى أثناء تأدية وظيفته، وتختلف طبيعة الضغوط التى يتعرض لها القائم بالاتصال فى مصر حسب مجال تخصصه.

#### القيود المفروضة على الإعلامى التليفزيونى:

##### أولاً: ضغوط الرقابة:-

إذا كانت القيود الرقابية قد قلت فى الآونة الأخيرة بشكل ملحوظ، خاصة مع زيادة سقف الحرية المتاحة للإعلاميين بعد ثورة يناير، فإن بعض القنوات الحكومية

(١) رغبة محمد عيسى. "مرجع سابق" ص ٥٩.

(٢) نشوة سليمان محمد عقل، "تقييم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة، دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢)

ما زالت متمسكة ببعض هذه القيود الرقابية، وفي الوقت نفسه فإن هذه القيود الرقابية تأخذ شكلاً آخر بالنسبة للقنوات الخاصة، فلا شك أن هناك قيوداً يضعها ملاك هذه القنوات على العاملين بها، كما أن هناك قيوداً أخرى مرتبطة بالجانب الإعلامي، وقد تكون هذه القيود في بعض الأحيان أشد من القيود الرقابية التقليدية.

#### ثانياً: الضغوط المادية :-

يتعرض الإعلاميون العاملون بالقنوات الحكومية للضغوط المادية بشكل أكثر مما يتعرض له أقرانهم في القنوات الخاصة، نظراً لضعف ميزانية هذه القنوات مما يؤثر في مظهرهم الخارجي، ويضعف من صورتهم أمام الجماهير، الأمر الذي يؤدي إلى إضعاف مصداقيتهم، بالإضافة إلى الافتقار إلى التقنيات المتطورة التي تسهل عمل الإعلامي وتساعد على التميز، وهو ما نلاحظه في بعض القنوات ذات الإمكانيات الفنية الضعيفة التي لا تساعد الإعلامي على إظهار ما لديه من قدرات ومواهب، بينما قنوات أخرى قد تكون الكفاءات البشرية بها أضعف في الجانب المهني، إلا أن التطور التقني يعوض الضعف في القدرات البشرية.

#### ثالثاً: ضغوط التنافس :-<sup>(١)</sup>

التنافس الشديد بين القنوات للحصول على السبق يؤدي إلى نوع من الضغط على القائم بالاتصال، مما يدفعه في بعض الأحيان إلى تجاوز بعض أخلاقيات المهنة، في سبيل الوصول إلى هذا السبق والوصول إلى حالة متقدمة من التنازع بين القائمين بالاتصال في البرامج، وبالأخص البرامج الرياضية، مما يزيد من معدل التجاوز في أخلاقيات المهنة.

#### رابعاً: الموضوعية والحيادية :-

يمثلان نوعاً من الضغط على الإعلامي التلفزيوني، فمهما كان انتماءه السياسي والاجتماعي، فعليه أن يلتزم الحياد في طرح الموضوعات، حتى لا يتهم بالتحيز، فليس من المسموح أن يظهر الإعلامي آراءه الشخصية أمام الجمهور.

(١) حنان حسن محمد الجندی. "مرجع سابق" ص ٤٧ - ٤٨

## الاتجاهات الحديثة للنظرية:

لا تزال المسؤولية الاجتماعية حتى الآن مجرد نظرية، أكثر من كونها مطبقة عملياً، وفى العديد من المواقف الملائمة فإنه يتم الاستعانة بها وتطبيقها فى الواقع.<sup>(١)</sup>

وهناك عدة عوامل فى تجلية الرؤية حول مدى تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية فى المجتمعات الغربية، ومن هذه العوامل الفرق الكبير بين وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وبين وسائل الإعلام المطبوعة، فيما يتعلق بخضوعها للقوانين المنظمة للعمل الإعلامى، ذلك؛ لأن الصحافة تتمتع بقدر أكبر من الحرية، فال مواطن الذى يريد إصدار صحيفة - مثلاً - ليس مطالباً بالحصول على رخصة لإصدار الصحيفة من الجهات الرسمية، فالصحافة التى تتمتع بهذا القدر من الحرية الإدارية تتمتع أيضاً بقدر أكبر من الحرية الفكرية والاجتماعية.

وتوجد نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى حد ما فى فلسفة العمل الإذاعى أكثر من سائر أشكال المطبوعات، فالإذاعة الأمريكية المسموعة أو المرئية مملوكة ملكية خاصة، ولكنها تخضع لنظام التراخيص، وفى بداية الثلاثينيات قررت المحكمة الدستورية العليا الأمريكية تبرير ذلك دستورياً بأن الإذاعيين يستخدمون ملكية عامة وهى الموجات الهوائية للاتصال، ومن أجل هذا فإن للشعب الحق من خلال حكومته أن يمارس بعض السيطرة أو الرقابة على الإذاعة، وللحكومة الأمريكية من خلال لجنة الاتصالات الفيدرالية أن تسحب الترخيص الممنوح لأى محطة ترى أنها لا تعمل من أجل الصالح العام.

أما فى أوروبا الغربية، فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تتواجد بدرجة تفوق تواجدها فى الولايات المتحدة، وفى بعض الدول الأوربية يعمل الصحفيون بموجب ترخيص يمكن سحبه من خلال بعض القواعد والقوانين الصحفية، وفى إنجلترا يعطى قانون يعرف باسم "قانون الأسرار الرسمية" الحكومة سلطةً ضد أى وسيلة إعلامية يمكن أن تعرض أمن الوطن للخطر.<sup>(٢)</sup>

(١) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، "المسؤولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية (الحكومية والخاصة) كما تراها النخبة": دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١)، ص ٧٠.

(٢) حمدى حسن، مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٧)، ص

وفى إنجلترا أيضاً انعكست نظرية المسؤولية الاجتماعية فى الأنشطة التى كان يقوم بها المجلس العام للصحافة الذى أصدر عدداً من التوصيات عام ١٩٤٩، حيث تلقى المجلس العديد من الشكاوى عن أداء الصحافة من جهات متنوعة، وقام بالتحقيق فى بعض الاتهامات، مثل قيام المحرر بكتابة رأيه فقط دون أن يعطى الطرف الآخر الذى يهاجمه حق الرد، وأن تقوم الصحافة بنشر التفاصيل الدقيقة عن جريمة اغتصاب لفتاة وهكذا، وعلى الرغم من أن المجلس لم يكتب قانوناً عاماً للأخلاقيات، فإنه كان يأمل أن يتم الاسترشاد بقراراته فى الحالات المتشابهة ومنها:

(١) من حق الصحف أن يكتب ما يريد عن موضوع معين، ولكن دون أن يحرم الأطراف ذات الصلة من توضيح موقفها تجاه هذا الموضوع.

(٢) لا ينبغى على الصحافة أن تجعل النقد الموجه إلى شخص معين يصل إلى المستوى الذى يضر بسمعته فى المجتمع.

(٣) إذا ما أساءت الصحيفة فهم الحقائق، فإنه يجب أن ينشر التصحيح والاعتذار فى مكان ملائم فى الصحيفة، حتى يصل إليه القارئ بسهولة.<sup>١</sup>

ومن بين العوامل التى تساعد فى تجلية الرؤية حول مدى تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية فى المجتمعات الغربية، أن هناك مشكلة أساسية تتعلق بهذه النظرية فى الولايات المتحدة نفسها، حيث لا يوجد اتفاق عام حول مسؤوليات الإعلام، وعلى الرغم من وجود عدة مواثيق لمرافق الإعلام المختلفة تحدد مسؤوليات كل مرفق، إلا أنه لا يوجد ميثاق واحد عام وشامل وملزم للجميع، ويعود السبب فى هذا إلى موقف الإعلاميين الأمريكيين أنفسهم، الذين يرغبون فى تحديد المسؤوليات بصورة دقيقة وحاسمة، خشية أن يؤدي هذا التحديد إلى محاولة إلزامهم بتلك المسؤوليات، وهذا - بلا شك - يتضمن تهرياً من المسؤولية، لذا فإننا نستطيع أن نقول: إن نظرية المسؤولية الاجتماعية فى الإعلام ليست مطبقة على الأقل فى المجتمع الذى ظهرت فيه بصيغتها وقالبها المهنى والاجتماعى والسياسى المعروف عند المتخصصين فى الإعلام، ولذلك لا نعجب من الجدل القائم الآن فى المجتمعات الغربية بين دعاة الحرية وأنصار المسؤولية.

وتعانى نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلل فى التطبيق، وسبب هذا الخلل هو

(١) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، "مرجع سابق" ص ٧٢.

خضوع وسائل الإعلام للتيارات السياسية والاقتصادية التي زادت من غموض معالم هذه النظرية.

فى القرن الماضى كان الإعلامى يشعر إما بالعجز أو الرضا، العجز لأن الأداء الصحفى قد تم تحديده بما يتلاءم مع طبيعة النظام السائد الذى تشكل عن طريق قوى اجتماعية واقتصادية وثقافة خارجية عن سيطرة الإعلام المباشرة، أما شعوره بالرضا فلأن الإعلامى كان له دور مهم فى تشكيل نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولا ينبغى أن يشعر الإعلامى بذلك، فبينما يتحكم النظام السائد فى أداء الصحافة إلا أن الصحفيين يستطيعون أن يقولوا رأيهم فى طبيعة النظام، ومن ناحية أخرى فإن المسؤولية الاجتماعية لا تزال نظرية أكثر من كونها واقعا، وعلى الإعلاميين أن يبذلوا جهداً أكثر فى صياغة شكلها فى المستقبل.<sup>(1)</sup>

### الانتقادات التي وجهت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية:

من الانتقادات التي وجهت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية إنها تحد من حرية وسائل الإعلام، وتفتقر إلى آليات التنظيم الذاتي لمهنة الإعلام من خلال موثيق الشرف المهنية ومجالس الصحافة، كما أن مجمل الأفكار التي طرحتها تلك النظرية لم تتح لها فرصة التنفيذ بشكل كامل، كما واجهت هذه الأفكار معارضا كثيرة في الولايات المتحدة الأمريكية من جانب ملاك الصحف والصحفيين أنفسهم، بينما حققت بعض النتائج الإيجابية في بعض دول أوروبا، مثل "السويد" التي قامت بمواجهة خطر سيطرة الاحتكارات على صحافتها، بتقديم معونات مادية أسهمت في الحفاظ على حياة كثير من الصحف القديمة بالسويد.

ومن الانتقادات الأخرى التي وجهت إلى تلك النظرية أنها تقدم مقولات وتوصيات عامة، ولا تقدم فروضاً علمية قابلة للقياس المنهجي، كما أنها اهتمت بالصحف بوجه عام، وتجاهلت وسائل الإعلام الأخرى وخاصة التلفزيون، إضافة إلى صعوبة إخضاعها للقياس المنهجي.<sup>(2)</sup>

وقد شهدت الفترة الزمنية الأخيرة انحداراً في أخلاقيات صاحبة الجلالة

(1) Gross, Gerald. the Responsibility of the press. (New York: Fleet publishing corporation, 1996). p47.

(2) سليمان صالح (٢٠٠٧): "ثورة الاتصال وحرية الإعلام". (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ٢٩.

وسلوكياتها وظهرت على السطح ظاهرتان خطيرتان: صحافة انفلت فيها الزمام، وبدلاً من أن تكون رسالة تنوير وفكر، أصبحت أداة للإثارة والفضائح، وفضائيات استهلكت المال والجهد، وشوهت كل القيم دون أن تعرف من أين يأتي هذا الطوفان، مما يؤدي إلى انتشار العنف وغياب الانتماء وفقدان الهوية.<sup>(١)</sup>

وواجهت نظرية المسؤولية الاجتماعية العديد من أوجه النقد باعتبارها انتقاصاً للحرية، ولأنها تفرض الوصايا على النظام الإعلامي، من خلال التنظيم الذاتي للإعلام، كما أن النظرية تحد من حرية وسائل الإعلام، وتعطى مبرراً للحكومات للتدخل في شؤون الإعلام، تحت شعار الحفاظ على المسؤولية الاجتماعية للإعلام، وأن النظرية عاجزة عن إصلاح أداء الإعلام الغربي وتفسير أوضاع الإعلام في العالم الثالث، أو جعل الإعلاميين أكثر التزاماً.

ويضاف إلى ما سبق افتقارها لليات التنظيم الذاتي لمهنة الإعلام، من خلال مجالس الصحافة ومواثيق الشرف المهنية، وأن مجمل الأفكار التي طرحتها هذه النظرية لم تتسع لها فرص التنفيذ بشكل كامل، حيث نظر الصحفيون إلى هذه الأفكار على أنها تمثل اتجاهاً نحو الاشتراكية وخطراً على حرية الصحافة، في حين عارضت هذه الأفكار بشدة مجموعات ملاك الصحف.

ويرى البعض أن هذه النظرية لم تتجح في بناء أرضية صلبة في واقع المجتمع، لأنها اصطدمت بتيارات سياسية واقتصادية، وكان طبيعياً أن تحمل هذه النظرية في طياتها إرهابات الفشل؛ لأن ما نادى به لا ينسجم مع مصطلح السوق الإعلامية الحرة في المجتمعات الغربية.<sup>(٢)</sup>

### إيجابيات نظرية المسؤولية الاجتماعية:

(١) تميزت نظرية المسؤولية الاجتماعية عن نظرية الحرية في النقاط التالية:

- تؤمن كل من نظرية الحرية والمسؤولية بحقوق الإنسان، بينما تركز الليبرالية على حقوق الإنسان الفردية، وتؤمن نظرية المسؤولية بحقوق الجماعة.
- يقول "لويس داي": بينما تؤكد الليبرالية حق الفرد، تسعى نظرية المسؤولية إلى

(١) فاروق جويده: "فوضى الصحافة والفضائيات" في: جريدة الأهرام، العدد (٤٤٨٨) السنة ١٣٤، ٢٣ أكتوبر، ٢٠٠٩، ص ٤١.

(٢) محمود علم الدين. مدخل إلى الفن الصحفي. (القاهرة: ركلام للنشر، ٢٠٠٠) ص ص ٣٠٩ - ٣١٠.

- تحقيق المساواة بين كل أعضاء المجتمع، حيث إن أنصار نظرية المسؤولية على استعداد للتضحية بالحرية الفردية في سبيل تحقيق العدالة في المجتمع.
- على عكس نظرية المسؤولية، فإن تأكيد الليبرالية على الحرية الفردية، يجعل من المستحيل تقريباً على الليبراليون أن يكافحوا من أجل العدالة الاجتماعية، وأن يجعلهم مسئولين اجتماعياً.
  - بينما يصر الليبراليون على أنه لا ينبغي أن يكون هناك دور للحكومة في وسائل الإعلام مهما كانت الظروف، يؤمن أنصار نظرية المسؤولية بأن الحكومة ينبغي أن تبقى في الخلفية بأن تدفع وسائل الإعلام أن تكون مسئولة عن طريق التنظيم الذاتي.
  - في ظل نظرية المسؤولية ينبغي على وسائل الإعلام أن تكون ناقلاً عاماً للأفكار؛ لأنه على الصحافة أن تلتزم بتقديم الأصوات والآراء السائدة كافة في مجتمع معين، وأن تمثل كل القطاعات المجتمع، هذا يختلف تماماً عن الليبرالية التي تؤمن بأن وسائل الإعلام لديها الحرية الكاملة- إن أرادت- في تقديم الأفكار التي ترغب بها.<sup>(1)</sup>
- ٢) قدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعض الحلول التي تعد بمثابة التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، وقد تمثل هذا الحل في عدد كبير من الأفكار من أهمها:
- إنشاء مجالس للصحافة تكون مهمتها المحافظة على حرية الصحافة وعلى أجود المعايير المهنية، ويحث شكاوى الأفراد ضد التجاوزات الصحفية في بعض الدول الأوروبية.
  - إصدار موثيق أخلاقية مهنية، يقوم الصحفيون أنفسهم بإصدارها.
  - أن تقوم وسائل الإعلام نفسها بإصدار موثيق الشرف الأخلاقية.
  - "الأمبودسمان" العام والخاص، و"الأمبودسمان" هو محامى الشعب الذى يدافع عن حقوق الأفراد في مواجهة وسائل الإعلام المختلفة وتجاوزاتها.
  - تتكون "الامبودسمان" من كبار المحررين بالصحيفة، ويقومون بدور ناقد

(1) Retief, John. Media Ethics: An Introduction to Responsible Journalism.(Oxford: Oxford university, 2002) p.16.

الصحيفة الذى يبصر الصحيفة بمسئولياتها وبنبها إلى أخطائها، فالأمبودسمان العام هو جهاز يرأسه شخص يتمتع بفهم دقيق لأخلاقيات الصحافة والقضايا المتعلقة بها، ويعمل على حل أى نزاع بين المواطن والصحيفة، عن طريق ضمان حق الرد للمواطن على ما ينشر عنه، بينما الامبودسمان أو محامى الشعب الخاص، فهو الشخص الذى يبحث فى شكاوى المواطنين ضد هذه الوسيلة ورصدها فى تقارير يتم رفعها للمسؤولين.

• النقاد الداخليون والخارجيون: وهم الذين يقومون بنقد ما تقدمه وسائل الإعلام إلى الجمهور من مضمون وتقييمه، والنقد الخارجى يتمثل فى إنشاء مجلات وصحف متخصصة فى نقد مضمون وسائل الإعلام.

• استطلاعات الرأى العام وتطوير التواصل بين الإعلاميين والجمهور وتشجيع البحث العلمى فى مجال الإعلام والتعليم والتدريب.(١)

ورغم أوجه النقد التى وجهت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية، إلا أنها قدمت حولا لتنظيم أداء وسائل الإعلام لمسئوليتها، ويتمثل ذلك فى التنظيم الذاتى لمهنة الصحافة، عن طريق إنشاء مجالس الصحافة، وإصدار موثيق الشرف الأخلاقية المهنية، ونظام محامى الشعب بالصحيفة (الامبو دسمان)، كما وفرت النظرية إمكان تطوير أخلاقيات الإعلام<sup>(٢)</sup>.

١. حققت النظرية بعض النتائج الإيجابية فى بعض الدول الأوربية، مثل "السويد"، التى قامت بمواجهة خطر سيطرة الاحتكارات على وسائل الإعلام، من خلال إنشاء نظام لتقديم إعانات إلى وسائل الإعلام بها، للمحافظة على التنوع والاستقلالية.

٢. تساعد النظرية على زيادة المسؤولية لوسائل الإعلام تجاه جمهورها.

٣. تحد النظرية من تدخل الحكومة للسيطرة على وسائل الإعلام، حيث تسمح بتحكم محدود من جانب الحكومة للحفاظ على المصلحة العامة.

٤. دعت النظرية إلى تحقيق مبدأ التنظيم الذاتى للإعلام، من خلال مجموعة من الحلول التى تساعد على تحقيقه من أهمها:-

(١) فتحى حسين أحمد عامر. "مرجع سابق" ص ٧٣ - ٧٤.

(٢) حنان حسن محمد الجندى. "مرجع سابق" ص ٣٥.

- القيام بإنشاء مجالس للصحافة والإعلام وموثيق أخلاقية مهنية.
- عمل استطلاعات للرأى العام للتعرف على آراء الجمهور.
- تطوير التواصل بين الإعلاميين والجمهور باستخدام وسائل الاتصال الحديثة.
- نشر التصحيحات فى مكان بارز، وعرض الرأى والرأى الآخر فى البرامج التلفزيونية.<sup>(١)</sup>

والخلاصة: أن النظرية تعد محاولة لضبط جنوح الحرية المطلقة للنظرية الليبرالية، حتى لا تتحول إلى فوضى تضر بالمجتمع.

### معوقات تطبيق النظرية:

#### ١- النزعة الربحية فى اقتصاديات الوسيلة الإعلامية:

كان رفض رجال الأعمال والصحافة لنظرية المسؤولية الاجتماعية، التى نادى بها بعض الاقتصاديين والإعلاميين الحريصين على بنية المجتمع والحفاظ على ما تبقى من قيمه وأخلاقه قد اتخذ شكلاً جديداً، عزز من ثبات جبهة الرفض وصمودها أمام أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك عندما تطورت تقنية وسائل الإعلام، وأصبحت مجالاً ربحاً وناجحاً للربح والاستثمار، واتجه إليها رجال الأعمال الذين لا يفقهون شيئاً فى تخصص الإعلام ولا فى أخلاقيات المهنة، وحولوها إلى شركات استثمار ضخمة، يههما فى المقام الأول أن تفوز بأكبر عدد من المساهمين فى ملكياتها وإداراتها وتشغيلها، وأن تضمن لهؤلاء المساهمين قدراً معيناً من الأرباح، من خلال تركيزها على الوظيفة الترفيهية على حساب وظائف أخرى.

#### ٢- سيطرة جماعات الضغط والمصالح:

فى مجال وسائل الإعلام المطبوعة، عرفت الأوساط الإعلامية فى أوروبا والولايات المتحدة نوعية خاصة من الصحافة تسمى "صحافة الرأى"، وقد استخدمت جماعات المصالح هذا النوع من الصحافة فى التعبير عن اتجاهاتها، من أجل التأثير فى الرأى العام، ويعتقد أنصار هذا النوع من الصحافة أنه من الصعوبة بمكان تحقيق الموضوعية.

أما فى مجال وسائل الإعلام الإلكترونية، وبخاصة فى التلفزيون، فقد كانت

(١) أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح. "مرجع سابق" ص ٦٠.

سيطرة جماعات الضغط والمصالح تمثل مشكلة خطيرة على الساحة الإعلامية، فى أواخر عقد الستينات وبداية عقد السبعينات، عندما تزايد اهتمام هذه الجماعات بدور وسائل الإعلام فى توجيه الرأى العام وتسخيرها لخدمة أهدافها المختلفة، ومن أهم هذه الجماعات المؤثرة فى الرأى العام الغربى وفى صناعة القرار السياسى: "اللوى الصهيونى" فى الولايات المتحدة الأمريكية.

### محددات الوعى الإعلامى: (١)

تعتبر محددات الوعى الإعلامى نمطاً من أنماط تكريس المسئولية الاجتماعية؛ لأنها ترفع الحس النقدى لدى المشاهدين، من خلال وصفها للاستراتيجيات والمفاهيم العامة، أما التعليم الإعلامى فتم تصنيفه بوصفه أحد أبرز الآليات التى يتم من خلالها تنفيذ تلك الاستراتيجيات، وتعظيم الوعى الإعلامى، ليصبح بدوره مرادفاً لمفهوم امتلاك أدوات الثقافة الإعلامية من قبل الرأى العام، بما يمكنه من التكيف والمشاركة بفعالية مع الواقع الاجتماعى الذى تبنى وسائل الإعلام عبر موادها ومضامينها المختلفة.

وينطلق التحليل الاجتماعى لمحددات الوعى الإعلامى من قاعدة مهمة، تتمثل فى: الربط بين الممارسات غير المسئولة من قبل وسائل الإعلام، - ومنها ترويج الشائعات، - وتعظيم الوعى لدى الرأى العام بالآثار الناتجة عن تلك الممارسات، فضلاً عن تزويده بالمعارف والثقافة الإعلامية اللازمة التى تضمن للرأى العام تفاعلاً إيجابياً مع وسائل الإعلام، فى ضوء الاستفادة من وظائفها المرغوبة، وتجنب آثارها الاجتماعية غير المرغوبة.

وتتعلق محددات الوعى الإعلامى من الرأى العام بشأن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة من حيث البيئة والممارسات والتأثيرات المرتبطة بتلك الوسائل، وتتمثل فيما يلى:-

١. تتلقى وسائل الإعلام أحداثاً ووقائع بعينها من الواقع الاجتماعى فى ضوء العديد من الاعتبارات والقرارات المهنية، ومن ثم فهى ليست مجرد مرآة تعكس الواقع فى صورته الأولية، بل ثمة عملية انتقائية ينبغى الإلمام بمصوغاتها ومراميها من قبل الرأى العام.

(١) خالد صلاح الدين حسن، مرجع سابق ص ١٢٨٩.

٢. تؤثر وسائل الإعلام فى معارف الرأى العام واتجاهاته، من خلال طرحها لأحداث الواقع الاجتماعى وقضاياها، فى ضوء تصورات بنائيه مسبقه، تعكس استخلاصات وتفسيرات لتلك الأحداث والقضايا، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تعد من أبرز روافد التحول الاجتماعى عبر تأثيراتها التراكمية فى المعارف السياسية والاجتماعية للرأى العام.

٣. تسهم وسائل الإعلام فى خلق مستويات متزايدة من الاتفاق بين الأفراد حول المعانى والدلالات التى تعكسها مخرجات الواقع الاجتماعى، ويتفوق فى ذلك بدوره على العديد من المتغيرات مثل (الاحتياجات الشخصية - مستويات القلق - نمط النشأة الاجتماعية - الخلفية الثقافية للأفراد).

٤. تتأثر الممارسات الإعلامية بالضغوط الاقتصادية والاعتبارات الربحية التى تؤثر بدورها فى المضامين الإعلامية، وطرق طرحها على الرأى العام.

٥. ينطوى جانب كبير من الرسائل الإعلامية التى تطرحها وسائل الإعلام على رؤى إيديولوجية، وقيم فكرية بعينها، تسعى وسائل الإعلام لإقناع الرأى العام بها.

٦. تتفاوت تأثيرات وسائل الإعلام فى الرأى العام باختلاف طبيعة الوسيلة، فضلاً عن خصائص الرأى العام الديموجرافية والاجتماعية والثقافية.

٧. تمتلك كل وسيلة إعلامية إمكانات وأدوات إبداعية وجمالية تميزها عن الوسائل الأخرى، ومن ثم تبدو الأهمية البالغة لأن يكون الرأى العام الثقافة الإعلامية التى تؤهله للاستمتاع بتلك الإبداعات.

وفى ضوء الطرح السابق تبدو القيمتان النظرية والمنهجية لتحليل الاجتماعى لمحددات الوعى الإعلامى، بوصفه إطاراً تفسيرياً رصيناً لإليات العلاقة الثنائية بين الإعلام والشائعات، وتأثير مخرجات تلك الثنائية فى الرأى العام القادر على تقييم أداء وسائل الإعلام، والتعامل معها بشكل وإع يضمن عدم الخضوع لتأثيراتها السلبية.

ومن خلال ذلك يتحقق النصف الآخر من المسئولية الاجتماعية، الذى يتمثل فى الجمهور نفسه تجاه ما يشاهده أو يسمعه أو يقرؤه، ويفكر بشكل نقدى فى الرسالة الإعلامية التى يستقبلها بل يقوم بتحليلها ودراسة ما تطرحه من أفكار ومعارف، ومدى توافقها مع أخلاقه ومعتقداته ومصالحه.

## الاستفادة من نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي :

إن علاقة المسؤولية الاجتماعية بالإعلام الرياضي، فى ظل هذه الحالة من عدم الالتزام المهنى والأخلاقى من جميع أطراف هذه العملية تزيد من تهيج الجماهير والتنازب بين القائمين على الإعلام الرياضى وزيادة حالة التعصب بين الجماهير.

ومن خلال متابعة البرامج الرياضية التليفزيونية يبدو أن مقولة "جوليز" مساعد "هتلر" وأول وزير للإعلام فى العالم "أعطى إعلاماً بلا ضمير أعطك شعباً بلا وعى" أثبتت الآن صحتها، وهى لسان حال الإعلام الرياضى، بعد أن أصبحت بعض القنوات والبرامج الرياضية عبئاً على كاهل المجتمع المصرى، بما تصنعه من فتنة وإثارة وترسيخ للتعصب بين الجماهير من خلال تضخيم الأحداث.

يتضح ذلك من خلال استضافة البرامج شخصيات تعمل على دفع بوادر التعصب والاحتقان بين الجماهير، وهى التى ظهرت جلية فى إثارة مشاعر جماهير فريقى الأهلى والمصرى البور سعيدى، قبل "موقعة" بور سعيد الشهيرة، حيث ترتب على تلك الآثار المذبحة الدامية يوم ٢ فبراير عام ٢٠١٢م، وتوابعها بعد صدور أحكام الإعدام على المتهمين من بور سعيد، وصولاً لحريق اتحاد كرة القدم المصرى ونادى ضباط الشرطة يوم ٩ مارس ٢٠١٣م، بعد صدور الحكم على ضباط الشرطة المتهمين فى القضية، ولم تكن تلك الواقعة الأولى، حيث سبقتها قبل ذلك حالات الإثارة فى القنوات والبرامج الرياضية أثناء مباراة المنتخب المصرى ونظيره الجزائرى، فى التصنيفات المؤهلة لكأس العالم لكرة القدم بجنوب أفريقيا ٢٠١٠م، تسببت هذه الفتنة فى تلقى العديد من مقدمى البرامج الرياضية، - وعلى رأسهم مدحت شلبى وأحمد شويبير، - تهديدات بالقتل فى حالة عدم تراجعهم عن إثارة الفتن حسب ما تم وصفه.

ويرى العديد من الخبراء أنه من المفترض تنامى دور الإعلام الرياضى، ليكون تثقيفياً وتويرياً، ولا يكون انحيازياً أو مثيراً للغضب، ويعمل وفق الاعتدال والحيادية عند تناول أية قضية، لأن الإعلام رسالة سامية يخاطب ثقافات مختلفة وعقولاً متباينة وشباباً متحمساً.

هناك إعلام رياضى يسعى إلى الإثارة التى تحقق الريح ولم يكن له دوراً إيجابى، ولم يراع مسؤوليته الاجتماعية تجاه بلده، ولكنه تسبب فى نشر روح الفتنة والتعصب والمصادمات بين العديد من الجماهير، وكان بعيداً كل البعد عن مبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

وبنظرة إلى ما يطفو على السطح من قضايا رياضية، كان من المفترض فى الإعلام الرياضى أن يراعى أن مصلحة الوطن فى هذه الفترة الحرجة بعد ثورة يناير ٢٠١١م، وحالة الفوضى التى مرت بها البلاد والانفلات الأمنى الذى سيطر عليها خلال تلك الفترة، كان يجب أن تتم استضافة شخصيات عاقلة رشيدة لديها القدرة على توجيه رأى العام إلى كل ما هو إيجابى، وعمل مصالحة بين الجماهير، وخاصة جماهير الأهلى والمصرى البورسعيدى، والتواصل مع أطراف الأزمة والوصول إلى حل يرضى جميع الأطراف.

ومن خلال تعدد مظاهر عدم الالتزام المهنى والأخلاقى فى الإعلام الرياضى التليفزيونى لم يكن غريباً على الإطلاق أن يبادر عدد كبير من المسئولين بالاتحادات والأندية الرياضية إلى اتخاذ قرارات بمقاطعة البرامج الرياضية التليفزيونية، وعدم التعامل معها، بل وصل الأمر إلى قيامهم بملاحقة البرامج الرياضية ومقدميها قضائياً، للحصول على حقوقهم الأدبية بسبب الأضرار التى عادت عليهم، من وراء المضامين التى تقدمها تلك البرامج الرياضية، التى أخذت الرياضة والرياضيين إلى ساحات القضاء.

إن الخوف من زيادة هذه الحالة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، وحالة الانفلات الأمنى التى سيطرت على مصر خلال تلك الفترة، والتى جعلت جماهير الرياضة تقتحم الملاعب كما حدث فى العديد من المباريات، مع أنه كان من المتوقع الاستفادة من الثورة للقيام بالتحويل إلى جمهور رياضى واع؛ لأن أعداداً كبيرة من جماهير الألتراس للأندية الجماهيرية مثل الأهلى والزمالك والإسماعيلى كان لهم دور كبير فى أثناء الثورة، ودور جماهير ألتراس أهلاوى فى تنظيم الدخول والخروج إلى مدرجات إستاد القاهرة فى العديد من المباريات بعد الثورة، وكان بعد حالة الاحتقان بينها وبين الأمن فى مباراة كيما أسوان فى كأس مصر، والتى قامت الجماهير فيها بسب الشرطة، مما دفعها إلى الهجوم الشرس عليهم، فى واقعة غير مسبوقة، سقط فيها العديد من الإصابات بين الجماهير وفى ضباط وجنود الشرطة أيضاً.

وبلغت هذه الحالة من الاحتقان - بين الجماهير والأمن من جهة، وبين الجماهير بعضها البعض من جهة أخرى - ذروتها فى أحداث مذبحه إستاد النادى المصرى ببور سعيد، والتى راح ضحيتها ٧٤ مشجعاً من مشجعى ألتراس أهلاوى، من وراء

هجوم جمهور مصرى عليهم فى المدرج الخاص بهم، بعد انتهاء المباراة، فى مشهد مرعب تم نقله على الهواء، وشاهدته مصر كلها، وكانت شرارة البداية لهذه الواقعة هو قيام جمهور الأهلى برفع لافتته تتضمن سباً لرجال بور سعيد، وقع كل ذلك تحت نظر رجال الأمن المتواجدين فى الملعب وبين الجماهير، والغريب فى الأمر أن الأمن لم يتحرك ولم يفصل بين جمهور بور سعيد المعتدى وجماهير الأهلى المعتدى عليه، وكأنهم ينتقمون من جماهير ألتراس أهلاوى الذى اعتاد سب الأمن فى كل مناسبة، ومن خلال تواجدهم القوى فى جميع المظاهرات التى تلت ثورة يناير، ومحاولة اقتحامهم وزارة الداخلية فى أحداث شارع محمد محمود.

وكان من توابع هذه الحادثة المؤسسة توقف النشاط الرياضى فى مصر كلها، وعلى مستوى جميع المسابقات المحلية الودية والرسمية، وإصابة الرياضة المصرية بالشلل التام، وقام رئيس الوزراء بحل اتحاد الكرة المصرى والتحقيق مع رئيسه وأعضائه.

ويرجع السبب الرئيس فى هذه الحالة التى وصلت إليها الرياضة المصرية إلى قيام الإعلام بدور المحرض بين الجماهير، متمثلاً فى بعض البرامج الرياضية.

وعلى سبيل المثال فقد قام برنامج "مساء الأنوار"، ومقدمه "مدحت شلبى" قبل مباراة المصرى والأهلى بيومين باستضافة أحد مشجعى النادى المصرى خلال مداخلة تليفونية، قال خلالها: إن جمهور الأهلى إذا تجاوز فسوف يعودون فى نعوش إلى ذويهم، وإذا بمقدم البرنامج يصدق على كلامه بقوله "لديك كل الحق ويجب على جماهير الأهلى الالتزام".!!!

كل ذلك برغم التجاوزات الأخرى، من خلال معظم البرامج الرياضية، ويؤكد هذه الحالة من الانفلات الإعلامى فى الرياضة - اعتراف القائمين بالاتصال فى الإعلام الرياضى بمختلف أشكاله بهذه الأزمات، ومنهم "خالد الغندور" مقدم برنامج "الرياضة اليوم" فى قناة "دريم 1" الذى دعا الإعلاميين العاملين فى المجال الرياضى إلى جلسة تصالح، وقام بدعم هذه الدعوة "أحمد شوبير" مقدم البرامج الرياضية بقناة "مودرن سبورت"، وساهم فى حشد الإعلاميين الرياضيين بجلسة فى أحد الفنادق الكبرى، ولعل تبنيه هذه الدعوة هو نيته الترشح لانتخابات اتحاد الكرة التى كانت ستجرى خلال تلك الفترة، فأراد الاستفادة من التقرب إلى الإعلاميين الرياضيين، لتحسين صورته الذهنية من خلالهم، أو تحييدهم إذا لم

يقوموا بتدعيم ترشحه؛ لأنه فى هذه الفترة كان قد فقد الكثير من شعبيته فى الوسط الرياضى بسبب ازماته مع بعض الشخصيات الرياضية ومنهم على سبيل المثال "مرتضى منصور" رئيس نادى الزمالك.

من هذا المنطلق يرى الباحث ضرورة تطبيق مبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية وأسسها لوسائل الإعلام فى الإعلام الرياضى المصرى.

### أوجه الاستفادة من النظرية فى المجال التطبيقى للدراسة:

استفاد الباحث من نظرية المسئولية الاجتماعية فى عدة أوجه منها:-

١. اختبار الوظائف التى تقدمها البرامج الرياضية عينة الدراسة فى القنوات الرياضية، فى ضوء الوظائف الأساسية التى حددتها النظرية لوسائل الإعلام، لمعرفة درجة التركيز على وظائف بعينها دون وظائف أخرى، وذلك بتحليل الموضوعات التى تعالجها البرامج عينة الدراسة.

٢. الاستفادة من معطيات النظرية الخاصة بأبعاد المسئولية الأخلاقية والاجتماعية فى البرامج الرياضية عينة الدراسة، بهدف التعرف على درجة التركيز على جوانب ومسئوليات أخلاقية واجتماعية معينة دون أخرى.

٣. الاسترشاد بمقولات نظرية المسئولية الاجتماعية فى معرفة أبعاد المسئولية المهنية للبرامج التليفزيونية بعامة والبرامج الرياضية بخاصة، وذلك لمعرفة درجة المسئولية المهنية للإعلاميين المشاركين فى البرامج الرياضية عينة الدراسة.

٤. الاعتماد على نظرية المسئولية الاجتماعية كإطار نظرى للدراسة للتعرف على أوجه المسئولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية، التى يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام والتليفزيون بخاصة من أجل حماية الجمهور، خاصة النشء والمراهقين، من تلاعب القائمين بالاتصال، والتأثيرات السلبية للمعالجة الخاطئة للمضامين المقدمة فى البرامج الرياضية، وتوعية الجمهور بمثل هذه التأثيرات السالبة وتوضيحها لهم.

٥. تدعم نظرية المسئولية الاجتماعية معايير الصدق والدقة والموضوعية والشمولية والترابط فى إعداد الرسالة الإعلامية ومعالجتها وإنتاجها، بما يحقق التربية الإعلامية، مما يمثل إطاراً نظرياً للدراسة.

## الفصل الثالث

# الإعلام الرياضى التليفزيونى فى مصر

### مقدمة :

قام الكاتب بعمل دراسة ميدانية لقياس اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور الرياضية نحو مدى التزام البرامج الرياضية التليفزيونية مهنيأ وأخلاقياً.  
الإجراءات المنهجية للدراسة.  
تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الرياضية التليفزيونية ؟
٢. ما القنوات الرياضية التليفزيونية المفضلة لدى المبحوثين فى متابعة البرامج الرياضية؟
٣. ما حجم تعرض عينة الدراسة للبرامج الرياضية التليفزيونية وكثافتها ؟
٤. ما أسباب تفضيل مشاهدة البرامج الرياضية التليفزيونية لعينة الدراسة ؟
٥. ما التأثيرات الناتجة عن متابعة عينة الدراسة للبرامج الرياضية التليفزيونية ؟
٦. ما رأى النخبة والجمهور العام فى الأداء الإعلامى للبرامج الرياضية التليفزيونية وحدود الالتزام المهنى من قبل القائم بالاتصال ؟
٧. ما رأى النخبة والجمهور العام نحو الضوابط الأخلاقية التى يجب أن تحكم أداء الإعلام الرياضى التليفزيونى فى مصر ؟
٨. ما خصائص القائم بالاتصال فى البرامج الرياضية التليفزيونية وسماتها، من وجهة نظر النخبة والجمهور العام ؟
٩. ما أهم المقترحات لتطوير أسلوب معالجة البرامج الرياضية التليفزيونية للقضايا والمشكلات الرياضية ؟

## الدراسات السابقة:

أهتم الكاتب برصد الدراسات المتعلقة بالمضمون الإعلامى الرياضى، وتركز هذه الدراسات والبحوث على دراسة البرامج، باعتبار أن لها تأثيراً كبيراً فى توجيه رأى العام، ولذلك ينصب اهتمامها على دراسة طبيعة هذه البرامج و علاقتها بالجمهور ومدى التزامها بالضوابط الأخلاقية والمهنية للعملية الإعلامية، إلى جانب الدراسات الخاصة بالمسئولية الاجتماعية Social Responsibility للإعلام، والعلاقة بين مفهوم الحرية الإعلامية وبين الالتزام بالمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه المجتمع، وخاصة فى ظل عصر السماوات المفتوحة والإعلام الحر الموجه وتأثيره فى رأى العام، لاسيما أن الدراسة الحالية تركز بشكل أساسى على رصد الضوابط المهنية للإعلام الرياضى التليفزيونى فى المجتمع المصرى.

استفاد الكاتب من الدراسات السابقة فى بلورة الفكرة البحثية، وتحديد منهج البحث وأدواته وصوغ التساؤلات، حيث لم تتعرض هذه الدراسات لمدى الالتزام بالضوابط المهنية للقائم بالاتصال فى البرامج الرياضية ومراعاة المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

ورغم تعدد الدراسات العربية التى تناولت القنوات الفضائية بعامة، إلا أن هناك ندرة فى الدراسات التى تتناول القنوات الرياضية بخاصة، ولا توجد دراسة واحدة حول معرفة اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور العام، أو أحدهما على الأقل، واستطلاع اتجاهاته نحو ضوابط الممارسات المهنية للإعلام الرياضى بعامة، والبرامج الرياضية التليفزيونية بخاصة، وأن أغلب الدراسات تناولت التعرف على اتجاهات الإعلاميين نحو العمل فى مجال الإعلام الرياضى، أو دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدى فئة معينة، أو اهتمت بعض الدراسات بعمل إستراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى.

وقد تناولت بعض الدراسات أيضاً دور البرامج الرياضية فى تنمية الوعى الرياضى، وتأثير الإعلام الرياضى فى تعديل الاتجاهات الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية.

وقد اهتمت بعض الدراسات بتحديد دور الصحافة فى تكوين رأى العام الرياضى فى بعض القضايا، واهتمت بعض الدراسات الأخرى بتقييم البرامج الرياضية وقياس جودة الخدمة للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى، واهتمت بعض

الدراسات بالمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام المسيئة للرياضيين بعامة أو للوسيلة الإعلامية، ولم تهتم الدراسات السابقة بالتركيز على المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال فى الإعلام الرياضى بعامة، والبرامج الرياضية التلفزيونية بخاصة.

أما الدراسات الأجنبية، - رغم قلتها نظراً لعدم وجود هذه الحالة من الانفلات الإعلامى الرياضى لدى دول الباحثين - فقد اهتمت هذه الدراسات بدراسة الأسلوب الذى يتم من خلاله تقديم البرامج الرياضية، من حيث معدلات استعمال المرح والدعابة فى تقديم البرامج الرياضية التلفزيونية، إضافة إلى دراسة معرفة الدوافع وراء مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية وتحليلها.

وقد اهتمت الدراسات الأجنبية أيضاً بدراسة العوامل التى تؤثر فى زيادة العنف فى الألعاب الرياضية التلفزيونية، ومدى وجود علاقة بين العنف والإعلام الرياضى، من خلال طريقة تحليل البرامج، ودراسة التحديات التى تواجه العاملين فى مجال الإعلام الرياضى، بالإضافة إلى التحولات التى يمر بها الإعلام الرياضى فى الوقت الراهن.

كما استعان الكاتب بنظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام؛ لأهميتها فى ضبط أداء الممارسات الإعلامية للبرامج الرياضية التلفزيونية التى تشكل الرأى العام الرياضى، وتؤثر فى قرارات النخبة نحو الرياضة، وذلك فى محاولة للوصول إلى وضع ميثاق شرف للإعلام الرياضى المصرى، من خلال تطبيق أسس نظرية المسئولية الاجتماعية ومبادئها التى تسهم فى توجيه أداء وسائل الإعلام وضبطها وتطويرها على المستوى المهنى والأخلاقى؛ لأن النظرية قادرة على الربط بين حرية الفرد والحرية الممنوحة لوسائل الإعلام المقننة بمبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، كما أنها قادرة على تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها واختيار الإطار النظرى للدراسة المتمثل فى نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وصياغة تساؤلات الدراسة وترويضها، وتقييم صحيفة الاستبيان، واستخدامهما فى جمع البيانات.

### مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة فى إقليم القاهرة الكبرى، حيث أشارت العديد من الدراسات أن حجم انتشار أطباق الاستقبال الفضائى لدى سكان هذا الإقليم يزيد عن مثيله فى المناطق الأخرى من جمهورية مصر العربية، ولذلك فضل الباحث هذا

الإقليم كمجتمع للدراسة؛ لأنه يضم ثلاثة محافظات أثناء إجراء الدراسة هي (القاهرة - الجيزة - القليوبية).

**عينة الدراسة وتشمل:**

(أ) عينة النخبة الرياضية:

تشتمل عينة الدراسة المسحية على عدد (١٠٠) مفردة، تمثل النخبة الرياضية تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة Available Sample من العاملين والمتعاملين فى المجال الإعلام الرياضى، وخاصة كرة القدم، وقسمت عينة النخبة الرياضية إلى فئتين، هما:

١- الفئة الأولى:

وهى العاملون فى مجال الإعلام الرياضى، ويبلغ عدد مفردات هذه الفئة (٥٠) مفردة، وقد تم اختيارها من بين العاملين فى مجال الإعلام الرياضة من (مقدمين، ومعديين، ومخرجين، ومصورين، ومهندسى صوت وإضاءة، ومنتجين برامج رياضية - محللين رياضيين - نقاد رياضيين).

٢- الفئة الثانية:

وهى العاملون فى مجال الرياضة، وبخاصة كرة القدم، ويبلغ عدد مفردات هذه الفئة (٥٠) مفردة، وقد تم اختيارها من بين العاملين فى مجال الرياضة، وبخاصة كرة القدم من (لاعبين - مدربين - إداريين - حكام - رؤساء أندية).

(ج) عينة البرامج الرياضية:

تم سحب عينة البرامج الرياضية باستخدام أسلوب العينة العمدية Purposive Sample للبرامج الرياضية الأكثر شعبية Salient Sports Programs فى القنوات التلفزيونية المصرية المتخصصة والعامه، وقد تم الوقوف على البرامج الأكثر شعبية، من خلال إجراء دراسة استطلاعية على عدد (٤٠) مبحوث من الجمهور العام لاختيار أكثر البرامج الرياضية مشاهدة من عدد (١٧) برنامج رياضى، وقد أبرزت النتائج أن البرامج الرياضية الأكثر شعبية خلال فترة الدراسة الاستطلاعية هى على النحو التالى:-

١- مساء الأنوار: ويقوم بتقديمه "مدحت شلبى".

٢- كوره النهاردة: ويقوم بتقديمه "أحمد شوبير".

٣- الرياضة اليوم: ويقوم بتقديمه "خالد الغندور".

٤- كوره كل يوم: ويقدمه "كريم شحاتة".

### التحليل الكيفي:

قام الكاتب بتحليل كيفي للبرامج الرياضية محل الدراسة للوقوف على الموضوعات، والأطروحات البارزة Salient Narratives التي أبرزتها بشأن القضايا الرياضية المهمة، وكانت أبرز هذه القضايا والأطروحات:

١. قضية مباراة مصر والجزائر في تصفيات كأس العالم ٢٠١٠م.

٢. قضية مباراة الأهلي والمصرى في الدوري العام في فبراير ٢٠١٢م، والتي أطلق عليها الإعلام "مذبحة بور سعيد" والتي راح ضحيتها عدد (٧٤) شاباً من جمهور النادي الأهلي.

٣. الأزمات المتتابة التي حدثت من جراء مذبحة بور سعيد، ومنها قيام الجماهير بحرق مقر اتحاد الكرة المصرى، ونادى ضباط الشرطة بالجزيرة، وذلك بعد النطق بالحكم في هذه القضية الذي لم يرض مجموعة من جماهير ألتراس أهلاوى، ورفضهم عودة النشاط الرياضى المحلى قبل القصاص من قتلة زملائهم، وذلك بتطبيق حكم الإعدام على المتهمين.

٤. حالات عديدة من التنازب بين مقدمى البرامج الرياضية التليفزيونية محل الدراسة.

٥. حالة الاحتقان الشديدة بين روابط الأندية الجماهيرية ووزارة الداخلية المصرية بسبب رغبة الجماهير التحكم فى المدرجات، وعدم تدخل الشرطة من قريب أو بعيد فيما يفعلونه داخل الملاعب الرياضية.

### أدوات جمع البيانات:

أعتمد الكاتب فى دراسته المسحية على استمارة الاستقصاء بالمقابلة المباشرة In Person Survey - لجمع البيانات من النخبة الرياضية والجمهور العام لمعرفة اتجاهاتهم نحو مدى الالتزام بالمعايير المهنية، والأخلاقية.

وتعتبر المرونة من أهم مزايا المقابلة المباشرة كوسيلة لجمع البيانات حيث ساعدت المواجهة الباحث على الحصول على المزيد من المعلومات، علاوة على إمكانية استخدام الملاحظة للتأكد من صدق المبحوثين، ويتأكد الباحث فى

المقابلة الشخصية من أن المبحوث هو الذى يجيب عن كل الأسئلة بنفسه، بالإضافة إلى صعوبة إنهاء المقابلة دون استكمال الاستمارة.

وقد تم تصميم استمارتى استقصاء مختلفتين لكل من العينتين ومتضمنة الفئات التى تحاول الدراسة جمع المعلومات حولها، وبشكل يخدم البحث، ويحقق أهدافه حتى يستطيع من خلالها أن يتعرف على اتجاهات كل من النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الضوابط الأخلاقية والمهنية فى البرامج الرياضية، وكانت أهم المحاور الرئيسية لأسئلة الاستقصاء هي:

١. التعرف على مدى متابعة، وكثافة تعرض المبحوثين للقنوات والبرامج الرياضية.

٢. التعرف على مستوى ثقة المبحوثين عينة الدراسة فى معالجة القنوات والبرامج الرياضية للقضايا الرياضية المهمة.

٣. التعرف على تأثير مشاهدة القنوات والبرامج الرياضية فى اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الرياضية المهمة.

٤. التعرف على تقييم المبحوثين عينة الدراسة لمدى التزام مقدمى البرامج الرياضية بالمعايير الأخلاقية والمهنية فى معالجة القضايا الرياضية المهمة.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالنخبة الرياضية  
(١) تعرض النخبة الرياضية للقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٣)

توزيع المبحوثين وفقاً لمدى مشاهدتهم للقنوات الرياضية التليفزيونية

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	المشاهدة
٤٦	٤٦		دائماً
٥٤	٥٤		أحياناً
١٠٠	١٠٠		الإجمالى

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة، يشاهد القنوات الرياضية التليفزيونية المصرية أحياناً بنسبة ٥٤%، ويشاهد بصفة دائمة بنسبة ٤٦%، وثمة ملاحظة علمية مهمة أن هذه النسب تمثل مؤشراً جيداً حيث إقبال النخبة

الرياضية على مشاهدة القنوات الرياضية التلفزيونية، وذلك لارتباطها بالمجال المهني للنخبة الرياضية محل الدراسة، ولكونها تجربة ناجحة فى مجال الإعلام الرياضى، وهو ما يتطلب ضرورة الاهتمام بالتعرف على الأسباب التى تجعل النخبة الرياضية مهتمة بمتابعة القنوات الرياضية التلفزيونية.

وتتسق النتيجة الحالية مع ما ذهبت اليه العديد من الدراسات السابقة - سواء فى مصر أو فى العالم العريى أو على المستوى الدولى - حيث أكدت نتائج هذه الدراسات فى مجملها أن المضامين الرياضية تعد من أبرز المضامين المفضلة لدى الجماهير، سواء النخبة الرياضية أم الجمهور العام.<sup>(١)</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن مفهوم التلفزيون العالمى Global T.V قد ارتكز أساساً على بث مباريات كرة القدم العالمية، وبخاصة ما يتعلق منها بالمنافسات العالمية مثل: "كأس العالم لكرة القدم"، والمنافسات الإقليمية مثل دورات الألعاب الأولمبية.<sup>(٢)</sup>

ومع الاتجاه نحو التخصص أى وجود قنوات متخصصة فى المضامين الرياضية زاد إقبال أفراد الجمهور على متابعة تلك القنوات لإشباع احتياجاتهم المعرفية والوجدانية من مضامين تلك القنوات.

(٢) كثافة التعرض للقنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد النخبة الرياضية بعينة الدراسة:

#### جدول رقم (٤)

توزيع المبحوثين طبقاً لعدد الأيام التى تشاهد فيها القنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة
٢٠	٢٠	عدد أيام المشاهدة يوم إلى يومين
٣٢	٣٢	ثلاثة لأربعة أيام
٤٨	٤٨	أكثر من أربعة أيام
١٠٠	١٠٠	الإجمالى

(١) مركز بحوث ودراسات الرأى العام، علاقة الجمهور المصرى بالقنوات التلفزيونية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١م)

(2) Anthony Smith, (1995), "T.v:An International history", (NY: Oxford university press), P.15.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن ما يقرب من نصف مفردات العينة يشاهدون القنوات الرياضية لأكثر من أربعة أيام فى الأسبوع بنسبة ٤٨٪، ومن ثلاثة لأربع أيام بنسبة ٣٢٪، ومن يوم إلى يومين بنسبة ٢٠٪، وثمة ملاحظة علمية مهمة أن هذه النسب تمثل مؤشراً جيداً، حيث أن زيادة عدد أيام المشاهدة يعكس حالة من التقارب تجاه هذه القنوات من قبل النخبة الرياضية؛ لأنها أداة للتواصل بينهم وبين القنوات الرياضية المتخصصة بوصفهم إما معدين أو مخرجين أو ضيوف متخصصين فى الرياضة، وهو ما يتطلب معه التعرف على الأسباب التى تجعل النخبة الرياضية تهتم بمتابعة القنوات الرياضية التليفزيونية.

ويمكن تفسير النتيجة الحالية فى ضوء النموذج الثلاثي لمخرجات التعرض لوسائل الإعلام والذى ينصب على المعارف، والاتجاه، والسلوك.

ووفقاً للنموذج الحالى فإن تعرض أفراد النخبة الرياضية بكثافة للقنوات الرياضية المتخصصة يجعلهم على دراية ومتابعة لكل ما يجرى على الساحة الرياضية وفى مختلف الألعاب وبخاصة كرة القدم.

كما أنه يساعدهم على تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الرياضية المهمة، واتخاذ القرارات والسلوك الملائم حيالها، وبخاصة إذا كان أفراد النخبة منخرطين فى عملية صناعة القرارات الخاصة بالرياضة، وتوظيفها فى النهوض بالمجتمع المصري.

(٣) القنوات الرياضية المتخصصة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد النخبة الرياضية  
محل الدراسة:

#### جدول رقم (٥)

اختيار عينة النخبة الرياضية لأهم ثلاثة قنوات رياضية تحرص على مشاهدتها

الترتيب القنوات الرياضية	ترتيب أول		ترتيب ثانى		ترتيب ثالث		الوزن المرجح		الترتيب النهائى
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	النقاط	٪	
النيل للرياضة	١٢	١٢	١٢	١٢	٢٦	٢٦	٨٦	١٤,٦٧	الرابع
مودرن سبورت	١٨	١٨	٢٠	٢٠	١٦	١٦	١١٠	١٨,٧٧	الثانى

الترتيب النهائي	الوزن المرجح		ترتيب ثالث		ترتيب ثاني		ترتيب أول		الترتيب القنوات الرياضية
	%	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	
الخامس	١٠,٢٤	٦٠	١٤	١٤	٢٤	٢٤	٦	٦	النهار رياضة
الثالث	١٥,٧٠	٩٢	١٠	١٠	٢٠	٢٠	١٤	١٤	الأهلى
الأول	٣٠,٣٧	١٧٨	١٠	١٠	١٢	١٢	٤٨	٤٨	الجزيرة الرياضية
السادس	٤,٧٨	٢٨	١٢	١٢	٢	٢	٢	٢	أبوظبي الرياضية
السابع	٤,٧٨	٢٨	١٢	١٢	٨	٨	٠	٠	قناة دبي الرياضية
الثامن	٠,٦٩	٤	٠	٠	٢	٢	٠	٠	قناة الكأس الرياضية
	١٠٠	٥٨٦	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الإجمالى

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه من خلال استخدام الوزن المرجح، أى عدد النقاط التى حصل عليها كل قناة، أن قنوات "شبكة الجزيرة الرياضية" قد نالت المرتبة الأولى من حيث مشاهدة النخبة الرياضية بعدد نقاط ١٧٨ بنسبة ٣٠,٣٧٪، تليها فى المرتبة الثانية قناة "مودرن سبورت" بعدد نقاط ١١٠ وبنسبة ١٨,٧٧٪، وجاءت قناة "الأهلى" فى المرتبة الثالثة بعدد نقاط ٩٢ بنسبة ١٥,٧٠.

وحصول شبكة "قنوات الجزيرة الرياضية" على المرتبة الأولى يمثل نوع من الثقة من جانب النخبة الرياضية، ويرجع لما تقدمه من مضمون رياضى متنوع، وحصولها على حقوق بث أكبر البطولات العالمية والقارية، والدوريات العالمية، وعدم اعتمادها على كرة القدم فقط، بل تهتم بالرياضات الأخرى، واستخدام الكاميرات عالية الجودة (HD Camera) والاستديوهات العملاقة والكوادر البشرية المؤهلة من الإعلاميين، بالإضافة إلى فريق من المحللين والخبراء المتميزين، واستخدامها لوحدات البث عبر القمر الصناعى (SNG) مما يجعلها تجربة ناجحة ومميزة فى مجال الإعلام الرياضى العربى، مما أدى إلى ارتباط النخبة الرياضية بها.

وجاء حصول قناة "مودرن سبورت" على المرتبة الثانية ليعكس نمطاً من الارتباط من جانب النخبة الرياضية بالمضامين التي تقدمها، لأنها تعتبر أول قناة رياضية مصرية خاصة، ويقدم من خلالها العديد من البرامج الرياضية التي تتمتع بنسبة مشاهدة عالية، وتضم العديد من الشخصيات الرياضية الشهيرة في مصر والعالم العربي من محللين ومعددين ومقدمي برامج ومخرجين.

ويرجع حصول قناة "الأهلى" على المرتبة الثالثة، لأنها قناة خاصة بالنادى "الأهلى المصرى" صاحب أكبر شعبية في مصر والعالم العربي وأفريقيا، وأول نادى مصرى يمتلك قناة رياضية خاصة به، وحققت تواجد جيد على الساحة الإعلامية المصرية؛ ذلك لأنها تقدم تغطيه حصرية لأحداث وأخبار وكواليس الفريق الأول لكرة القدم، والناشئين بالنادى الأهلى.

(٤) دوافع مشاهدة النخبة الرياضية للقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٦)

أسباب مشاهدة النخبة الرياضية للقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	أسباب المشاهدة
٥٤	٥٤		تنوع أشكال المواد والبرامج
٥٢	٥٢		أتعرف من خلالها على آخر الأخبار والأحداث الرياضية
٤٠	٤٠		تقدم ما أحتاج اليه من معلومات رياضية
٢٠	٢٠		لكفاءة مقدمى البرامج الرياضية بها
٢٠	٢٠		أتابع من خلالها أخبار النادى الذى انتمى إليه
١٨	١٨		لمتابعة الآراء المختلفة حول كل قضية من قضايا الرياضة
١٢	١٢		لارتقاء مستوى الحوار بين الضيوف
٨	٨		للموضوعية فى معالجتها للقضايا المطروحة
٦	٦		لحيادية مقدمى البرامج

❖ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ١٠٠ مبحوثاً

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الوظيفة المعرفية والإخبارية تحتل المرتبة الأولى لدى النخبة بوصفها الدافع الأبرز لمشاهدة القنوات الرياضية المتخصصة، حيث كان التعرف على الأخبار الرياضية واستيفاء المعلومات فى المرتبتين الثانية

والثالثة، وحظى كل منهما على وزن نسبى قدره ٥٢% و٤٠%، ويتفق ذلك مع خصائص النخبة بوصفهم جمهوراً خاصاً يهتم فى الأساس بالمعلومات وتنمية المعارف الرياضية والإحاطة بكل ما يدور فى الساحة الرياضية المصرية.

كما تبرز نتائج الجدول السابق أن النخبة الرياضية محل الدراسة تعتبر جاذبية الشكل الذى تقدم من خلاله المضامين الرياضية بالقنوات المتخصصة أحد أبرز دوافعها لمتابعة تلك القنوات، حيث دأبت بدورها على توظيف التقارير المصورة، والنقل الحى للأحداث، و فقرات التحليل، وتوظيف الجرافيك فى تقديم المواد الرياضية بشكل مبهر، بما يدعم عملية المشاهدة والاستفادة من مضامين تلك القنوات.

(٥) عادات مشاهدة القنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد النخبة الرياضية بعينة الدراسة:

#### جدول رقم (٧)

توزيع المبحوثين وفقاً لعادات المشاهدة للقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة%	التكرار	التكرار والنسبة
٧٤	٧٤	عادات المشاهدة
١٦	١٦	أشاهد بمفردى
١٠	١٠	مع الأسرة
١٠	١٠	مع الأصدقاء
١٠٠	١٠٠	الإجمالى

يتضح من نتائج الجدول السابق أن بنسبة ٧٤% من عينة الدراسة من النخبة الرياضية يشاهدون البرامج والقنوات الرياضية بمفردهم، وهذا يعتبر مؤشراً جيداً يدل على انخراط النخبة الرياضية بعينة الدراسة فى مشاهدة البرامج والقنوات الرياضية، وذلك ربما يعود لأن البرامج الرياضية تدخل فى نطاق عملهم فى المجال الرياضى أو فى مجال الإعلام الرياضى، وتمدهم بما يحتاجون إليه من معلومات رياضية ويتابعون من خلالها الأحداث الرياضية لما تتمتع به هذه القنوات والبرامج الرياضية من تنوع فى أشكال المضامين الرياضية التى تقدم من خلالها، ويشير علماء الاجتماع الإعلامى إلى أن المشاهدة الفردية لوسائل الإعلام إنما تعكس درجة كبيرة من درجات الاندماج مع المضمون الإعلامى من قبل أفراد الجمهور، وأن هذه

الظاهرة ترتبط بدرجة أكبر بالتلفزيون الذى ينطوى على العديد من المؤثرات المرئية والصوتية والرقمية القادرة على جذب أفراد الجمهور ودفعهم للمشاهدة الفردية للحصول على أقصى درجات الإشباع المعرفى والوجدانى من المضامين المقدمة، سواءً أكانت إخبارية أم ترفيهية.<sup>(1)</sup>

وجاءت المشاهدة مع الأسرة بنسبة ١٦٪، بفارق نسبى كبير عن المشاهدة الفردية، وقد بلغ هذا الفارق ٥٨٪ وهو فارق كبير جداً، وله دلالة إحصائية تُشير بدورها إلى تراجع المشاهدة الجماعية أمام المشاهدة الفردية، وهو على عكس ما هو سائد فى الواقع الرياضى، حيث يميل أفراد الجمهور للمشاهدة الجماعية سواء فى الإستاد أو فى المقاهى والنوادرى.

بيد أن الأمر فى النتائج الحالية يتعلق بالنخبة الذين يميلون للاستمتاع الفردى بالمضامين الرياضية.

(٦) مستوى الانتباه والاهتمام الذى يُوليه أفراد النخبة الرياضية لمضامين القنوات الرياضية المتخصصة:

#### جدول رقم (٨)

مستوى اهتمام أفراد النخبة الرياضية بمضامين القنوات الرياضية المتخصصة

النسبة٪	التكرار	التكرار والنسبة مستوى الاهتمام
٧٠	٧٠	انتبه تماماً أثناء المشاهدة
١٤	١٤	أتناول الطعام أثناء المشاهدة
١٦	١٦	تواصل إجتماعى مع الأصدقاء
١٠٠	١٠٠	الإجمالى

يتضح من الجدول السابق أن ٧٠٪ من عينة الدراسة من النخبة الرياضية ينتبه تماماً أثناء مشاهدة المضامين التى تقدمها القنوات والبرامج الرياضية التلفزيونية، وهذا مؤشر جيد يوضح مدى تركيز النخبة الرياضية فى المشاهدة، وتدعم النتيجة العلمية بأنه ثمة علاقة بين مستوى الاهتمام والانتباه أثناء مشاهدة المضامين

(1) Thomas Johnson, (2008), "What are the relationships between televised Sports Viewing Habits and Conformity", (online), available at:www. Research. all academic.com. Date of search: 16/2/2014.

الرياضية من قبل النخبة الرياضية، وقدرتهم على تقييم تلك المضامين بشكل علمي واحترافي.

وتجدر الإشارة إلى أن ثمة ارتباط بين مفهوم الاندماج المشار إليه في الجدول رقم (٥) - ومفهوم الانتباه والاهتمام بالمضمون الإعلامي المعين.

ووفقاً لهذا الارتباط فإن الانتباه المتزايد للمضمون الإعلامي يساعد المشاهد على عملية الاندماج والانخراط مع هذا المضمون، وتزيد مستويات تمثيله للمعلومات الواردة بهذا المضمون والاستفادة منها لفترة طويلة.

ووفقاً لدراسة توماس جونسون Thomas Johnson عام ٢٠٠٨م<sup>(١)</sup> فإن الانتباه والاهتمام بالمضمون الإعلامي يساعد المشاهد على إشباع احتياجاته المعرفية والوجدانية من هذا المضمون، وغالباً ما تكون قدرة أفراد النخبة أكبر على التعامل الإيجابي مع المضامين الإعلامية مقارنةً بغيرهم من أفراد الجمهور العام.

(٧) تعرض أفراد النخبة الرياضية المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة:

#### جدول رقم (٩)

تعرض أفراد النخبة الرياضية للبرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة

الترتيب النهائي	الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أشاهدها		أحياناً		دائماً		التعرض البرامج الرياضية
	%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	
الثالث	٢٤,٣٧	١٩٤	٠,٤٢٤	١,٩٤	١٢	١٢	٨٢	٨٢	٦	٦	مساء الأنوار
الأول	٢٦,٦٤	٢١٢	٠,٥٩٤	٢,١٢	١٢	١٢	٦٤	٦٤	٢٤	٢٤	كوره النهارده
الثاني	٢٤,٨٧	١٩٨	٠,٤٢٨	١,٩٨	١٠	١٠	٨٢	٨٢	٨	٨	الرياضة اليوم
الرابع	٢٤,١٢	١٩٢	٠,٤٨٨	١,٩٢	١٦	١٦	٧٦	٧٦	٨	٨	كوره كل يوم

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل مشاهدة برنامج "كوره النهارده" الذي يقدمه "أحمد شوبير" على قناة "مودرن سبورت" لدى مفردات عينة الدراسة من النخبة الرياضية بعدد نقاط ٢١٢ نقطة بنسبة ٢٦,٦٤٪، ويتميز البرنامج بالعديد من الانفراد بالأحداث الرياضية المهمة، والاعتماد على التقارير والمواد المصورة. وجاء برنامج "الرياضة اليوم" الذي يقدمه "خالد الغندور" على قناة "دريم ١" في

(1) Ibid., pp. 1-31.

المرتبة الثانية بعدد نقاط ١٩٨ نقطه بنسبة ٢٤,٨٧٪، ويتميز بطرحه العديد من القضايا التي تهتم الجمهور الرياضى وهو دائم البحث عن القضايا الرياضية، ويقدم فقرة أسبوعية يتابع من خلالها نتائج الدوريات الأوروبية والعالمية.

وجاء برنامج "مساء الأنوار" الذى يقدمه "مدحت شلبى" على قناة "مودرن سبورت" فى المرتبة الثالثة بعدد نقاط ١٩٤ نقطه بنسبة ٢٤,٨٧٪، ويتميز البرنامج بجماهيرية مقدم البرنامج وقدرته على جذب الجمهور بالإضافة إلى الإخراج الجيد والتقارير المميزة.

وجاء برنامج "كوره كل يوم" الذى يقدمه "كريم حسن شحاتة" على قناة "النهار رياضة" فى المرتبة الرابعة بعدد نقاط ١٩٢ بنسبة ٢٤,١٢٪، ويتميز البرنامج بالسعى الجاد وراء الحقيقة وهو أقرب البرامج الأربعة عينة الدراسة إلى الموضوعية والتوازن فى معالجة القضايا الرياضية ولديه تجهيزات جيدة فى الاستوديو من ناحية الصوت والإضاءة والإعداد الجيد.

كما تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن الفروق فى معدل المشاهدة بين البرامج الأربعة متقاربة، أى أنه لا يوجد برنامج رياضى متميز عن باقى البرامج الرياضية، وفقاً لرأى النخبة الرياضية بعينة الدراسة، لأنها تكاد تكون متشابهة من حيث الشكل والمضمون، فالمصادر التى تستمد منها أخبارها واحده فإنهم يعتمدون على المواقع الرياضية المنتشرة على شبكة الإنترنت بصفة أساسية فى انتقاء الأخبار، دون النظر إلى مصداقية الخبر؛ لأنهم أنفسهم ينتقدون هذه المواقع ويشككون دائماً فى مصداقيتها.

(٨) أسباب تفضيل أفراد النخبة الرياضية لبرامج بعينها ضمن البرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة:

#### جدول رقم (١٠)

أسباب تفضيل النخبة الرياضية للبرامج الرياضية المعينة المذاعة

بالقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	أسباب التفضيل
٦٤	٦٤		لأنه يجعلنى متعايشاً للأحداث الرياضية لحظة بلحظة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة أسباب التفضيل
٣٠	٣٠	لأنه يستضيف شخصيات بارزة ومحورية فى المجتمع الرياضى
٢٢	٢٢	لأنه يمكننى من تكوين وجهة نظر حول القضايا المهمة على الساحة الرياضية
٢٢	٢٢	لأنه يتمتع بقدر كبير من الجرأة والحرية فى مناقشة القضايا الرياضية
١٦	١٦	للتسلية والترفيه وقضاء الوقت
١٤	١٤	لأنه يقدم المعلومات حول الموضوعات المطروحة بدقة وحيادية
١٠	١٠	لأنه يتمتع بقدر كبير من المصداقية ورقى لغة الحوار
١٠	١٠	لإعجابى بطريقة أداء وشخصية مقدم البرنامج
٨	٨	لأنه يقدم تحليلات متعمقة للقضايا الرياضية التى تناقشها
٨	٨	لأنه يساهم فى كشف جوانب الانحراف والفساد فى المجال الرياضى
٨	٨	لأنه يساعدنى على متابعة أخبار النادى الذى انتمى إليه ونشاطه
٦	٦	لأنه يسعى لحل المشكلات والقضايا الرياضية التى تهم الجمهور الرياضى

#### ◆ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ١٠٠ مبحوثاً

جاءت أسباب تفضيل النخبة الرياضية للبرامج المعنية (البرامج الأربعة المذكورة سابقاً) المذاعة على القنوات الرياضية المتخصصة متسقاً مع أسباب ودوافع تفضيلهم للبرامج الرياضية بصفة عامة، حيث جاء الدافع المعرفى Cognitive Motive فى المقام الأول بوزن نسبى قدره ٦٤% من إجمالى حجم العينة، على حين بلغ هذا الوزن ٥٢% فى حالة متابعة وتفضيل النخبة للمضامين الرياضية بصفة عامة، كما جاء فى نتائج الجدول (٤).

وتشير النتائج فى مجملها إلى أن أفراد النخبة يسعون وراء المعلومات والمعارف الرياضية بدرجة كبيرة بما يتسق مع سمات النخبة بوصفهم جمهوراً نشطاً Active Audience.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن أسباب تفضيل النخبة الرياضية لبرنامج "كوره النهاردة" أنه يستضيف شخصيات بارزة ومحورية فى المجتمع الرياضى، ويتمتع بقدر كبير من الجرأة والحرية فى مناقشة القضايا الرياضية، و الأسباب التى تنطبق

على برنامج "كوره كل يوم" هو أن البرنامج يسعى إلى تقديم المعلومات بدقة وحيادية، ويسعى إلى تكوين وجهة نظر حول القضايا المهمة على الساحة الرياضية، وهناك حدود من التشابه في أسباب تفضيل تلك البرامج هو التعايش مع الأحداث الرياضية لحظة بلحظة والمساهمة في كشف جوانب الإنحراف والفساد في الجانب الرياضى، بالإضافة إلى استخدام التقنيات العالية في الإضاءة والإخراج والتجهيز للأستوديو والسعى إلى الانفراد والاستعانة بالتقارير والمواد المصورة.

(٩) الية التنسيق المتبعة من قبل أفراد النخبة الرياضية لمتابعة البرامج المفضلة التى تذاع فى أوقات متزامنة:

### جدول رقم (١١)

توزيع المبحوثين وفقاً لإمكانية متابعة أكثر

من برنامج رياضى مع تزامن موعد البث على القنوات الرياضية

المتابعة	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة %
أنتقل بين البرامج بحثاً عن قضية رياضية معينة تشغل اهتمامى	٥٠	٥٠	٥٠
اعتدت التنقل بين البرامج الرياضية للتعرف على مختلف القضايا الرياضية	٣٨	٣٨	٣٨
أشاهده فى الإعادة	٨	٨	٨
أشاهد البرنامج حتى النهاية دون النظر إلى نوع القضية التى يتناولها	٤	٤	٤
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أسلوب متابعة النخبة الرياضية للبرامج الرياضية التليفزيونية فى حالة تزامن مواعيد بثها حيث يقوم ٥٠٪ من عينة النخبة الرياضية محل الدراسة، بالتنقل بين البرامج بحثاً عن قضية رياضية معينة تشغل اهتمامه، وأن ٣٨٪ من عينة الدراسة اعتادت التنقل بين البرامج الرياضية جميعها للتعرف على مختلف القضايا الرياضية التى تقدمها، ونسبة ٨٪ تشاهده فى الإعادة، ونسبة ٤٪ تشاهد البرنامج حتى النهاية دون النظر إلى نوع القضية التى يتناولها.

ومن النتائج السابقة يتضح أن النخبة الرياضية بعينة الدراسة، تحرص على متابعة القضايا الرياضية وتبحث عنها دون النظر إلى البرنامج الرياضى الذى يقوم بمعالجتها، وذلك يعود إلى طبيعة العلاقة بين النخبة الرياضية كونهم صحفيين رياضيين أو محللين رياضيين أو خبراء متخصصين فى الرياضة، فالقضية الرياضية

لديهم أهم من البرنامج الذي يقوم بمعالجتها؛ لأن النتائج السابقة أشارت إلى أن هناك ثمة تطابق بين البرامج الأربعة من حيث الشكل والمضمون.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أفراد النخبة لديهم قدرة عالية على التعامل الفعال مع الإعلام الرياضي، من خلال التعرض البانورامي المتكامل لمختلف القضايا الرياضية الواردة في البرامج المذاعة بالقنوات المتخصصة، أي أنهم يتعرضون بشكل قصدي بعيداً عن التعرض العرضي غير المخطط.

ويُشير خبراء الإعلام إلى أن التعرض القائم على التخطيط والبحث الإيجابي عن المضمون الإعلامي المعين إنما يؤكد وعى المشاهد بالتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام والاستفادة من مضامينها، بعيداً عن مفاهيم قتل الوقت والتعرض غير الهادف أو التعرض السلبي لوسائل الإعلام.<sup>(١)</sup>

ووفقاً لهذا الطرح فإن النخبة بعينة الدراسة لديها القدرة على اتباع سلوك إتصالي إيجابي في التعرض للمضامين الرياضية للقنوات الرياضية المتخصصة، بحيث يكون هذا السلوك الإتصالي هادفاً وقائماً على الاستفادة من تلك المضامين معرفياً ووجدانياً وسلوكياً.

(١٠) مستوى ثقة أفراد النخبة الرياضية في كيفية معالجة القضايا الرياضية المهمة بالبرامج الرياضية الجماهيرية:

#### جدول رقم (١٢)

#### مستوى ثقة النخبة الرياضية

في معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية المختلفة التي تتناولها

الترتيب	الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة		متوسطة		جيدة		الثقة البرامج الرياضية
	%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	
الرابع	٢٤,٤٤	١٧٦	٠,٧٩٧	١,٧٦	٤٦	٤٦	٣٢	٣٢	٢٢	٢٢	مساء الأنوار
الأول	٢٦,٣٨	١٩٠	٠,٧٠٧	١,٩٠	٣٠	٣٠	٥٠	٥٠	٢٠	٢٠	كوره النهارده
الثالث	٢٤,٤٤	١٧٦	٠,٧١٦	١,٧٦	٤٠	٤٠	٤٤	٤٤	١٦	١٦	الرياضة اليوم
الثاني	٢٤,٧٤	١٧٨	٠,٦٧٩	١,٧٨	٣٦	٣٦	٥٠	٥٠	١٤	١٤	كوره كل يوم

(1) Will Kennelly, (2012), "Three Views of Member Motives: Predicting intentions to Public broadcasting stations using revised Theory of planned behavior", (online), available at: [www.Research.allacademic.com](http://www.Research.allacademic.com). pp.1-24, Date of search: 16/2/2014.

توضح بيانات الجدول السابق، أنه وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية بعينة الدراسة، حول مستوى الثقة فى البرامج الرياضية بعينة الدراسة أن:

برنامج "كوره النهاردة" الذى يقدمه "أحمد شوير" على قناة "مودرن سبورت" جاء فى المرتبة الأولى لدى مفردات بعينة الدراسة من النخبة الرياضية بعدد نقاط ١٩٠ نقطة بنسبة ٢٦,٣٨٪، وبرنامج "كوره كل يوم" الذى يقدمه "كريم حسن شحاتة" على قناة "النهار رياضة" جاء فى المرتبة الثانية بعدد نقاط ١٧٨ بنسبة ٢٤,٧٤٪، وبرنامج "الرياضة اليوم" الذى يقدمه "خالد الغندور" على قناة "دريم ١" جاء فى المرتبة الثالثة بعدد نقاط ١٧٦ نقطه بنسبة ٢٤,٤٤٪، وبرنامج "مساء الأنوار" الذى يقدمه "مدحت شلبى" على قناة "مودرن سبورت" جاء فى المرتبة الرابعة بعدد نقاط ١٧٦ نقطه بنسبة ٢٤,٤٤٪.

من خلال نتائج هذا الجدول يلاحظ أن مستوى الثقة ضعيف، وأن الفروق فى مستوى الثقة بين البرامج الأربعة متقاربة، أى أنه لا يوجد برنامج رياضى متميز عن باقى البرامج الرياضية، وفقاً لرأى النخبة الرياضية بعينة الدراسة، وذلك يعود إلى استخدام البرامج الرياضية بعينة الدراسة أساليب غير مهنية وغير أخلاقية فى معالجة القضايا الرياضية المهمة.

وتجدر الإشارة إلى أن جمهور النخبة عادةً ما يتسم بقدرات عالية على النقض والقدرة على تقييم المضامين الإعلامية والوقوف على إشكالياتها المرتبطة بالدقة والموضوعية والحيادية وغيرها.

(١١) اتجاهات أفراد النخبة الرياضية نحو استخدام البرامج الرياضية لأساليب إقناعية بعينها فى معالجة القضايا الرياضية المهمة:

جدول رقم (١٣)

اتجاهات النخبة الرياضية نحو استخدام البرامج الرياضية  
لأساليب معالجة القضايا الرياضية

الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
			ك	%	ك	%	ك	%	
٢٧٨	٢٣٠,٩٨	٠,٥٠٧	٤	٤	١٤	١٤	٨٢	٨٢	استخدام العناصر المرئية المختلفة لإبراز القضية
٢٧٦	٢٣٠,٧٤	٠,٥١٧	٤	٤	١٦	١٦	٨٠	٨٠	استخدام أساليب التدليل

الوزن المرجح		الانحراف		المتوسط		معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه
%	النقاط	المعياري	الحسابي	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
												والاستشهادات فى معالجة القضية
١٦,١٤	١٣٢	٠,٥٨٧	١,٣٢	٧٤	٧٤	٢٠	٢٠	٦	٦			محاولة إثارة الخلاف والجدل بين الضيوف حول موضوع القضية
١٦,١٤	١٣٢	٠,٦٨٣	١,٣٢	٨٠	٨٠	٨	٨	١٢	١٢			إبداء المذيع رأيه الشخصى فى القضية والدفاع عنه

يتضح من الجدول السابق درجة تأييد عينة الدراسة من النخبة الرياضية لأساليب المعالجة التى تستخدمها البرامج الرياضية التليفزيونية عينة الدراسة فى معالجة القضايا الرياضية على النحو التالى:

جاء فى المرتبة الأولى استخدام العناصر المرئية المختلفة لإبراز القضية بعدد نقاط ٢٧٨ بنسبة ٣٣,٩٨٪، وجاء فى المرتبة الثانية استخدام أساليب التذليل والاستشهادات المختلفة فى معالجة القضية بعدد نقاط ٢٧٦ بنسبة ٣٣,٧٤٪.

لا تؤيد عينة النخبة الرياضية محاولة إثارة الخلاف والجدل بين الضيوف حول موضوع القضية بعدد نقاط ١٣٢ بنسبة ١٦,١٤٪، ولا تؤيد إبداء المذيع رأيه الشخصى فى القضية والدفاع عنه بعدد نقاط ١٣٢ بنسبة ١٦,١٤٪.

ومن النتائج السابقة يتضح أن هناك اتجاهاً إيجابياً قوياً نحو استخدام الأساليب المهنية والأخلاقية فى معالجة القضايا والمشكلات الرياضية، وفقاً لمبادئ ومعايير نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، بينما هناك اتجاهاً سلبياً قوياً من استخدام البرامج الرياضية لأساليب غير مهنية وغير أخلاقية فى معالجة القضايا الرياضية المهمة.

وتتسق النتيجة الحالية مع معطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، حيث إنها تقدم أطراً أخلاقية ومهنية يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام فى المضمون الذى تقدمه للجمهور، وفى تطوير أداء وسائل الإعلام على المستوى المهني والأخلاقي، وبعد أن أصبح الإعلام الرياضى المصرى وبخاصة القنوات الرياضية

ذات طبيعة تنافسية ومعظمها مملوكة إلى أفراد، مما أدى إلى ضعف التزامها بأسس نظرية المسؤولية الاجتماعية ومبادئها، مما يجعل القنوات الرياضية تستغل حرية الإعلام بشكل سيء من أجل تحقيق قاعدة جماهيرية كبيرة، وبالتالي زيادة حصتها الإعلانية.

ويشير "دينس ماكويل" إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تعمل على التوافق بين ثلاثة مبادئ متباينة هي (حرية الإعلام - الحرية الشخصية - مسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع)، وقدمت النظرية حلين رئيسيين: الأول هوتمية الوعى لدى الجمهور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، والحل الثانى هو تطوير ورفع المستوى المهني والأخلاقي للعاملين فى مجال الإعلام لتحقيق أعلى مستويات الأداء.<sup>(١)</sup>

(١٢) اتجاهات النخبة نحو حدود تأثير العوامل المهنية فى معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية:

#### جدول رقم (١٤)

اتجاهات النخبة الرياضية نحو مدى تأثير العوامل المهنية فى معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية

الوزن المرجح		الانحراف المعياري	التوسط الحسابي	لا تؤثر		تؤثر إلى حد ما		تؤثر		الاتجاه	العوامل المؤثرة
%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك		
١٧,٧٢	٢٧٢	٠,٤٥٣	٢,٧٢	-	-	٢٨	٢٨	٧٢	٧٢	السياسة التحريرية الخاصة بالبرنامج	
١٨,١٠	٢٧٨	٠,٤١٨	٢,٧٨	-	-	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	الثقافة الرياضية لمقدم البرنامج، وإلمامة بالجوانب المتعلقة بالقضية الرياضية موضوع النقاش	
١٦,٦٦	٢٥٦	٠,٥٧٧	٢,٥٦	٤	٤	٣٦	٣٦	٦٠	٦٠	نمط ملكية القناة (خاصة أو رسمية) التى يذاع من خلالها البرنامج الرياضى	

(1) Dennis Mcquail, op. cit. p.504.

الوزن المرجح		الاتجاه	تؤثر		تؤثر إلى حد ما		لا تؤثر		المتوسط الحسابي	الاتجاه المعياري	العوامل المؤثرة
النقاط	%		ك	%	ك	%	ك				
٢٥٤	١٦,٥٤	الإعلان وسيطرة المعلن على المضمون المقدم من خلال البرنامج الرياضي	٦٠	٦٠	٣٤	٣٤	٦	٦	٢,٥٤	٠,٦١٣	
٢٢٤	١٤,٥٨	اهتمامات الجمهور الرياضي وأذواقه	٣٢	٣٢	٦٠	٦٠	٨	٨	٢,٢٤	٠,٥٩١	
٢٥٢	١٦,٤٠	عنصر المنافسة مع البرامج الرياضية الأخرى وحب البقاء	٥٨	٥٨	٣٦	٣٦	٦	٦	٢,٥٢	٠,٦١٤	

يوضح الجدول السابق مدى تأثير العوامل المهنية فى اتجاهات معالجة القضايا الرياضية فى البرامج الرياضية التلفزيونية وفقاً لرأى النخبة الرياضية، وجاءت النتائج على النحو التالى:

جاء فى المرتبة الأولى، الثقافة الرياضية لمقدم البرنامج، وإلمامة بالجوانب المتعلقة بالقضية الرياضية موضوع النقاش بعدد نقاط ٢٧٨ بنسبة ١٨,١٠٪، وجاء فى المرتبة الثانية، السياسة التحريرية الخاصة بالبرنامج بعدد نقاط ٢٧٢ بنسبة ١٧,٧٢٪، وجاء فى المرتبة الثالثة، من حيث تأثير نمط ملكية القناة (خاصة أو رسمية) التى يذاع من خلالها البرنامج الرياضى بعدد نقاط ٢٥٦ بنسبة ١٦,٦٦٪، وجاء فى المرتبة الرابعة، الإعلان وسيطرة المعلن على المضمون المقدم من خلال البرنامج الرياضى بعدد نقاط ٢٥٤ بنسبة ١٦,٥٤٪، وجاء فى المرتبة الخامسة، عنصر المنافسة مع البرامج الرياضية الأخرى وحب البقاء بعدد نقاط ٢٥٢ بنسبة ١٦,٤٠٪، وجاء فى المرتبة الأخيرة، اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه بعدد نقاط ٢٢٤ بنسبة ١٤,٥٨٪.

توضح النتائج السابقة أن اهتمامات الجمهور وأذواقه تأتى فى مرحلة متأخرة فى العوامل المؤثرة فى معالجة البرامج الرياضية للقضايا، وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية بعينة الدراسة، وثمة ملاحظة علمية مهمة وهى أن الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضى بصفة خاصة يقدم ما يريده الجمهور الرياضى، وليس ما يحتاج إليه، لذلك يركز على الإثارة والأخبار السلبية التى تجذب الإعلان والمعلنين.

ويطرح الجدول الحالى نتيجة بالغة الأهمية، ألا وهى مفهوم نجومية مقدم البرنامج الرياضى وحضوره الجماهيرى حيث يعتقد أفراد النخبة الرياضية من عينة الدراسة أن القدرات الاتصالية لمقدم البرنامج هى العامل الحاسم فى تحديد أساليب معالجة القضية الرياضية المعنية، وتحديد أبعادها، وما يجب أن يفكر فيه الجمهور بشأنها، ويعكس ذلك غطاً خطيراً فى الإعلام الرياضى القائم على الفرد أو النجم. ويؤكد الطرح الحالى أن عدداً كبيراً من نجوم الرياضة وبخاصة كرة القدم هم القائمون على تقديم البرامج الرياضية الجماهيرية ومنهم أحمد شويبير، وخالد الغندور، وحازم إمام، وإسلام الشاطر،..... وغيرهم.

وهذا يعود سلباً على أخلاقيات الإعلام وضوابطه القائمة على تكامل فريق العمل، الذى يتكون من مجموعة من الأشخاص المتخصصين كلٌ يعمل فى تخصصه من أجل صناعة رسالة إعلامية متكاملة.

نجاح مقدم البرنامج لا يعتمد على موهبته فقط، ولكنه يتوقف على التعاون بين فريق العمل من إخراج وإعداد ومهندسى الصوت والإضاءة والإنتاج، حتى يتم تنفيذ البرنامج على أكمل وجه.

(١٣) تقييم أفراد النخبة الرياضية لمدى التزام البرامج الرياضية بالمعايير المهنية والاحترافية فى معالجة القضايا الرياضية المهمة:

١/١٣ تقييم النخبة الرياضية لبرنامج "مساء الأنوار":

جدول رقم (١٥)

تقييم أفراد النخبة الرياضية للأداء المهنى ببرنامج "مساء الأنوار"

الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٧٦	١,٥٤	٥٦	٥٦	٣٤	٣٤	١٠	١٠	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج.
٠,٦٩٤	١,٧٤	٤٠	٤٠	٤٦	٤٦	١٤	١٤	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٤٤	١,٤٤	٦٤	٦٤	٢٨	٢٨	٨	٨	البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضي.
٠,٧٧٢	١,٦٦	٥٢	٥٢	٣٠	٣٠	١٨	١٨	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.
٠,٧٧٤	١,٨٢	٤٠	٤٠	٣٨	٣٨	٢٢	٢٢	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم.
٠,٦٣٨	٢,١٠	١٨	١٨	٦٠	٦٠	٢٢	٢٢	مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضي وأذواقه.
٠,٦١١	١,٤٤	٦٢	٦٢	٣٢	٣٢	٦	٦	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى.
٠,٦٧٠	٢,٤٠	١٠	١٠	٤٠	٤٠	٥٠	٥٠	استخدام المواد الفيديوية للدلالة على قوة وصدق المضمون.
٠,٦٠٦	٢,٠٠	١٨	١٨	٦٤	٦٤	١٨	١٨	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "مساء الأنوار" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية، وجاءت على النحو التالي:

تشير النتائج إلى أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ١,٥٤، وهناك العديد من المواقف التي تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومنها أنه أثناء معالجة البرنامج لقضية تناول وسائل الإعلام لعلاقة وزارة الداخلية

بالجمهور وفي حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٦/١٣م قام مقدم البرنامج بالهجوم على "ريم ماجد" مقدمة برنامج "بلدنا بالمصرى" على قناة ON TV لاستضافتها إحدى السيدات التي هاجمت وزارة الداخلية بسبب حدوث موقف بين ابنتها واحد ضباط الشرطة، دون إن يتصل "بريم ماجد" وإعطائها حق الرد، بل قام بمجاملة ضباط الداخلية على حساب مقدمة البرنامج والسيدة صاحبة المشكلة، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسؤولية الاجتماعية أنه ينبغي على القائم بالاتصال أن يتحلى بالموضوعية والحياد.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية بمتوسط حسابى ١,٧٤، وهناك العديد من المواقف التى تؤيد هذه النتيجة: ومنها: أنه أثناء استضافة البرنامج "لعمرو الجناينى" عضو مجلس إدارة نادى "الزمالك" فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٧/٢٩م الذى هاجم لاعب النادى الأهلى "محمد ناجى جدو" بقوله (ده جاب ابن خالته يصوره جنب سور نادى الزمالك)، دون أن يعطى مقدم البرنامج حق الرد للاعب، أو يثى ضيفه عن الاستهزاء والسخرية من اللاعب، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسؤولية الاجتماعية انه يجب على القائم بالاتصال الالتزام بالتوازن وإعطاء حق الرد لجميع أطراف القضية.

أشارت النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضى بمتوسط حسابى ١,٤٤، وهناك العديد من المواقف التى تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومنها: فى حلقة ٢٠١٠/١٢/٢٠م قام مقدم البرنامج بإلقاء نكته جنسية على مسامع المشاهدين، كان قد أرسلها له احد أصدقاء البرنامج على بريد البرنامج، والملفت للنظر أن مقدم البرنامج قرائها سراً قبل أن ينقلها إلى مسامع المشاهدين، مما يؤكد التعمد وعدم تقديره لخطورة الشاشة التى يطل من خلالها على المشاهدين، وانه يدخل إلى بيوت المشاهدين ويشاهده جميع أفراد الأسرة، ثم عاد مقدم البرنامج وأعتذر فى الحلقة التالية، بعد النقد والهجوم الذى تعرض له من مختلف وسائل الإعلام.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهدباً بمتوسط حسابى ١,٦٦، وهناك العديد من المواقف التى تؤكد ان مقدم البرنامج يستخدم أسلوباً سهلاً، ولكنه فى مواقف عدة لا يستخدم

أسلوباً مهذباً فهو دائم التهكم والسخرية، سواء من المنافسين له من مقدمى البرامج الرياضية، أو لعناصر لاعبة كرة القدم المختلفة من لاعبين أو إداريين أو حكام، ومنها على سبيل المثال: فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٥/٢٠ م قام مقدم البرنامج بالسخرية من لاعب الأهلى السابق "أحمد صديق" بسبب سوء مستواه بقوله: (أحمد صديق ده مش لاعب كوره ده جاى مع العفش)، دون مراعاة لأى معايير مهنية أو أخلاقية، وكونه قائم بالاتصال فى برنامج جماهيرى له قاعدة كبيرة تشاهده من الجماهير المصرية والعربية، على مختلف أنواعها وأعمارها.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابى ١,٨٢، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها أثناء مناقشة البرنامج قضية منتخب الشباب المصري لكرة القدم فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٦/٢٦ م اتهم مقدم البرنامج بعض أفراد الفريق بأنهم قد أقاموا علاقات غير أخلاقية مع بعض الفتيات الأوكرانيات المقيمين فى نفس محل إقامة الفريق، دون التحقق من هذه الواقعة قبل اتهام اللاعبين الذين تبين فيما بعد عدم صحة هذه الواقعة، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام أنه يجب على القائم بالاتصال مراعاة الخصوصية والتأكد من مصداقية الخبر من أكثر من مصدر، قبل أن يفجر قضية ما أو ينشر خبراً ذكرته بعض المواقع الرياضية الالكترونية.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه بمتوسط حسابى ٢,١٠.

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابى ١,٤٤، وهناك العديد من المواقف التى تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف فى حلقة ٢٠٠٩/١٠/١٢ م قام مقدم البرنامج بالهجوم على "علاء صادق" مقدم برنامج "هنا القاهرة" فى قناة "مودرن سبورت"، وهى نفس القناة التى يقدم من خلالها برنامج "مساء الأنوار"، فقام مدحت شلبى بوصف "علاء صادق" بأنه (بغبغان + هبله ومسكوها طبله + بوبى ومسكناه عضمه)، كل هذه الألفاظ النابية على مرأى ومسمع المشاهدين.

البرنامج ملتزم من حيث استخدام المواد الفيديوية للدلالة على صدق المضمون

بمتوسط حسابى ٢,٤٠ البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابى ٢,٠٠.

## ٢/١٣ تقييم النخبة الرياضية لبرنامج "كوره النهارده":

جدول رقم (١٦)

تقييم أفراد النخبة الرياضية للأداء المهني ببرنامج "كوره النهارده"

الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٨٨	١,٦٦	٤٦	٤٦	٤٢	٤٢	١٢	١٢	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج.
٠,٦٤٨	١,٧٨	٣٤	٣٤	٥٤	٥٤	١٢	١٢	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية.
٠,٦٣٩	١,٦٠	٤٨	٤٨	٤٤	٤٤	٨	٨	البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضى.
٠,٦٠٧	١,٧٢	٣٦	٣٦	٥٦	٥٦	٨	٨	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهدباً.
٠,٦٦٤	١,٧٤	٣٨	٣٨	٥٠	٥٠	١٢	١٢	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم.
٠,٥٨٠	٢,١٠	١٢	١٢	٦٦	٦٦	٢٢	٢٢	مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه.
٠,٦٩٧	١,٦٢	٥٠	٥٠	٣٨	٣٨	١٢	١٢	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦٤١	٢,٤٢	٨	٨	٤٢	٤٢	٥٠	٥٠	استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون.
٠,٥٥٣	١,٩٨	١٦	١٦	٧٠	٧٠	١٤	١٤	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "كوره النهاردة" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية، وجاءت على النحو التالي:

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ١,٦٦، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها أثناء مناقشة البرنامج قضية لائحة وزارة الرياضة المنظمة لانتخابات الأندية في حلقة البرنامج بتاريخ ٢٦/٦/٢٠١٣م، قام مقدم البرنامج بتوجيه الاتهامات إلى وزارة الرياضة ممثلة في وزير الرياضة بأنه يتعسف مع أعضاء مجلس إدارة النادي الأهلي، ودافع مقدم البرنامج عن بقاء المجلس دون أن يعطى الفرصة لأحد من وزارة الرياضة بتوضيح وتفسير بنود اللائحة، ويؤكد الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية أنه ينبغي على القائم بالاتصال أن يتحلى بالموضوعية، وأن يقوم بتغطية الأحداث بصورة كاملة وصادقة وشاملة وواضحة، وفي سياق يعطيها معناها الحقيقي، ولا تتسم بالدقة فقط، ولكن بالحقيقة والرأي، لأن الحقيقة وحدها لم تعد كافية.<sup>(١)</sup>

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية بمتوسط حسابي ١,٧٨.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضي بمتوسط حسابي ١,٦٠،

(1) Alvin Louis, Day. Op. cit. p.40.

وهناك العديد من المواقف التي تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، وخاصة قضية الألتراس الذي تعمد "أحمد شويير" تشويه صورتهم أمام الرأي العام الرياضى وتأجيجه ضدهم، ومن هذه المواقف فى حلقة ٢٠١٢/٩/٣م، وكانت أثناء قيام مجموعة من جماهير الأهلى المنضمة إلى رابطة الألتراس باقتحام ملعب تدريب النادى الأهلى بمدينة نصر لرفضهم قيام النادى بعودة النشاط المحلى ولعب مباراة كأس السوبر المصرى أمام نادى أنبى، وكان الألتراس رافض لعودة النشاط الرياضى قبل القصاص لزملائهم ضحايا مذبحه بور سعيد، فعلق مقدم البرنامج بقوله (هم الألتراس عاوزين إيه مش هما اللى كانوا السبب فى إى حصل لزملائهم، ولا هما عاوزين قتل تانى، وإيه قصاص ومش قصاص لازم نحترم أحكام القضاء) ولم يكتف بذلك، بل قام بسب ظاهرة الألتراس وأعضائه.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوبياً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً بمتوسط حسابى ١,٧٢، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها: أثناء مناقشة البرنامج قضية اختيار مدير فنى لمنتخب مصر الوطنى لكرة القدم فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٦/٦م قام مقدم البرنامج بالسخرية من عملية الاختيار، بأن قام بتقديم فكرة تمثيلية هزلية شارك فيها "إبراهيم فائق" الذى يشارك فى تقديم البرنامج، وقدم من خلالها - تصريحاً وتلميحاً - للمشاهدين فكرة بأن مصر مختلفة دائماً وأن المصرين لا يوجد ثمة اتفاق بينهم فى أى شئ.

البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابى ١,٧٤، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها: أثناء مناقشة البرنامج قضية قيام قناة الجزيرة بالهجوم على النظام المصرى فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٧/٦م قام مقدم البرنامج بتوجيه رسالة إلى "علاء صادق" مقدم البرامج بقناة "الجزيرة مباشر مصر"، وطلب منه أن يعود إلى مصر والاعتذار لشعبها؛ لأنه يخسر كل يوم من رصيده لدى الجمهور المصرى، وأن يعود لكى يرد على الاتهامات الموجهة إليه، بأنه قد حصل على أموال من دولة قطر، لكى يقوم بالهجوم على قيادات الحكومة المصرية، والهجوم على النظام الحاكم فى مصر.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه بمتوسط حسابى ٢,١٠.

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابى ١,٦٢، وهناك العديد من المواقف التى تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف: فى حلقة ٢٠١١/٩/٧م قام مقدم البرنامج بالهجوم على "مدحت شلبى" مقدم برنامج "مساء الأنوار" الذى قام من خلال برنامجه بمبادرة تنظيم مباراة فى النمسا بين قدامى منتخب مصر فى كأس العالم ١٩٩٠م، وقدامى منتخب النمسا من نفس الجيل، يخصص دخلها لشهداء ومصابى ثورة يناير، فقام "أحمد شوبير" مقدم برنامج "كوره النهارده" بعمل مداخلة تليفونية مع أحد مصابى ثورة يناير، الذى أفاد بعدم وصول أى نقود لهم من وراء هذه المباراة، فقام مقدم البرنامج بالتعليق على المداخلة بالهجوم على مدحت شلبى واتهمه بالمتاجرة بالثورة وبشهادتها ومصاييها.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابى ٢,٤٢.

البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابى ١,٩٨.

٣/١٢ تقييم النخبة الرياضية لبرنامج "الرياضة اليوم":

جدول رقم (١٧)

تقييم أفراد النخبة الرياضية للأداء المهنى ببرنامج "الرياضة اليوم"

الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام  المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٠٦	١,٥٤	٥٨	٥٨	٣٠	٣٠	١٢	١٢	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج.
٠,٥٩٨	١,٦٤	٤٢	٤٢	٥٢	٥٢	٦	٦	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية.
٠,٦١٣	١,٥٤	٥٢	٥٢	٤٢	٤٢	٦	٦	البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام	المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك		
									تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضي.
٠,٥٧٧	١,٤٤	٦٠	٦٠	٣٦	٣٦	٤	٤		استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.
٠,٦٦٤	١,٨٤	٣٦	٣٦	٤٤	٤٤	٢٠	٢٠		مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أداؤهم.
٠,٥٥٠	١,٩٤	١٨	١٨	٧٠	٧٠	١٢	١٢		مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضي وأذواقه.
٠,٦١٣	١,٥٤	٥٢	٥٢	٤٢	٤٢	٦	٦		اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى.
٠,٦٣٩	٢,١٤	١٤	١٤	٥٨	٥٨	٢٨	٢٨		استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون.
٠,٤٩٥	١,٨٦	٢٠	٢٠	٧٤	٧٤	٦	٦		الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "الرياضة اليوم" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية، وجاءت على النحو التالي:

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ١,٥٤، وهناك العديد من المواقف التي تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف: في حلقة ٢٣/١/٢٠١٤م تناول البرنامج معالجة قضية حل مجلس إدارة النادي الأهلي من قبل وزارة الرياضة، وقيام رئيس الوزراء بإيقاف تنفيذ القرار، قام

مقدم البرنامج بالهجوم على مجلس إدارة الأهلي، والدفاع عن قرار الوزير، مع أنه فى الحلقة التى عالج فيها قضية قيام نفس الوزير بحل مجلس إدارة نادى الزمالك المصرى، والذى ينتمى إليه مقدم البرنامج "خالد الغندور"، كلاعب وإدارى، قام بالهجوم على وزير الرياضة بسبب هذا القرار واتهمه بأنه اتخذ هذا القرار بسبب انتمائه للنادى الأهلي، وقال (هو يقدر يعمل كده مع حسن حمدى والنادى الأهلي)، هذا مثال من أمثله عديدة توضح أن مقدم البرنامج غير محايد فى تناوله للقضايا التى تخص النادى الأهلي ودائما هو ضده.

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية بمتوسط حسابى ١,٦٤، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها: أثناء مناقشة البرنامج قضية ترك "حسام البدرى" تدريب النادى الأهلي فى وسط الموسم الرياضى، فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٦/٦م قام مقدم البرنامج بالهجوم على إدارة النادى الأهلي وقتاته، بسبب انتقادها الحاد لحسام البدرى، واتهم مقدم البرنامج إدارة الأهلي بأنها تبحث عن مصالحها فقط، دون النظر إلى أى شئ آخر، وأعطى للبدرى الفرصة للرد على إدارة الأهلي والهجوم عليها، ولم يعط نفس الحق لإدارة النادى الأهلي، ولا لقناة النادى الأهلي.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضى بمتوسط حسابى ١,٥٤، وهناك العديد من المواقف التى تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف حلقة ٢٠١٣/٣/٢٩م خلال تغطية البرنامج لفوز منتخب الشباب ببطولة إفريقيا لكرة القدم، التى أقيمت فى الجزائر، وقيام الجمهور الجزائرى بالتشجيع ضد الفريق المصرى، وحدثت بعض المناوشات البسيطة بين بعض اللاعبين المصريين والجمهور الجزائرى فعلق مقدم البرنامج على ذلك بقوله: (ليه بتعملوا كده مع مصر وليه بتمنوا هزيمتنا وتكرهوا مصر ليه)، وقام بتذكير الجماهير بما حدث فى الأزمة الشهيرة بين البلدين مصر والجزائر عام ٢٠١٠م بسبب الإعلام الرياضى، وكأنه لم يعِ الدرس حيث إنه كان أحد المتسببين فى هذه الأزمة، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسؤولية الاجتماعية، انه ينبغى على القائم بالاتصال أن لا

يضلّل الجمهور وأن لا يفرض في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، فللفرد حق وللمجتمع حقوق، ويجب على وسائل الإعلام أن تسعى إلى خدمة المجتمع، وتقوم بوظائف جوهرية في حياة الناس، وأن يكون لها دور تويري وتربوي.

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوبياً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً بمتوسط حسابي ١.٤٤، وهناك العديد من المواقف التي تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف استخدام مقدم البرنامج للغة العامية، وله العديد من الأخطاء اللغوية في العامية، ودائم تكرار جملة (اسمه آيه ده) عند نسيانه أي شيء، والأخطاء في قراءة الآيات والأحاديث النبوية التي يستشهد بها لتأييد ما يقوله.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابي ١.٨٤. البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضي وأذواقه بمتوسط حسابي ١.٩٤.

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابي ١.٥٤، وهناك العديد من المواقف التي تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، ومن هذه المواقف: حلقة ٢٠١١/٥/١م، حيث قام مقدم البرنامج بالهجوم على "مجدى عبد الغنى" مقدم برنامج "السادسة مساءً" على قناة "مودرن سبورت" بسبب قيام مقدم البرنامج بالهجوم عليه، فرد عليه خالد الغندور بقوله (أنا عمري معملت حاجة عيب ومبخلعش البنطلون ومبطلعش على جمهور الأهلى بمقشة عشان كده سمونى مجدى مقشة ومبتخنقتش مع اخواتى عشان الميراث)، بالإضافة إلى اتهامه في ذمته المالية.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابي ٢.١٤.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابي ١.٨٦.

## ٤/١٣ تقييم النخبة الرياضية لبرنامج " كوره كل يوم ":

جدول رقم (١٨)

تقييم أفراد النخبة الرياضية للأداء المهني ببرنامج " كوره كل يوم "

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٦١٤	١,٩٠	٢٤	٢٤	٦٢	٦٢	١٤	١٤	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج.
٠,٥١٥	٢,٠٠	١٢	١٢	٧٤	٧٤	١٤	١٤	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية.
٠,٥٥٣	١,٩٨	١٦	١٦	٧٠	٧٠	١٤	١٤	البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضى.
٠,٦١٤	١,٧٠	٣٨	٣٨	٥٤	٥٤	٨	٨	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.
٠,٦٧٠	٢,١٤	١٦	١٦	٥٤	٥٤	٣٠	٣٠	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم.
٠,٤٨١	٢,١٨	٤	٤	٧٤	٧٤	٢٢	٢٢	مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه.
٠,٥٧٠	١,٩٦	١٨	١٨	٦٨	٦٨	١٤	١٤	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى.
٠,٦٨٣	٢,٣٢	١٢	١٢	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	استخدام المواد الفيديوية للدلالة على قوة وصدق المضمون.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		حدود الالتزام المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٤٦٣	٢,١٠	٦	٦	٧٨	٧٨	١٦	١٦	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "كوره كل يوم" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية، وجاءت على النحو التالي:

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ١,٩٠، وعلى الرغم من أن نسبة عدم الالتزام ٢٤٪ جاءت ضعف نسبة الالتزام ١٤٪ من وجهة نظر النخبة الرياضية، إلا أن البرنامج يسعى إلى التطور والوصول إلى مستوى متقدم من الحياد والموضوعية، لذلك نسبة يلتزم إلى حد ما قد بلغت ٦٢٪، وهذا يوضح أن النخبة الرياضية بعينة الدراسة لا تستطيع الفصل في هذا المعيار حال تقييم هذا البرنامج؛ لأنه من أكثر البرامج الرياضية سعياً إلى محاولة تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية بمتوسط حسابي ٢,٠٠.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور الرياضي بمتوسط حسابي ١,٩٨.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهدباً بمتوسط حسابي ١,٧٠، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها: أثناء مناقشة البرنامج قضية ترك "حسام البدرى" تدريب النادي الأهلي وسط الموسم الرياضي في حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٦/٦م قام مقدم

البرنامج باستضافة رئيس تحرير البرنامج الناقد الرياضى "إسلام صادق"، وأثناء الحور رن جرس التليفون المحمول الخاص بالضيف فقال، له مقدم البرنامج: "أنتا كمان سايب تليفونك مفتوح" وتحولت الحلقة إلى فاصل من "المزاح" بين مقدم البرنامج والضيف، دون مراعاة أن البرنامج مذاع على الهواء، مما يوضح عدم التزام مقدم البرنامج بمراعاة عدم الاستخفاف بعقلية المشاهد الذى يستقطع وقته لمشاهدة البرنامج والاستفادة من المعلومات الرياضية التى يطرحها البرنامج.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابى ٢.١٤.

البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور الرياضى وأذواقه بمتوسط حسابى ٢.١٨.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابى ١.٩٦، وهناك مواقف عدة تؤكد هذه النتيجة، ومنها: أثناء مناقشة البرنامج لقضية ترك "حسام البدرى" تدريب النادى الأهلى وسط الموسم الرياضى فى حلقة البرنامج بتاريخ ٢٠١٣/٥/١١ م قام مقدم البرنامج بالهجوم على "عدلى القيعى" و"إبراهيم المنيسى" مقدمى البرنامج الرياضى "ملك وكتابة" على قناة الأهلى الرياضية، حيث إنهم قد وصفوا "حسام البدرى" بالهارب، فرد عليهم "كريم شحاتة" انه ليس من حقكم هذا الهجوم على البدرى، فمن أبسط حقوقه أن يختار الوقت الذى يترك فيه منصبه ويبحث عن مستقبله، ما دام انه غير مرتبط بتعاقد مع النادى، ولم يعط مقدم البرنامج حق الرد لأحد من الذين هاجمهم، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، أنه يجب على القائم بالاتصال طرح وجهات النظر المختلفة وأن يتحلى بالحياد والموضوعية فى طرح الأخبار ومعالجة القضايا الرياضية المهمة.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابى ٢.٣٢.

البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابى ٢.١٠.

(١٤) الأسس والمعايير التي يستند إليها أفراد النخبة الرياضية فى تقييم الأداء المهنى والأخلاقى لمقدمى البرامج الرياضية الجماهيرية:

جدول رقم (١٩)

معايير تقييم الأداء المهنى لمقدمى البرامج الرياضية  
من قبل النخبة الرياضية بعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة الأسس والمعايير
٦٦	٦٦	الحضور الجيد على الشاشة
٦٤	٦٤	الحياد والموضوعية
٦٠	٦٠	الدقة فى المعلومات التى يطرحها
٤٠	٤٠	الالتزام الأخلاقى فى الأداء
٣٨	٣٨	السعى وراء الحقيقة لإبرازها
٣٤	٣٤	احترام وتقدير عقل وذكاء المشاهد
٢٨	٢٨	السعى إلى زيادة ثقافة ومعلومات المشاهد
٢٦	٢٦	استخدام اللغة العربية السليمة
٢٤	٢٤	مراعاة مصالح المجتمع
١٨	١٨	مراعاة مصالح الجمهور
١٨	١٨	العمل على الارتقاء بالرياضة المصرية

♦ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ١٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق الأسس والمعايير التى اعتمدت عليها النخبة الرياضية بعينة الدراسة فى تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية التليفزيونية بعينة الدراسة، وكانت النتائج على النحو التالى:-

جاء فى المرتبة الأولى معيار الحضور الجيد على الشاشة بنسبة ٦٦٪، وجاء فى المرتبة الثانية معيار الحياد والموضوعية بنسبة ٦٤٪، وجاء فى المرتبة الثالثة معيار الدقة فى المعلومات التى يطرحها بنسبة ٦٠٪، وجاء فى المرتبة العاشرة معيار مراعاة مصالح الجمهور بنسبة ١٨٪، وجاء فى المرتبة الحادية عشر والأخيرة معيار العمل على الارتقاء بالرياضة المصرية بنسبة ١٨٪.

وتشير النتائج أن أكثر من نصف العينة قد أرجع أهم معايير التقييم إلى الحضور

الجيد على الشاشة، والحياد والموضوعية، والدقة فى عرض المعلومات التى يطرحها، وذلك لأنها معايير أخلاقية ومهنية ومن الواجب توافرها فى مقدم البرامج الرياضية، كما أشار ما يقرب من ١٨٪ من أفراد العينة من النخبة الرياضية إلى معيار مراعاة مصالح الجمهور، والعمل على الارتقاء بالرياضة المصرية، مما يوضح أن النخبة الرياضية تعتقد أن مراعاة مصالح الجمهور والمجتمع تأتى فى ذيل الاهتمامات من وجهة نظرهم.

يشير الجدول أيضاً إلى أن أفراد النخبة الرياضية لا يعتقدون أن استخدام اللغة العربية السليمة أمر مهم فى تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية، حيث كان الوزن النسبى لتقييمهم فى هذا الصدد ٢٦٪ فقط، أى أن نحو ثلاثة أرباع العينة لا تعتقد بأهمية اللغة العربية، الأمر الذى يثير المخاوف من الدور السلبى للإعلام الرياضى فى إضعاف اللغة العربية، وتشجيع نمط من اللغة الدارجة التى يتم تداولها بين جماهير الرياضة وبخاصة الشباب منهم..

(١٥) تقييم أفراد النخبة الرياضية للأداء المهنى لمقدمى البرامج الرياضية الجماهيرية:

### جدول رقم (٢٠)

تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية  
من قبل أفراد النخبة الرياضية بعينة الدراسة

الترتيب	الوزن المرجح		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ضعيف		مقبول		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم مقدم البرنامج
	%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الثانى	٢٥,٠٠	٢٨٦	٠,٩٩٠	٢,٨٦	٨	٨	٣٠	٣٠	٣٢	٣٢	٢٨	٢٨	٢	٢	ممدحت شلبى
الأول	٣٠,٠٠	٣٤٦	٠,٩٣٠	٣,٤٦	٤	٤	٨	٨	٣٦	٣٦	٤٢	٤٢	١٠	١٠	أحمد شويبير
الرابع	٢٢,٠٠	٢٥٢	٠,٩٧٣	٢,٥٢	١٨	١٨	٢٨	٢٨	٣٨	٣٨	١٦	١٦	٠	٠	خالد الفندور
الثالث	٢٣,٠٠	٢٦٨	٠,٩٨٠	٢,٦٨	١٦	١٦	٢٤	٢٤	٤٤	٤٤	٨	٨	٨	٨	كريم شحاتة

توضح بيانات الجدول السابق أنه وفقاً لاتجاهات النخبة الرياضية بعينة الدراسة حول مستوى أداء مقدمى البرامج الرياضية بعينة الدراسة، جاءت النتائج على النحو التالي:

جاء " أحمدشوبير" فى المرتبة الأولى لدى مفردات عينة الدراسة من النخبة الرياضية، بعدد نقاط ٣٤٦ نقطة بنسبة ٣٠,٠٠٪، ومن الخصائص التى تميزه، أن له حضوراً جيداً على الشاشة وله جماهيرية كبيرة بين الجمهور المصرى، وله قدرة جيدة على الانصات وطرح الأسئلة المنطقية، وله العديد من السلبيات أبرزها استغلاله للبرنامج فى خدمة مصالحه الشخصية.

وجاء "مدحت شلبى" فى المرتبة الثانية بعدد نقاط ٢٨٦ نقطه بنسبة ٢٥,٠٠٪، ومن الخصائص التى تميزه، بالإضافة لحضوره الجيد على الشاشة أن له قدرة اتصالية جيدة جعلت له شعبية كبيرة لدى الجمهور الرياضى، وله أيضاً مبادرات جيدة تساعد فى حل المشكلات والقضايا الرياضية، منها على سبيل المثال: مبادرة تنظيم مباراة فى كرة القدم بين جيل كأس العالم ١٩٩٠م بين مصر والنمسا، يخصص دخلها لصالح شهداء ثورة يناير ٢٠١١م، وله أيضاً العديد من السلبيات التى أبرزها أنه يستخدم ألفاظاً خارجة أحياناً، ويعتمد على الية التهكم والسخرية.

وجاء "كريم حسن شحاتة" فى المرتبة الثالثة بعدد نقاط ٢٦٨ بنسبة ٢٣,٠٠٪، ومن الخصائص المميزة له أنه يلتزم بأسلوب مهذب فى التعامل مع القضايا الرياضية، ويحاول أن يقترب من الموضوعية والحياد وعرض وجهات النظر المختلفة، ولكن يؤخذ عليه أنه غير متطور فى مهاراته الإعلامية، فإنه يغيب عنه القدرات الاتصالية مع الجماهير الرياضية المصرية وحضوره ضعيف على الشاشة.

وجاء "خالد الغندور" فى المرتبة الرابعة بعدد نقاط ٢٥٢ نقطه بنسبة ٢٢,٠٠٪، ومن مميزاته السعى إلى تفجير القضايا الرياضية، و لديه العديد من الأمثلة لخروجه عن الضوابط المهنية، أبرزها عدم التزامه بالموضوعية والحياد وانتمائه الغالب على طريقة معالجته للقضايا الرياضية.

(١٦) تقييم أفراد النخبة الرياضية لحدود الالتزام بالضوابط المهنية والأخلاقية فى معالجة القضايا المهمة بالبرامج الرياضية الجماهيرية:

جدول رقم (٢١)

اتجاهات النخبة الرياضية نحو مدى الالتزام المهني والأخلاقي في معالجة القضايا المهمة بالبرامج الرياضية الجماهيرية

م	عبارات قياس الاتجاه	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	يجب أن يعمل الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، وفق معايير الموضوعية والحيادية.	٩٢	٩٢	٤	٤	٤	٤	٠,٤٣٥	٢,٨٨
٢	يري العديد من الخبراء أنه من المفترض تتامي دور الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية، ليكون تثقيفياً وتثويرياً ولا يكون انحيازياً.	٨٢	٨٢	١٨	١٨	-	-	٠,٣٨٨	٢,٨٢
٣	يؤثر الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية، في اتجاهات الرأي العام الرياضي.	٨٢	٨٢	١٨	١٨	-	-	٠,٣٨٨	٢,٨٢
٤	تحتاج منظومة الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، إلى إعادة تقييم مهني وميثاق شرف لأن الرياضة تقوم علي الأخلاق.	٨٨	٨٨	٦	٦	٦	٦	٠,٥٢٢	٢,٨٢
٥	أصبح الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية للجمهور الرياضي.	٧٨	٧٨	٢٠	٢٠	٢	٢	٠,٤٧٦	٢,٧٦
٦	تؤكد الدراسات العلمية أنه يجب علي البرامج الرياضية أن تقوم بمسئولياتها الاجتماعية في إطار التنمية الرياضية للوطن.	٨٢	٨٢	١٢	١٢	٦	٦	٠,٥٥٥	٢,٧٦
٧	يعتقد البعض أن الإعلام الرياضي والبرامج الرياضية تعمد إلى الإثارة لجذب الإعلانات والمعلنين.	٨٢	٨٢	١٢	١٢	٦	٦	٠,٥٥٥	٢,٧٦

م	عبارات قياس الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%		
٨	تعتمد البرامج الرياضية علي مقدمها الذي غالباً ما يكون شخصية رياضية أو صحفية دون النظر إلى إمكاناته المهنية والإعلامية.	٧٨	٧٨	١٦	١٦	٦	٦	٢,٧٢	٠,٥٧٣
٩	تميل البرامج الرياضية إلى إثارة التعصب بين الدول، ومثال ذلك أحداث مباراة مصر والجزائر.	٧٦	٧٦	٢٠	٢٠	٤	٤	٢,٧٢	٠,٥٣٦
١٠	تحول ظاهرة الألتراس في مصر من ظاهرة رياضية إلى ظاهرة سياسية فأكسبت المنافسات الرياضية صبغة سياسية واضحة.	٧٨	٧٨	١٦	١٦	٦	٦	٢,٧٢	٠,٥٧٣
١١	تؤكد الدراسات العلمية أن النخب أكثر مقاومة من الجمهور العام للمضامين السلبية في البرامج الرياضية التلفزيونية	٧٠	٧٠	٢٦	٢٦	٤	٤	٢,٦٦	٠,٥٥٧
١٢	تميل البرامج الرياضية إلى إثارة التعصب بين مشجعي الأندية، كما هو الحال في أحداث بور سعيد (الأهلي والمصري).	٧٢	٧٢	١٨	١٨	١٠	١٠	٢,٦٢	٠,٦٦٧
١٣	يتحمل الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، جزءاً من المسؤولية في كارثة بور سعيد.	٧٤	٧٤	١٤	١٤	١٢	١٢	٢,٦٢	٠,٦٩٧
١٤	يجب أن تتحرك وزارة الإعلام وهيئة الاستثمار للوقوف ضد هذا الإعلام الرياضي غير الملتزم أخلاقياً ومهنياً.	٧٠	٧٠	١٨	١٨	١٢	١٢	٢,٥٨	٠,٧٠٢
١٥	أصبح الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية مهنة من لا مهنة له.	٦٢	٦٢	٣٠	٣٠	٨	٨	٢,٥٤	٠,٦٤٥
١٦	لعب الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية التلفزيونية دوراً سلبياً في التعامل مع اقتحام الجماهير للملاعب.	٦٢	٦٢	٣٠	٣٠	٨	٨	٢,٥٤	٠,٦٤٥

م	عبارات قياس الاتجاه							
	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	ك	%	ك	%	ك	%	الحسابى	المعيارى
١٧	٦٢	٦٢	٢٨	٢٨	١٠	١٠	٢,٥٢	٠,٦٧٧
	لعب الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، دوراً سلبياً في التعامل مع قيام الجماهير بحرق اتحاد الكرة المصرى و نادى ضباط الشرطة.							
١٨	٥٦	٥٦	٣٤	٣٤	١٠	١٠	٢,٤٦	٠,٦٧٦
	تقوم البرامج الرياضية التلفزيونية بقلب الحقائق بالدفاع عن المخطئ وتوجيه الرأي العام إلى ما يخدم مصالحها.							
١٩	٦٢	٦٢	٢٢	٢٢	١٦	١٦	٢,٤٦	٠,٧٦١
	أصبح الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية عبئاً علي كاهل المجتمع المصري بما تصنعه من فتنة وإثارة وترسيخ للتعصب بين الجماهير.							
٢٠	٤٨	٤٨	٤٠	٤٠	١٢	١٢	٢,٣٦	٠,٦٩٣
	غالباً ما يتأثر الجمهور العام فقط بمضامين الإثارة فى البرامج الرياضية							
٢١	٢٨	٢٨	٤٨	٤٨	٢٤	٢٤	٢,٠٤	٠,٧٢٧
	عمد الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية تشويه مجموعات الألتراس والتسبب في كثير من الصدمات بين مشجعي الأندية.							
٢٢	٣٤	٣٤	٢٤	٢٤	٤٢	٤٢	١,٩٢	٠,٨٧٧
	تقوم القنوات والبرامج الرياضية بالالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، والدقة، والموضوعية، والتوازن.							
٢٣	٢٨	٢٨	١٦	١٦	٥٦	٥٦	١,٧٢	٠,٨٨١
	يمكن للمذيع الرياضى أن يكون له دور سياسى ويتحدث فى الأمور السياسية.							
٢٤	١٢	١٢	٢٠	٢٠	٦٨	٦٨	١,٤٤	٠,٧٠٤
	لا يعتبر الإعلام الرياضى، وبخاصة البرامج الرياضية، المسئول عن تأجج الصراعات والخلافات بين قطاعات الجمهور الرياضى فى مصر.							

يوضح الجدول السابق قياس اتجاهات النخبة الرياضية نحو مدى الالتزام المهني والأخلاقي الذي تناقش من خلاله القضايا في البرامج الرياضية التليفزيونية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

كان ثمة اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو تطبيق البرامج الرياضية معايير الموضوعية و الحيادية، ويفيد ذلك أن أفراد النخبة الرياضية يرون أنه يجب توفير مناخ ملائم وصحي يعمل من خلاله الإعلام الرياضي والبعد عن المناخ التنافسي، لكي يطبق معايير نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولكي يتسم بالموضوعية والحيادية والبعد عن الإثارة والتنازع ونشر التعصب بين الأندية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٨، وهي قريبة جداً من القيمة الأعلى للاتجاه، الأمر الذي يشير إلى اقتناع أفراد النخبة الرياضية المصرية بأهمية الموضوعية والحيادية في البرامج الرياضية المذاعة بالقنوات المتخصصة.

هناك اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو ضرورة تفعيل دور الإعلام الرياضي وتوظيفه، ليمارس أدواراً تثقيفية وتويرية في المجتمع، ويعنى ذلك أن أفراد النخبة الرياضية يعتقدون أن البرامج الرياضية يمكن أن تمارس دوراً مهماً في تثقيف الجماهير المصرية وتبصيرها بالقضايا الرياضية في المجتمع، على اعتبار أن الرياضة جسر مهم للنهوض والارتقاء بالأمة، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٢، وهي تقترب من القيمة الأعلى للاتجاه الأمر الذي يُشير إلى إيمان أفراد النخبة الرياضية المصرية بالأدوار التويرية والحضارية والثقافية للإعلام الرياضي، ممثلاً في البرامج الرياضية المذاعة بالقنوات المتخصصة.

ظهر اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو قوة تأثير الإعلام الرياضي عامة والبرامج الرياضية التليفزيونية بصفة خاصة في اتجاهات الرأي العام للجمهور الرياضي، ويوضح ذلك إن أفراد النخبة الرياضية يدركون أن الإعلام الرياضي أصبح جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية للجمهور الرياضي، وله تأثير في اتجاهاتهم وفي سلوكهم أيضاً، وخير دليل على ذلك الحالة التي كان عليها الجمهور الرياضي أثناء قضية مباراة مصر والجزائر، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٢، وهي تقترب من القيمة الأعلى للاتجاه، والأمر الذي يشير إلى أهمية القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي، والذي يجب أن يعي خطورة الشاشة التي يطل من خلالها وتأثيرها القوي على اتجاهات الجمهور المستهدف من الإعلام الرياضي، فهو مستقبل جيد للرسالة الإعلامية المقدمة له في الإعلام الرياضي،

لذلك يجب علي القائم بالاتصال مراعاة الصالح العام والبعد عن إثارة التعصب بين جماهير الأندية والدول أيضاً.

كان ثمة اتجاه ايجابي لدي أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو ضرورة إعادة تقييم الإعلام الرياضي مهنيًا وأخلاقياً، والقيام بوضع ميثاق شرف، ويعني ذلك أن أفراد النخبة الرياضية يعتقدون أنه حان الوقت للوقوف ضد هذه الحالة من الانفلات الإعلامي في الإعلام الرياضي، وإنه لا بد أن يقف الإعلام الرياضي وقفه مع النفس، لكي يصحح أوضاعه، ويقوم بلفظ كل ما يسيئ إليه بالطريقة التي يعالج بها القضايا الرياضية المهمة، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٢، وهي تقترب من القيمة الأعلى للاتجاه، الأمر الذي يُشير إلى إيمان أفراد النخبة الرياضية المصرية بأهمية وضع ميثاق شرف إعلامي يعتمد علي الأخلاق والمهنية والاحترافية، ويوضح من خلاله الأسس والمعايير التي من خلالها يتم اختيار وتقييم العاملين في مجال الإعلام الرياضي، ممثلاً في البرامج الرياضية المذاعة بالقنوات المتخصصة.

توضح النتائج وجود اتجاه سلبي لدي أفراد النخبة الرياضية من عينة الدراسة نحو إمكانية وجود دور سياسي لمذيع البرنامج، وأن يتحدث في الأمور السياسية من خلال البرنامج الرياضي، ويعني ذلك أن أفراد النخبة الرياضية يرفضون إقحام السياسة في الرياضة؛ لأن السياسية لها برامجها التي تعج بها القنوات الفضائية، وتقوم بتحليل ومعالجة القضايا السياسية، أما البرامج الرياضية فيجب أن تراعي أن جمهورها المستهدف يسعى إلى المعرفة الرياضية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٧٢، وهي تقترب من القيمة الدنيا للاتجاه، الأمر الذي يشير إلى إدراك أفراد النخبة الرياضية أن الثقافة السياسية لمقدم البرنامج الرياضي لا تؤهله إلى تحليل الأحداث السياسية وقيامه بفرض رأيه السياسي علي الجمهور الرياضي، ومن ثم تساهم في تكوين رأي عام لدي الجمهور الرياضي ضد فصيل أو جماعة بعينها، تختلف في الآراء أو في الاتجاه مع مقدم البرنامج.

ظهر اتجاه سلبي لدي أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو عدم مسئولية الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية المذاعة علي القنوات الرياضية المتخصصة عن تأجج الخلافات والصراعات بين قطاعات الجمهور الرياضي المصري، ويعني ذلك أن أفراد النخبة الرياضية تحمل الإعلام الرياضي جزءاً من المسئولية في هذه الحالة من الانفلات التي وصل إليها الشارع الرياضي المصري من صراعات وتعصب بين جماهير الأندية الشعبية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٤٤، وهي قريبة

جداً من القيمة الدنيا للاتجاه، الأمر الذي يشير إلى إيمان أفراد النخبة الرياضية المصرية بالدور السلبي الذي تلعبه البرامج الرياضية المذاعة في نشر التعصب بين جماهير الأندية الرياضية.

يوجد اتفاق بين أفراد النخبة علي أهمية الإعلام الرياضي في المجتمع المصري، حيث أضحى الإعلام مكوناً ثقافياً معرفياً ووجدانياً للجماهير الرياضية في مصر، وبات التعرض للمضامين الرياضية وبخاصة مسابقات كرة القدم من الأمور الروتينية في حياة المواطن المصري العادي، ولدي الشباب عامة وروابط مشجعي الأندية الرياضية البارزة في مصر بصفة خاصة، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٦.

لا يوجد اتفاق بين أفراد النخبة علي قيام البرامج الرياضية بالالتزام بالمعايير المهنية من الدقة والتوازن والشفافية في نقل المعلومات، بل أحياناً كثيرة تقوم بقلب الحقائق لخدمة مصالحها، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٩٢.

توضح النتائج وجود اتفاق بين النخبة علي أن الدراسات العلمية تُشير إلى أهمية دور البرامج الرياضية والإعلام بوجه عام في تطوير وتنمية المجتمع الرياضي، في إطار المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٦.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد النخبة على سيطرة الإعلان والمعلنين على المضامين التي يقدمه الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية التليفزيونية، مما جعلها تتحول إلى استخدام الإثارة والمبالغة لجذب الجماهير إلى مشاهدتها، دون مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٦.

هناك اتفاق بين أفراد النخبة علي أنهم لا يتأثرون بمضامين الإثارة بالقدر الذي يتأثر بها الجمهور الرياضي، فهم قريبون من الحدث، وأحياناً أحد أطرافه، فلديهم القدرة علي الإلمام بجوانب القضية بمختلف زواياها، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٣٦.

توضح النتائج وجود اتفاق بين أفراد النخبة علي وجود ملاحظه علمية مهمة أنهم لا يتأثرون بالمضامين السلبية في الإعلام الرياضي لأنهم احد أطراف هذه المنظومة، ولديهم من الخبرات في هذا المجال ما تسمى لديهم القدرة علي انتقاء الإخبار وتحديد مدي مصداقيتها، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٦٦.

أشارت النتائج الى وجود اتفاق بين أفراد النخبة علي أن الإعلام الرياضي لا يهتم بالإمكانيات والمهارات الإعلامية، التي يجب توافرها للقائم بالاتصال في البرامج الرياضية الجماهيرية، ولا يعتمد فقط علي شهرة القائم بالاتصال، كونه لاعب كرة سابق، أو ناقد رياضي، لذلك يجب - من وجهة نظر النخبة الرياضية - وضع أسس ومعايير علمية، يتم من خلالها اختبار القائم بالاتصال في البرامج الرياضية الجماهيرية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد النخبة علي أن معظم العاملين في الإعلام الرياضي بصفة عامة، والبرامج الرياضية التليفزيونية بصفه خاصة لا يمتلكون المواصفات الواجب توافرها في العمل الإعلامي، بل أصبح مهنة لاعب معتزل وناقد رياضي، يمتلك العديد من العلاقات التي تسهل له العمل في مجال الإعلام الرياضي، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٥٤.

هناك اتفاق بين أفراد النخبة علي البرامج الرياضية تقوم بمعالجة القضايا الرياضية المهمة، وفقاً لاتجاهاتها أو سياستها التحريرية، أو لخدمة المعلن أو لخدمة مصالحها أو لتصفية حسابات مقدم البرنامج مع أطراف هذه القضية، المهم هو استمرار البرنامج وجذبه لأكبر عدد من المشاهدين، وبالتالي يفوز بالنصيب الأكبر من الإعلانات، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٤٦.

توضح النتائج وجود اتفاق بين أفراد النخبة على أن الإعلام الرياضي يهدد النسيج الاجتماعي المصري، وينشر التعصب، ويمثل تهديداً للعلاقات مع بعض الدول العربية، وظهر ذلك جلياً إنشاء معالجة قضية مباراة مصر والجزائر، وهجوم الإعلام الرياضي المصري علي الجزائر رئيساً وحكومةً وشعباً، دون مراعاة لوجود جالية مصرية مقيمة بالجزائر، مما عاد بالضرر علي هذه الجالية، وتعاني بسبب هذه الأزمة حتي وقت قريب، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٢.

تشير النتائج الى وجود اتفاق بين أفراد النخبة علي أن رغبة البرامج الرياضية في استمرار النشاط الرياضي المصري بعد ثورة يناير، حتي لا يتكبدوا خسائر مالهية وإصرارهم علي إقامة مباريات الدوري العام المصري، في ظل حالة السيولة التي مرت بها البلاد والانفلات الأمني المسيطر علي هذه المرحلة، وحاله الضعف التي كانت عليها وزارة الداخلية المصرية وهي المسئولة عن تأمين المباريات، مما أدي إلى حدوث مذبحة بور سعيد التي راح ضحيتها ٧٤ شاباً من جماهير النادي الأهلي، ويعود ذلك

إلى اهتمام الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية بمصلحتها الخاصة دون النظر إلى المصلحة العليا للبلاد، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٦٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد النخبة علي أن بعض القلائل التي سببها الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية التليفزيونية من تعصب ووقية بين الدول العربية الشقيقة، وكذلك حالة الهياج الجماهيري والتعصب الأعمى بين جماهير الأندية المصرية، أضحى الإعلام الرياضي يمثل عبئاً علي كاهل الحياة المصرية بما يسببه من أزمات، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٤٦.

لا يوجد اتفاق بين أفراد النخبة، فمنهم من يري تعمد الإعلام تشويه صورة الألتراس أمام الرأي العام، كما فعل "أحمد شوبير" في برنامجه "كوره النهارده" من إذاعة فيديوهات منسوبة إلى الألتراس وهم يقومون بأفعال منافية للأداب، وتلك الفيديوهات أنكرها الألتراس، ودعم موقفهم "خالد الغندور" في برنامجه "الرياضة اليوم" بل استضاف العديد منهم لكي يقوموا بالرد علي ادعاءات "أحمد شوبير" وقد دعم ظاهرة الألتراس طرف من النخبة الرياضية ووصفهم بأنهم أضافوا صورة جميلة وجديدة للتشجيع الرياضي، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٠٤.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد النخبة علي أنه وفقاً لسياسة الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية مع ظاهرة الألتراس، فقسم منهم يشوه صورة الألتراس وضد كل مواقفهم، وآخر يدافع ويدعم ويؤيد، مما زاد هذه الظاهرة قوة تصل أحياناً إلى التطرف في التفكير والاتجاهات، مما يؤدي إلى سلوك عنيف في بعض الأحيان، وأصبحت بعد ثورة يناير هي القوة الوحيدة المنظمة في الشارع الرياضي، مما أدى إلى نزولها إلى الشارع السياسي، وكان لها دور كبير وملمس في ثورة يناير ٢٠١١م هذا الدور الذي أشاد به الراض للظاهرة قبل المؤيد لها، هذه الظاهرة التي لو تم دراستها واستيعابها بشكل إيجابي، والقيام بتطهيرها من أعضائها أصحاب الأفكار والسلوك المتطرف لاستفاد منهم المجتمع المصري علي المستوي الرياضي والسياسي والاجتماعي، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٧٢.

هناك اتفاق بين أفراد النخبة علي أنه وفقاً للأسلوب الذي تعامل به الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية مع روابط الأندية، ومساهمته بشكل كبير في تأجيج الصراع بينهم حتي وصل الحال إلى مذبحه بور سعيد،

والتي حمل القضاء في حيثيات الحكم في القضية الإعلام الرياضي المصري جزءاً كبيراً من المسؤولية، في تقشي التعصب بين جماهير الأندية المصري، والذي أدى إلى هذه الكارثة، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٦٢.

توضح النتائج وجود اتفاق بين أفراد النخبة على أن معالجه الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية لقضية اقتحام الملاعب جاء بشكل سلبي للغاية، حيث قامت البرامج بتسليط الضوء على من قاموا بالاقتحام بل واستضافتهم في برامجهم، مما شجع على تكرار هذه الواقعة في الملاعب المصرية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٥٤.

اشارت النتائج الى وجود ثمة اتفاق بين أفراد النخبة على أن قد حان الوقت قيام أجهزة الدولة المسؤولة عن الإعلام المصري، وعن القنوات الفضائية، التي تؤكد يوماً بعد يوم عدم التزامها المهني والأخلاقي، وذلك بوضع أسس وقواعد يجب أن تلتزم بها هذه القنوات ومن يخالفه يوقع عليه الجزاء، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٥٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد النخبة على معالجه الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية لقضية قيام الجماهير بحرق اتحاد الكرة المصري ونادي ضباط الشرطة بالجزيرة كان يشوبها الخوف من جماهير الانترنت، فلم يقدر برنامج واحد على تقديم اللوم لهم، برغم قيام البرامج الرياضية بعرض فيديوهات تصور الواقعة، ويظهر فيها عدد كبير من قيادات الانترنت يشاركون في الواقعة، وهم معروفون بالاسم لمقدمي هذه البرامج الرياضية، فمعظم هذه القيادات ضيوف دائمون في برامجهم، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢٠٥٨.

ويُشير الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إلى أنه ينبغي وضع قواعد ونظم تجعل الرأي العام رقيباً على المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة ونشر العنف والتعصب، مما أدى إلى إساءة استخدام الحرية، ويرى هؤلاء الخبراء أن الحرية حق وواجب ومسئولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب على القنوات الرياضية القيام بالتزاماتها نحو المجتمع، ويمكنها القيام بها من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام، مثل الصدق، والموضوعية، والتوازن، والدقة.

(١٧) آراء النخبة الرياضية بشأن المواصفات والمعايير التي يجب أن تتوفر في المضامين المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٢٢)

المواصفات الاحترافية التي يجب أن تتوفر في المضامين الرياضية المذاعة بالقنوات المتخصصة من وجهة نظر أفراد النخبة الرياضية

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	المواصفات الاحترافية
٩٠	٩٠		الموضوعية
٨٦	٨٦		الدقة
٨٢	٨٢		الحيادية
٦٢	٦٢		رصانة مستوى الحوار
٥٢	٥٢		عمق المعالجة للموضوعات
٤٤	٤٤		بناء ثقافة المجتمع رياضياً وترسيخ القيم الايجابية
٢٦	٢٦		حسن التوزيع والانتشار بين المدن

♦ النسبة محسوبة على إجمالي العينة البالغ ١٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق المواصفات التي يجب أن تتوفر في القنوات والبرامج الرياضية وفقاً لرأى النخبة الرياضية بعينة الدراسة، وجاءت النتائج على النحو التالي:-

جاء في المرتبة الأولى معيار الموضوعية بنسبة ٩٠٪، وجاء في المرتبة الثانية معيار الدقة بنسبة ٨٦٪، وجاء في المرتبة الثالثة معيار الحيادية بنسبة ٨٢٪، وجاء في المرتبة الرابعة معيار ارتفاع مستوى الحوار بنسبة ٦٢٪، ومعيار عمق المعالجة للموضوعات بنسبة ٥٢٪، ومعيار تساعد في بناء ثقافة المجتمع رياضياً وترسيخ القيم الايجابية بنسبة ٤٤٪، وفي المرتبة الأخيرة معيار حسن التوزيع والانتشار بين المدن بنسبة ٢٦٪.

وتشير هذه النتائج إلى أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد النخبة بعينة الدراسة على أهمية الموضوعية، والدقة، والحيادية، والارتقاء بمستوى الحوار، ويؤكدون على أنه يجب توافر هذه المواصفات في المضامين الرياضية، وذلك حتى يتامى دور الإعلام الرياضى، ليصبح تثقيفياً وتويرياً، وأهمية التوازن في عرض أخبار

الرياضة بمحافظة ومدن مصر المختلفة، وهل ستظل الرياضة فى مصر مركزية فقط - حيث يتم الإشارة إلى أندية العاصمة فقط دون غيرها - على الرغم من أن كثيراً من نجوم ومشاهير الرياضة جاءوا من الأقاليم.

(١٨) المقترحات التى ذكرها أفراد النخبة الرياضية لتطوير أسلوب معالجة البرامج الرياضية التليفزيونية للقضايا والمشكلات الرياضية المهمة فى المجتمع المصرى:

### جدول رقم (٢٣)

#### مقترحات النخبة الرياضية لتطوير

#### أسلوب معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية المهمة

النسبة %	التكرار	المقترحات
٤٤	٤٤	تدريب وتأهيل مقدمى البرنامج الرياضية
٣٨	٣٨	وضع أسس ومعايير مهنية لاختيار مقدم البرنامج
٢٥	٢٥	محاولة إيجاد حلول للقضايا الرياضية المطروحة
٢٣	٢٣	مراعاة المصداقية والحيادية والشفافية والدقة
٢٣	٢٣	الابتعاد عن الحديث فى الشئون السياسية
١٩	١٩	وضع ميثاق شرف إعلامى للممارسات الإعلامية فى مصر
١٩	١٩	البعد عن إثارة التعصب بين جماهير الأندية المختلفة
١٧	١٧	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين
١٥	١٥	الاهتمام بالرياضات الأخرى (غير كرة القدم)
١٤	١٤	مراعاة القيم المهنية والإنسانية

♦ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ١٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق مقترحات النخبة الرياضية لتطوير أسلوب معالجة البرامج الرياضية التليفزيونية للقضايا والمشكلات الرياضية، وجاءت النتائج على النحو التالى:-

جاء فى المرتبة الأولى معيار تدريب وتأهيل مقدم البرنامج بنسبة ٤٤٪، وفى المرتبة الثانية معيار وضع أسس ومعايير مهنية لاختيار مقدم البرنامج بنسبة ٣٨٪،

وفى المرتبة الثالثة معيار محاولة إيجاد حلول للقضايا الرياضية المطروحة بنسبة ٢٥٪، وفى المرتبة الأخيرة معيار مراعاة القيم المهنية والإنسانية بنسبة ١٤٪.

ويتضح من نتائج الجدول السابق أن إشكالية البرامج الرياضية من وجهة نظر النخبة الرياضية تقع على عاتق مقدم البرنامج الرياضى، لذلك يجب تدريب وتأهيل مقدم البرنامج، ووضع أسس ومعايير مهنية وأخلاقية واحترافية لاختيار مقدم البرنامج، وعدم الاعتماد على كونه لاعباً سابقاً أو رياضياً سابقاً، بل يجب أن يتم تأهيله وتدريبه على العمل الإعلامى.

وتتجلى هنا الأهمية البالغة لوضع ميثاق شرف إعلامى للممارسات الإعلامية فى مصر لضبط الممارسات الإعلامية، وبخاصة فى مجال الإعلام الرياضى، ويتم تطبيقه فى القنوات الرياضية الفضائية، ويجب على وسائل الإعلام أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً فى إطار القانون، وأن يركز ميثاق الشرف الإعلامى بصفة عامة على أخلاقيات جمع المعلومات، واحترام خصوصية الفرد، والبعد عن التحيز وتتحية الأهواء والمصالح الشخصية، ويبقى الضمير المهنى للإعلامى هو الأبقى.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور العام

(١) تعرض الجمهور العام للقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٢٤)

تعرض المبحوثين لبرامج القنوات الرياضية التليفزيونية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة المشاهدة
٢٨,٧٥	١١٥	دائماً
٧١,٢٥	٢٨٥	أحياناً
١٠٠	٤٠٠	الإجمالى

يتضح من نتائج هذا الجدول السابق تراجع كثافة تعرض أفراد الجمهور للبرامج الرياضية بالقنوات المتخصصة، حيث جاء التعرض العرضى (أحياناً) بنسبة ٧١٪، وبفارق نسبي قدره ٤٢٪، وهو فارق كبير مع التعرض الكثيف (دائماً)، ويعتبر السبب الرئيس للوصول إلى هذه النتيجة هو توقف النشاط الرياضى المصرى، وذلك بعد أحداث بور سعيد التي راح ضحيتها ٧٤ شاباً من رابطة مشجعي النادي الأهلي (الألتراس)، إضافة إلى الوضع السياسى المصرى خلال فترة الدراسة، مما جعل

الاهتمام بالمضمون السياسي لدى أفراد الجمهور يتصدر أولويات اهتماماتهم، مما أثر بالسلب علي متابعة المضمون الرياضي بالبرامج الرياضية، وهذه النتيجة تتعارض مع ما توصلت إليه العديد من الدراسات، التي تؤكد حرص الجمهور علي متابعة القنوات الرياضية المتخصصة.

(٢) كثافة التعرض للقنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد الجمهور العام  
عينة الدراسة:

### جدول رقم (٢٥)

كثافة التعرض للقنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد الجمهور

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة
٣٧,٢٥	١٤٩	عدد أيام المشاهدة يوم - يومين
٣١,٧٥	١٢٧	ثلاثة لأربعة أيام
٣١,٠٠	١٢٤	أكثر من أربعة أيام
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود كثافة التعرض للقنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد الجمهور ما بين (يوم إلى يومين) بنسبة ٣٧٪، و(ثلاثة لأربعة أيام) بنسبة ٣٢٪، و(أكثر من أربعة أيام) بنسبة ٣١٪، ويمكن تفسير النتيجة الحالية في ضوء النموذج الثلاثي لمخرجات التعرض لوسائل الإعلام، والذي ينصب علي المعارف، والسلوك والاتجاه.

ووفقاً للنموذج الحالي فإن ثلث العينة تشاهد البرامج الرياضية علي القنوات المتخصصة أكثر من أربعة أيام في الأسبوع، مما يشير إلى وجود كثافة في التعرض، وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهبت إليه العديد من الدراسات السابقة، حيث أكدت نتائج هذه الدراسات في مجملها أن ارتفاع كثافة تعرض أفراد الجمهور للقنوات الرياضية المتخصصة يجعلهم علي دراية، ومعرفة جيدة لكل ما يدور علي الساحة الرياضية، علي المستوي المحلي والإقليمي والدولي، مما يساعدهم علي تكوين آرائهم، وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والأحداث الرياضية، وإمكانية تقييم هذه المضامين.

(٣) القنوات الرياضية الأكثر تفضيلاً لدى أفراد الجمهور العام محل الدراسة:

جدول رقم (٢٦)

القنوات الرياضية البارزة من وجهة نظر أفراد الجمهور

الترتيب النهائي	الوزن المرجح		ترتيب ثالث		ترتيب ثاني		ترتيب أول		الترتيب القنوات الرياضية
	%	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	
الخامس	١١,٩٢	٢٨٦	١٦	٦٣	٧	٢٩	١٤	٥٥	النيل للرياضة
الثالث	٢٠,٢٥	٤٨٦	٢٤	٩٧	٢٩	١١٥	١٣	٥٣	مودرن سبورت
الرابع	١٣,٧٥	٣٣٠	٢٥	٩٩	١٧	٦٩	٨	٣١	النهار رياضة
الثاني	٢٤,٤٢	٥٨٦	٩	٣٧	٣١	١٢٣	٢٥	١٠١	الأهلى
الأول	٢٥,٠٨	٦٠٢	١٣	٥١	١١	٤٣	٣٩	١٥٥	شبكة الجزيرة الرياضية
السابع	٢,٠٠	٤٨	٢	٩	٣	١٢	١	٥	شبكة أبو ظبى الرياضية
السادس	٢,٠٤	٤٩	٨	٣١	٢	٩	-	-	قناة دى الرياضية
الثامن	٠,٥٤	١٣	٣	١٣	-	-	-	-	قناة الكأس الرياضية
	١٠٠	٢٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	الإجمالى

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه من خلال استخدام الوزن المرجح - أى عدد النقاط التى حصل عليها كل برنامج - أن قنوات "شبكة الجزيرة الرياضية" قد جاءت فى المقام الأول، حيث مشاهدة الجمهور العام بوزن (٦٠٢) نقطه، ويرجع لما تقدمه من مضمون رياضى متنوع وحصولها على حقوق بث اكبر البطولات العالمية والقارية، وأكبر الدوريات العالمية، وعدم اعتمادها على كرة القدم فقط، بل تهتم بالرياضات الأخرى، وتتميز باستخدام الكاميرات عالية الجودة (HD Camera)، والإستديوهات العملاقة والكوادر البشرية المؤهلة من الإعلاميين، بالإضافة إلى فريق من المحللين والخبراء المتميزين، واستخدامها لوحدات البث عبر القمر الصناعى (SNG)، مما يجعلها تجربة ناجحة ومميزة فى مجال الإعلام الرياضى العربى، مما أدى إلى ارتباط الجمهور العام بها.

وجاءت فى المرتبة الثانية قناة "الأهلى" بوزن (٥٨٦) نقطه، لأنها قناة رياضية خاصة بالنادى الأهلى المصرى صاحب أكبر شعبية فى مصر والعالم العربى

وأفريقيا، وأول نادى مصرى يمتلك قناة خاصة به، وحققت تواجد جيد على الساحة الإعلامية المصرية ذلك لأنها تقدم تغطيه حصرية لأحداث وأخبار وكواليس الفريق الأول لكرة القدم، والناشئين بالنادى الأهلى.

وجاءت قناة "مودرن سبورت" فى المرتبة الثالثة بوزن (٤٨٦) نقطه، لأنها تعتبر أول قناة رياضية خاصة، ويقدم من خلالها العديد من البرامج الرياضية المهمة التى تتمتع بنسبة مشاهدة عالية، ولأنها تضم عدد كبير من أشهر الشخصيات الرياضية فى مصر والعالم العربى من محللين ومعديين ومقدمين برامج ومخرجين.

(٤) دوافع مشاهدة الجمهور العام للقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٢٧)

أسباب مشاهدة أفراد الجمهور للقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	أسباب المشاهدة
٦٠,٢٥	٢٤١		أتعرف من خلالها على آخر الأخبار والأحداث الرياضية
٥٦,٧٥	٢٢٧		تقدم ما أحتاج اليه من معلومات رياضية
٥١,٧٥	٢٠٧		أتابع من خلالها أخبار النادى الذى انتمى اليه
٢٨,٢٥	١٥٣		تنوع أشكال المواد والبرامج
١٧,٢٥	٦٩		لكفاءة مقدمى البرامج الرياضية بها
١٤,٠٠	٥٦		لمتابعة الآراء المختلفة حول كل قضية من قضايا الرياضة
٩,٧٥	٣٩		لارتقاء مستوى الحوار بين الضيوف
٨,٧٥	٣٥		لحيادية مقدمى البرامج
٥,٢٥	٢١		للموضوعية فى معالجتها للقضايا المطروحة

♦ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ٤٠٠ مبحوثاً

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الدوافع المعرفية تأتي في المقام الأول (المعلومات والأخبار الرياضية)، ولا يختلف ذلك عن نتائج النخبة الرياضية، وجاء دافع المتابعة المرتبطة بالانتماء للنادى الذى يُشجعه المبحوث، مما يعكس أهمية هذا الدافع لدى أفراد الجمهور في تحديد قرار مشاهدة قناة بعينها، مثل "قناة الأهلى" التى احتلت المرتبة الثانية في ترتيب القنوات البارزة من وجهة نظر أفراد الجمهور.

وجاءت "الحيادية والموضوعية" - أي حيادية مقدم البرامج الرياضية، وموضوعيته في معالجة القضايا المطروحة - في ذيل الدوافع، مما يعني أن أفراد الجمهور يعتقدون أن الحيادية والموضوعية في الإعلام الرياضي أمر بالغ الصعوبة!!!

(٥) عادات مشاهدة القنوات الرياضية المتخصصة من قبل أفراد الجمهور العام  
عينة الدراسة:

### جدول رقم (٢٨)

توزيع المبحوثين وفقاً لعادات المشاهدة للقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة
٤٣,٧٥	١٧٥	عادات المشاهدة أشاهد بمفردي
٢٩,٢٥	١١٧	مع الأسرة
٢٧,٠٠	١٠٨	مع الأصدقاء
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يشير الجدول الحالى إلى أن المشاهدة الفردية هي الأساس في عادات مشاهدة القنوات الرياضية المتخصصة، ويوجد هنا ثمة اتفاق بين مشاهدة أفراد الجمهور بعينة الدراسة، ومشاهدة أفراد النخبة الرياضية بعينة الدراسة (الجدول رقم / ٥).

زيادة معدل المشاهدة الجماعية في حالة الجمهور العام ليصل إلى ٥٦٪ حال الجمع بين نمط المشاهدة مع الأسرة ومع الأصدقاء، مما يُشير إلى ميل أفراد الجمهور للمشاهدة الجماعية، رغم أن ٤٤٪ منهم يشاهد بشكل فردي، وتؤكد النتائج التالية ما ذهب إليه الدراسات الخاصة بالإعلام الرياضى Sports Media التي تؤكد على مفهوم العقل الجماعى الذى يسود متابعة الفعاليات الرياضية، والذي يدفع الجمهور للمشاهدة الجماعية وصولاً إلى نمط من التجانس السلوكى مع الآخرين من المشجعين الذين ينتمون لناد بعينه.

وتعتبر المشاهدة الجماعية نمطاً يسود معظم الدول النامية التي تهتم بالرياضة وخاصة كرة القدم

(٦) مستوى الانتباه والاهتمام الذى يُوليه أفراد الجمهور العام لمضامين القنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٢٩)

مستوى اهتمام أفراد الجمهور العام بمضامين القنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة
		عادات المشاهدة
٦٢,٠٠	٢٤٨	انتبه تماماً أثناء المشاهدة
١١,٢٥	٤٥	أتناول الطعام أثناء المشاهدة
٢٦,٧٥	١٠٧	تواصل إجتماعي مع الأصدقاء
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن ٦٢٪ من عينة الدراسة ينتبه تماماً أثناء المشاهدة للمضامين الرياضية، و٢٧٪ من عينة الدراسة يقوم بتواصل اجتماعي مع الأصدقاء، و١٢٪ من العينة يتناول الطعام أثناء المشاهدة.

وتشير هذه النتائج إلى أن أفراد الجمهور يشاهدون البرامج والمضامين الرياضية باهتمام كبير، وهو ما يتفق مع الدراسات الإعلامية التي تؤكد أن اندماج الفرد مع المضمون تجعله ينتبه إليه، ولا يقوم بأعمال من شأنها التشويش عليه خلال عملية المشاهدة.

(٧) تعرض أفراد الجمهور العام للبرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٣٠)

تعرض أفراد الجمهور العام للبرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة

الترتيب النهائي	الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أشاهدها		أحياناً		دائماً		التعرض البرامج الرياضية
	%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	
الأول	٢٦,٧٢	٢١٧	٠,٦٨٢	٢,١٧	١٦	٦٣	٥١	٢٠٥	٣٣	١٣٢	مساء الأنوار
الثالث	٢٤,٨٨	٢٠٢	٠,٥٦٨	٢,٠٢	١٥	٦١	٦٨	٢٧٣	١٧	٦٦	كوره النهارده
الثاني	٢٥,٢٥	٢٠٥	٠,٥٩٢	٢,٠٥	١٥	٦٠	٦٥	٢٥٩	٢٠	٨١	الرياضة اليوم
الرابع	٢٣,١٥	١٨٨	٠,٦٠٨	١,٨٨	٢٥	١٠٠	٦٢	٢٤٧	١٣	٥٣	كوره كل يوم

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل مشاهدة برنامج "مساء الأنوار" الذي يقدمه "مدحت شلبي" على قناة "مودرن سبورت"، لدى مفردات عينة الدراسة من الجمهور العام بعدد نقاط ٢١٧ نقطة، بنسبة ٢٦,٧٢٪، ويتميز البرنامج بجماهيريّة مقدّم البرنامج وقدرته على جذب الجمهور، بالإضافة إلى الإخراج الجيد والتقارير والمواد المصورة المميّزة.

وجاء برنامج "الرياضة اليوم" الذي يقدمه "خالد الغندور" على قناة "دريم ١" في المرتبة الثانية بعدد نقاط ٢٠٥ نقطه بنسبة ٢٥,٢٥٪، ويتميز بطرحه العديد من القضايا التي تهتم الجمهور العام، وهو دائم البحث عن القضايا الرياضية، ويقدم فقرة أسبوعية يتابع من خلالها نتائج الدوريات الأوربية والعالمية.

وجاء في المرتبة الثالثة برنامج "كوره النهاردة" الذي يقدمه "أحمد شويبر" على قناة "مودرن سبورت" بعدد نقاط ٢٠٢ نقطه بنسبة ٢٤,٨٨٪، ويتميز البرنامج بالعديد من الانفراد بالأحداث الرياضية المهمة، والاعتماد على التقارير والمواد المصورة، وجودة المضمون.

وجاء برنامج "كوره كل يوم" الذي يقدمه "كريم حسن شحاتة" على قناة "النهار رياضة" في المرتبة الرابعة بعدد نقاط ١٨٨ بنسبة ٢٣,١٥٪، ويتميز البرنامج بالسعى الجاد وراء الحقيقة، وهو اقرب البرامج الأربعة عينة الدراسة إلى الموضوعية والتوازن في معالجة القضايا الرياضية، ولديه تجهيزات جيدة في الأستوديو من ناحية الصوت والإضاءة والإعداد الجيد.

(٨) أسباب تفضيل أفراد الجمهور العام لبرامج بعينها ضمن البرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة

#### جدول رقم (٣١)

أسباب تفضيل أفراد الجمهور العام للبرامج الرياضية المعينة المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	أسباب التفضيل
٥٥,٢٥	٢٢١		لأنه يجعلني معايشاً للأحداث الرياضية لحظة بلحظة
٤٩,٢٥	١٩٧		لأنه يساعدني على متابعة أخبار النادي الذي انتمى إليه ونشاطه

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	أسباب التفضيل
٢٩,٢٥	١١٧		للتسلية والترفيه وقضاء الوقت
٢٤,٧٥	٩٩		لأنه يستضيف شخصيات بارزة ومحورية فى المجتمع الرياضى
٢٢,٧٥	٩١		لإعجابى بطريقة أداء وشخصية مقدم البرنامج
٢١,٢٥	٨٥		لأنه يتمتع بقدر كبير من المصداقية ورقى لغة الحوار
١٩,٧٥	٧٩		لأنه يقدم المعلومات حول الموضوعات المطروحة بدقة وحيادية
١٥,٧٥	٦٣		لأنه يمكننى من تكوين وجهة نظر حول القضايا المهمة على الساحة الرياضية
١٤,٢٥	٥٧		لأنه يقدم تحليلات متعمقة للقضايا الرياضية التى تناقشها
١٢,٧٥	٥١		لأنه يساهم فى كشف جوانب الانحراف والفساد فى المجال الرياضى
١٢,٧٥	٥١		لأنه يسعى لحل المشكلات والقضايا الرياضية التى تهتم الجمهور العام
٩,٢٥	٣٧		لأنه يتمتع بقدر كبير من الجرأة والحرية فى مناقشة القضايا الرياضية

♦ النسبة محسوبة على إجمالى العينة البالغ ٤٠٠ مبحوثاً

جاءت أسباب تفضيل أفراد الجمهور العام للبرامج المعنية (البرامج الأربعة المذكورة سابقاً) المذاعة على القنوات الرياضية المتخصصة، متسقاً مع أسباب ودوافع تفضيلهم للبرامج الرياضية بصفة عامة، حيث جاء دافع المعرفة وجمع المعلومات والإخبار فى المرتبة الأولى بنسبة ٥٥%، فى حين بلغ هذا الوزن ٤٩% فى حالة دافع المتابعة بسبب الانتماء للنادي، بينما جاء دافع التسلية والترفيه فى المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٢٩%، وجاءت المصداقية ورقى الحوار من الأسباب المهمة لدى الجمهور العام لتفصيل برامج رياضية بعينها بنسبة ٢١%، مما يؤكد على إدراك الجمهور العام أهمية المعايير المهنية والأخلاقية فى المضامين الإعلامية، وخاصة البرامج الرياضية.

تعني هذه النتائج أن البرامج الرياضية تسهم فى إشباع مختلف الاحتياجات المعرفية والاجتماعية والوجدانية لأفراد الجمهور العام.

(٩) الية التنسيق المتبعة من قبل أفراد الجمهور العام لمتابعة البرامج المفضلة التى تذاع فى أوقات متزامنة:

جدول رقم (٣٢)

أساليب التنسيق التي يتبعها أفراد الجمهور العام لمتابعة  
المضامين المتعارضة في وقت الإذاعة والبرث

النسبة %	التكرار	المتابعة
٥٨,٢٥	٢٣٣	أثقل بين البرامج بحثاً عن قضية رياضية معينة تشغل اهتمامي
٢٦,٢٥	١٠٥	اعتدت التنقل بين البرامج الرياضية جميعها للتعرف على مختلف القضايا الرياضية
٧,٧٥	٣١	أشاهد البرنامج حتى النهاية دون النظر إلى نوع القضية التي يتناولها
٧,٧٥	٣١	أشاهده في الإعادة
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أسلوب متابعة أفراد الجمهور العام للمضامين الرياضية المتعارضة في وقت الإذاعة والبرث، حيث يقوم ٥٨٪، من عينة الجمهور الرياضي، بالانتقل بين المضامين بحثاً عن القضايا والأحداث الرياضية التي تشغل اهتمامه، ويوجد هنا ثمة اتفاق بين هذه النتيجة ونتائج النخبة الرياضية حيث حقق وزن نسبي ٥٠٪، من إجمالي عينة النخبة الرياضية محل الدراسة.

وأن ٢٦٪ من عينة الدراسة من أفراد الجمهور العام اعتادت التنقل بين البرامج الرياضية، للتعرف على مختلف الأحداث والقضايا الرياضية التي تتناولها، وبمقارنة نتيجة هذا الأسلوب مع نتيجة النخبة الرياضية محل الدراسة التي حققت ٣٨٪، من إجمالي العينة، وذلك لأن النخبة الرياضية لديها قدرة عالية على التعامل البانورامي المتكامل لمختلف القضايا الواردة في البرامج المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة.

ووفقاً لهذا الطرح فإن أفراد الجمهور العام بعينة الدراسة تحرص على التنسيق ومتابعة المضامين المتعارضة في وقت الإذاعة والبرث.

(١٠) مستوى ثقة أفراد الجمهور العام في كيفية معالجة القضايا الرياضية المهمة بالبرامج الرياضية الجماهيرية

جدول رقم (٣٣)

مستوى ثقة الجمهور العام في معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية المهمة

الترتيب	الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيفة		متوسطة		جيدة		الثقة البرامج
	%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	
الأول	٢٨,٠٥	٢٠٩	٠,٧٩٢	٢,٠٩	٢٧	١٠٧	٣٧	١٤٩	٣٦	١٤٤	مساء الأنوار
الثاني	٢٤,٠٣	١٩٧	٠,٦٤٣	١,٩٧	٢٢	٨٩	٥٩	٢٣٥	١٩	٧٦	كوره النهارده
الرابع	٢٣,٤٩	١٧٥	٠,٧١٦	١,٧٥	٤١	١٦٣	٤٣	١٧٣	١٦	٦٤	الرياضة اليوم
الثالث	٢٤,٤٣	١٨٢	٠,٧١٦	١,٨٢	٣٦	١٤٥	٤٦	١٨٣	١٨	٧٢	كوره كل يوم

توضح بيانات الجدول السابق أنه وفقاً لاتجاهات أفراد الجمهور العام بعينة الدراسة، حول مستوى الثقة في معالجة البرامج الرياضية المهمة أن:-

برنامج "مساء الأنوار" الذي يقدمه "مدحت شلبي" علي قناة "مودرن سبورت" جاء في المرتبة الأولى لدي مفردات عينة الدراسة من أفراد الجمهور العام، بعدد نقاط ٢٠٩ نقطة بنسبة ٢٨,٠٥٪، ويرجع ذلك إلى تنوع وتعدد مصادر المعلومات التي يطرح من خلالها البرنامج والأحداث والقضايا الرياضية المهمة، إضافة إلى شعبية مقدم البرنامج لدى أفراد الجمهور.

احتل برنامج "كوره النهارده" الذي يقدمه "أحمد شويبر" علي قناة "مودرن سبورت" المرتبة الثانية، بعدد نقاط ١٩٧ بنسبة ٢٤,٠٣٪، ويرجع ذلك إلى دقة المعلومات الواردة في البرنامج، والاعتماد علي المصادر الأولية من المندوبين والمراسلين الرياضيين.

احتل برنامج "كوره كل يوم" الذي يقدمه "كريم حسن شحاتة" علي قناة "النهاررياضة" المرتبة الثالثة، بعدد نقاط ١٨٢ بنسبة ٢٤,٤٣٪، ويرجع ذلك إلى حيادية مقدم البرنامج وفقاً لاتجاهات أفراد الجمهور العام محل الدراسة.

احتل برنامج "الرياضة اليوم" الذي يقدمه "خالد الغندور" علي قناة "دريم ١"

المرتبة الأخيرة، بعدد نقاط ١٧٥ بنسبة ٢٣,٤٩٪، ويرجع ذلك إلى استشهاد البرنامج بالأرقام و الإحصائيات في معالجة القضايا الرياضية المهمة.

(١١) اتجاهات أفراد الجمهور العام نحو استخدام البرامج الرياضية لأساليب إقناعية بعينها في معالجة القضايا الرياضية المهمة:

جدول رقم (٣٤)

اتجاهات الجمهور العام نحو استخدام البرامج الرياضية لأساليب إقناعية معينه في معالجة القضايا الرياضية المهمة

الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مؤيد		الاتجاه	
			%	ك	%	ك	%	ك		
٣٤,٠٣	٢٨١	٠,٤٤٢	٢,٨١	٢	٨	١٥	٥٩	٨٣	٣٣٣	استخدام العناصر المرئية المختلفة لإبراز القضية
٣٠,٧٥	٢٥٤	٠,٦٧٩	٢,٥٤	٩	٣٧	٢٨	١١٣	٦٣	٢٥٠	استخدام أساليب التبريد والاستشهادات في معالجة القضية
١٧,٥٥	١٤٥	٠,٧١٦	١,٤٥	٦٨	٢٧٢	١٩	٧٥	١٣	٥٣	محاولة إثارة الخلاف والجدل بين الضيوف حول موضوع القضية
١٧,٦٧	١٤٦	٠,٧٤٤	١,٤٦	٦٩	٢٧٦	١٦	٦٤	١٥	٦٠	إبداء المذيع رأيه الشخصي في القضية والدفاع عنه

يتضح من الجدول السابق درجة تأييد عينة الدراسة من الجمهور العام نحو استخدام البرامج الرياضية للأساليب الإقناعية، ومعالجة القضايا الرياضية المهمة، واحتل أسلوب استخدام العناصر المرئية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٨١، والانحراف المعياري ٠,٤٤٢.

حيث يعتقد أفراد الجمهور أن البرامج الرياضية تستخدم بالدرجة الأكبر إمكانات التلفزيون البصرية في عملية الإنتاج، بما لها من تأثير قوي علي الإقناع؛ لأنه يجمع بين الصورة والصوت، وبذلك يستطيع السيطرة علي حاسة السمع والبصر.

واحتل استخدام أساليب التدليل والاستشهادات في المعالجة القضايا الرياضية المهمة المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي ٢,٥٤ وانحراف معياري ٠,٦٧٩، ويرجع ذلك إلى اعتقاد الجمهور العام أن الاستشهاد بالأرقام والإحصائيات، يزيد من مصداقية المعلومات والأخبار التي تقدمها البرامج الرياضية.

وجاء بدرجة اقل استخدام المذيع لرأيه الشخصي، بمتوسط حسابي ١,٤٦، وانحراف معياري ٠,٧١٦، وجاء في المرتبة الأخيرة إثارة الجدل والخلاف بين الضيوف، بمتوسط حسابي ١,٤٥، وانحراف معياري ٠,٧١٦.

(١٢) اتجاهات الجمهور العام نحو حدود تأثير العوامل المهنية في معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية:-

#### جدول رقم (٣٥)

#### اتجاهات الجمهور العام نحو حدود تأثير العوامل المهنية في معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية

الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تؤثر		تؤثر إلى حد ما		تؤثر		الاتجاه العوامل المؤثرة
			ك	%	ك	%	ك	%	
١٧,٠٥	٢٤٩	٠,٦١١	٢٥	٦	١٥٥	٣٩	٥٥	٢٢٠	السياسة التحريرية الخاصة بالبرنامج
١٨,٤٢	٢٦٩	٠,٥٢٦	١١	٣	١٠١	٢٥	٧٢	٢٨٨	الثقافة الرياضية لمقدم البرنامج، والمامة بالجوانب المتعلقة بالقضية الرياضية موضوع النقاش

الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تؤثر		تؤثر إلى حد ما		تؤثر		الاتجاه العوامل المؤثرة
%	النقاط			%	ك	%	ك	%	ك	
١٥,٩٦	٢٣٣	٠,٧٥٣	٢,٣٣	١٧	٦٩	٣٣	١٣١	٥٠	٢٠٠	نمط ملكية القناة خاصة أو رسمية التي يذاع من خلالها البرنامج الرياضي
١٥,٦٢	٢٢٨	٠,٧٧٩	٢,٢٨	٢٠	٧٩	٣٢	١٢٩	٤٨	١٩٢	الإعلان وسيطرة المعلن على المضمون المقدم من خلال البرنامج الرياضي
١٦,٣٠	٢٣٨	٠,٦٦٣	٢,٣٨	١٠	٤١	٤٢	١٦٧	٤٨	١٩٢	اهتمامات الجمهور العام وأذواقه
١٦,٦٥	٢٤٣	٠,٧٤٢	٢,٤٣	١٥	٦٠	٢٧	١٠٩	٥٨	٢٣١	عنصر المنافسة مع البرامج الرياضية الأخرى وحب البقاء

يوضح الجدول السابق مدى تأثير العوامل المهنية في اتجاهات معالجة القضايا الرياضية في البرامج الرياضية التليفزيونية وفقاً لرأى الجمهور العام، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جاء في المقام الأول أن الجمهور العام يعتقد أن ثقافة مقدم البرنامج لها تأثير واضح على معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية المهمة، بمتوسط حسابي ٢,٦٩، وانحراف معياري ٠,٥٢٦.

وجاء في المرتبة الثانية، السياسة التحريرية الخاصة بالبرنامج، بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وانحراف معياري ٠,٦١١، وجاء في المرتبة الثالثة، من حيث التأثير نمط ملكية القناة (خاصة أو رسمية) التي يذاع من خلالها البرنامج الرياضي، بمتوسط حسابي ٢,٣٣، وانحراف معياري ٠,٧٥٣.

وجاء في المرتبة الرابعة، الإعلان وسيطرة المعلن على المضمون المقدم من خلال البرنامج الرياضي، بمتوسط حسابي ٢,٢٨، وانحراف معياري ٠,٧٧٩، وجاء في المرتبة الخامسة، عنصر المنافسة مع البرامج الرياضية الأخرى وحب البقاء بمتوسط حسابي ٢,٤٣، وانحراف معياري ٠,٧٤٢.

وجاء في المرتبة الأخيرة، اهتمامات الجمهور وأذواقه، بمتوسط حسابي ٢,٣٨، وانحراف معياري ٠,٦٦، وثمة ملاحظة علمية مهمة، وهي أن الإعلام بعامه والإعلام الرياضي بخاصة يقدم ما يريده الجمهور العام، وليس ما يحتاج إليه، ويركز على الإثارة والأخبار السلبية التي تجذب الإعلان والمعلنين.

ويطرح الجدول الحالي نتيجة بالغة الأهمية، ألا وهي مفهوم نجومية مقدم البرنامج الرياضي وحضوره الجماهيري، حيث يعتقد أفراد الجمهور العام من عينة الدراسة أن القدرات الاتصالية لمقدم البرنامج هي العامل الحاسم في تحديد أساليب معالجة القضية الرياضية المعنية وتحديد أبعادها، وما يجب أن يفكر فيه الجمهور بشأنها - أي تلك القضية الرياضية - ويعكس ذلك إشكالية خطيرة في الإعلام الرياضي القائم على الفرد أو النجم.

(١٣) تقييم أفراد الجمهور العام لمدى التزام البرامج الرياضية بالمعايير المهنية والاحترافية في معالجة القضايا الرياضية المهمة:

١/١٣ تقييم الجمهور العام لبرنامج "مساء الأنوار":

جدول رقم (٣٦)

تقييم الجمهور العام للأداء المهني لبرنامج "مساء الأنوار"

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم	المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٧٣٠	١,٦٣	٥٢	٢٠٧	٣٣	١٣٣	١٥	٦٠	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج	

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم  المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٣١	١,٩٤	٣٠	١١٩	٤٦	١٨٥	٢٤	٩٦	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية
٠,٧٥١	١,٥٨	٥٨	٢٣٣	٢٦	١٠٣	١٦	٦٤	البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام
٠,٨٢٣	١,٦٥	٥٧	٢٢٩	٢٠	٨١	٢٣	٩٠	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهندياً.
٠,٧٩٦	٢,١٨	٢٤	٩٧	٣٤	١٣٥	٤٢	١٦٨	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم
٠,٦٧٦	٢,٢٦	١٣	٥١	٤٨	١٩٣	٣٩	١٥٦	مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه
٠,٧٨٥	١,٦٤	٥٥	٢٢٣	٢٥	١٠٠	٢٠	٧٧	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى
٠,٦٤٣	٢,٤٩	٨	٣١	٣٥	١٤١	٥٧	٢٢٨	استخدام المواد الفيديوية للدلالة على قوة وصدق المضمون
٠,٧٤٢	٢,٢٩	١٧	٦٨	٣٧	١٤٨	٤٦	١٨٤	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "مساء الأنوار" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات الجمهور العام وجاءت على النحو التالي:

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ١,٦٣، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٥٤، من حيث عدم الالتزام بالحياد والموضوعية، ويؤكد الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية أنه ينبغي على القائم بالاتصال أن يتحلى بالموضوعية والحياد.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية بمتوسط حسابي ١,٩٤، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٧٤، من حيث التزام البرنامج إلى حد ما في طريقة معالجة القضايا الرياضية المهمة، وفي إدارة الحوار بين أطراف الحوار، ويؤكد الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية أنه يجب على القائم بالاتصال الالتزام بالتوازن وإعطاء مساحة متساوية في الحوار لجميع أطراف القضية.

أشارت النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام بمتوسط حسابي ١,٥٨، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية ١,٤٤، من حيث بعد البرنامج عن استخدام الإثارة، والمبالغة في معالجة القضايا الرياضية المهمة، والاشكالية الكبرى هنا أن مقدم البرنامج لا يقدر أهمية الشاشة التي يطل من خلالها على المشاهدين وأنه يدخل إلى بيوتهم، ويشاهده جميع أفرادها بمختلف أعمارهم.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً بمتوسط حسابي ١,٦٥ وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٦٦، من حيث الأسلوب اللغوي الذي يقدم به البرنامج، فهو يستخدم أسلوباً سهلاً، ولكنه بعيد كل البعد عن الأسلوب المهذب، فهو دائم التهكم، والسخرية سواء من المنافسين له من مقدمي البرامج الرياضية، أو من عناصر لعبة كرة القدم المختلفة، من لاعبين أو إداريين أو حكام، دون مراعاة لأي معايير مهنية أو أخلاقية أو كونه مقدم برنامج

جماهيرى له قاعدة كبيرة من الجماهير المصرية والعربية على مختلف أنواعها وأعمارها، وتقدر بالملايين على حد قوله "الدنيا كلها بتشوفنى".

البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابى ٢,١٨، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٨٢، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام انه يجب على القائم بالاتصال بمراعاة الخصوصية، وعدم أقحام الحياة الخاصة عند تقييم الاداء فى وسائل الاعلام الجماهيرية.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه بمتوسط حسابى ٢,٢٦، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ٢,١٠.

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابى ١,٦٤،، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٤٤، من حيث الترشق، والتنازب بين بعض مقدمى البرامج الرياضية، والصراع، والمنافسة غير الشريفة بين مقدمى البرامج الرياضية.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم من حيث استخدام المواد الفيلمية للدلالة على صدق المضمون بمتوسط حسابى ٢,٤٩، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ٢,٤٠، من حيث استخدام التقنية العالية، وتجهيز الاستوديو بالإضاءة، والصوت الجيد.

البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابى ٢,٢٩، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ٢,٠٠، من حيث إشباع احتياجات الجمهور بإمداده بالمعلومات والأخبار، واستضافة متخصصون فى المجال الرياضى لمناقشة وتحليل القضايا الرياضية المهمة.

٢/١٣ تقييم الجمهور العام لبرنامج "كورة النهارده":

جدول رقم (٣٧)

تقييم الجمهور العام للأداء المهني لبرنامج "كورة النهارده"

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٧٧٣	١,٦٤	٥٥	٢١٩	٢٧	١٠٨	١٨	٧٣	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج
٠,٦٤٩	١,٧٧	٣٥	١٤٠	٥٣	٢١١	١٢	٤٩	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية
٠,٦٦٤	١,٦٠	٥٠	٢٠١	٤٠	١٥٩	١٠	٤٠	البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام
٠,٧٥٣	٢,٠٩	٢٤	٩٥	٤٣	١٧٣	٣٣	١٣٢	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.
٠,٦٨٧	٢,١٨	١٦	٦٥	٥٠	١٩٩	٣٤	١٣٦	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم
٠,٦٢٩	٢,٢٢	١١	٤٣	٥٦	٢٢٥	٣٣	١٣٢	مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه
٠,٦٦٨	١,٦٢	٤٩	١٩٥	٤١	١٦٣	١٠	٤٢	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى
٠,٦٢٤	٢,٤٣	٧	٢٧	٤٣	١٧٣	٥٠	٢٠٠	استخدام المواد الفلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون
٠,٦٦٧	٢,٣٣	١١	٤٤	٤٥	١٨٠	٤٤	١٧٦	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "كوره النهاردة" بالمعايير المهنية والأخلاقية فى معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات الجمهور العام، وجاءت على النحو التالى:

أشارت النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابى ١,٦٤، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٦٦، ويؤكد الباحثون فى نظرية المسئولية الاجتماعية، أنه ينبغى على البرامج الرياضية أن تقوم بدورها فى إطار من الموضوعية، والحيادية، ومعالجة القضايا فى سياقها الحقيقى، والبعد عن الاثارة والمبالغة.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية بمتوسط حسابى ١,٧٧، وهناك ثمة اتفاق قوى بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٧٨.

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة فى مناقشة القضايا الرياضية التى تهتم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام بمتوسط حسابى ١,٦٠، وهناك اتفاق تام بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٦٠ وهناك العديد من المواقف التى تؤيد عدم التزام البرنامج بهذا المعيار، وخاصة قضية الألتراس الذى تعمد أحمد شوبير تشويه صورتهم أمام رأى العام الرياضى وتأجيجهم ضدهم.

البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً بمتوسط حسابى ٢,٠٩، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٧٢.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابى ٢,١٨، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٧٤.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه بمتوسط حسابى ٢,٢٢، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ٢,١٠.

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابى ١,٦٢، وهناك اتفاق تام بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٦٢.

البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابى ٢,٤٣، وهناك اتفاق شبه تام بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ٢,٤٢.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابى ٢,٣٣، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابى ١,٩٨.

٣/١٣ تقييم الجمهور العام لبرنامج "الرياضة اليوم":

جدول رقم (٣٨)

تقييم الجمهور العام للأداء المهني لبرنامج "الرياضة اليوم"

الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم	المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٦٣٣	١,٦٤	٤٥	١٧٩	٤٦	١٨٧	٩	٣٤	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد فى طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج	
٠,٦٨٠	١,٥٥	٥٦	٢٢٢	٣٤	١٣٥	١٠	٤٣	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها فى القضية الرياضية	
٠,٧١٢	١,٥٧	٥١	٢٠٣	٤١	١٦٥	٨	٣٢	البعد عن الإثارة والمبالغة فى	

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك	
								مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام
٠,٧٧٨	١,٥٧	٦١	٢٤٣	٢١	٨٥	١٨	٧٢	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.
٠,٧٥٧	٢,٠٥	٢٦	١٠٥	٤٣	١٧١	٣١	١٢٤	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم
٠,٦٧١	٢,٢١	١٤	٥٥	٥١	٢٠٥	٣٥	١٤٠	مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه
٠,٦٣٤	١,٥٩	٤٩	١٩٧	٤٣	١٧١	٨	٣٢	اتباع أساليب المناظرة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى
٠,٦٥٩	٢,٣٦	١٠	٣٩	٤٤	١٧٧	٤٦	١٨٤	استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون
٠,٦٦٧	٢,٢٠	١٤	٥٦	٥٢	٢٠٨	٣٤	١٣٦	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "الرياضة اليوم" بالمعايير المهنية، والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات الجمهور العام، وجاءت على النحو التالي:

تشير النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج، بمتوسط حسابي ١,٦٤.

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية بمتوسط حسابي ١,٥٥، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٦٤.

أشارت النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام بمتوسط حسابي ١,٥٧، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٥٤، ويؤكد الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية، أنه ينبغي على وسائل الاعلام الجماهيرية مراعاة مصالح المجتمع، والبعد عن الإثارة، والمبالغة عند مناقشة القضايا التي تهم الجمهور.

البرنامج غير ملتزم من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوبياً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً بمتوسط حسابي ١,٥٧، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٤٤.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابي ٢,٠٥، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٨٤.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه بمتوسط حسابي ٢,٢١، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٩٤.

توضح النتائج أن البرنامج غير ملتزم من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابي ١,٥٩، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٥٤.

البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيلمية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابي ٢,٣٦، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,١٤.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابي ٢,٢٠، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٨٦.

٤/١٣ تقييم الجمهور العام لبرنامج " كورة كل يوم ":

جدول رقم (٣٩)

تقييم الجمهور العام للأداء المهني لبرنامج " كورة كل يوم "

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا يلتزم		يلتزم إلى حد ما		يلتزم		التقييم	المعايير المهنية
		%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٥٥٦	٢,٢١	٧	٢٩	٦٥	٢٥٩	٢٨	١١٢	التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج	
٠,٥٨٨	٢,٢٤	٨	٣١	٦٠	٢٤١	٣٢	١٢٨	مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية	
٠,٦٥٩	١,٩٩	٢٢	٨٩	٥٧	٢٢٧	٢١	٨٤	البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام	
٠,٧٤٦	٢,٢٢	١٩	٧٥	٤٠	١٦١	٤١	١٦٤	استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهذباً.	
٠,٦٩٧	٢,٢٨	١٤	٥٧	٤٤	١٧٥	٤٢	١٦٨	مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم	
٠,٦٣٤	٢,٣٢	٩	٣٥	٥٠	٢٠١	٤١	١٦٤	مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه	
٠,٦٥٢	٢,١٤	١٥	٦١	٥٦	٢٢٣	٢٩	١١٦	اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى	
٠,٦٥١	٢,٤٠	٩	٣٥	٤٢	١٦٩	٤٩	١٩٦	استخدام المواد الفيديوية للدلالة على قوة وصدق المضمون	
٠,٦٧٤	٢,٣٠	١٢	٤٨	٤٦	١٨٤	٤٢	١٦٨	الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة	

يوضح الجدول السابق درجة التزام برنامج "كوره كل يوم" بالمعايير المهنية والأخلاقية في معالجة القضايا الرياضية وفقاً لاتجاهات الجمهور العام، وجاءت على النحو التالي:

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار التزام مقدم البرنامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا الرياضية من خلال البرنامج بمتوسط حسابي ٢,٢١، وهناك ثمة تقارب بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٩٠.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة التوازن وإعطاء فرصة متكافئة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائها في القضية الرياضية بمتوسط حسابي ٢,٢٤، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,٠٠.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار البعد عن الإثارة والمبالغة في مناقشة القضايا الرياضية التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور العام بمتوسط حسابي ١,٩٩، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٩٨.

البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار استخدام مقدم البرنامج أسلوباً لغوياً صحيحاً، وسهلاً، ومهدباً بمتوسط حسابي ٢,٢٢، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٧٠.

أشارت النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين عند تقييم أدائهم بمتوسط حسابي ٢,٢٨، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,١٤.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار مراعاة اهتمامات الجمهور العام وأذواقه بمتوسط حسابي ٢,٣٢، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,١٨.

تشير النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حدٍ ما من حيث معيار اتباع أساليب المنافسة الشريفة مع البرامج الرياضية الأخرى بمتوسط حسابي ٢,١٤، وهناك ثمة اختلاف بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ١,٩٦.

ويؤكد الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، أن يقوم مقدم البرنامج بطرح وجهات النظر المختلفة وأن يتحلى بالحياد والموضوعية في طرح الأخبار ومعالجة القضايا الرياضية المهمة.

البرنامج ملتزم من حيث معيار استخدام المواد الفيديوية للدلالة على قوة وصدق المضمون بمتوسط حسابي ٢,٤٠، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,٣٢.

توضح النتائج أن البرنامج ملتزم إلى حد ما من حيث معيار الحرص على إمداد المشاهد بالمعلومات والأخبار والتحليلات الصادقة بمتوسط حسابي ٢,٣٠، وهناك ثمة اتفاق بين اتجاه أفراد الجمهور العام، واتجاه النخبة الرياضية بمتوسط حسابي ٢,١٠.

(١٤) الأسس والمعايير التي يستند إليها أفراد الجمهور العام في تقييم الأداء المهني والأخلاقي لمقدمي البرامج الرياضية الجماهيرية:

جدول رقم (٤٠)

معايير تقييم الأداء المهني لمقدمي البرامج الرياضية  
من قبل الجمهور العام عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	الأسس
٧٣,٢٥	٢٩٣		الحياد والموضوعية
٦٨,٧٥	٢٧٥		الدقة في المعلومات التي يطرحها
٦٣,٢٥	٢٥٣		الحضور الجيد على الشاشة
٦٢,٧٥	٢٥١		الالتزام الأخلاقي في الأداء
٥٢,٧٥	٢١١		السعى وراء الحقيقة لإبرازها
٤٩,٧٥	١٩٩		احترام وتقدير عقل وذكاء المشاهد
٤٩,٢٥	١٩٧		العمل على الارتقاء بالرياضة المصرية
٤٦,٧٥	١٨٧		مراعاة مصالح المجتمع
٣٨,٢٥	١٥٣		استخدام اللغة العربية السليمة
٣٧,٢٥	١٤٩		مراعاة مصالح الجمهور
٢٧,٠٠	١٠٨		السعى إلى زيادة ثقافة ومعلومات المشاهد

♦ النسبة محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٤٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق الأسس والمعايير التي اعتمدت عليها الجمهور العام عينة الدراسة فى تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية التليفزيونية عينة الدراسة، وكانت النتائج على النحو التالى:-

جاء فى المرتبة الأولى معيار الحياد والموضوعية بنسبة ٧٣٪، وجاء فى المرتبة الثانية معيار الدقة فى المعلومات التى يطرحها بنسبة ٦٩٪، وجاء فى المرتبة الثالثة معيار الحضور الجيد على الشاشة بنسبة ٦٣٪، وجاء فى المرتبة العاشرة معيار مراعاة مصالح الجمهور بنسبة ٣٧٪، وجاء فى المرتبة الأخيرة معيارا السعى إلى زيادة ثقافة ومعلومات المشاهد بنسبة ٢٧٪.

وتشير النتائج أن غالبية العينة قد أرجع أهم معايير التقييم إلى الحياد والموضوعية، والدقة فى عرض المعلومات التى يطرحها، والحضور الجيد على الشاشة، وذلك لأنها معايير أخلاقية، ومهنية ومن الواجب توافرها فى مقدم البرامج الرياضية، كما أشار أفراد العينة من الجمهور العام إلى معيار مراعاة مصالح الجمهور، ومعيار السعى إلى زيادة ثقافة ومعلومات المشاهد، مما يوضح أن الجمهور العام تعتقد أن مراعاة مصالح الجمهور والمجتمع تأتى فى زيل الاهتمامات من وجهة نظرهم.

يُشير الجدول إلى وجود تناقض نسبى حيث إن الجمهور العام يعتقد أن الحيادية والموضوعية هما المعايير الأبرز فى تقييم كفاءة ومهنية مقدم البرامج، إلا أن أفراد الجمهور بالعينة ذاتها ذكروا فى جدول (٢٦) أن البحث عن الموضوعية والحيادية يُمثلان دافعاً لديهم لمشاهدة برامج رياضية بعينها، ويرجع مصدر هذا التناقض انه عندما يوضع الجمهور فى موقع المُقيم للأداء المهنى والأخلاقى يضع معيار الموضوعية والحيادية فى مقدمة عناصر التقييم، ومما يؤكد ذلك أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور العام بعينة الدراسة على عدم التزام البرامج الرياضية الأربعة محل الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية فى الإعلام الرياضى، وعلى رأسها الموضوعية والحيادية.

(١٥) تقييم أفراد الجمهور العام للأداء المهني لمقدمى البرامج الرياضية الجماهيرية:

جدول رقم (٤١)

تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية من قبل أفراد الجمهور العام عينة الدراسة

الترتيب	الوزن المرجح		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ضعيف		مقبول		جيد		جيد جدا		ممتاز		التقييم
	النقاط	%			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الأول	٣٥٧	٢٨,٠٥	١,٣٣	٣,٥٧	١٠	٤٠	١٢	٤٩	٢٣	٩١	٢١	٨٥	٣٤	١٣٥	مدحت شلبي
الثانى	٣٥١	٢٧,٥٧	١,٣٤	٣,٥١	٩	٣٦	٢٠	٧٩	١١	٤٥	٣١	١٢٣	٢٩	١١٧	أحمد شوبير
الرابع	٢٦٣	٢٠,٦٦	١,١٨	٢,٦٣	١٦	٦٤	٣٧	١٤٩	٢٤	٩٥	١٤	٥٧	٩	٣٥	خالد الفندور
الثالث	٣٠٢	٢٣,٧٢	١,١٥	٣,٠٢	٩	٣٦	٢٦	١٠٣	٣١	١٢٥	٢٢	٨٧	١٢	٤٩	كريم شحاتة

توضح بيانات الجدول السابق أنه وفقاً لاتجاهات الجمهور العام عينة الدراسة حول مستوى أداء مقدمى البرامج الرياضية عينة الدراسة، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جاء "مدحت شلبي" فى المرتبة الأولى بعدد نقاط ٣٥٧ نقطه بنسبة ٢٨,٠٥٪، ومن الخصائص المميزة له الحضوره الجيد على الشاشة، وله قدرة اتصالية جيدة، جعلت له شعبية كبيرة لدى الجمهور العام، ومن سلبياته انه يستخدم ألفاظا خارجة أحياناً، ويعتمد على الية التهكم والسخرية.

وجاء "أحمد شوبير" فى المرتبة الثانية لدى مفردات عينة الدراسة من الجمهور العام بعدد نقاط ٣٥١ نقطة بنسبة ٢٧,٥٧٪، ومن الخصائص التى تميزه، التنوع فى أسلوب التقديم، وتطويره الأداء بشكل مستمر، وأن له حضوراً جيداً على الشاشة، وجماهيرية كبيرة بين الجمهور العام المصرى، ويتمتع بثقافة موسوعية، ولكن يعيبه، استغلاله لبرنامجهم فى خدمة مصالحه الشخصية و الهجوم على خصومه.

وجاء "كريم حسن شحاتة" فى المرتبة الثالثة بعدد نقاط ٣٠٢ بنسبة ٢٣,٧٢٪، ومن الخصائص التى تميزه، انه يلتزم بأسلوب مهذب فى التعامل مع القضايا الرياضية، ويحاول أن يقترب من الموضوعية والحياد وعرض وجهات النظر المختلفة، وله قدرة على ضبط النفس على الهواء، ولكن يؤخذ عليه أنه غير متطور فى مهاراته الإعلامية، فإنه يغيب عنه القدرات الاتصالية مع الجماهير الرياضية المصرية وحضوره ضعيف على الشاشة.

وجاء "خالد الغندور" فى المرتبة الرابعة بعدد نقاط ٢٦٣ نقطه بنسبة ٢٠,٦٦٪، ومن مميزاته السعى إلى تفجير القضايا الرياضية المهمة، ويجاهد فى الوصول إلى جوانبها بالإضافة إلى مراعاة اهتمامات الجمهور وأذواقه فيقوم بعرض نتائج الدوريات العالمية والبطولات القارية، ولكن يعيبه عدم التزامه بالموضوعية والحياد وانتائمه الغالب على طريقة معالجته للقضايا الرياضية.

(١٦) تقييم أفراد الجمهور العام لحدود الالتزام بالضوابط المهنية والأخلاقية فى معالجة القضايا المهمة بالبرامج الرياضية الجماهيرية:

جدول رقم (٤٢)

اتجاهات الجمهور العام نحو مدى الالتزام المهني والأخلاقي  
فى معالجة القضايا المهمة بالبرامج الرياضية

م	عبارات قياس الاتجاه	موافق		محايد		معارض		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		ك	٪	ك	٪	ك	٪		
١	يجب أن يعمل الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، وفق معايير الموضوعية والحيادية	٣٦٤	٩١	٢٨	٧	٨	٢	٠,٣٧٣	٢,٨٩
٢	يجب أن تتحرك وزارة الإعلام وهيئة الاستثمار للوقوف ضد هذا الإعلام الرياضي غير الملتزم أخلاقياً ومهنياً	٣٥٩	٩٠	٣٢	٨	٩	٢	٠,٣٨٣	٢,٨٨
٣	يري العديد من الخبراء أنه من المفترض تنامي دور الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية، ليكون تثقيفياً وتويرياً ولا يكون انحيازياً	٣٥٢	٨٨	٤٤	١١	٤	١	٠,٣٦٧	٢,٨٧

م	عبارات قياس الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
		ك	%	ك	%	ك	%		
٤	أصبح الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية للجمهور الرياضى	٣٢٠	٨٠	٦٤	١٦	١٦	٤	٢,٧٦	٠,٥١٥
٥	يرى البعض أن مقدمي البرامج الرياضية من نجوم سابقين يتمتعون بالنجومية، ولكن يفتقدون الاحترافية الإعلامية وأخلاقيات المهنة	٣٠١	٧٥	٧٦	١٩	٢٣	٦	٢,٦٩	٠,٥٨١
٦	يتحمل الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، جزءاً من المسؤولية في كارثة بور سعيد	٣٠٨	٧٧	٤٨	١٢	٤٤	١١	٢,٦٦	٠,٦٧٠
٧	يعتقد البعض أن الإعلام الرياضى والبرامج الرياضية تعمد إلى الإثارة لجذب الإعلانات والمعلنين	٢٨٧	٧٢	٨٤	٢١	٢٩	٧	٢,٦٥	٠,٦٠٩
٨	لعب الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، دوراً سلبياً في التعامل مع قيام الجماهير بإحراق نادى ضباط الشرطة واتحاد الكرة المصرى واقتحام الملاعب	٢٧٢	٦٨	٨٠	٢٠	٤٨	١٢	٢,٥٦	٠,٧٠١
٩	تميل البرامج الرياضية إلى إثارة التعصب بين مشجعى الأندية كما هو الحال فى أحداث بور سعيد (الأهلى والمصرى)	٢٧٢	٩٨	٧٧	١٩	٥١	١٣	٢,٥٥	٠,٧١٦
١٠	هناك برامج رياضية تتحدث عن السلبيات فقط وان لم تجدها تفتعلها، بل تصعدها لإثارة مشكلات بين أطراف نتيجة لخصومات شخصية	٢٦٨	٦٧	٨٠	٢٠	٥٢	١٣	٢,٥٤	٠,٧١٧
١١	تميل البرامج الرياضية إلى إثارة التعصب بين الدول، ومثال ذلك أحداث مباراة مصر والجزائر.	٢٦٨	٦٧	٨٢	٢٠	٥٠	١٣	٢,٥٤	٠,٧١٧
١٢	عمد الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية تشويه مجموعات الأتراس والتسبب في كثير من الصدمات بين مشجعي الأندية	٢٠٧	٥٢	٩٣	٢٣	١٠٠	٢٥	٢,٢٧	٠,٨٣٩

م	عبارات قياس الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
		ك	%	ك	%	ك	%		
١٣	عدد البرامج الرياضية في القناة الرياضية الواحدة يزيد عن الحد، حيث ما تكاد تنتهي من برنامج حتي يبدأ الآخر وكله في كرة القدم	١٩٥	٤٩	١١	٢٨	٩٢	٢٣	٢,٢٦	٠,٨١٢
١٤	تقوم القنوات والبرامج الرياضية بالالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، والدقة، والموضوعية، والتوازن	٦٥	١٦	١٥	٣٨	١٨٣	٤٦	١,٧٠	٠,٧٣٢
١٥	يمكن للمذيع الرياضى أن يكون له دور سياسى ويتحدث فى الأمور السياسية	١٠١	٢٥	٣٥	٩	٢٦٤	٦٦	١,٥٩	٠,٨٦٦
١٦	لا يعتبر الإعلام الرياضى وبخاصة البرامج الرياضية، المسئول عن تأجج الصراعات والخلافات بين قطاعات الجمهور العام فى مصر	٢٧	٧	١٤	٣٧	٢٢٥	٥٦	١,٥١	٠,٦٢٧

يوضح الجدول السابق قياس اتجاهات الجمهور العام نحو حدود الالتزام المهني، والأخلاقي الذي تناقش من خلاله القضايا في البرامج الرياضية التليفزيونية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

توضح النتائج وجود اتجاه ايجابي لدى أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو تطبيق البرامج الرياضية معايير الموضوعية و الحيادية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٩ وهي قريبة جدا من القيمة الاعلى للاتجاه، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٨٨.

تشير النتائج الى وجود اتفاق بين أفراد الجمهور علي أنه قد حان الوقت قيام أجهزة الدولة المسئولة عن الإعلام، وعن القنوات الفضائية، التي تؤكد يوما بعد يوم عدم التزامها المهني والأخلاقي، وذلك بوضع أسس وقواعد يجب أن تلتزم بها هذه القنوات، ومن يخالفه يوقع عليه الجزاء وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٨، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٥٢.

كان ثمة اتجاه إيجابي لدى أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو ضرورة تفعيل دور الإعلام الرياضى وتوظيفه ليمارس أدواراً تنقيضية وتويرية في المجتمع، وقد

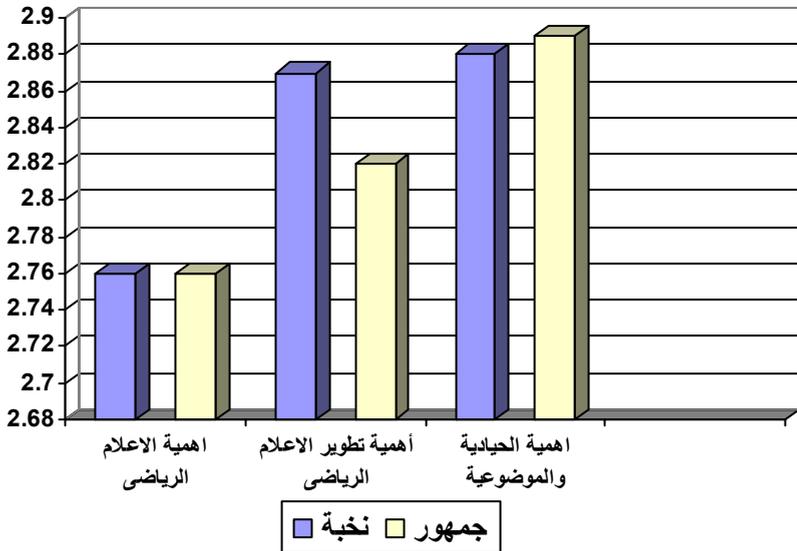
كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٨٧ وهي تقترب من القيمة الأعلى للاتجاه، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٨٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور علي أهمية الإعلام الرياضي في المجتمع المصري حيث أضحى الإعلام مكونا ثقافيا معرفيا ووجدانيا للجماهير الرياضية في مصر ويات التعرض للمضامين الرياضية وبخاصة مسابقات كرة القدم من الأمور الروتينية في حياة المواطن المصري العادي ولدي الشباب عامة وروابط مشجعي الأندية الرياضية البارزة في مصر بصفة خاصة وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٧٦، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٧٦.

هناك ثمة اتجاه سلبي لدي أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو عدم مسئولية الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية المذاعة علي القنوات الرياضية المتخصصة عن تأجج الخلافات والصراعات بين قطاعات الجمهور الرياضي المصري، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٥١ وهي قريبة جدا من القيمة الدنيا للاتجاه، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ١,٤٤.

### شكل رقم (١)

حدود الاتفاق في اتجاهات النخبة والجمهور العام  
حول معايير الالتزام المهني للبرامج الرياضية



توضح النتائج وجود اتجاه سلبي لدى أفراد الجمهور العام من عينة الدراسة نحو إمكانية وجود دور سياسي لمذيع البرنامج وأن يتحدث في الأمور السياسية من خلال البرنامج الرياضي، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٥٩ وهي تقترب من القيمة الدنيا للاتجاه، وتتفق إلى حد ما هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ١,٧٢.

لا يوجد اتفاق بين أفراد الجمهور على قيام البرامج الرياضية بالالتزام بالمعايير المهنية من الدقة والتوازن والشفافية في نقل المعلومات، بل أحياناً كثيرة تقوم بقلب الحقائق لخدمة مصالحها وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ١,٧٠، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ١,٩٢.

تشير النتائج الى وجود ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور على سيطرة الإعلان، والمعلنين على المضامين التي يقدمه الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية التلفزيونية، مما جعلها تتحول إلى استخدام الإثارة والمبالغة لجذب الجماهير إلى مشاهدتها دون مراعاة المعايير المهنية والاخلاقيه، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٥٤، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٧٦.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور على أنه هناك برامج رياضية تتحدث عن السلبيات فقط، وإن لم تجدها تفتعلها، بل تصعد لها إثارة مشكلات بين أطراف، نتيجة لخصومات شخصية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٦٥.

هناك اتفاق بين أفراد الجمهور على أن الإعلام الرياضي لا يهتم بالإمكانيات والمهارات الإعلامية التي يجب توافرها للقائم بالاتصال في البرامج الرياضية الجماهيرية، ولا يعتمد فقد على شهرة القائم بالاتصال كونه لاعب كرة سابق أو ناقد رياضي، لذلك يجب - من وجهة نظر الجمهور العام - وضع أسس ومعايير علمية يتم من خلالها اختبار القائم بالاتصال في البرامج الرياضية الجماهيرية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٦٩.

أظهرت النتائج وجود اتفاق بين أفراد الجمهور على أن عدد البرامج الرياضية في القناة الرياضية الواحدة يزيد عن الحد، حيث ما تكاد تنتهي من برنامج حتى يبدأ الآخر، وكله في كرة القدم، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٢٦.

توضح النتائج وجود ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور على إن الإعلام الرياضي يهدد النسيج الاجتماعي المصري وينشر التعصب ويمثل تهديدا للعلاقات مع بعض الدول

العربية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٥٤، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته ٢,٧٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور علي أنه وفقاً للأسلوب الذي تعامل به الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية مع روابط الأندية، ومساهمته بشكل كبير في تأجيج الصراع بينهم، حتي وصل الحال إلى مذبحه بور سعيد، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٥٥، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٦٢.

لا يوجد اتفاق بين أفراد الجمهور فمنهم من يري تعمد الإعلام تشويه صورة الألتراس أمام الرأي العام، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٢٧، وتتفق الى حد ما هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٠٤

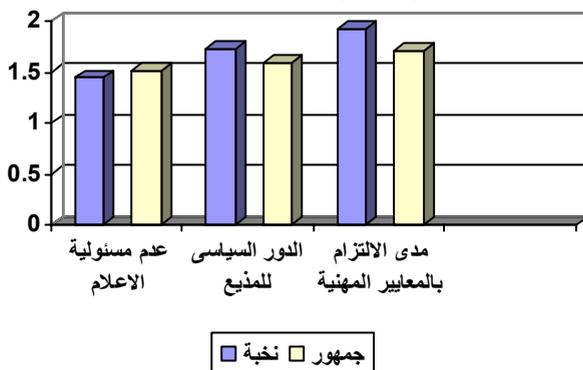
تشير النتائج الى وجود ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور علي أن الإعلام الرياضي، وخاصة البرامج الرياضية، تتحمل جزءاً من المسؤولية في كارثة بور سعيد، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٦٦، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٦٢.

يوجد ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور على معالجه الإعلام الرياضي وخاصة البرامج الرياضية الجماهيرية لقضية قيام الجماهير بحرق اتحاد الكره المصري ونادي ضباط الشرطة بالجزيرة كانت تتسم بالسلبية، وقد كانت قوة الاتجاه في هذا الصدد ٢,٥٦، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاه النخبة التي كانت قوته في هذا الصدد ٢,٥٢.

### شكل رقم (٢)

الفروق الطفيفة في اتجاهات النخبة والجمهور العام بشأن معايير الالتزام المهني في

#### القنوات الرياضية المتخصصة



(١٧) أراء الجمهور العام بشأن المواصفات والمعايير التي يجب أن تتوفر في المضامين المذاعة بالقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٤٣)

المواصفات الاحترافية التي يجب أن تتوفر في المضامين الرياضية المذاعة بالقنوات المتخصصة من وجهة نظر الجمهور العام

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	المواصفات الاحترافية
٨٥,٢٥	٣٤١		الموضوعية
٨٥,٢٥	٣٤١		عمق المعالجة للموضوعات
٨٠,٧٥	٣٢٣		الدقة
٧١,٢٥	٢٨٥		الحيادية
٥٧,٧٥	٢٣١		ارتفاع مستوى الحوار
٥٧,٧٥	٢٣١		تساعد في بناء ثقافة المجتمع رياضياً وترسيخ القيم الايجابية
٤٠,٠٠	١٦٠		حسن التوزيع والانتشار بين المدن

◆ النسبة محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٤٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق المواصفات التي يجب أن تتوفر في القنوات والبرامج الرياضية، وفقاً لرأى الجمهور العام عينة، الدراسة، وجاءت النتائج على النحو التالي:-

جاء في المرتبة الأولى معيار الموضوعية بنسبة ٨٥٪، وجاء في المرتبة الثانية معيار عمق المعالجة للموضوعات بنسبة ٨٥٪، ثم في المرتبة الثالثة معيار الدقة بنسبة ٨١٪، وجاء في المرتبة الرابعة معيار الحيادية بنسبة ٧١٪، وفي المرتبة الأخيرة معيار حسن التوزيع والانتشار بين المدن بنسبة ٤٠٪.

وتشير هذه النتائج إلى أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور عينة الدراسة، والنخبة الرياضية على أهمية الموضوعية، والدقة، والحيادية، والارتقاء بمستوى الحوار، ويؤكدون على أنه يجب توافر هذه المواصفات في المضامين الرياضية، وذلك حتى يتنامى دور الإعلام الرياضى ليصبح تثقيفياً وتويرياً، وأهمية التوازن في عرض أخبار الرياضة بمحافظات ومدن مصر المختلفة، وهل ستظل الرياضة في

مصر مركزية فقط - حيث يتم الإشارة إلى أندية العاصمة فقط دون غيرها -  
على الرغم من أن كثيراً من نجوم ومشاهير الرياضة جاءوا من الأقاليم.  
(١٨) المقترحات التي ذكرها أفراد الجمهور العام لتطوير أسلوب معالجة البرامج  
الرياضية للقضايا والمشكلات الرياضية المهمة في المجتمع المصري:

جدول رقم (٤٤)

مقترحات الجمهور العام لتطوير

أسلوب معالجة البرامج الرياضية للقضايا الرياضية المهمة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسبة	المقترحات
٣٦,٢٥	١٤٥		المصداقية والحيادية والدقة
٢١,٢٥	٨٥		حُسن اختيار الضيوف
٢٠,٠٠	٨٠		عدم الاعتماد فقط على نجوم الكرة في تقديم البرامج الرياضية
١٥,٢٥	٦١		البعد عن إثارة التعصب بين جماهير الأندية
١٣,٧٥	٥٥		الابتعاد عن الحديث في الشؤون السياسية
١٢,٠٠	٤٨		العمل على حل المشكلات الرياضية
١٢,٠٠	٤٨		عدم التعرض للحياة الشخصية للرياضيين
١١,٥٠	٤٦		التواصل مع الجماهير الرياضية
١٠,٧٥	٤٣		الاهتمام بالرياضات الأخرى
٩,٥٠	٣٨		الاهتمام بالمواهب الشابة وقطاعات الناشئين

❖ النسبة محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٤٠٠ مبحوثاً

يوضح الجدول السابق مقترحات أفراد الجمهور العام لتطوير أسلوب معالجة  
البرامج الرياضية للقضايا والمشكلات الرياضية المهمة، وجاءت النتائج علي النحو  
التالي:-

جاء في المرتبة الأولى معيار المصداقية والحيادية والدقة بنسبة ٣٦٪، ويعتبر هذا  
المقترح من أهم المعايير التي يؤكدتها الباحثون في نظرية المسؤولية الاجتماعية  
لوسائل الإعلام، وتقع علي عائق القائم بالاتصال.

وجاء معيار حسن اختيار الضيوف في المرتبة الثانية بنسبة ٢١٪، وكان هذا المعيار عاملاً مهماً لجذب المشاهدين لبرنامج "كوره النهاردة" الذي يقدمه "أحمدشويبير".

وجاء معيار عدم الاعتماد فقط علي نجوم الكرة في تقديم البرامج الرياضية في المرتبة الثالثة، وأفاد الجمهور العام أنه يجب وضع أسس ومعايير مهنية وأخلاقية لاختيار مقدم البرنامج، وتدريب وتأهيل مقدمي البرامج الرياضية من لاعبي الكرة الموجودين علي الساحة الإعلامية.

ووفقاً للمقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية يتضح أن الجمهور العام لديه وعي تام بأهمية الإعلام الرياضى المسئول القادر على الارتقاء بالرياضة المصرية إلى مصاف الدول المتقدمة فى ضوء ممارسات مهنية تبعد عن التعصب وإثارة المشكلات والإساءة إلى المنافسين.



---

---

## الفصل الرابع

# الخلاصة والمقترحات

---

---

أولاً: ملخص الدراسة:-

تمثلت مشكلة الدراسة فى رصد، وقياس اتجاهات النخبة الرياضية والجمهور العام نحو الضوابط المهنية فى البرامج الرياضية التليفزيونية المصرية، حيث اهتمت الدراسة بالوقوف على الجوانب الإيجابية، والجوانب السلبية فى البرامج الرياضية، والعوامل المرتبطة والمؤثرة فى كفاءة الأداء الإعلامى بتلك البرامج.

ويرى العديد من الباحثين وجود علاقة قوية وتاريخية بين وسائل الإعلام والرياضة، فقديمًا كان ناقلو الأخبار ينشرون أخبار البطولات والأبطال عن طريق الرسم والنحت والشعر، وفى الحضارة الإغريقية قاموا بتسجيل الإنجازات الرياضية على الحجر والورق والجلد، ولولاهم ما وصلت إلينا معلومات عن الألعاب الأولمبية القديمة.

وتزداد هذه العلاقة فى عصرنا الحالى قوة، حيث هناك من يرى أن المضامين الرياضية التى تقدمها وسائل الإعلام الرياضية بمختلف أشكالها تدخل فى إطار المنظومة الاجتماعية الرياضية فى أى مجتمع، ويمكن تحديد مدى اهتمام الدولة بالرياضة من خلال وسائل إعلامها التى تهتم بالرياضة وتتخصص فى تقديم المضامين الرياضية.

ومن أهم إنجازات وسائل الإعلام الرياضية تقديمها خدمة كبيرة للجمهور الرياضى، هى متابعة الأحداث الرياضية المهمة وقت حدوثها فى أى مكان على وجه الأرض، وهو ما ساعد على انتشار الألعاب الرياضية وجعل للأندية العالمية الكبرى قاعدة جماهيرية كبيرة فى مختلف أنحاء العالم، وذلك من خلال الاستفادة من الإعلام الدولى فى نشر أهداف الرياضة.

وقد شهد الإعلام الرياضى تطوراً ملحوظاً فى المرحلة الأخيرة، من حيث الشكل والمضمون، باستخدام أحدث وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حتى يخرج على الجمهور المستهدف فى أفضل صورة، ولكى يجذب وكالات الإعلان للقيام برعاية المضامين التى يقوم بتقديمها، والتى تحظى بنسب مشاهدة كبيرة، وغلب التنافس بين الوسائل، وأدى ذلك إلى ثراء المضمون المقدم من خلالها، مما أدى إلى ظهور وسائل إعلامية تقدم مضامين أكثر تخصصاً داخل التخصص نفسه.

وقد شهدت مصر حالة من وفرة التنوع فى وسائل الإعلام المتخصصة فى الرياضة مع بداية حقبة التسعينات، وخصوصاً بعد وصول مصر إلى نهائيات كأس العالم لكرة القدم فى إيطاليا عام ١٩٩٠م، وذلك للمرة الثانية فى تاريخها، ومع تنامى فئات عمرية مختلفة اهتمت بالرياضة، مما أدى بالتالى إلى تنوع وسائل الإعلام المتخصصة فى الرياضة ما بين صحف رياضية، وقنوات تليفزيونية، ومحطات إذاعية، وصولاً إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

وقد أدى انتشار وسائل الإعلام المتخصصة، وفى مقدمتها الرياضى منها، إلى جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الفعلى الذى تلعبه هذه الوسائل فى الحياة الاجتماعية، وما مدى تأثيرها فى الاتجاهات والأفكار والسلوك.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن البرامج الرياضية التليفزيونية، وفقاً للعديد من الدراسات، يجب أن تقوم بمسئوليتها الاجتماعية فى إطار التنمية الرياضية للوطن، بقيامها بإنتاج مضامين من شأنها الحث على ممارسة الرياضة وبث الروح الرياضية بين الجماهير، ودفع الجماهير إلى التشجيع المثالى ونبذ التعصب، ويأتى كل ذلك من خلال رفع مستوى المعرفة الرياضية، وغرس الانتماء فى مصر وفى بلادنا العربية، فى ضوء التحديات الفكرية والحضارية والعسكرية والاقتصادية التى تواجه عالمنا العربى.

من خلال هذا الدراسة، ومن منظور المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، حاول الباحث رصد وقياس تأثير الممارسات الإعلامية الرياضية فى اتجاهات النخبة الرياضية، والجمهور العام الذى يعتبر الهدف النهائى من العمليات الاتصالية، خاصة فى المضمون الرياضى الذى يتم تقديمه من خلال البرامج الرياضية التليفزيونية، ومدى التزام البرامج الرياضية التليفزيونية بالمعايير الأخلاقية والمهنية، ومدى تأثير النخبة الرياضية وتأثرها بطريقة معالجة بعض القضايا الرياضية من خلال بعض البرامج الرياضية.

## أولاً: أهم نتائج الدراسة المسحية الخاصة بالنخبة الرياضية:

١. تشير النتائج إلى أن ٤٦٪ من عينة النخبة الرياضية يشاهدون القنوات والبرامج الرياضية بصفة (دائمة)، و٥٤٪ يشاهدونها (أحياناً)، وهذه النتيجة تمثل مؤشراً جيداً حيث إقبال النخبة الرياضية على مشاهدة القنوات الرياضية التليفزيونية، ويرجع الباحث ذلك لارتباط القنوات الرياضية التليفزيونية المصرية بالمجال المهني للنخبة الرياضية محل الدراسة، ولكونها تجربة ناجحة فى مجال الإعلام الرياضى، ومع الاتجاه نحو التخصص أى وجود قنوات متخصصة فى المضامين الرياضية زاد إقبال أفراد الجمهور على متابعة تلك القنوات لإشباع احتياجاتهم المعرفية، والوجدانية من مضامين تلك القنوات.

٢. أوضحت النتائج أن قنوات شبكة الجزيرة الرياضية قد نالت المرتبة الأولى من حيث مشاهدة النخبة الرياضية، وحصولها على المرتبة الأولى يمثل نوع من الثقة من جانب النخبة الرياضية، ويرجع الباحث ذلك لما تقدمه شبكة قنوات الجزيرة من مضمون رياضى متنوع، بالإضافة لحصولها على حقوق بث أكبر الدوريات والبطولات العالمية والقارية، واستخدامها للكاميرات عالية الجودة، والإستديوهات العملاقة، والكوادر البشرية المؤهلة من الإعلاميين، بالإضافة إلى فريق من المحللين، والخبراء المتميزين.

٣. أوضحت النتائج أن الوظيفة المعرفية، والإخبارية تحتل المرتبة الأولى لدى النخبة بوصفها الدافع الأبرز لمشاهدة القنوات الرياضية المتخصصة حيث كان التعرف على الأخبار الرياضية، واستيفاء المعلومات فى المرتبتين الثانية والثالثة، ويرى الباحث ان ذلك يتفق مع خصائص النخبة بوصفهم جمهوراً خاصاً يهتم فى الأساس بالمعلومات، وتنمية المعارف الرياضية، والإحاطة بكل ما يدور فى الساحة الرياضية المصرية.

٤. يتضح من النتائج أن أفراد النخبة لديهم قدرة عالية على التعامل الفعال مع الإعلام الرياضى من خلال التعرض البانورامى المتكامل لمختلف القضايا الرياضية الواردة فى البرامج المذاعة بالقنوات المتخصصة أى أنهم يتعرضون بشكل قصدى، وعمدى بعيداً عن التعرض العرضى غير المخطط، ويرى الباحث انه وفقاً لهذا الطرح إن النخبة بعينة الدراسة لديها القدرة على إتباع

سلوك إتصالي إيجابي فى التعرض للمضامين الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة، بحيث يكون هذا السلوك الإتصالي هادفاً وقائماً على الاستفادة منها معرفياً ووجدانياً وسلوكياً.

5. ومن خلال النتائج يتضح أن هناك اتجاهاً ايجابياً قوياً نحو استخدام الأساليب المهنية، والأخلاقية فى معالجة القضايا والمشكلات الرياضية، وفقاً لمبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ومعاييرها، بينما هناك اتجاهاً سلبياً قوياً من استخدام البرامج الرياضية لأساليب غير مهنية، وغير أخلاقية فى معالجة البرامج الرياضية، ويرجع الباحث ذلك الى ان الإعلام الرياضى المصرى، وبخاصة القنوات الرياضية ذات طبيعة تنافسية، ومعظمها مملوكة إلى أفراد، مما أدى إلى ضعف التزامها بالمعايير المهنية والاخلاقية، ويجعلها تستغل حرية الإعلام بشكل سيء من أجل تحقيق قاعدة جماهيرية كبيرة، وبالتالي زيادة حصتها الإعلانية.

6. وتطرح النتائج نتيجة بالغة الأهمية ألا وهى مفهوم نجومية مقدم البرنامج الرياضى، وحضوره الجماهيرى حيث يعتقد أفراد النخبة الرياضية من عينة الدراسة أن القدرات الاتصالية لمقدم البرنامج هى العامل الحاسم فى تحديد أساليب معالجة القضية الرياضية المعنية، وتحديد أبعادها، وما يجب أن يفكر فيه الجمهور بشأنها - أى تلك القضية الرياضية- ، وهذا يعود سلباً على أخلاقيات الإعلام، وضوابطه القائمة على تكامل فريق العمل، ويرى الباحث أن نجاح مقدم البرنامج لا يعتمد على موهبته فقط ولكنه يتوقف على التعاون بين فريق العمل ككل حتى يتم تنفيذ البرنامج بصورة مهنية واحترافية.

7. وتُشير النتائج إلى أن أفراد النخبة الرياضية لا يعتقدون أن استخدام اللغة العربية السليمة أمراً مهماً فى تقييم أداء مقدمى البرامج الرياضية، ويرى الباحث أن هذا الأمر يثير المخاوف من الدور السلبى للإعلام الرياضى فى إضعاف اللغة العربية، وتشجيع نمط من اللغة الدارجة التى يتم تداولها بين جماهير الرياضة.

8. هناك اتجاه ايجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو تطبيق البرامج الرياضية معايير الموضوعية و الحيادية، ويفيد ذلك إن أفراد النخبة الرياضية

يدرون انه يجب توفير مناخ ملائم وصحي يعمل من خلاله الإعلام الرياضي، والبعد عن المناخ التنافسي، والبعد عن الإثارة والتتابز، ونشر التعصب بين الأندية.

٩. يوجد اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو ضرورة تفعيل دور الإعلام الرياضي، وتوظيفه ليمارس أدواراً تثقيفية وتويرية في المجتمع، ويعنى ذلك أن أفراد النخبة الرياضية يعتقدون أن البرامج الرياضية يمكن أن تمارس دوراً مهماً في تثقيف الجماهير المصرية، وتبصيرها بالقضايا الرياضية في المجتمع على اعتبار أن الرياضة جسر مهم للنهوض، والارتقاء بالمجتمع.

١٠. يوجد اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو قوة تأثير الإعلام الرياضي عامة، والبرامج الرياضية التلفزيونية بصفة خاصة في اتجاهات الرأي العام للجمهور الرياضي، ويوضح ذلك إن أفراد النخبة الرياضية يدركون إن الإعلام الرياضي أصبح جزء أساسي من طقوس الحياة اليومية للجمهور الرياضي، وله تأثير في اتجاهاتهم وفي سلوكهم أيضاً.

١١. كان ثمة اتجاه إيجابي لدى أفراد النخبة من عينة الدراسة نحو ضرورة إعادة تقييم الإعلام الرياضي مهنياً وأخلاقياً، والقيام بوضع ميثاق شرف، ويعتقد الباحث بأنه حان الوقت للوقوف ضد هذه الحالة من الانفلات الإعلامي في الإعلام الرياضي، الأمر الذي يشير إلى أهمية وضع ميثاق شرف إعلامي يعتمد على الأخلاق، والمهنية والاحترافية، ويوضح من خلاله الأسس والمعايير التي من خلالها يتم اختيار، وتقييم العاملين في مجال الإعلام الرياضي، ممثلاً في البرامج الرياضية.

١٢. يوجد اتجاه سلبي لدى أفراد النخبة الرياضية من عينة الدراسة نحو إمكانية وجود دور سياسي لمقدم البرنامج، وأن يتحدث في الأمور السياسية من خلال البرنامج الرياضي، ويعني ذلك عدم إقحام السياسة في الرياضة لان السياسية لها برامجها التي تعج بها القنوات الفضائية وتقوم بتحليل ومعالجة القضايا السياسية، أما البرامج الرياضية فيجب أن تراعي إن جمهورها المستهدف يسعى إلى المعرفة الرياضية.

١٣. ويتضح من النتائج أن إشكالية البرامج الرياضية من وجهة نظر النخبة

الرياضية تقع على عاتق مقدم البرنامج الرياضى، لذلك يجب تدريبه وتأهيله، ووضع أسس ومعايير مهنية وأخلاقية واحترافية لاختياره، وعدم الاعتماد على كونه لاعب سابق أو رياضى سابق بل يتم إعداده للعمل الإعلامى، وتتجلى هنا الأهمية البالغة لوضع ميثاق شرف إعلامى للممارسات الإعلامية فى مصر لضبط الممارسات الإعلامية وبخاصة فى مجال الإعلام الرياضى، ويتم تطبيقه فى القنوات الرياضية الفضائية، ويجب على وسائل الإعلام أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً فى إطار القانون، وأن يركز ميثاق الشرف الإعلامى بصفة عامة على أخلاقيات جمع المعلومات واحترام خصوصية الفرد والبعد عن التحيز وتتحية الأهواء والمصالح الشخصية، ويبقى الضمير المهنى للإعلامى هو الأبقى.

### ثانياً: أهم نتائج الدراسة المسحية الخاصة بالجمهور العام:

1. يتضح من النتائج أن قنوات شبكة الجزيرة الرياضية قد جاءت فى المقام الأول من حيث مشاهدة الجمهور العام، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاهات النخبة.
2. وتشير النتائج إلي أن أفراد الجمهور يشاهدون البرامج، والمضامين الرياضية باهتمام كبير، وهو ما يتفق مع الدراسات الإعلامية التي تؤكد أن اندماج الفرد مع المضمون تجعله ينتبه إليه، ولا يقوم بأعمال من شأنها التشويش عليه خلال عملية المشاهدة.
3. جاءت أسباب تفضيل أفراد الجمهور العام للبرامج المعنية المذاعة علي القنوات الرياضية المتخصصة، متسقا مع أسباب ودوافع تفضيلهم للبرامج الرياضية بصفة عامة، حيث جاء دافع المعرفة، وجمع المعلومات والإخبار فى المرتبة الأولى، مما يؤكد على إدراك الجمهور العام أهمية المعايير المهنية، والأخلاقية فى المضامين الإعلامية، وخاصة البرامج الرياضية، وتعني هذه النتائج أن البرامج الرياضية تسهم فى إشباع مختلف الاحتياجات المعرفية والاجتماعية، والوجدانية لأفراد الجمهور العام.
4. وي طرح نتيجة بالغة الأهمية ألا وهى مفهوم نجومية مقدم البرنامج الرياضى، وحضوره الجماهيرى حيث يعتقد أفراد الجمهور العام من عينة الدراسة أن القدرات الاتصالية لمقدم البرنامج هى العامل الحاسم فى تحديد أساليب

معالجة القضية الرياضية المعنية، وتحديد أبعادها، وما يجب أن يفكر فيه الجمهور بشأنها - أى تلك القضية الرياضية، ويعكس ذلك خطأً خطيراً فى الإعلام الرياضى القائم على الفرد أو النجم.

5. تُشير النتائج أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور العام بعينة الدراسة على عدم التزام البرامج الرياضية الأربعة محل الدراسة بالمعايير المهنية والأخلاقية فى الإعلام الرياضى، وفى مقدمتها الموضوعية والحيادية.

6. وتُشير النتائج أن غالبية العينة قد أرجعت أهم معايير التقييم إلى الحياد والموضوعية، والدقة فى عرض المعلومات، والحضور الجيد على الشاشة، وذلك لأنها معايير أخلاقية ومهنية ومن الواجب توافرها فى مقدم البرامج الرياضية، كما أشار أفراد العينة من الجمهور العام إلى معيار مراعاة مصالح الجمهور، ومعيار السعى إلى زيادة ثقافة، ومعلومات المشاهد، مما يوضح أن الجمهور العام يعتقد أن مراعاة مصالح الجمهور والمجتمع تأتى فى زيل الاهتمامات من وجهة نظرهم.

7. كان ثمة اتجاه ايجابي لدى أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو تطبيق البرامج الرياضية معايير الموضوعية و الحيادية، ويرجع الباحث ذلك الى ان أفراد الجمهور العام يعتقدون انه يجب توفير مناخ ملائم وصحي للاعلام الرياضى، وخاصة البرامج الرياضية التليفزيونية.

8. كان ثمة اتجاه إيجابي لدى أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو ضرورة تفعيل دور الإعلام الرياضى، وتوظيفه ليمارس أدواراً تثقيفية وتويرية فى المجتمع، ويتفق ذلك مع اتجاهات النخبة الرياضية.

9. هناك ثمة اتجاه سلبي لدى أفراد الجمهور من عينة الدراسة نحو عدم مسئولية الإعلام الرياضى، وخاصة البرامج الرياضية المذاعة علي القنوات الرياضية المتخصصة عن تأجج الخلافات، والصراعات بين قطاعات الجمهور الرياضى، ويعنى ذلك أن أفراد الجمهور العام تحمل الإعلام الرياضى جزء من المسئولية فى هذه الحالة من الانفلات التي وصل إليها الشارع الرياضى المصري، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاهات النخبة الرياضية بعينة الدراسة.

10. كان ثمة اتجاه سلبي لدى أفراد الجمهور العام من عينة الدراسة نحو إمكانية وجود دور سياسي لمقدم البرنامج وان يتحدث فى الأمور السياسية

من خلال البرنامج الرياضي، وتتفق هذه النتيجة مع اتجاهات النخبة الرياضية بعينة الدراسة.

١١. وتُشير النتائج إلى أن هناك ثمة اتفاق بين أفراد الجمهور عينة الدراسة، والنخبة الرياضية على أهمية الموضوعية، والدقة، والحيادية، والارتقاء بمستوى الحوار، ويؤكدون على أنه يجب توافر هذه المواصفات في المضامين الرياضية، وذلك حتى يتنامى دور الإعلام الرياضى ليصبح تثقيفياً وتويرياً، وأهمية التوازن في عرض أخبار الرياضة بمحافظات مصر المختلفة، وهل ستظل الرياضة - مركزية فقط - حيث يتم الإشارة إلى أندية العاصمة فقط دون غيرها على الرغم من أن كثيراً من نجوم ومشاهير الرياضة جاءوا من الأقاليم.

١٢. تُشير النتائج أن الجمهور العام يرى أنه يجب وضع أسس ومعايير مهنية وأخلاقية لاختيار مقدم البرنامج، وتدريب وتأهيل مقدمي البرامج الرياضية من لاعبي الكرة الموجودين علي الساحة الإعلامية، ووفقاً للمقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية يتضح أن الجمهور العام لديه وعى تام بأهمية الإعلام الرياضى المسئول القادر على الارتقاء بالرياضة المصرية إلى مصاف الدول المتقدمة في ضوء ممارسات مهنية تبتعد عن التعصب وإثارة المشكلات والإساءة إلى المنافسين.

وفي ضوء استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن القول بأن الإعلام الرياضى، وبخاصة البرامج الرياضية التليفزيونية؛ قد أثاره الخلاف والجدل على الساحة الرياضية، ولم تقوم بمسئوليتها الاجتماعية، وأتفق على التقصير من قبل الإعلام الرياضى المرئى عينة الدراسة من النخبة الرياضية، والجمهور العام، الذين رصدوا اعتماد البرامج الرياضية فى توصيل الرسالة الإعلامية الرياضية على لاعبي كرة القدم بشكل كبير، ولم يتم الالتفات إلى الذين قد تم تأهيلهم، وتعليمهم من خلال الدراسة، والتدريب فى كليات ومعاهد الإعلام، أو القيام بتنظيم دورات تدريبية، وتأهيلية للعاملين فى مجال الإعلام الرياضى من الرياضيين السابقين.

ويرجع السبب الرئيس لاستمرار هذه الظاهرة إلى الرغبة فى جذب الجماهير إلى مشاهدة النجم الرياضى وهو يلعب دور مقدم البرامج الرياضية، وبالتالي جذب المعلن

مما يحقق عائداً مالياً كبيراً على القناة التي يقدم من خلالها هذا البرنامج، مما أدى إلى تدهور مستوى الأداء في ظل غياب الفهم الصحيح للعمل الإعلامي، وغياب القدرات المهنية والعلمية مما أدى إلى انهيار معايير الالتزام المهني والاخلاقي التي تحكم العمل الإعلامي مما وصل بنا إلى وقوع العديد من الأزمات الرياضية.

شجع الإعلام الرياضي التلفزيوني ممثلاً في البرامج الرياضية دون أن يدري جماهير الأندية الكبيرة على الوقوف ضد بعضها البعض، ونمى ظاهرة الألترس بسبب عدم مواجهة هذه الظاهرة بسلبياتها مرة من باب الاختلاف بين مقدمي البرامج الرياضية، ومنهم من هاجم هذه الظاهرة فذهب الآخر للدفاع عنها كناية في من يهاجمها، ومرة أخرى بسبب الخوف من بطش الألترس الذي أصبح قوة فاعلة في الشارع الرياضي المصري والسياسي أيضاً، كل ذلك أدى إلى حدوث كارثة بور سعيد، والتي راح ضحيتها ٧٤ شاب في مشهد مأساوي شاهده الجميع.

لذلك يجب أن تتخذ التدابير التي تصحح هذا المسار، وبات من الضروري أن يتم وضع ميثاق شرف إعلامي خاص بالإعلام الرياضي، وكذلك وضع قواعد ومعايير يتم من خلالها اختيار من يقوم بالعمل في الإعلام الرياضي المرئي، والقيام بتدريب وتأهيل جميع عناصر المنظومة الإعلامية، وتدريبهم على الأداء الإعلامي الملتزم بمعايير المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وترسيخ العمل الإعلامي وفقاً لأخلاقيات المهنة، بحيث يصبح الإعلام الرياضي التلفزيوني مسانداً للمجتمع، وداعماً لقيمه، مؤكداً لمعانى الروح الرياضية، وناشراً للتشجيع الرياضي المثالي المتحضر، وأن يكون داعماً للوطن وليس عباً على كاهله، ومعمول هدم له.

### المقترحات:-

وأخيراً يطرح الباحث عدداً من المقترحات التي تساهم في عملية تكريس الالتزام المهني والاخلاقي وتفعيله في البيئة الإعلامية الرياضية، وتتمثل تلك المقترحات فيما يلي:

١- يجب أن يراعى الإعلاميون العاملون في الإعلام الرياضي أن مساحة الحرية التي يعملون من خلالها ينبغي أن يقابلها إحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع فلا توجد حرية مطلقة، وإنما توجد حرية مسؤولة.

٢- ينبغي الحرص على أن لا يكون هناك خلط بين ملكية القنوات الرياضية الخاصة وإدارتها، فإدارة تلك القنوات ينبغي أن تمنح لإعلاميين محترفين

فى المجال الرياضى والإعلامى، وأن يكون للمالك دور محدد ولا يتدخل فى المضامين البرمجية خاصة إذا لم تكن لديه الخلفية الإعلامية.

٣- يجب أن تهتم البرامج الرياضية بتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية فى الإعلام الرياضى، واحترام حقوق الرياضيين خاصة الذين يتم اتهامهم على شاشات هذه البرامج بدون سند أو دليل حقيقى، ويقترح الباحث أن تراجع القنوات مستشار قانونى فى مثل هذه الموضوعات التى تتصل بسمعة الاشخاص والهيئات الرياضية حتى لا تقع هذه القنوات تحت طائلة القذف ودفع التعويضات المالية الباهظة.

٤- البعد عن الإثارة والتنازب والصراع فيما بينها، والمزيد من الاهتمام بالقضايا والمشكلات الرياضية والالتزام بالمعايير المهنية فى معالجتها لتلك القضايا المهمة.

٥- عقد العديد من الفعاليات التثقيفية والدورات التدريبية اللازمة لتهيئة الإعلاميين الرياضيين معرفيا ووجدانيا ومهاريا للتوافق مع بنود ونصوص ميثاق الشرف الإعلامى الرياضى.

٦- التوصية بإنشاء مرصد إعلامى رياضى عربى يتبع جامعة الدول العربية ويتولى بدوره رصد الانتهاكات الأخلاقية بوسائل الإعلام العربية.

٧- وإنشاء مرصد إعلامى لكل دولة عربية على حده ويكون وثيق الصلة بالمرصد الإعلامى الرياضى العربى.

٨- عقد المؤتمرات المعنية بأخلاقيات الإعلام الرياضى لإجراء نقاشات متعمقة حول القضايا الخلافية التى يدور الجدل حولها بين الإعلاميين الرياضيين وذوى العلاقة بالرياضة والإعلام الرياضى ( معايير الحياد فى الممارسات المهنية والإعلامية، وضوابط النزاهة والشفافية فى الخطاب الإعلامى).

### مجاور ميثاق شرف إعلامى رياضى مقترح

تمهيد:

بالنظر الى حالة الفوضى المهنية والاخلاقية التى سادت انماط ممارسة الاعلام الرياضى فى مصر، وأخذاً فى الحسبان أهمية احتكام الإعلام الرياضى لميثاق شرف يسهم فى تنظيم وضبط الإعلام الرياضى، وكذلك فى إرساء إعلام رياضى

احترافى يستند على قيم ومبادئ سامية، ويعمل على الرقى بعقل المشاهد وتتمية وعيه ومعارفه، واملأ في أن يتحقق التقارب بين الجماهير، وتزول الخلافات المتراكمة من فترات أسهم الإعلام فيها في إثارة الخلافات والصراعات بين الجماهير، فإن ميثاق الشرف الإعلامي الرياضي يساعد من جهة أخرى في إزالة هذه التراكمات، و يعمل على تحقيق التعايش والتفاهم والتقارب بين جماهير الرياضة، وهنا يضع الباحث ميثاق شرف إعلامى رياضى مقترح - يخضع لنقاش علمى متعمق بين المعنين بالشأن الرياضي المصري - ومن ثم تقوم بتطبيقه القنوات والبرامج الرياضية المتخصصة.

### عناصر الميثاق:

أولاً: آلية صياغة ميثاق الشرف الإعلامى الرياضى:

تمر عملية وضع الميثاق بثلاث مراحل هي:

١. تشخيص واقع الإعلام الرياضى الراهن بشكل علمى للنواحي الأخلاقية والمهنية.

٢. تحديد أفضل الممارسات الإعلامية الرياضية فى العالم.

٣. وضع الخطوات الكفيلة بالانتقال من الوضع الراهن إلى الوضع المأمول.

ثانياً: محاور ميثاق الشرف:

المحور الأول: التزامات الإعلامى تجاه نفسه:

١. التأهيل والتدريب.

٢. الدورات التطويرية.

٣. التثقيف الذاتى فى المجال الرياضى.

٤. مواكبة التطورات التقنية والتكنولوجية فى مجال الاتصال وحسن

توظيفها فى مجال الإعلام الرياضى.

٥. توطيد العلاقة بينه وبين الوسط الرياضى بعيداً عن المصالح الشخصية.

المحور الثانى: التزامات الإعلامى تجاه الجمهور:

١. معرفة خصائص وسمات وفئات جمهور الرياضة المصرى.

٢. إدراك طبيعة الوسيلة الإعلامية التى تخاطب كل فئات الجمهور الرياضى

المصرى مراعاة قيم المجتمع ومعايير السلوك الحاكمة فيه.

٣. عدم التعرض للأشخاص والهيئات بالإهانة أو الاحتقار.
٤. إتباع منهجية النقد الذاتى البناء المعتمد على الحقائق أو الوثائق.
٥. الوفاء بحق الجمهور فى المعرفة المتوازنة غير المتحيزة.
٦. البعد عن التحريض والتعصب.

### المحور الثالث: التزامات الاعلامى تجاه النظام العام للدولة:

لم تعد الرياضة شأنًا خاصاً بالرياضيين ولا بالإعلام الرياضى، وإنما هى أحد أنظمة الدولة تتفاعل مع بقية الأنظمة، ولها علاقة وثيقة بممارسة السياسة، ولا بد للاعلامى أن يدرك العلاقة التبادلية بين الرياضة والسياسة؛ فالاستقرار السياسى والأمنى يمنح الرياضة ازدهارها، وممارسة الإعلام الرياضى المنضبط تشعر الجمهور بحسن سير الأمور وقيام كل مؤسسة بواجبها وهذا يدعم التعامل الايجابى مع النظام السياسى القائم.

### المحور الرابع: التزامات الاعلامى تجاه السياسة الإعلامية وقواعد المنافسة:

لابد من مراعاة السياسة الإعلامية للدولة واحترام التزامها الخارجى وعلاقتها السياسية والثقافية والدينية واحترام ثقافة الشعوب الأخرى.

### المحور الخامس: ضوابط عامة لتفعيل الميثاق:

❖ بالنسبة للتقويم المهني والأخلاقي للممارسات الإعلامية في الإعلام الرياضى:

- عدم إتباع تكنيك الإثارة في طرح المعلومات والآراء ويستند هذا التكنيك إلي حث الضيوف ودفعهم إلي التشاحن وتبادل الاتهامات والافتراءات وغيرها من أنماط اللغة الهجومية.
- عدم تحيز القائم بالاتصال في الإعلام الرياضى لان ذلك يتعارض مع المعايير المهنية لدور المذيعين ومقدمي البرامج كأطراف محايدة في العملية الإعلامية.
- إبراز لغة الحقائق والأرقام والإحصائيات والبراهين لتحل محل الآراء الذاتية واللغة المرسلة الغير مدعمة بالأسانيد.
- عدم تدخل المعلنين وهيمنتهم علي مضامين البرامج الرياضية بما يؤثر سلبا علي دقة ومصداقية تلك المضامين ومستويات الشفافية الواردة بها.

• الاهتمام بالحفاظ علي الهوية العربية وبخاصة ما يتعلق بالحفاظ علي اللغة العربية، وعدم استخدام نمط من اللغة الدارجة التي يتم تداولها بين جماهير الرياضة.

❖ بالنسبة لأخلاقيات تشكيل الرأي العام من قبل الإعلام الرياضي يوصى الباحث بما يلي:

• عدم الاعتماد علي تضليل الرأي العام من خلال بث بيانات ومعلومات خاطئة وغير دقيقة حول القضايا الرياضية المهمة مما ينتج عنه تكوين آراء واتجاهات متطرفة.

• تجنب وسائل الإعلام الرياضي بناء صورة ذهنية غير واضحة لدى الرأي العام بشأن قضايا رياضية محلية أو إقليمية أو دولية أو ضد دولة ما أو جمهور بعينه.

• يجب أن تعمل وسائل الإعلام الرياضي علي توفير السبل التي تساعد الرأي العام علي التعبير والمشاركة الايجابية في عرض القضايا الرياضية.

• عدم قيام الإعلام الرياضي ببث ونشر المضامين التي تعرقل عملية التواصل والتفاعل بين عناصر العملية الرياضية في مصر لان عرقلة عملية التواصل يضر بالمجتمع وتحول دون حرية التعبير عن الرأي.

❖ بالنسبة لوضع مبادئ أخلاقية لأداء القائم بالاتصال في البرامج الرياضية:

• عدم إذاعة معلومات كاذبة أو أخبار مبنية علي افتراضات غير واقعية.

• ألا يعتمد القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي إلي نشر الشائعات.

• عدم استخدام ألفاظ خارجة أو نابية، وان يعتمد علي الهجوم الشخصي علي الآخرين.

• يجب ان يستخدم القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي الطرق الشرعية في جمع المعلومات، وان يخبر مصادره بقيامه بنشر تلك المعلومات.

• عدم استغلال القائم بالاتصال برامجه في خدمة مصالحه الشخصية أو في تحقيق مكاسب شخصية.

• يجب أن يستند القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي إلي الدقة والعدالة، فيعطي المعلومة الكاملة مع عدم تشويه الحقائق.

• يجب علي القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي الاعتذار عن الأخطاء والمعلومات المغلوطة التي قد ترد في البرامج التي يذيعها وذلك في أسرع وقت حتي لا يفقد مصداقيته لدي المشاهدين.

❖ بالنسبة لتحقيق معيار الموضوعية:

• عدم الخلط بين الخبر والرأي.

• ضرورة الفصل بين الأخبار والمعلومات والحقائق والمواد الإعلانية.

• عدم الخلط بين معالجة القضايا الرياضية المهمة والمصالح الشخصية للقائم بالاتصال أو تتأثر بانتماؤه.

• ضمان التوازن والعدالة في طرح وجهات النظر المختلفة.

• ضمان للرياضيين حق الرد والتصحيح علي ما يذاع عنهم وقد يمس شخصهم أو عملهم.

❖ بالنسبة لمعيار الدقة في الإعلام الرياضي:

• أن يستند الإعلام الرياضي إلي المصادر الصادقة التي يسعى إلي استقاء المعلومات من خلالها.

• القيام بطرح التصريحات في سياق كونها حقائق في حالة احتوائها علي معلومات متجانسة قد تم تأكيدها من أكثر من مصدر، أما المعلومات المتضاربة تطرح علي أنها روايات لا ترقى إلي الحقيقة.

• طرح نتائج الاستطلاعات في إطار كونها حقائق مع ذكر حدود تلك الاستطلاعات ونسبة الأخطاء المسموح بها في نتائجها مع ذكر عينة الدراسة وإجراءاتها المنهجية.

❖ بالنسبة للمصادر التي يعتمد عليها الإعلام الرياضي:

• أهمية التحقق من صحة المعلومات التي تنقلها المصادر.

• الطرح الأمين والصادق لتصريحات المصادر من حيث مضمون التصريح ودلالته.

• طرح التصريحات في سياقها وعدم المبالغة في التعليق عليها.

• يجب علي القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي أن يدرك أن حقه في الحصول على المعلومات لا يعني تطاوله علي مصادر المعلومات.

- عدم اختراق الحياة الشخصية للرياضيين لأنهم يتمتعون بدرجة من الخصوصية بشأن عملية بث الأخبار المتعلقة بشخصهم دون عملهم كرياضيين.
- يجب أن يوازن القائم بالاتصال في الإعلام الرياضي بين سعيه إلى الانفراد وإتباعه تصرفات لائقة ومسئولة مع الآخرين.



## مراجع الكتاب

### أولاً: المراجع العربية:

#### • بحوث ودراسات غير منشورة (رسائل الماجستير والدكتوراه)

(١) أحمد عيسى سليمان، العلاقة بين ممارسة النشاط الرياضى والمسئولية الاجتماعية لدى طلاب جامعة أسيوط، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٨م).

(٢) أحمد فاروق أحمد، "تخطيط إستراتيجى لمستقبل الصحافة الرياضية المصرية لمواجهة مشكلات كرة القدم الإدارية،" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٩م).

(٣) اشرف منير صبرى، بناء استراتيجى للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية رياضية بنين، ١٩٩٩م).

(٤) أمل منير، "بناء إستراتيجية لقناة النيل للرياضة الفضائية المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنين، ٢٠٠٤).

(٥) إكرام محمد حسن، اتجاهات المرأة الإعلامية نحو العمل فى مجال الإعلام الرياضى ومقارنتها بالإعلاميين الذكور، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية رياضية بنات، ٢٠٠٦).

(٦) أميرة سمير طه. "دور القنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة فى إدراك أفراد المجتمع المصرى لمناخ حرية الرأى وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

(٧) أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح، "استخدام الأخبار المجهولة فى الصحف المصرية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠٠٨).

(٨) أميمه حامد أبو الخير، خطة مقترحة لبرامج التلفزيون كوسيلة إعلامية لنشر الوعى الرياضى، "رسالة دكتوراه غير منشورة"، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، ١٩٧٩).

(٩) أيمن محمد إبراهيم، الإعداد المهني والتوصيف الوظيفي لمعدى البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة طنطا: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٩م).

(١٠) بطرس جرجس، "العوامل المؤثرة فى الرضا الوظيفى لدى العاملين فى المؤسسات الإعلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٩).

(١١) حسام الدين السيد مرسى، دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طنطا: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٣م).

(١٢) حسن أحمد الشافعى "التنظيم الدولى للسلوك الرياضى"، "رسالة دكتوراه"، (جامعة حلوان: كلية تربية رياضية بنين، ٩٨٣م).

(١٣) خالد توحيد، العلاقة بين الإنترنت وتطوير الأداء المهنى للإعلاميين الرياضيين فى مصر، "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢).

(١٤) خالد حسن القضاة، "دور الصحافة فى تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية فى المجتمع الاردنى، بحث مقارن بين الصحف الأردنية اليومية"، "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة بغداد: كلية التربية الرياضية، ١٩٩٧).

(١٥) دينا إبراهيم محمد، دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية فى تنمية المسئولية الاجتماعية لدى الرياضيين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنين، ٢٠٠٦م).

(١٦) دينا كمال، أسلوب الفجوة لقياس جودة الخدمة للبرامج الرياضية بالتلفزيون، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٨م).

(١٧) رغدة محمد عيسى، "العوامل المؤثرة على القيادات الإعلامية النسائية باتحاد

الإذاعة والتلفزيون المصري وانعكاسها على التخطيط الإعلامي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

(١٨) سارة عبد اللطيف عبد الحليم. "المسئولية الاجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية (الحكومية والخاصة) كما تراها النخبة": دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١).

(١٩) علي مبارك، "العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون والراديو والمعرفة الرياضية للجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

(٢٠) فتحى حسين أحمد عمر: أخلاقيات نشر الجريمة الخاصة: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول، ٢٠٠٥).

(٢١) كريمان محمد فريد صادق. "المسئولية الاجتماعية للعلاقات العامة فى الوحدات الاقتصادية: دراسة ميدانية على عينة من شركات القطاعين العام والخاص"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٩).

(٢٢) محمد شريف مرسى، دور البرامج الرياضية بتلفزيون القناة الخامسة فى تنمية الوعى الرياضى للأطفال من ٩ - ١٢ سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٢ م).

(٢٣) محمد شريف مرسى، تنظيم إعلامى مقترح لإدارة البرامج الرياضية بالقناة الخامسة بالتلفزيون المصرى، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٩ م).

(٢٤) محمد حسام الدين إسماعيل. "المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال فى الصحف القومية والحزبية من ١٩٩١ - ١٩٩٤"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤).

(٢٥) محمد عبد الحميد محمود، دور الصحافة فى تكوين الرأى العام تجاه إدارة الحكام لمباريات كرة القدم بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٣ م).

(٢٦) محمود حسن أبو دريس، "واقع الصحافة الرياضية فى مملكة البحرين، دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية فى الجرائد اليومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، ( جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٤).

(٢٧) نشوى إمام إمام، تأثير الإعلام الرياضى المدرسى على تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٣م).

(٢٨) نشوة سليمان محمد عقل، "تقييم نشرات الأخبار فى قناة النيل الإخبارية المتخصصة، دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢).

(٢٩) نهى عاطف العبد، "علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣م).

(٣٠) نبيل حافظ عبد البارى، "تقويم النشاط الرياضى بالوحدات التعليمية بأكاديمية الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين، ١٩٩٢م).

(٣١) وسام محمد أحمد نصر، "العوامل المؤثرة على مشاركة المرأة فى البرامج التليفزيونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١).

(٣٢) وليد عبد الفتاح محمد، دراسة تقييمية للبرامج الرياضية بالقناة الثانية بالتلفزيون المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية بنين، ٢٠٠٧م).

• بحوث منشورة فى دوريات ومؤتمرات علمية:-

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، "الكتاب السنوى ٢٠٠٢/٢٠٠١"، (جمهورية مصر العربية، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٢).

(٢) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، "الخطة الإعلامية العامة"، (جمهورية مصر العربية: الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٣م).

(٣) الأميرة سماح فرج. "التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية

الخاصة فى إطار المسئولية الاجتماعية" دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر للإعلام بين الحرية والمسئولية"، الجزء الأول، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨).

(٤) جيهان رشتى: الإعلام وقضايا المجتمع. مذكرات غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠).

(٥) خالد صلاح الدين حسن، "اتجاهات الرأى العام المصرى نحو ثنائية الإعلام والشائعات: فى إطار التحليل الاجتماعى لمحددات الوعى الإعلامى"، بحث مقدم للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر، عن الإعلام بين الحرية والمسئولية"، الجزء الثالث، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٨).

(٦) سامى الشريف، "القنوات التليفزيونية المتخصصة: رؤية نقدية" فى "المجلة المصرية لبحوث الإعلام"، العدد الخامس، يناير / إبريل ١٩٩٩.

(٧) سليمان صالح، إشكالية الموضوعية فى وسائل الإعلام: دراسة نقدية، "المجلة المصرية لبحوث الرأى العام"، العدد الثالث، يوليو - ديسمبر ٢٠٠١.

(٨) عادل عبد الغفار خليل: "أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم ١٢" ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى التاسع لكلية الإعلام. جامعة القاهرة "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق"، الجزء الثالث، مايو ٢٠٠٣.

(٩) علي الهاشمى، "تأثير نظام العولمة على مستقبل الحركة الرياضية والإعلام الرياضى" فى "مجلة التربية الرياضية"، المجلد الثانى عشر، العدد الأول ٢٠٠٣.

(١٠) مركز بحوث ودراسات الرأى العام، "علاقة الجمهور المصرى بالقنوات التليفزيونية"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١م).

(١١) مها عبد المجيد صلاح. "الدونات المصرية بين الحرية والمسئولية" دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى الرابع عشر للإعلام بين الحرية والمسئولية"، الجزء الثانى، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨).

#### • كتب عربية ومترجمة:

(١) إبراهيم عبد الله المسلمى، "التشريعات الإعلامية: قراءة نقدية للأسس الدستورية والقانونية التى تحكم أداء وسائل الإعلام"، (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٣).

- (٢) أحمد عبد المهيمن، "حكاية الكرة المصرية"، (القاهرة: دار الكتب الجامعية الحديثة، ١٩٨٧).
- (٣) السيد أحمد عمر، "الإعلام المتخصص، دراسة تطبيقية"، ط ١ (بنغازي: منشورات جامعة قار يونس، ١٩٩٧).
- (٤) أديب خضور، "الإعلام الرياضي: دراسة علمية للتحرير الرياضي فى الصحافة والإذاعة والتلفزيون"، (دمشق: المكتبة الإعلامية - العدد رقم ٩ - الطبعة الأولى، ١٩٩٤م).
- (٥) أمين أنور الخولى، "الرياضة والمجتمع"، عدد ٢١٦ سلسلة علم المعرفة، (القاهرة: عالم المعرفة، ١٩٩٦م).
- (٦) بهبهائى خليفة، "موسوعة الإدارة فى المنظمات الرياضية"، الطبعة الأولى، (الكويت: مطبعة الفيصل، ٢٠٠٤).
- (٧) جيهان أحمد رشتى، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام"، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٧٨م).
- (٨) حسن عماد مكاوى، "أخلاقيات العمل الإعلامى: دراسة مقارنة"، (القاهرة: الدار المصرية. اللبنانية، ١٩٩٤).
- (٩) حسن عماد مكاوى، ليلى حسن السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثامنة، ٢٠٠٩).
- (١٠) حمدى حسن، "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام"، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).
- (١١) حمدى حسن، "مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال"، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٧).
- (١٢) حسن أحمد الشافعى، "الإعلام فى التربية البدنية والرياضية"، (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٣).
- (١٣) حسن أحمد الشافعى، "التنظيم الدولى للسلوك الرياضى"، (الإسكندرية: دار منشأة المعارف للنشر، ١٩٨٩م).
- (١٤) خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، "الإعلام الرياضى"، ج ١، ط ١ (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨).

- (١٥) سهير سند المهندس، "الإعلام الرياضى المرئى فى الواقع المعاصر"، ( مملكة البحرين: وزارة الإعلام، ٢٠٠٥).
- (١٦) سليمان صالح (٢٠٠٧)، "ثورة الاتصال وحرية الإعلام"، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧).
- (١٧) صابر فلحوط، محمد البخارى، "العولمة والتبادل الإعلامى الدولى"، (دمشق: دار علماء الدين، ١٩٩٩).
- (١٨) عاطف العبد، "مدخل إلى الاتصال والرأى العام والأسس النظرية والإسهامات"، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٧).
- (١٩) عدلى سيد رضا، سامى الشريف، "علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية والدولية الموجهة"، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٨م).
- (٢٠) عدلى رضا، سامى الشريف، "الصحافة والتلفزيون فى دولة الإمارات العربية المتحدة"، (القاهرة: دار الفكر العربى).
- (٢١) فاروق جويده، "فوضى الصحافة والفضائيات"، فى: جريدة الأهرام، العدد (٤٤٨٨) السنة ١٣٤، ٢٣ أكتوبر، ٢٠٠٩.
- (٢٢) محمد بن سعود البشر، "المسئولية الاجتماعية فى الإعلام: النظرية وواقع التطبيق"، (الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦).
- (٢٣) محمد سعد إبراهيم، "الإعلام التتموى والتعددية الحزبية"، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١١).
- (٢٤) محمود علم الدين، "مدخل إلى الفن الصحفى"، (القاهرة: ركلام للنشر، ٢٠٠٠).
- (٢٥) مصطفى السايح، "علم الاجتماع الرياضى"، ط ١ ( الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٧).
- (٢٦) نجوى فوال، " القائمون بالاتصال "، ( القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية، ١٩٩٢).
- (٢٧) وزارة الإعلام، "الإعلام المصرى و الألفية الثالثة"، (جمهورية مصر العربية: وزارة الإعلام، ١٩٩٩م).

• المقابلات الشخصية:-

- (١) مقابلة مع الإعلامي أشرف محمود رئيس تحرير الأهرام العربى السابق بتاريخ ٢٠١٣/٢/١٠.
- (٢) مقابلة مع الناقد أيمن أبو عايد الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٠١٣/١/٢٩.
- (٣) مقابلة مع الإعلامي حسام فرحات رئيس قناة النيل للرياضة السابق بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.
- (٤) مقابلة مع الناقد الرياضى حسن المستكاوى الناقد الرياضى بجريدة الشروق بتاريخ ٢٠١٢/٩/٣٠.
- (٥) مقابلة مع الإعلامي حمدي الكنيسى فى النادي الأهلى بتاريخ ٢٠١٣/١/١٠.
- (٦) مقابلة مع الناقد جمال الزهيرى الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ٢٠١٢/١٠/١٥.
- (٧) مقابلة مع الإعلامية درية شرف الدين رئيسة التليفزيون السابقة بتاريخ ٢٠١٢/٩/٣٠.
- (٨) مقابلة مع الناقد الرياضى عصام عبد المنعم الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٠١٣/١/٢٩.
- (٩) مقابلة مع الإعلامي عبد الفتاح حسن رئيس قناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.
- (١٠) مقابلة مع الناقد فتحى سند الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ٢٠١٢/١٠/١٥.
- (١١) مقابلة مع الدكتورة ماجى الحلوانى عميد كلية الإعلام السابق بمكتبها بإتحاد كرة القدم المصرى فى ٢٠١٢/٧/٥.
- (١٢) مقابلة مع الدكتور محمود علم الدين وكيل كلية الإعلام بمكتبه بكلية الإعلام فى ٢٠١٣/١/١١.
- (١٣) مقابلة مع المعلق الرياضى ميمى الشربيني فى النادي الأهلى بتاريخ ٢٠١٣/١/١٠.
- (١٤) مقابلة مع الإعلامي مصطفى حسين الرئيس السابق لقناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٢/٨/١٥.

(١٥) مقابلة مع الإعلامي هشام رشاد رئيس البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري  
بتاريخ ٢٧/١٢/٢٠١٢.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

• **Periodicals & Conferences:**

- (1) Beck, Daniel & Bosshart, Louis., (2003)., Sports and Media, "Communication Research Trends", Vol. 22, No.4.
- (2) Breen, Gerald-Mark & Matusitz, Jonathan., (2007). "Addressing the Negative Aspects of Pack Journalism to Media Reporters" Paper presented at the annual Meeting of the NCA 93<sup>th</sup> Annual Convention, TBA, Chicago, IL, Nov 15.
- (3) Carlisle Duncan, Margaret,(2005) "Gender In Televised Sports: News And Highlight Shows, 1989-2004", Amateur Athletic Foundation Of Los Angeles", PP1-33
- (4) Collette, Alan Larry., (1992), An Analysis of Motivations for selective social Contexts in television Sports viewing, Dissertation Abstracts International, Number: AAT 9314656.
- (5) Geno, Jason, (2010), The Challenges of Sports television reporting in the Contemporary Sports-media Complex, Dissertation Abstracts International , Number: AAT 3442877.
- (6) Haridakis & Earnhardt, (2007), Exploring Motives Viewing Televised Sports (Online). Available.
- (7) Johnson,Thomas., (2008), "What are the relationships between televised Sports Viewing Habits and Conformity", (Online), available at:www. Research. all academic.com. Date of Search: 16/2/2014.
- (8) Julien, Daniel,(2003), Humor Usage in television Sports News Broadcasting, Dissertation Abstracts International , Number: AAT 1414221.
- (9) Lever, J., & Wheeler, S., (1993), Mass Media and the experience of Sport. Communication Research " , Vol.20.
- (10) Lowery, Wilson,(2004) "Meida DependencyDuring a Large-Scale Social Disruption: The Case Of September 11",Communication Research, Vol. 7, No.3.

- (11) Moy, Patricia, (2005) "Knowledge or Trust? Investigating Linkages", *Communication Research*, Vol. 32, No.1.
- (12) Rapa port, David., (1986), *Television Sports Violence: Factors which influence The replay of violence in televised sports*, Dissertation Abstracts International, Number: AAT 1333078.
- (13) Rinehart, R.,(1994), *Sport as Kitsch, A Case Study of the American Gladiators* , *Journal of Popular Culture*, " Vol. 28, No. 2.
- (14) Rodriguez, Varela,, (1998), *The TV sharings of the live Sports Broadcasts and Sports programmers in TV Galicia from 1990 until 1996* , Dissertation Abstracts International, Number: AAT C719954.
- (15) Shah, Dhavan & Mcleod, Jack.,(2001) "Communication, Context and Community: An Exploration of print, Broadcast and Ifluences", *Communication Research*, Vol. 28, No.4.
- (16) Will Kennelly, (2012), "Three Views of Member Motives: Predicting intentions to Public broadcasting stations using revised Theory of planned behavior , (Online), available at: [www. Research. all academic.com](http://www.Research.allacademic.com). pp.1-24, Date of Search: 16/2/2014.

• **Books:**

- (1) Andrews, D. L., & Jackson, S. J. (Eds.),(2003), "Sports Stars:The cultural politics of Sporting celebrity" , (London and New York: Routledge,).
- (2) Brown, R. S., & O. Rourke, D. J.,(2003),*Case Studies in Sport Communication* ( Westport, Praeger,).
- (3) Bucy, Erik P.,(2002),*Living in the information Age: A new Media Reader"* (Wadsworth: Australia, United states,).
- (4) Day, Louis Alvin.,(2003), *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies'*. (Australia: Holly J. Allen,).
- (5) ) E. Cashmore.,(2000). *Making Sense of Sports"* 3<sup>rd</sup> ed ( London and New York: Rutledge,).
- (6) Graybasch. Anthony,, & Rudinow, Joel.,(2002), "Ethics Values in the information age" (Wadswarth: Australia, United Kingdom, United States,)
- (7) Gross, Gerald.,(1996), *The Responsibility of the press.*(New York: Fleet publishing Corporation,).

- (8) Hyde, Stuart., (2004), Television and Radio Announcing, 8<sup>th</sup> ed, (USA: Boston, Houghton Mifflin company:).
- (9) Keble, Richard.,(2001), Ethics for Journalists. (London: Routledge,).
- (10) Mcquail, Dennis.,(2000), Mass Communication Theory. (London: Sage Publication,).
- (11) Retief, John.,(2002), Media Ethics: An Introduction to Responsible Journalism.(Oxford: Oxford university,)
- (12) Stanley J, Baran.(2002), Introduction to Mass Communication: Media Literacy And Culture.(Boston: The McGraw-Hill Companies).
- (13) Smith,Anthony., (1995), "TV:An International history", (NY: Oxford university press).
- (14) Thirer, Joel.,(1998), Politics and Protest at The Olympic Games, Sport and International Relations,( Illinois, Stapes Publishing Company,)
- (15) Turow, Joseph, (2003) "Media Today: An Introduction to Mass Communication" 2<sup>nd</sup> (Boston: Houghton Mifflin Company),
- (16) Yoakam, Richard & Craemer,Charles.,(1985)., The Television News and the Technology ,2<sup>nd</sup> ed.,,(New York: Random House, )

• مواقع الكترونية

- (1) <http://www.koora.com>
- (2) <http://www.gotv.tv>
- (3) <http://www.Aljazeera.net>
- (4) <http://youtu.be>
- (5) <http://www.emi.ae-Emirates Media>
- (6) <http://www.doubaitv.gov>
- (7) <http://www.alkhaleej.ae>
- (8) <http://www.egyptradio.tv>
- (9) <http://www.Modern sport.tv>
- (10) <http://www.Elnahar sport.tv>
- (11) <http://www.Alahly sport.tv>
- (12) <http://www.almasryalyoum.com>
- (13) <http://www.arabtimes.com>
- (14) <http://www.palmoon.net>
- (15) <http://sport.ahram.org.eg>
- (16) <http://www.arabtimes.com>



## الفهرست

٩	تقديم
	<b>الفصل الأول</b>
١٧	<b>الإعلام الرياضى التليفزيونى</b>
١٧	مقدمة
٢٠	أهمية الرياضة للفرد والمجتمع:
٢٢	مفهوم الإعلام الرياضى:
٢٣	عناصر الإعلام الرياضى:
٢٣	أنواع الإعلام الرياضى:
٢٤	القوالب الفنية للإعلام الرياضى المقروء:
٢٥	القوالب الفنية للإعلام المسموع:
٢٧	أهمية الإعلام الرياضى المرئى:
٢٧	القوالب الفنية للإعلام المرئى الرياضى:
٣٠	سمات الإعلام الرياضى:
٣١	أهداف الإعلام الرياضى:
٣٢	الخدمات التى يقدمها الإعلام الرياضى للفرد والمجتمع:
٣٤	مسار الإعلام الرياضى المصرى:-
٣٨	أمثلة للإعلام الرياضى المرئى:
٤٣	الإعلام الرياضى الدولى:
٤٣	العوامل المؤثرة فى الإعلام الرياضى الدولى:

٤٤	أهداف الإعلام الرياضى الدولى:
٤٤	دور الإعلام الرياضى والعلاقات الرياضية سياسياً:
٤٥	وسائل الإعلام الدولى للعلاقات الرياضية:
٥٧	العلاقة بين الإعلام الرياضى التليفزيونى وروابط التشجيع الألتراس:

## الفصل الثانى

### ( نظرية المسئولية الاجتماعية )

٦٣	Social Responsibility Theory
٦٣	مقدمة
٦٤	أهمية النظرية:
٦٥	التطور التاريخى للنظرية:
٧٣	أسس نظرية المسئولية الاجتماعية ومبادئها:
٧٧	ارتباط النظرية بكود الأخلاق:
٨٠	تقييم أداء القائم بالاتصال:
٨١	الشروط الواجب توافرها فى الإعلامى التليفزيونى:
٨٤	العوامل المؤثرة فى أداء القائم بالاتصال:
٨٦	القيود المفروضة على الإعلامى التليفزيونى:
٩٠	الانتقادات التى وجهت إلى نظرية المسئولية الاجتماعية:
٩٤	معوقات تطبيق النظرية:
٩٧	الاستفادة من نظرية المسئولية الاجتماعية فى الإعلام الرياضى:
١٠٠	أوجه الاستفادة من النظرية فى المجال التطبيقى للدراسة:

## الفصل الثالث

### الإعلام الرياضى التليفزيونى فى مصر

١٠١	مقدمة:
١٠١	الإجراءات المنهجية للدراسة
١٠٣	مجتمع الدراسة:

## الفصل الرابع

### الخلاصة والمقترحات

١٨٧

١٨٧

أولاً: ملخص الدراسة:

١٩٥

المقترحات:

١٩٦

محاور ميثاق شرف إعلامى رياضى مقترح

٢٠٣

المراجع



## هذا الكتاب

يمكن القول بأن الإعلام الرياضى، وبخاصة البرامج الرياضية التلفزيونية؛ قد أثاره الخلاف والجدل على الساحة الرياضية، ولم تقوم بمسئوليتها الاجتماعية، وأتفق على التقصير من قبل الإعلام الرياضى المرئى النخبة الرياضية، والجمهور الرياضى، الذين رصدوا اعتماد البرامج الرياضية فى توصيل الرسالة الإعلامية الرياضية على لاعبى كرة القدم بشكل كبير.

لذلك يجب أن تتخذ التدابير التى تصحح هذا المسار، ويات من الضرورى أن يتم وضع ميثاق شرف إعلامى خاص بالإعلام الرياضى، وكذلك وضع قواعد ومعايير يتم من خلالها اختيار من يقوم بالعمل فى الإعلام الرياضى المرئى، والقيام بتدريب وتأهيل جميع عناصر المنظومة الإعلامية، على الأداء الإعلامى الملتزم بمعايير المسؤولية الاجتماعية، وترسيخ العمل الإعلامى وفقاً لأخلاقيات المهنة، بحيث يصبح مسانداً للمجتمع، وداعماً لقيمه، مؤكداً لمعانى الروح الرياضية، وناشراً للتشجيع الرياضى المثالى المتحضر، وان يكون داعماً للوطن وليس عباً على كاهله، وموعول هدم له.

للتواصل مع المؤلف:

تليفون محمول: ٠١٠٠٠٢٤٢٦٤٤ - ٠١٢٨٢١١١١٥١

E-mail: [essamabdel salam58@yahoo.com](mailto:essamabdel salam58@yahoo.com)

Facebook: [Essam 109](https://www.facebook.com/Essam109).