الفصل الثاني

(الإطار النظري والدراسات السابقة)

أولا : الإطار النظري

- الإعلام .
- التليفزيون .
- التقويم .

ثانيا : الدراسات السابقة

(أ) الدراسات العربية :

- دراسات مرتبطة بالإعلام الرياضي عامة .
- دراسات مرتبطة بتقويم وتحليل مضمون البرامج الرياضية

(ب) الدراسات الأجنبية .

الفصـــل الثـــاني
الإطـار النظري والدراسـات السابقـــة

يشمل هذا الفصل بابان هما :

البـــــاب الأول:

وفيه يتعرض الباحث إلى الإعلام ومكونات عملية الاتصال ومنها ينتقل الباحث إلى التليفزيون كأحد أقوى وأبرز وسائل الإعلام وأكثرها تأثيرا .

ومن ثم يتطرق الباحث إلى نشأة وتطور البرامج الرياضية بالتليفزيون عامة وبالقناة السادسة خاصة لتحليل وتقييم هذه البرامج بغرض لتقويم .

البـــــاب الثاني:

ويتناول الباحث في هذا الباب الدراسات السابقـــة المرتبطـــة بموضـــوع الدراسة والتي سيتم استعراضها تحت العنوانين الرئيسين الآتيين :

أ- الدراسات المرتبطة بالإعلام الرياضي عامة .

ب- الدراسات المرتبطة بتحليل مضمون وتقويم البرامج الرياضية بالتليفزيون.

أولا: الإطـــار النظـــري

الإعـــــــلام:

إن الإعلام قديم قدم المجتمع البشري ، فمنذ أن وجد الإنسان على هذا الكوكب استخدام بعض الحركات للشكل البدائي للإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة ، وقد وجد الإعلام بشكله البسيط (عملية نقل المعلومات والأخبار بصورة موضوعية) و الإعلام من حيث اللغة يعني " إخبار أو إطلاع الآخرين " وهو يعني بالإنجليزية **Information** أي المعلومات .

ويتضمن الإعلام في طياتـــه عمليات الاتصال ، والاتصال له هدف وهو محاولة التأثير والإقناع ليس مجرد إرسال الرسائل باستخدام الوسائل المختلفة ، فلا قيمة للاتصال بدون تحقيق هدف ، ولإنجاح الاتصال دون تحقيق هدف مؤثر وإحداث تأثير ، فنحن نتصل لنؤثر ونتعرض للاتصال لنتأثر . (٥٥ : ٧٥)

يسعى الإعلام إلى خلق وعي في مجال ما سواء كان هذا المجال اجتماعياً أو سياسياً أو اقتصادياً أو صحياً أو رياضياً .

والإعلام معناه التعريف بأشياء معينة ويتم التعريف بتلك الأشياء عن طريق الاتصال ويعمل الإعلام على خلق وعي في مجال ما سواء أكان في النواحي الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الصحية أو الرياضية .

ويتم **الإعلام** بطريقة مباشرة باستخدام الكلمة المكتوبة في الصحف والكتيبات والنشرات ، وبالكلمة المسموعة بالأحاديث الإذاعية والندوات والكتيبات والنشرات والمحاضرات ، أو الكلمة المتطورة بالأفلام التسجيلية والمعارض والمهرجانات والصور والشرائح الملونة والهدايا التذكارية ، كما يتم الإعلام بطريقة غير مباشرة وذلك عن طريق القدوة الحسنة والمعاملة الطيبة وتقديم الخدمات الممتازة وخلق المجالات والظروف الملائمة لتحقيق الهدف المنشود . (٣٢ : ٨٩)

بعد أن تناولنا المعنى الشائع و الهدف الذي يسعى الإعلام إلى تحقيقه وهو الاتصال بعدها نبدأ في تناول تعريف الإعلام لغويا ونعرض تعريفات بعض الخبراء للإعلام .

تعريف الإعلام :

الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات الآتية :-

الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها وأحيانا يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها .

الإعلام بمعني الدعوة وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ **Propaganda** أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها . (١٨ : ٨)

وإذا كانت كلمة الإعلام مشتقة من "أعلمه بالشيء" فهي تعني تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوافرتان بقدر ما يكون الإعلام سليما قويا .

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

وسواء أكانت الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون (ماذا يتم تقديمه) .

وقد تناول العديد من الخبراء تعريف الإعلام الرياضي ولكن قبل أن نتطرق إلى تعريف الإعلام الرياضي يجب أن نتناول تعريف الإعلام من وجهة نظر العديد من الخبراء فقد عرفه **عبداللطيف حمزة (١٩٧٢)** بأنه : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر هذا الرأي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم تعبير موضوعياً .

وعرفه **إبراهيم إمام (١٩٧٧)** بأنه : عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم .

وعرفته "**جيهان روشتى**" (١٩٧٨) بأنه : الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيرا ذاتيا من جانب الإعلام سواء أكان صحفيا أو إذاعيا أو مشتغلا بالسينما أو التليفزيون .

وعرفه "**حامد زهران**" (١٩٨٤) بأنه : عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محدودة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام . (٣٥ : ٢٩)

التعريفات المختلفة للإعلام :

وبالعرض السابق للتعريفات المختلفة للإعلام يتضح أن عملية الإعلام تتمثل فيما يلي :

- تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات والحقائق الواضحة .

– تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تعمل على مساعدة الناس نحو تكوين رأي صائب في مشكلة ما أو واقعة معينة بحيث يعبر هذا الرأي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم ورغبتهم وميولهم تعبيرا موضوعيا .

– عملية لنشر الحقائق والمعلومات والأرقام والأخبار والإحصاءات بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم .

ويتفق الباحث مع تعريف **حامـــد زهران** للإعلام بأنه : "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام " .

ويضيف الباحث على هذا التعريف جزئية تزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر موضوعيا عن اتجاهات الجماهير وميولهم ورغباتهم ذلك كله بقصد نشر الثقافة وتنمية أفراد هذا المجتمع .

مكونات عملية الإعلام :

ويشير "**علي حسن مصطفي**" إلى أن عملية الإعلام تتكون من أربعة مراحل هي من يقول ؟ وبأي وسيلة ؟ وإلى من ؟ وماذا يقول ؟

أ– من يقول ؟

قصد بها **رجال الإعلام** ، والإعلامي الناجح هو الذي يكشف عن الطريقة الصحيحة للتعبير عن فكرته ، ويركز على أن يعرف ماذا يريد بعملية الاتصال ن وكيف تؤثر رسالته أكبر تأثير فيمن يوجهها إليه .

ب– ماذا يقول ؟

أي الرسالة الإعلامية : وهي الأفكار والمفاهيم والمهارات والاتجاهات التي يريد الإعلامي أن يوصلها للجمهور . والرسالة هي أهم عناصر الإعلامية .

جـــ– بأي وسيلة ؟

ويقصد بها "**وسائل الإعلام** " وهي كثيرة ومتنوعة منها :

١– **الوسائل المطبوعة :** صحف – مجلات – كتب – نشرات .

٢– **الوسائل السمعية :** إذاعة – تسجيلات .

٣– **الوسائل البصرية :** معارض – نصب تذكاري – إعلام – لافتات .

٤– **الوسائل السمعية البصرية :** تليفزيون – مسرح – سينما .

٥– **رسائل الاتصال والمواجهة الشفهية :** البريد العادي – الانترنت – المقابلة الشخصية

د- لمن ؟

ويقصد بها " **مستقبِل الرسالة الإعلامية** " .

وهو الشخص أو الجمهور الذي يستقبل الرسالة الإعلامية في صورة رموز أو ترجمتها وفهمها والربط بين الزمن والمعنى ، والمستقبل هو الهدف الذي يسعى إليه المرسل للتأثير فيه برسالته وتغيير سلوكه . (٣٥ : ٢٩)

عناصر الإعلام

وللإعلام أربع عناصر رئيسية هي :

١- **المرسل** : هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة اتحاد أو نادي أو لاعب أو مدرب .

٢- **المستقبل** : هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء أكان فرداً أم جماعة .

٣- **الأداة أو الوسيلة** : هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت هذه الوسيلة مسموعة أو مقروءة أو مرئية .

٤- **الرسالة أو المضمون** : هي ما تحمله وسيلة الإعلام لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه بصفة خاصة على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتمادهم على الحقائق والأرقام ومسايرته بروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم – حاجاتهم – رغباتهم – اتجاهاتهم – ميولهم – مستوى ثقافتهم . (٢١ : ١٧)

ويتفق الباحث في تحليل عملية الإعلام مع الآراء السابقة ويؤكد أن عملية الإعلام تعتمد على أربعة جوانب أساسية هي :

١- القائم بالاتصال (المرسل)

٢- الجماهير (المستقبل)

٣- وسيلة الاتصال (وسائل الإعلام)

٤- لغة الاتصال (المعاني والأفكار)

ويرى الباحث أن إغفال أي جانب من الجوانب السابقة يهدد تحقيق أهداف عملية الإعلام ونجاحها .

وإذا حللنا وسائل الإعلام المختلفة لوجدنا أن العامل المشترك بينهم هو **الرمز** سواء كان الرمز صورة أو كلمة أو إشارة أو نغمة أو حركة ، فالرمز هو العمود الفقري لعملية الإعلام ، والرموز هي التي تجسد المعاني والأفكار وتجعلها قابلة للاشتمال ، وهي التي تمنحها النجاح أيضا . ويتفق علماء النفس المحدثون على أن الرموز اللغوية هي أرق أنواع الرموز وأقدرها على نقل المدركات من مجال الغموض اللاشعوري إلى حيز الوضوح الشعوري . (١١ : ١٩٧)

ويرى الباحث أن :

الإعلام عملية مشاركة وتفاهم وتناغم بين المرسل والمستقبل ، كذلك التناغم أو التوافق الذي لابد أن يتم بين الموجات اللاسلكية كشرط أساسي للاتصال الواضح بين جهاز الاستقبال وجهاز الإرسال ، ولذا كان الاتصال اللاسلكي هو عملية تناغم وتشابه في الموجات ، فإن الاتصال الإعلامي هو عملية تناغم ومشاركة في الأفكار والمعاني .

وإذا تطرقنا إلى الرسالة الإعلامية سنجد أنها تهدف إلى إحداث التغيير أو التعديل في المعدل أو النمط في ميزان الحياة وأن استخدام أية وسيلة من وسائل الإعلام (مرئية – مسموعة – مقروءة) إنما يؤدي إلى تأثيرها في حواسنا بطريقة أو بأخرى (العين – الأذن – الجهاز العصبي) ويترتب على ذلك مدى انتباهها واستثارتنا واستفادتنا منها ، وكذلك الكشف عن أهم الاتجاهات والمواقف السائدة في المجتمع بالفعل . أو إصدار تعليمات وتوجيهات تعبر عن سياسة عامة تريدها الدولة عن طريق وسائل الإعلام . **(١٦ : ٣٦)**

العناصر الأساسية في نجاح الرسالة الإعلامية:

حيث يرى **على حسن مصطفي** أن عناصر نجاح الرسالة الإعلامية يتمثل فيما يلي :

١- ضرورة أن تهم أكبر عدد من الجماهير المستقبلة لها ، وأن يشعر الجماهير بحاجاتهم إليها وأن تعالج ما يعانونه من ظروف وأحوال ومشاكل .

٢- مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية .

٣- يراعي في إعداد الرسالة الظروف الخاصة التي تحكم كل وسيلة إعلامية أي تتناسب الرسالة مع الوسيلة الإعلامية التي تبلغ عن طريقها .

٤- أن تتفق مع الدين والقيم ، ولا تتناقض مع عادات وتقاليد المجتمع وأن تحظى باهتمامات الجمهور الموجه إليه .

٥- أن تتميز بالبساطة والوضوح ، والبعد عن الألفاظ المعقدة والغامضة ، فتكون الأفكار واضحة والألفاظ سهلة والأسلوب سلس . **(٣٥ : ٩٢)**

أهمية الإعلام في المجتمع الحديث:

١- تعريف المجتمع بأهم الموضوعات والمشكلات وكيفية تلافيها .

٢- تقديم المعلومات الصحيحة والحقائق لأفراد المجتمع .

٣- تدعيم الانتماء وشحذ همم أفراد المجتمع لخدمة الوطن .

٤- تقديم برامج إعلامية متنوعة (رياضية – سياسية – اجتماعية) .

٥- مواجهة أي تأثيرات أو تغيرات تؤثر على بناء المجتمع .

٦- ربط الجماهير بأهداف الدولة وبرامجها .

٧- زيادة وعي الجماهير تجاه القضايا التي تشغل ساحة المجتمع .

٨- دفع الجماهير إلى العمل والإنتاج لرفع مستوى المجتمع .

ومن خلال المدخل السابق للإعلام يمكن القول أن الإعلام الرياضي :

هو عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي ومساعدة أفراد المجتمع على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالجانب الرياضي .

ويلعب الإعلام الرياضي دورا كبيرا في تحقيق الكثير من أهداف الرياضة سواء كانت اجتماعية أو عقلية أو جسمانية أو معرفية فهو أقرب وسيلة اتصال مباشرة ولقد فطن المسئولون في السنوات الأخيرة إلى أن الإعلام الرياضي هو خير وسيلة لنشر الوعي الرياضي للجماهير فعن طريقه يمكن تكوين رأي صائب واتجاهات إيجابية نحو ممارسة النشاط الرياضي بمختلف صوره وتزويد الجماهير بالمعلومات والمعارف الرياضية عن الألعاب والأنشطة والرياضات المختلفة .

ولذا فالعلماء والمهتمون بعملية الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة لا يألون جهدا في دراسة فنون وتقنية الإعلام ووسائله وأساليب ترقيته والنهوض بها كما يبحثون عملية الإعلام نفسها ويحللون مراحلها وذلك يدعم إيجابياتها وتجنب سلبياتها بما يعود على المجتمع بالنفع للصالح العام وتحقيق الأهداف المرجوة من عملية الإعلام .

ويعمل خبراء الرياضة على استغلال وسائل الإعلام في تحقيق الكثير من أهداف الرياضة بالإضافة إلى تحقيق مبدأ التوازن بين احتياجات الجماهير الإنسانية وتوعية الجمهور نحو الحاجة إلى تحقيق الهدف من ممارسة الأنشطة الرياضية (للترويح – للممارسة – للبطولة – لاكتساب اللياقة البدنية) ويواجه خبراء الرياضة مشكلة كبرى هي كيف يختارون الوسيلة الملائمة لأداء الرسالة الإعلامية الرياضية .

لذلك اختار الباحث إحدى وسائل الإعلام "المرئي والمسموع" وهو التليفزيون باعتباره إحدى وسائل الإعلام للتعرف على ما تقدمه البرامج الرياضية لجماهير إقليم وسط الدلتا .

أهمية وأهــداف الإعلام الرياضي :

يرى **خير الدين عويس ،عطا حسن عبدالرحيم (١٩٩٨)** أن أهمية وأهداف الإعلام الرياضي تتمثل فيما يأتي :

١-نشر المعرفة الرياضية والوعي الرياضي من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها .

٢-تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ ، كأن التوافق سمة من سمات المجتمع .

٣-نشر الأخبار والقضايا والحقائق المتعلقة بالمشكلات الرياضية المتعلقة ومحاولة تفسيرها والتطبيق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه تلك القضايا أو هذه المشكلات .

٤-شغل وقت الفراغ عن طريق البرامج الترويحية التي تتوفر فيها عينة التسلية .

وتكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو أحداثه أو مشاكله أو مواضيع هامة تتعلق بالمجال الرياضي . **(٢١ : ١٢)**

أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع :

حيث حدد "**خير الدين عويس وعطا حسن عبدالرحيم**" أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع بالآتي :

١- له أثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة في الموضوعات التي يتبلور عنها الرأي العام .

٢- يلعب دوراً هاماً في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من إزالة بأيديهم من فوارق .

٣- يوسع قائمة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها .

٤- يستطيع أن يلعب دوراً فعالاً في خلق الحافز وإرادة التعبير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتداء به . كما أنه يستطيع أن يلعب دورا حيويا في توضيح الطرق التي يمكن بها تحريك هؤلاء اللاعبين والجماهير بهدف الوصول إلى مستوى البطولة وتحقيق الإنجازات الرياضية على المستوى الأوليمبي والدولي بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الأم .

٥- له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة لو أحسن استغلالها في طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة ومثال ذلك ممارسة الفتاه للرياضة .

٦- له القدرة على ربط الفرد الرياضي والمجتمع بعقيدته وهو قادر على أن يشده دائما إلى القيم الرياضية الكريمة وينفره من التعصب .

٧- يربط الأمة بتاريخها الرياضي وأمجادها الرياضية وتشجيعها على أن تحذو حذوها وتسير على منوالها .

٨- يقدم لأبناء المجتمع على اختلاف أعمارهم الثقافات الرياضية اللازمة ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينهي ثقافتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع آفاقهم.

(٢١ : ٧٦ – ٧٧)

عناصر الإعلام الرياضي :

١- **المرسل** : هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة اتحاد أو نادي أو لاعب أو مدرب .... إلخ .

٢- **المستقبل** : هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو جماعة .

٣- **الأداة أو الوسيلة**: هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء أكانت صحيفة أو إذاعة أو تليفزيون (مقروء – مسموعة – مرئية) .

٤- **الرسالة أو المضمون** : هي ما تحمله وسائل الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتمادها على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبة لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم .

الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة فالإعلام الرياضي تتضح أهميته في زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية في عصر المعلومات عصر شبكة الإنترنت التي جعلت العالم أشبه بالقرية الصغيرة . (٢١ : ٢٢ ، ٢٣)

من هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي بالتغلب على هذه الصعوبات بما يساعد الجمهور الرياضي على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه .

(٢١ : ٢٣)

والإنسان في نظر رجال الإعلام (نفس إعلامية) تتغذى بالخير وتنمو بالفكر وتتعافى باللحن ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم التي يريدها الموجه فإذا وضعت في الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء وإن وضعت في غير ذلك كانت شراً مستطيراً . (٢١ : ٢٣)

سيكولوجية الإعلام الرياضي:

تعتبر عملية الإعلام في حد ذاتها هي عملية تناغم الاتصال بين المرسل **(الإعلامي)** وبين المستقبل **(الجمهور)** عن طريق وسيلة إعلامية **(مقروءة – مسموعة – مرئية)** تنتقل بواسطتها الرسالة الإعلامية في شكل رموز لغوية ومصورة حسب طبيعة كل وسيلة من طرف لآخر ثم يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبار أنها مثير يستجيب إليه الجمهور .

(٢١ : ٨٥)

العوامل التي يجب توافرها في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يمكن أن يتفاعل معها الجمهور الرياضي وبالتالي تتحقق الاستجابة المرجوة .

وهـــذه العوامـــل هي:

١- التناغم والتشابه والمشاركة في الخبرات والصور لدى كل من المرسل (الإعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها ومن ثم الاستجابة لها .

٢- استثارة انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة .

٣- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة إشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية .

٤- مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور .

٥- الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستوياتهم (الثقافية – التعليمية) ويفضل استخدام اللغة الإعلامية وهي التي تجمع ما بين اللغة الفصحى والعامية . (٢١ : ٨٦)

أشكـــال الإعلام الرياضي:

يمكن تصنيف أشكال الإعلام الرياضي كما يلي :

١- **الإعلام الرياضي المقروء:** وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل : الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات .

٢- **الإعلام الرياضي المسموع:** وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل : الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء .

٣- **الإعلام الرياضي المرئي:** وهي التي تعتمد على بصر الإنسان مثل : السينما – التليفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الإنترنت) وأحيانا يطلق على هذا النوع اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد .

٤- **الإعلام الرياضي الثابت:** وهو الذي يتوجه إليه الناس للإطلاع عليه مثل : المعارض والمؤتمرات والمسارح . **(٢١ : ٩١)**

ومما سبق يتضح لنا أن **التقويم في الإعلام الرياضي** عموما والإعلام الرياضي المرئي بصفة خاصة يلعب الدور الأكبر في العمل على نجاح الرسالة الإعلامية الرياضية حيث يمكننا من تقويم الرسائل الإعلامية ممثلة في البرامج الرياضية (إعلام رياضي مرئي) ،يمكننا أن نربط الرسالة الإعلامية المرئية والمسموعة بحاجات الجمهور ومحاولة إشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية ،كما يمكن من خلال التقويم مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة مع اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور ، ويعمل التقويم على الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لهما وبما يتناسب مع مستواه الثقافي والتعليمي .

التليفزيـــون:

مقدمة عن التليفزيون المصري:

يعد التليفزيون من أفضل وسائل الإعلام على الإطلاق في العصر الحديث فهو يقدم لمشاهديه معلومات متنوعة ومعارفه مختلفة في شتى مجالات الحياة التي يسعى أفراد المجتمع إلى الحصول عليها دون عناء ومشقة فعن طريقه يمكن أن يسمعوا ويشاهدوا الحدث لحظة حدوثه في أي بقعة من بقاع العالم بفضل سرعة النقل والاتصال عن طريق الأقمار الصناعية التي تسبـــح في الفضاء الخارجي .

فعن طريق التليفزيون يمكن الاتصال بعدد كبير من الجماهير في وقت واحد وفي أماكن متباعدة ويصعب الوصول إليها كما يسهم التليفزيون إسهاما بالغا في حياة الأفراد فهو يحفز الكبير والصغير على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاغلهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها .

ولقد بدأ التفكير لإدخال التليفزيون في مصر في شهر **مايو ١٩٥٢**حيث بدأت الدراسات الأولية للمشروع في **عام ١٩٥٤** وحتى **عام ١٩٥٩** والتي أثمر عنها تقدم عدد من الشركات العالمية بعطاءاتها لإنشاء استديو ومحطة إرسال التليفزيون في القاهرة . (١٣ : ١ ، ٢)

ولقد بدأ إرسال التليفزيون بقناة واحدة وهي القناة الخامسة وكان الإرسال في بدايته قاصرا على القاهرة والمناطق المحيطة بها في حدود مائة كيلو متراً في جميع الاتجاهات . (١٥ : ١٨١)

ويعتبر التليفزيون من الوسائل الإعلامية القوية والمؤثرة في المجالات المختلفة في العالم كله فهو يتطور بسرعة هائلة ، ومع أن التليفزيون من أحدث وسائل الإعلام من حيث النشأة فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحقق تطورا ملحوظا ، ففي مجال الاستقبال يوجد أجهزة صغيرة الحجم وعن الاختراعات الجديدة نذكر اسم شريط الفيديو ، والذي يقوم بتسجيل الصوت والصورة في نفس الوقت معا على شريط ممغنط . وقد توصل المخترعون إلى صنع كاميرات تليفزيونية صغيرة مما يسهل تقديم أكبر قدر من الريبورتاجات المعروضة على الهواء مباشرة ، ولابد لنا أن نذكر التليفزيون والدائرة المغلقة وأهميته الفعالة في مجال التعليم . (١٩: ١٥٢)

والتليفزيون يلعب دور كبير في استغلال إمكانياته الجديدة في تطوير برامجه باستخدام الشريط **Video Type** في تسجيل العروض الرياضية والمهرجانات الناجحة ويمكن استخدامه في الأغراض التعليمية الرياضية ويمكن عن طريق القمر الصناعي تقديم الريبورتاجات مباشرة على الهواء عن أهم الأحداث الرياضية وأهم المباريات في وقت واحد ولعل التليفزيون قد حقق قدراً كبيراً من النجاح في تحقيق هدف متعة المشاهد وتحقيق وإشباع رغبته في متابعة البطولات العالمية والأحداث الرياضية الهامة في نفس الوقت . (٣ : ٣١)

والمشهد التليفزيوني يجب أن يكون له شخصية وأن يستقل عن وسائل الإعلام الأخرى في أسلوب تقديمه لبرامجه الرياضية إذ يقوم التليفزيون بتقديم برامجه بصورة جيدة بفضل سهولة حركة الكاميرا وتعددها وابتكار أساليب خاصة تختلف عن باقي وسائل الإعلام . (١٠ : ١٥٣)

أثر التليفزيون على الجمهور:

يعمل التليفزيون على:

١- له القدرة على تحقيق وحدة التفكير والهدف وحث الجمهور للعمل من أجل صالح الوطن.

٢- حفز الجمهور على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم على الاهتمام بالقضايا المصرية التي تشغل الساحة ومناقشتها ومتابعتها وتكوين الرأي الصائب تجاه تلك القضايا .

٣- يسهم في دعم القيم والمبادئ والاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور والعمل على تدعيمها والمحافظة عليها .

٤- يدحض الشائعات الضارة في الحال وبخاصة في أوقات الحروب والطوارئ ويوقف ويمنع حدوث البلبلة الفكرية . (٤ : ٢٠ ، ٢١)

٥- تساهم برامجه الثقافية والرياضية في تبسيط وتفسير المعرفة بأشكالها وأنواعها لفئات مختلفة من الجمهور .

٦- يفسح مجالات التخيل والتطوير والتفكير أمام الجمهور بالاعتماد على التبسيط والتفسير والتصوير والواقعية مستعينة في ذلك بفنون الإخراج التليفزيوني من موسيقي ومؤثرات مرئية وأساليب العرض التليفزيوني . (٢٤ : ٢٦)

٧- يساعد في تكوين رأي عام مستنير لدى الجماهير ويعمل على تعبئة الموارد البشرية مكملا لرسالة المدرسة والأسرة . (٢٤ : ٢٧)

٨- يسهم في نشر الثقافة العامة والرياضية ونشرها بين الجمهور ودعم أساليبها المختلفة .

(٢٤ : ٣٠)

ومن خلال أثر التليفزيون على الجمهور توصل العلماء المهتمون إلى أن الفرد يستطيع أن يرى ما يجب أن يكون عليه العالم ، وهذا يعني أن مشاهدة التليفزيون ينتج عنها حس إيجابي إلى جانب الحس المرئي . (٣٢ : ٢٦٣)

مزايا استخدام التليفزيون في المجال الرياضي :

١- تحقيق الكثير من أهداف الرياضة سواء كانت تتعلق باللياقة البدنية أو النواحي المعرفية أو الاجتماعية فهو أقرب وسيلة للاتصال المباشر .

٢- تنوع البرامج حيث اشتملت على برامج تعليمية ، ثقافية ، اجتماعية ، ترويحية .

٣- تكوين اتجاهات جديدة أو تدعيم اتجاهات إيجابية نحو ممارسة النشاط الرياضي .

٤- يمكن للتليفزيون تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف الرياضية عن الرياضات غير الشائعة كرياضة التزحلق على الجليد ، البيسبول ...

٥- يمكن للتليفزيون من خلال استضافة الخبراء في المجال الرياضي أو أشهر اللاعبين أو أحد النجوم المشهورين حث الجمهور على ممارسة النشاط الرياضي .

٦- توعية الجمهور نحو الحاجة إلى اللياقة البدنية وممارسة الأنشطة الرياضية ومساعدة الجمهور على قضاء وقت فراغ ممتع ومفيد .

٧- يساعد التليفزيون على نشر الوعي الرياضي للجمهور المتلقي . (٢٦ : ٣١)

أهمية التليفزيون في المجالين التثقيفي والترويحي:

حيث يرى **كمال درويش ومحمد الحماحمي (١٩٩٦)** أن من أهم أسباب ازدياد دور التليفزيون في المجالين التثقيفي والترويحي ما يلي :

١- أنه يؤثر في حاستين من حواس الإنسان في آن واحد وهما حاستي البصر والسمع .

٢- التليفزيون يوفر الكلمة المسموعة والصورة المرئية ، ومن ثم فإن قوة تأثيره على جمهور المشاهدين يكون أقوى من التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال الأخرى ، وبخاصة الوسائل التي تتأثر معها حاسة واحدة .

٣- أنه يقدم الخبرة الحقيقية لجمهوره ، فالفرد من خلال مشاهدته للبرامج التليفزيونية يشاهد أماكن ومعالم وأجهزة وحيوانات ومجتمعات لم تكن الفرصة قد سمحت له بمشاهدته من قبل .

٤- أنه يعد وسيلة ترويحية هامة لسكان الريف الذي يمتلكون أجهزته حيث تندر دور العرض السينمائية والمسرحية في الريف .

٥- أنه له القدرة على نقل الأحداث العالمية إلى الجمهور في نفس وقت حدوثها . فكم استمتعنا بمباريات كأس العالم لكرة القدم حيث كنا نشاهد في نفس الوقت الذي تجري فيه هذه المباريات .

٦- أن له تأثير فعال وإيجابي في تعلم الفرد ، ولقد استخدمت النظم التربوية الحديثة للتليفزيون في عمليات التعلم ، وأشادت البحوث التي أجريت حول أهميته في العملية التعليمية بدوره الفعال في هذا المجال . (٣٢ : ٢٦٤ ، ٢٦٧)

ومما سبق يتضح لنا أن التليفزيون وسيلة هامة من وسائل الإعلام في العصر الحديث ،فهو يقدم للمشاهدين معلومات متنوعة ومعارف مختلفة في شتى مجالات الحياة التي يسعى أفراد المجتمع إلى الحصول عليها دون عناء ومشقة . فالتليفزيون ذلك الجهاز الذي يمثل الإعلام "المرئي والمسموع في وقت واحد حيث يمكن من خلاله سماع ومشاهدة الحدث لحظة حدوثه في أي بقعة من بقاع العالم بفضل سرعة النقل والاتصال عن طريق الأقمار الصناعية التي تسبح في الفضاء الخارجي .

التليفزيون كأحد وسائل الإعلام:

لقد شهد القرن العشرين تطورا هائلا في وسائل الإعلام فكانت أبرز هذه التطورات وأكثرها أهمية هو استخدام الأقمار الصناعية التي انتشرت في سماء العالم أجمع لنقل الصورة والكلمة ولقد أصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً هاماً في حياتنا فلم يعد مجرد وسيلة للتسلية والترويح بل صارت لها اتصال مباشر بالجماهير ولها دورها الفعال المثمر في دعم القيم وأداة للتعليم والتثقيف .
(٤٩ : ١٦٩)

والإعلام ما هو إلا عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة مثل الصحافة والإذاعة والتليفزيون وغيرها فهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة ودعمتها بإمكانات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغني عنها لدى الشعوب والحكومات . (٤٨ : ٢٠)

وسواء كانت الوسائل الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه ومدى مسايرته لروح العصر ومدى استجابة المتلقي له الاستجابة المرجوة وهذا يتوقف على أن يكون شيقا وجذابا وغير ممل ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموما على ضوء هذا المفهوم . (١ : ٩)

نشأة وتطور البرامج الرياضية بالتليفزيون المصري :

لقد تناولت العديد من الدراسات الإعلام الرياضي وأكدت جميعها أهميته وأثره الإيجابي في نشر الوعي الرياضي بين قطاعات الشعب المختلفة في مختلف الأنشطة الرياضية ويعتبر النشاط الرياضي أحد الجوانب الهامة التي تعمل كثيرا من الدول على النهوض به من خلال ما يقدم من الوسائل الإعلامية عامة والتليفزيون خاصة كجهاز جذب جماهيري ولقد مر التليفزيون المصري منذ افتتاحه **عام (١٩٦٠م)** بمراحل متعددة وكان يعتمد على قناة واحدة في البداية لتغطية القاهرة والمناطق المحيطة بها وفي **عام (١٩٦٣م)** بدأ توزيع البرامج وكان نصيب البرامج الرياضية برنامج واحد أسبوعيا مدته **٣٠ دقيقة** أسبوعيا واستمر هذا الوضع حتى **عام (١٩٧٥م)** واستقلت القناة الأولى ببرنامج أسبوعي لمدة ٣٠ دقيقة بالإضافة إلى نقل مباريات كرة القدم أما القناة الثانية فكان بها برنامجين مدة كل منهما **٣٠ دقيقة** أسبوعيا وفي **عام (١٩٧٦م)** ضمت القناتين ولم تتغير ساعات الإرسال ولكن بدأ لأول مرة إذاعة المسابقات والبطولات العالمية على الهواء مباشرة واستمر الوضع لمدة خمس سنوات .

وفي **عام (١٩٨١م)** انفصلت القناتين ووزعت البرامج الرياضية عليهما وكان من نصيب القناة الأولى برنامجين مدة كل منهما **٣٠ دقيقة** أسبوعيا أما القناة الثانية فكان بها ثلاث برامج مدة كل

منهم ٣٠ **دقيقة** أسبوعيا وفي نهاية **عام** (١٩٨٣م) أضيف برنامج القناة الأولى مدته ٣٠ **دقيقة** يذاع كل أسبوعين وبرنامجين للقناة الثانية مدة كل منهما ٣٠ **دقيقة** أسبوعيا .

وفي **عام** (١٩٨٧م) أضيف برنامج أسبوعي مدته ٤٥ **دقيقة** للقناة الثانية .

وفي **عام** (١٩٨٩م) أضيف برنامج أسبوعي مدته ١٥ **دقيقة** للقناة الثانية .

وفي **عام** (١٩٩٢م) أضيف برنامج أسبوعي مدته ٣٠ **دقيقة** للقناة الأولى .

وبرنامجين أسبوعيا مدتهما ٧٥ **دقيقة** للقناة الثانية .

واستمرت البرامج هكذا حتى **عام** (١٩٩٦م) حيث أضيف برنامج أسبوعي مدته ٦٠ **دقيقة** للقناة الأولى ، برنامج أسبوعي مدته ٣٠ **دقيقة** بمناسبة مرور مائة عام على الأوليمبياد واستمر لمدة ستة أشهر وفي **عام** (١٩٩٧م) قدم برنامج أسبوعي مدته ٢٥ **دقيقة** للقناة الثانية .

ومع **عام** (١٩٩٨م) وبمناسبة كأس العالم لكرة القدم قدمت القناة الثانية عدة برامج خاصة مدتها ٤٥ **دقيقة** يوميا بالإضافة إلى البرامج الأسبوعية وفي **عام** (١٩٩٩م) أضيف برنامج أسبوعي مدته ٢٥ **دقيقة** للقناة الأولى وبرنامج يومي مدته ١٥ **دقيقة** بمناسبة تنظيم مصر لبطولة العالم لكرة اليد .

وفي عام (٢٠٠٠م) أضيف برنامج مدته ٢٠ **دقيقة** أسبوعيا للقناة الأولى وكذلك برنامج مدته ١٥ **دقيقة** يوميا بمناسبة بطولة كأس الأمم الأوربية وبرنامج أسبوعي مدته ١٥ **دقيقة** للقناة الثانية .

ومع أوائل **عام** (٢٠٠١م) أضيف برنامج مدته ٦٠ **دقيقة** أسبوعيا للقناة الثانية وبرنامج يومي مدته ١٥ **دقيقة** بمناسبة كأس العالم للشباب على القناة الأولى هذا بالإضافة إلى نقل المباريات والبطولات على الهواء مباشرة من خلال القناة الثانية .

وعلى هذا يكون هناك برنامج واحد فقط على القناة الأولى مدته ١٥ **دقيقة** أسبوعيا ، ثلاث برامج مدتهم ٩٥ **دقيقة** أسبوعيا على القناة الثانية .

نشأة وتطور القناة السادسة بتليفزيون جمهورية مصر العربية:

انطلاقا من خطة الدولة الإعلامية بزيادة عدد القنوات المحلية فقد بدأ البث التجريبي للقناة السادسة بإصدار السيد رئيس الجمهورية لإشارة البدء للقناة السادسة وذلك بالمقر الرئيسي من مدينة ٦ **أكتوبر** في ٢٩ **مايو** (١٩٩٤م) حيث كان الافتتاح الرسمي للقناة وكان عدد ساعات الإرسال ٥ **ساعات** حيث ازدادت بعد انتهاء البث التجريبي إلى ١٦ **ساعة** من العاشرة صباحا حتى الثانية صباحا من اليوم التالي . والآن تقلصت عدد ساعات الإرسال طبقا لقرار السيد وزير الإعلام في **يناير** ٢٠٠٥ إلى ١٢ **ساعة** من ١٢ **ظهرا** إلى ١٢ **مساءاً** .

جـدول رقم (١)

بيـــــان بالبرامج الرياضية التي تقدم على شاشة القناة السادسة بتليفزيون وسط الدلتا في الدورة التليفزيونية التي تبدأ من ٢٠٠٥/١/١ وتنتهي في ٢٠٠٥/٣/٣١

اليوم	التوقيت	اسم البرنامج	مساحة البرنامج	دورة البرنامج	مضمـــون البرنـــامج
السبت	٧,٣٠ مساءاً	الحصـــاد الرياضي	٣٠ دقيقة	أسبوعي	تحليل شامل لمباريات الأسبـــوع في الـــدوري الممتاز لكرة القدم يستضـــــيف أحد النـــقاد الرياضيين لتحليل المباريات .
الاثنين	١,٤٥ ظهراً	ســـــوا ع الهوا	٣٠ دقيقة	أسبوعي	مسابقات رياضية حول بعض الأهداف (عالمية – عربية – محلية) بالإضافة لســـؤال يطرح على المشاهدين .
الاثنين	٩,١٥ مساءاً	ميـــــني مباراة	٢٠ دقيقة	أسبوعي	ملخص لمباراة كرة القدم (محلية – أفريقية – عالمية) .
الأربعاء	١,٠٠ ظهراً	أحـــــلى الأهداف	١٥ دقيقة	أسبوعي	عرض لأجمل الأهداف (محليا – عربيا – أفريقيا – عالميا) .
الخميس	١٢,٣٠ ظهراً	الفـــــقرة الرياضية	١٥ دقيقة	أسبوعي	عرض لمنشتات الجرائـــد الأسبوعية الرياضية مع تناول لأهم حدث رياضي في الأسبوع .
الخميس	٧,٠٠ مساءاً	نجـــــوم الرياضة	٣٠ دقيقة	أسبوعي	يستضيف نجـــوم كرة القدم المصريين القدامى ويتحدثون عن مشوارهم وبدايتهم وإنجازاتهم ومشوارهم الكروي .
الجمعة	١١,٠٠ مساءاً	الســـهرة الرياضية	٣٠ دقيقة أسبوعيا	أسبوعي	ملخص لأحداث الأسبوع الرياضـــية بالإضافـــة لفقرة من مصارعة المحترفين + فقرة عـــــن الدورات الأوليمبية .

التقويـــم :

يعتبر التقويم الرياضي عنصرا هاما في نجاح أي مؤسسة أو منظمة أو هيئة رياضية حيث أنه يعد أحد الأنشطة الرئيسية لأي منشأة وأولى الخطط التي يجب وضعها والتي في ظلها يمكن التخطيط للتقويم في باقي الأنشطة وهنا تصبح الحاجة ضرورية إلى قيام التقويم على أسس وقواعد علمية وفنية وإدارية والتقويم يعتبر أحد عناصر الإدارة العامة والذي يلعب دوراً هاماً وفعالاً في المجال الرياضي فهو عملية لازمة للحكم على ما حققه أي مشروع للأهداف وكذلك تحديد الإيجابيات والسلبيات فهو عملية مستمرة ومتصلة فلا يجب أن تتوقف طالما المشروع نفسه لم يتوقف .

والتقويم أمر طبيعي يسعى إليه الفرد عند قيامه بلون معين من النشاط ليعرف مدى نجاحه أو فشله في تحقيق الأهداف المرجوة وكذلك مدى صلاحية الوسائل المستخدمة لتحقيق هذه الأهداف والسعي إلى الإصلاح والتغيير حسب ما يتطلب الموقف للوصول إلى أعلى مستـــوى وتحقيـــق أقصى نجاح . (١٢٣ :٥٠)

وتحرص أي مؤسسة على أن تقوم بعملية تقويم مستمر لكافة نواحي العمل بها حيث أن التقويم وبرامجه أصبح في العصر الحديث قرينا لكل العمليات التي تتطلع بها المؤسسات التربوية وذلك لأنه بدون التقويم لا يمكن معرفة أسباب ما يتحقق من نجاح أو ما يمكن مقابلته من معوقات وبالتالي لا يمكن القيام بالتطوير . (٣٨ : ٢٩٧)

وعليه سعى الأفراد والمؤسسات للقيام بعملية التقويم من أجل الارتقاء بما يقومون به من أعمال في مختلف التخصصات . (٣٨ : ٢٩٧)

ويشير دوتري **Dogtery** إلى أن التقويم عملية تربوية تتم باستخدام أساليب القياس التي تجرى على النتائج أو العمليات والتي تؤدي بالتالي على عرض البيانات بطريقة كمية ونوعية يعبر عنها بطريقة ذاتية وموضوعية من خلال إجراء مقارنات مع محاكات موضوعية سلفاً . (٥٩ : ٥١٣)

وقد أشار كل من **كمال عبدالحميد – نصر رضوان (١٩٩٤م)** إلى أنه قد ورد في قاموس وبستر **Webster** واكسفورد **Oxfeord** أن كلمة تقويم **Evaluation** جاءت كلمة **Evaluate** بمعنى تحديد قيمة أو كم شئ والتعبير عن هذه القيمة عدديا . وأن أصل الكلمة جاءت من **Value** بمعنى قيمة كما ورد في قاموس جرولياز **Grolier** أن كلمة **Evaluate** تعنى تجديد قيمة الشيء كما تعنى الاختبار أو الفحص أو التقدير لإصدار حكم تقويمي كما أن التقويم لا يقتصر على تقدير قيمة الشي ووزنه وإنما يتعدى ذلك إلى إصدار أحكام على الشيء المقوم . (٤٦ : ٣٧

ويرى **مجدي عبدالكريم (١٩٨٨م)** أن التقويم هو عملية إصدار أحكام على الأشياء وصولا إلى قرارات وذلك من خلال التعرف على نواحي القوة والضعف فيها وعلى ضوء الأهداف التربوية المقبولة بقصد تحسين الأداء . **(٤٦ : ٣٩)**

يعرف التقويم على أنه:

عملية إصدار الأحكام على قيمة الأشخاص أو الموضوعات أو الأشياء في جميع المجالات بصفة عامة . **(٣٩ : ٤٠)**

وبذلك يمكن التعرف على المشكلات التي تحول دون تحقيق تلك الأهداف . **(٣٦ : ٥٣)**

يشير **بومجارنر Boumagarnar** إلى أن التقويم يتضمن إصدار أحكام على قيمة الأشياء أو الأشخاص أو الموضوعات . **(٤ : ٢٧)**

ويتفق **فؤاد أبو حطب ، سيد عثمان (١٩٨٤م)** أن التقويم التربوي بكونه إصدار حكم على مدى تحقيق الأهداف المنشودة على النحو الذي تتحدد به لك الأهداف ويتضمن ذلك دراسة الآثار التي تحدثها بعض العوامل والظروف في تيسير الوصول إلى تلك الأهداف أو تعطيلها . **(١٦ : ٢٣)**

ويعتبر التقويم جزء من عملية الإدارة ككل كما أنه يمثل جوهر عملية الإدارة ويهدف إلى مطابقة نتائج العمل بالأهداف المحددة من خلال توفير معلومات متجددة ودقيقة عن الأداء في كفة المجالات المنظمة ومقارنته بالمعدلات المحددة والمساهمة في اتخاذ القرارات لتصحيح مسارات الأداء وتحقيق الأهداف المحـــددة . **(٥٥ : ١٧)**

ويرى **هنري Henery (١٩٨٢م)** أن نجاح عملية التقويم تلزم وجود تحديد المعايير أو المقاييس التي يتم في ضوئها عمليات التقويم هذا ويعتبر المعيار هو كمية أو مستوى جودة أو مقياس للسلوك أو شكل من أشكال النتائج المرغوب في تحقيقها. **(٣٣ : ٤٤٨)**

فالتقويم الصحيح يتطلب الوصول إلى أحكام موضوعية لاستخدام المعايير أو المستويات أو المحاكات لتقدير القيمة . **(٤٨ : ٢٦)**

فالتقويم سلوك مركب ووسيلة لتحديد نقاط القوة والضعف في الأهداف كما أنه عملية هادفة وليس مجرد أحكام فهو يشمل أساليب عديدة منها المقابلة الشخصية والاختبارات والمقاييس والاستبيان والتحليل وكلما تنوعت الأساليب كلما كان ذلك أفضل . **(٣٥ : ٦٨)**

فالتقويم في المجال الرياضي هو تقويم مقدار الحصيلة التي تعبر عن المتغيرات التي تد الوصول إليها عن طريق ممارسة برامج التعليم أو التدريب الرياضي كما يتضمن إصدار أحكام على

البرامج والمناهج وطرق وأساليب التعليم والتدريب وكل ما يتعلق بتعليم المهارات الحركية ويؤثر فيها .

فيعتبر التقويم المنتظم هاما وضروريا في مجال التعليم كما هو الحال بالنسبة لجميع نواحي النشاط الإنساني الأخرى فهو من الإجراءات الضرورية لمعرفة درجة فاعلية الوسائل التعليمية في تحقيق الأهداف التربوية العامة ويقتضي هذا قياس نتائج العمليات والمناشط وتقييمها في ضوء نتائج تلك العمليات القياسية . (١٥ : ٥٦)

وبالأخذ في الاعتبار أن التقويم يشمل جميع الهيئات والمنظمات الرياضية والتعليمية فإننا نجد أنها لا يمكن أن تضع استراتيجيات ناجحة إلا من خلال التقويم المستمر . (٥٩: ٢٠)

هذا وقد وردت لكلمة التقويم ومشتقاتها في القرآن الكريم في مواضع كثيرة فنجد العديد من الإشارات والاستخدامات لهذه الكلمة فهي علي سبيل المثال ما جاء في سورة النساء في قوله تعالى "**يا أيها الذين آمنوا كونوا قوامين بالقسط شهداء لله** " سورة النساء (الآية ١٣٥)

وكما جاء في سورة التين في قوله تعالى" **لقد خلقنا الإنسان في أحسن تقويم** " (سورة التين الآية ٩)

وجاء **عمر بن الخطاب** ﷺ أنه عندما تولى أمر المسلمون خطب فيهم قائلا " **[من وجد منكم اعوجاجا فليقومه بسيفه فرد عليه أحد السامعين والله يا عمر لو علمنا فيك اعوجاجا لقومناه بسيوفنا .]** (٢٨: ١٨)

ويؤكد ذلك نموذج **سكرفن Scrivens** والذي يشير إلى وضع معايير خارجية للحكم على الظاهرة مجال الدراسة والتقويم من خلال التقويم أثناء سير البرنامج والذي يتضمن مدى التقدم الذي تم إحرازه في ضوء المعايير الموضوعة لاستخدامه كتغذية مراجعة لتحديد نواحي القصور توفيرا للوقت والجهد وكذا التقويم النهائي والذي يستخدم في نهاية البرنامج لمعرفة مدى تحقيق البرنامج للأهداف . (١٩: ٧١)

كما يشير **مارجريت Margeret** (١٩٨١م) أن التقويم عملية ضرورية تهدف إلى اكتشاف نقاط الضعف التي تعتمد على عملية التصنيف لبناء القرارات التي تتوقع للمستويات المستقبلية لتقدير مدى ما يتحقق من المستوى وتحديد حجم التقدم لتحفيز الأداء لاستكمال البرامج الإدارية .

(٨: ٢٥٩)

يؤكد نموذج **Context, Input** أن التقويم هو عملية تخطيط وتجميع وتقديم معلومات مفيدة في اتخاذ قرار بشأن البدائل فمن خلال التخطيط يتم تحديد المعلومات المطلوبة وتجميع المعلومات يعني إعداد وتجهيز المعلومات المطلوبة لاتخاذ القرار أما تقويم المعلومات فيعني تقديمها في صورة جداول وعرض للقضايا . (١٩: ٧٣)

وقد أصبح التقويم وبرامجه في العصر الحديث قرينا لكل العمليات التربوية التي تضطلع بها المؤسسات التربوية وذلك لأنه وبدونه لا نستطيع معرفة أسباب ما تحققه من نجاح أو ما تقابله من معوقات . (١١ : ٢٩٧)

يعرف قاموس **وبستر Webster** نقلاً عن **محمد حسن علاوي و نصر الدين رضوان(١٩٩٦ م)** كلمة التقويم بأنها التحقق من قيمة . (٤ : ٢٧)

كما يؤكد **الكن Alkin** نقلاً عن **محمد نصر رضوان وكمال عبدالحميد (١٩٩٤م)** أن التقويم عملية التحقق من صحة أبعاد قرار معين أو انتقاء معلومات وتجميع وتحليل وتفسير بيانات لغرض الحكم على قرارات أو انتقاء أفضلها وأكثرها مناسبة للموقف . (١١ : ٢٩٨)

والتقويم يعبر عن معرفة القيمة والحكم على الأشياء مبينة ما فيها من محاسن وعيوب .
(١٥ : ٥٧)

أهميـــة التقويم:

يعمل التقويم على :

- معرفة مدى ما تحقق من أعمال كان مخططا لها وإتمام تنفيذ ما تبقى من أعمال من خلال التخطيط المسبق لذلك .
- تشخيص العقبات والمشكلات التي ساهمت في نجاح أو فشل تحقيق الأهداف بغرض اكتشاف نقاط القوة والتأكيد عليها واكتشاف نقاط الضعف والعمل على تلافيها وذلك لتحقيق أقصى مدى من النجاح للأهداف الموضوعية وتحقيق مستوى عالي من الأداء . (٣٧ :١٣٧، ١٣٨)

مواصفات التقويم الجيد:

- تناسب خطة التقويم مع طبيعة العمل وخبرة القائمين به .
- مرونة خطة التقويم على أن تجرى في الوقت والمكان المناسب .
- تلافي الخطأ قبل حدوثه بالعمل على معالجة المشكلات التي قد تؤدي إلى الأخطاء .
- الاقتصاد وعدم الإسراف في تكاليف عملية التقويم .
- تطوير أساليب ونظم التقويم مع تطور أساليب ونظم العمل .
- وضع مستويات للإدارة ومعدلات للأداء لتقويم الأعمال على أساسها .
- فهم المراقبين لأهداف التقويم وما يجب أن يحققه بحيث يمكن على ضوء هذا الفهم مجازاة المقصر ومكافأة المنتج . (١٤ : ٨٢)

ومما سبق يتضح أن التقويم بمفهومه الشامل يقصد به معرفة مدى ما يتحقق من أهداف بقصد الوقوف على نواحي القوة والضعف به حتى يمكن تلافي نواحي القصور كما أن عملية التقويم يسبقها قياس لمعرفة القيمة الحقيقية أو لإصدار حكم بدون القياس لن يكون هناك تقويم بالجدية أو بالنتيجة المرغوبة ، والتقويم عملية مستمرة باستمرار العملية الإدارية وملازم لكل خطوة من خطواتها فهو لا يعتبر الخطوة النهائية في العملية الإدارية لكنه من الخطوات الهامة التي تعطي مؤشرا بما تم إنجازه من أعمال ويحدد مدى الجهد المبذول لكل عملية من العمليات .

تصنيفات التقويم:

أولا : من حيث مراحل الأداء :

أ- التقويم البنائي : Formative Evaluayion

وهو عملية مستمرة جنبا إلى جنب مع عملية تنفيذ البرامج وأهدافه خطوة خطوة .

ب- التقويم النهائي : Summative Evaluayion

يتم بعد انتهاء عمليات تنفيذ البرنامج وهو في صورته النهائية في مرحلة التعميم وهو يستهدف التعرف على مدى تحقيق الأهداف العامة للبرامج ونتائج هذا التقويم هامة في تطوير البرنامج .

(٤٨ : ١٢٠ ، ١٢١)

ثانيا من حيث الأداة المستخدمة

أ- التقويم الموضوعي : Objective Evalaution

حتى يمكن للتقويم إصدار أحكام على قيمة الأشياء أو الأشخاص أو الموضوعات فإنه يتطلب الوصول إلى أحكام موضوعية واستخدام المعايير **Norms** أو المستويات **Standers** أو المحكات **Griteria** لتقويم هذه القيمة . **(٤٢ : ٣٩)**

ب- التقويم الذاتي : Egocentric Evaluation

أن أحد المصادر الرئيسية على الفرد هو نفسه حيث لا يوجد شخص أكثر معرفة بالآخرين أكثر من نفسه فالفرد يكون على وعي بآماله وتطلعاته واهتماماته والأمور المتعلقة به أكثر من وعي أي مشاهد خارجي بها . **(٤٦ : ٣٩١)**

جـ- التقويم الاعتباري : Subjective Evaluation

وهو نوع من التقويم لا يعتمد على المعايير والمستويات والمكان بالمعنى الإحصائي المفهوم ولكن في ضوء خبرات وآراء واتجاهات القائمين بالقياس . وهناك العديد من الأنشطة التي تعتمد على هذا النوع من التقويم حيث يتم تقويمها في ضوء شروط معينة يتم الاتفاق عليها مسبقا بين المحكمين للاقتراب ما يمكن من الموضوعية وهذا النوع من التقويم أقرب من التقويم الذاتي عنه إلى التقويم الموضوعي . **(٤٢ : ٤٢)**

أسس التقويـــم :

أ- الاستمرارية :

وهذا يعني أن التقويم عملية مستمرة لأن العملية الإدارية عملية ديناميكية مستمرة وهذا ليس هدفا في حد ذاته وإنما يجب أن يسير جنبا إلى جنب مع مختلف المراحل الإدارية من بدايتـــــــها إلى نهايتها .

ب- الشمولية:

ويقصد بها الاهتمام بجميع أوجه أو عناصر موضوعات التقويم وكذلك العوامل المؤثرة في ذلك الموضوع أي الاهتمام بكل الوسائل والغايات .

جـــ- الديمقراطية:

يجب أن يكون التقويم عملية يتعاون خلالها كل من له دور في التأثير على العملية الإدارية ويتأثر بها لذلك يجب أن يسود التقويم روح الديمقراطية .

د- الأسلوب العلمي:

حيث يجب أن يتأسس التقويم على الجانب العلمي وذلك بمراعاة الأسس العلمية في تخطيط برامج التقويم واختبار الوسائل المناسبة والصادقة التي تتميز بالثبات والموضوعية ولذا يجب أن يعتمد التقويم على المعايير **Norms** أو المستويات **Standers** أو المحكات **Critaries** حتى يكـــــون التقـــويم موضوعيا .

هـــ- الهادفية:

يجب أن يهدف التقويم إلى البناء والعلاج فلا ينظر إليه على أنه مجرد تشخيص أو تقرير مصير وإنما يجب أن يتخذ سبيلا إلى الإصلاح .

و- القيمة التشخصية:

بحيث تكون النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال عملية التقويم ذات قيمة تفيد في تشخيص الوضع الراهن للتوصل إلى ما يجب أن تكون عليه الظاهرة . **(٣٦ : ٢٩٨ ، ٢٩٩)**

العوامل المؤثرة في عملية التقويم:

تنقسم هذه العوامل إلى [عوامل إيجابية وعوامل سلبية]:

أولا : العوامل الإيجابية:

وهي التي توجه عملية التقويم نحو تحقيق الهدف بكفاءة عالية مثل :

- أن تتناسب خطة التقويم مع طبيعة العمل وخبرة القائمين بها .

- أن تتميز خطة التقويم بالمرونة حيث تتم في الزمان والمكان المناسبين .
- الاتجاه لإصلاح ومعالجة المشكلات والعمل على حلها .
- تلافى الأخطاء التي قد تنجم عنها المشكلات التي تعوق التقويم .
- وضع مستويات ومعدلات أداء لتقويم الأعمال على أساسها .
- تطوير أساليب ونظم التقويم بحيث تساير النظم الحديثة للتقويم .
- فهم المراقبين لأهداف التقويم وما يجب أن يحققه بحيث يمكن على ضوء هذا الفهم مجازاة المقصر ومكافأة المنتج . (٤٤ : ٨٤ ، ٨٥)

ثانيا : العوامل السلبية:

وهي العوامل التي تعوق عملية التقويم وكذلك بعض المعتقدات والأداء الخاطئ مثل :

- عدم وجود متخصصين .
- عدم الاقتناع بأهمية التقويم .
- عدم كفاية الإمكانات المتاحة .
- عدم وضع خطة منتظمة للتقويم .
- عدم كفاية التدريب .
- عدم الدقة والأمانة في جمع البيانات .
- عدم القدرة على تثبيت بعض العوامل .
- صعوبة قياس بعض المتغيرات .

(٣٩: ٢٣ ، ٢٦)

وتعاني الرياضة بكافة مستوياتها وباختلاف أنشطتها في الدول النامية من مشكلات تمثل السياسة الإدارية فهما العنصر الأساسي ولذا فتقويم السياسات الإدارية يوضح أهدافها وفاعلية أدائها وكفاءة المسئولين عنها . (٢٥ : ١٦)

التقويم في المجال الرياضي:

من خلال تناول تعريف التقويم يتضح لنا أن التقويم يعرف على أنه عملية إصدار أحكام فيما يتعلق بالجوانب الجديرة بالاهتمام بالنسبة لعمل من الأعمال ، أو نشاط من الأنشطة .

فعلى سبيل المثال لا الحصر في مجال تقويم الإعلام الرياضي (المرئي والمسموع) **يعمل التقويم على شقين :**

الشق الأول: يكون التقويم فيه داخليا بمعنى أن التقويم في هذه الحالة يقوم به بعض العاملين في البرنامج أو المشروع المراد تقويمه .

الشق الثاني: ويكون التقويم فيه خارجيا بمعنى أن التقويم يتم بواسطة أفراد من خارج المؤسسة الرياضية أو المجال الرياضي ويفضل العاملين في الرياضة أن يكون التقويم داخلي وخارجي **Internal - External Evaluation** بمعنى أن يضم الفريق القائم بالتقويم الداخلي والخارجي أفراداً من داخل الهيئة المسئولة عن المشروع أو البرنامج وأفراد من الخارج بغرض الحد من التحيز لأن قصر عملية التقويم في بعض المشروعات والبرامج والأنشطة على أفراد من الداخل قد يدفعهم بطريقة لا شعورية إلى التستر على جوانب الضعف أو الفشل ومحاولة إظهار جوانب التقدم فقط .

(٤٠: ٣٣ ، ٣٤)

كما يعمل التقويـــم في مجال الإعلام الرياضي (المرئي والمسموع) على الآتي :

- إصدار أحكام على البرامج الرياضية من حيث مناسبة ما يقدم باحتياجات الجماهير ورغباتهم وميولهم واتجاهاتهم .
- معرفة الوقت المناسب وتوقيت العرض الجيد الذي يتناسب مع رغبات الجمهور .
- الاتجاه إلى الاستخدام السليم لقواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستواهم الثقافي والتعليمي ومن الأفضل استخدام اللغة الإعلامية وهي التي تجمع بين اللغة الفصحى والعامية .

يتضح لنا أن التقويم يحاول العمل على ربط الرسالة الإعلامية الممثلة في البرامج الرياضية بحاجات الجمهور ومحاولة إشباع هذه الحاجات بما لا يتنافى مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة ، و يساعدنا في الوصول إلى كيفية استثارة انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة تتناسب مع مستواهم الثقافي والتعليمي .

ثانيا : الدراســات السابقــة

قام الباحث بمسح شامل للدراسات والبحوث المشابهة والمرتبطة بموضوع البحث للاستفادة منها في التعرف على أهداف ومنهج كل بحث وما توصلت إلي من نتائج حتى تساعد الباحث في تحقيق أهداف بحثه ، وفي حدود استطاعة الباحث توصل إلى (١٥) دراسة وكانت الدراسات العربية تتمل في (١١) دراسة ، أما الدراسات الأجنبية فكانت (٤) دراسات وسوف يقوم الباحث باستعراض تلك الدراسات من حيث العنوان – الأهداف – المنهج – العينة – أهم النتائج .

ومن خلال قراءات الباحث في تلك الدراسات والبحوث لاحظ أن هذه الدراسات والبحوث تناولت الموضوعات التالية (الوعي الرياضي – الثقافة الرياضية – المعرفة الرياضية – وسائل الإعلام بصفة خاصة باعتبارها مجالات مرتبطة بموضوع البحث) ، وذلك للتعرف على أهم المناهج العلمية البحثية التي سبق استخدامها في هذا المجال،وتحديد الطرق المناسبة لإجراء البحث ، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف والتشابه والتمايز بين نتائج البحوث السابقة ونتائج البحث وفيما يلي عرض لهذه الدراسات .

أولا : الدراسات العربية :

أولا : دراسات مرتبطة بالإعلام الرياضي عامة :

١- **أجري محمد فتحي عبدالرحمن (١٩٧٥) (٤٧)** دراسة بعنوان

"مدى اهتمام الصحافة الرياضية بالرياضة والتربية الرياضية في جمهورية مصر العربية".

بهدف التعرف على مدى اهتمام الصحافة بالرياضة والتربية الرياضية وإلقاء الضوء على الأهمية التربوية لما يكتب أو ينشر في الصحف الرياضية ودورها في زيادة الوعي الرياضي لدى الجماهير .

وقد استخدم الباحث المنهج المسحي باتباع أسلوب تحليل المضمون على عينة طبقة عشوائية بلغ عددها (٤٠٠) من الصحف اليومية (الأهرام + الأخبار + الجمهورية)

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة اهتمام الصحف بالرياضة والتربية الرياضية ضئيل للغاية بالنسبة لما ينشر من صور أو يكتب ومساحات الصور وعدد الأسطر المكتوبة ، حققت الرياضة أكبر قدراً مع التربية البدنية من الاهتمام في الجوانب التنافسية عنها في الجوانب غير التنافسية . حققت كرة القدم المقدار الأكبر الاهتمام فيما يكتب وينشر في الصحف . استحوذت مدينة القاهرة على أكبر قدر من الاهتمام بما يكتب أو ينشر منها أكبر من الاهتمام خارج القاهرة .

٢- **أجرت أميمة حامد أبوالخير (١٩٧٩) (٣)** دراسة بعنوان

"خطة مقترحة لبرامج التليفزيون كوسيلة لنشر الوعي القومي الرياضي" .

هدفت الدراسة إلى وضع خطة مقترحة لبرامج التليفزيون الرياضية عن طريق تحليل مضمون هذه البرامج حتى يمكن التعرف على مدى إشباعها لاحتياجات الجمهور بكل فئاته والعمل على نشر الوعي الرياضي بينهم . وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باستخدام تحليل المضمون على عينة عشوائية مقسمة إلى فئات تبعا للسن والجنس ، أما بالنسبة للعينة فكانت عمدية وبلغ إجمالي عدد العينة (١٦٠٠) فرد منهم (١٠٠٠) من الجماهير المشاهدة (٥٠٠) من اللاعبين ، (١٠٠) من الخبراء .

وكانت أهم النتائج قلة الاهتمام بتوضيح أهمية وأهداف التربية الرياضية بما لا يساعد على تنمية الوعي الرياضي ،احتلت البرامج الرياضية أقل نسبة من المشاهدين وذلك لعدم تقديم البرامج بأسلوب جذاب ، التركيز على كرة القدم أكبر من باقي الألعاب ، أوضحت الدراسة تأثير التليفزيون على الجوانب السلوكية مما يجعل البرامج غير شاملة ، البرامج الرياضية غير هادفة .

٣- **أجرت مديحة محمد الإمام (١٩٧٩) (٥١)** دراسة بعنوان

"دور الصحـــافة في نـشر الثـقافة الرياضـــية عـامة وألـعاب القـوى خاصـــة " .

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور التي تقوم به الصحافة الرياضية في نشر الثقافة بين المواطنين . استخدمت الباحثة المنهج المسحي باتباع أسلوب تحليل المضمون على عينة عشوائية طبقية لمناسبتها لنوع الدراسة وكانت الدراسة ممثلة في الصحف اليومية الصباحية **(الأخبار – الأهرام – الجمهورية)** .

وكانـت من أهـم النتائـج التي توصلـت إليها الدراسـة الصحافة الرياضية في مصر لا تساهم في رفع المستوى الرياضي وإثراء المعلومات الرياضية ، الصحف الرياضية المتخصصة والعامة تركـز تركيزا شديدا على كرة القدم ، الصحافة الرياضية في مصر لم تحقق أهدافها وهي نشر الثقافة الرياضية وتنمية الروح الرياضية ، إن صفحة الرياضة بالصحف العامة والرياضة لا تقدم المعلومات الرياضية الكافية .

٤- **أجرى حسام الدين رفقي (١٩٨٠) (١٧)** دراسة بعنوان

"وسائـــل الإعـــلام كعامـــل من العوامـــل المؤثـــرة في اكـــتساب السلوك الرياضي للجماهـــير".

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى أهمية وتأثير وسائل الإعلام على السلوك الرياضي للجماهير ، واستخدام الباحث المنهج الوصفي باتباع أسلوب الاستبيان في جمع البيانات على عينة عمديـــة عددها (١١٧٠) من رجال الإعلام والعاملين بالأقسام الرياضية والعاملين في قطاع البطولة (مدربون – حكام – إداريون – لاعبون – مشاهدي الرياضة) .

وكـــان مـــن أهـــم نتـــائج الدراســـة عدم اهتمام الصحف والإذاعة والتليفزيون بأنواع الرياضات المختلفة ، اهتمام البرامج الرياضية منصب دائما على النشاط الرياضي دون الاهتمام بالنواحي التربوية والمعرفية ، أن هناك تأثير من الصحف والإذاعة والتليفزيون على كل من المدرب والحكم والمشاهدين للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية .

٥- **أجرى سالم عبداللطيف سويدان ، ومديحة محمد الإمام (١٩٨٢) (٢٢)** دراسة بعنوان

"دور الصحافـــة في تنمـــية الاتجاهـــات لتلامـــيذ المرحـــلة الإعداديـــة بمحافـــظة الإسكنـــدرية"

وتهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات التلاميذ (بنين – بنات) الممارسين وغير الممارسين في حالة قراءة الصحف الرياضية واستخدما الباحثان المنهج الوصفي باتباع أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية من طلاب **الصف الثالث** بالمدارس الإعدادية بمنطقة غرب الإسكندرية .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية أن قراءة الصحف يلعب دورا هاما في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية بالنسبة للبنين والبنات ، التلاميذ اللذين يواظبون على قراءة الصفحة الرياضية لديهم اتجاهات إيجابية أكثر ممن يواظبون على قراءة الأبواب العادية بالصحف اليومية .

٦- **أجرى أمين أنور الخولي (١٩٨٣) (٥)** دراسة بعنوان

"مصادر المعرفة الرياضية لطلبة وطالبات جامعة حلوان" .

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلاب بجامعة حلوان في اكتساب المعرفة العامة والفرعية سواء ممارسين أو مشاهدين .

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي باتباع أسلوب الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية من طلاب الجامعة بلغ عددها(٣٠٠) طالب وطالبة ممثلة من كليات الهندسة والتجارة والخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان – القاهرة .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية اعتماد الطلاب إلى التليفزيون كمصدر أساسي للمعرفة الرياضية ، احتل التليفزيون المرتبة الأولى لمصادر المعرفة الرياضية سواء ممارسات أو مشاهدات .

ثانيا : دراسات مرتبطة بتقويم وتحليل مضمون البرامج الرياضية :

٧- **أجرت وفاء أحمد فاضل (١٩٨٤) (٥٤)** دراسة بعنوان

"دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بجمهورية مصر العربية".

هدفت الدراسة إلى تحليل البرامج الرياضية التي تقدم على القناة الأولى والثانية بتليفزيون جمهورية مصر العربية وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي باتباع أسلوب تحليل المضمون على عينة عددية عددها (٨٥٠) فرداً من خبراء كليات التربية الرياضية والمجلس الأعلى للشباب والرياضة للاعتماد على آرائهم في تحليل لهذه البرامج وتمثلت عينتها التليفزيونية عن دورة تليفزيونية مدتها ثلاثة أشهر .

وكانت أهم النتائج أن البرامج الرياضية لم تحقق الأهداف العامة للتربية الرياضية ، الزمن المحدد للبرامج الرياضية كافي والتوقيت الزمني لها غير مناسب بالنسبة للترتيب العام للبرامج ، خطة البرامج الرياضية لا تعطي المجال المعرفي للرياضات المختلفة .

٨- أجرى أمين أنور الخولي (١٩٨٣) (٦) دراسة بعنوان

"تحليل لمضمون ثقافة الترويح وأنشطة الفراغ في الصحف اليومية السعودية ".

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدلات اهتمام الصحف اليومية السعودية بالأنشطة ممثلة في كل ما ينشر عنها كما أو كيفا ومدى اهتمام هذه الصحف بالأنشطة الرياضية المعينة دون غيرها .

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات على عينة عشوائية وكان عدد مفردات العينة أعداد الصحف (٦٠) وحدة .

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة درجة الاهتمام بالرياضة في الصحف السعودية ضئيلة بشكل عام ، نالت الأنشطة الأولية أكبر قدر من اهتمام الصحافة السعودية ، تبوأت كرة القدم المرتبة الأولى اهتمام الصحافة الرياضية ، وردت عبارات وألفاظ غير تربوية في المقالات المحلية أقل منها في المقالات المحلية.

٩- أجرى (عطا حسن عبدالرحيم) (١٩٩٣) (٢٩) دراسة بعنوان

"دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بإذاعة الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية ".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى ملائمة البرامج الرياضية لجمهور الشباب والوقوف على الفقرات المناسبة وغير المناسبة من حيث دور البرامج ككل ومناسبة توقيت إذاعة البرامج الرياضية لجمهور الشباب وكفايته والقوالب الفنية التي تقدمها البرامج الرياضية بإذاعة الشباب والرياضة والخصائص المميزة لها .

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي باتباع أسلوب تحليل المضمون وكانت عينة الدراسة **(دورتين)** إذاعيتين من أول أكتوبر ١٩٩١ آخر مارس ١٩٩٢ وقد اختار الباحث عينة بالطريقة العشوائية المنتظمة بنسبة الثلث حتى يعطي الفرصة لكافة البرامج للتمثيل في العينة بنسب متساوية .

وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ضآلة اهتمام البرامج الرياضية بعملية التوجيه للشباب والتي هي في أمس الحاجة إليه ، تولي البرامج الرياضية اهتماما كبيرا بكرة القدم ، وضآلة الاهتمام باللعبات الأخرى ، قلة المساهمة الزمنية المخصصة للبرامج الرياضية بالنسبة لباقي البرامج الأخرى .

١٠- أجرى محمد مصطفي محمود (١٩٩٨) (٤٩) دراسة بعنوان

" دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بتليفزيون شمال الصعيد بالمنيا" .

وهدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج الرياضية بتليفزيون شمال الصعيد من خلال تحليل تلك البرامج من حيث المساحة الزمنية للبرامج الرياضية بالقناة السابعة خلال الأيام العادية – أيام الجمعة – العطلات – الأسبوع – الشهر – الدورة . محتوى ومضمون الرسالة الإعلامية في البرامج الرياضية – الشكل الذي تنفذ به الرسالة الإعلامية بهذه البرامج .

واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي مستخدما أدوات المقابلة الشخصية وتحليل المضمون في جميع البيانات وكانت عينة البحث **(دورة تليفزيونية واحدة عام ١٩٩٨م مدتها ثلاثة شهور)** .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة قلة المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الرياضية بالقناة السابعة ، التركيز على كرة القدم أكثر من باقي الأنشطة الأخرى ، أهملت البرامج الرياضية الفئات الخاصة أو المعاقين .

١١- أجرى أيمن الهنداوي (٢٠٠١) (٧) دراسة بعنوان

"تحليل برامج التليفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي".

استهدفت الدراسة تحليل البرامج الرياضية بالتليفزيون وأثرها على نشر الوعي الرياضي لطلاب المرحلة الإعدادية استخدم الباحث المنهج الوصفي باتباع أداة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات على عينة عشوائية من تلاميذ المرحلة العمرية من **(١٢: ١٥ سنة المرحلة الإعدادية)** .

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي البرامج الرياضية بالتليفزيون لا تلقى الاهتمام الكافي من المسئولية تجاه القائمون عليها ، محتوى البرامج الرياضية لا يلبي احتياجات المشاهدين لهذه المرحلة السنية **(١٢ : ١٥ سنة)**

ثانيا : الدراسات الأجنبية

١٢- قامت بهذه الدراسة "جماعة المشروعات الترويحية" – المجلس الأوروبي ، دار المقاصة بروكسيل عام (١٩٧٥) (٦٧) عن :

"دور التليفزيون في التشجيع على ممارسة الرياضة" .

استهدفت الدراسة التعرف على مجموعة من أوراق العمل من المؤتمر الأوليمبي للمجلس الأوروبي وكيفية مساهمة التليفزيون في زيادة الاهتمام بالرياضة وممارستها ووصف المشاكل والصعوبات التي تتم مواجهتها عند محاولة تحسين دور التليفزيون وتناقش الأبحاث تأثير جميع أنواع البرامج الرياضية التليفزيونية على جميع مستويات الرياضة والأحداث والمباريات الرياضية .

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي على عينة عشوائية من البلاد التي ساهمت بأبحاثها في هذا المؤتمر وهذه البلاد هي (بلجيكا – قبرص – انجلترا – جمهورية ألمانيا الاتحادية – اليونان – أيرلندا – إيطاليا – مالطا – لوكسمبرج – هولندا – النرويج – اسكتلندا – أسبانيا – السويد – ويلز) .

وكـــانت مـــن أهـــم نتـــائج الدراســـة عدم اهتمام التليفزيون بالرياضة وممارستها ودورها في نشر الوعي الريـــاضي ،عـــدم تعرض التليفزيـــون للمشاكـــل والصعوبـــات التي تواجـــه الرياضيين ،عدم اهتمام التليفزيون بالتغطية الإعلامية للأحداث الرياضية على جميع مستويات الرياضة (محليا – قاريا– عالميا) .

١٣– قام بهذه الدراسة المجلس الدولي الرياضي والتربية البدنية ، باريس– فرنســـا عام ١٩٧٩ (٦١) عن

"الكتـــاب الرياضيـــين والمعلـــقين الرياضيـــين بالإذاعـــة والتليفزيون يمكنهم أن يجعلوه عالما أفضل ، كيف يمكن أن يساهم الصحفيين الرياضيين في التوصـــل إلى تفاهـــم دولـــي " .

استهدف البحث مناقشة دور وسائل الإعلام في مجال الرياضة – تعريف الرياضة – تعرض لأربعة مبادئ من مبادئ اليونسكو .

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي على عينة عشوائية بلغت (١٥٠) لاعب ولاعبة رياضيين يعكسون الخلفية الاجتماعية والبيئة لوطنهم .

أهـــم النـــتائـــج التي توصلـــت إليـــها الدراســـة تقترح أن وسائل الإعلام لابد أن تقـــدم معلومات بالإضافة إلى التعليق على الأحداث الرياضية ، وتذكر أنه في حين أن اللاعبين واللاعبات الرياضيين يعكسون الخلفية الاجتماعية والبيئة لأوطانهم فلابد أن يأتي في المقام الأول من فلسفتهم الاستجابية والإخلاص لمثل ومبادئ الروح الرياضية واللعب النظيف والتوصل إلى تفاهم أفضل بين الشعوب والأمم ، وتؤكد أن وضع دستور دولي لمبادئ وقواعد السلوك سيساهم مساهمة فعالة في هذه المهمة تناقش العلاقة بين وسائل الإعلام والرياضة الجماهيرية ، التدريب الاحترافي ، الأبحاث ، كما تعطي لمحة عن المستقبـــــل .

١٤– قامت بها "ي.كلايز" المجلة النقدية الدولية لعلم الاجتماع الرياضي ، ميونخ عام ١٩٨٦(٥٧) عن "الريـــاضـــــة فـــي الإذاعـــــة والتليـــفزيـــون البلجـــيكـــــــي" .

واستهدفت الدراسة أن في بلجيكا ما يزيد عن ٨٨% من مالكي أجهزة التليفزيون بالكامل وتستقبل هذه المنازل في المتوسط ما يزيد على ١٤ محطة ، ومن الحقائق المعروفة أن المعركة حول معدلات المشاهدين يتم خوضها جزئيا بواسطة البرامج الرياضية .

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات ، قد قامت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من مالكي أجهزة التليفزيون في بلجيكا ومراحل تطور البرامج الرياضية في التليفزيون البلجيكي .

وكانت من أهم نتائج الدراسة أنه قد بدأت الإذاعة والتليفزيون البلجيكي الإرسال على قناة ثانية عام ١٩٧٧ ومنذ ذلك الحين تضاعف إنتاج البرامج الرياضية أكثر من ثلاث مرات ، غير أن وقت هذه البرامج يتزايد أسرع من الإنتاج ، وحوالي ٨٠% من البلجيكيين يهتمون بالرياضة المعروضة على شاشة التليفزيون وهم ٩٠% من الرجال ، ٧٠% من النساء وأكثر ما يتم تقديمه والإعجاب به التغطية الحية على الهواء وأكثر من ٨٠% من البلجيكيين ذوي اهتمامات رياضية يتحولون لمشاهدة قناة أكثر لمزيد من البرامج الرياضية .

١٥- **قام بها "ل.جاكسون" ، "ت.ماكفيل" مشروعات هارفارد المحظورة – كالجاري آلتا عام (١٩٨٩)** (٦٢) عن

"الحركة الأوليمبية ووسائل الإعلام ، قضايا الماضي والحاضر والمستقبل " .

استهدفت الدراسة تناول تاريخ الحركة الأوليمبية من خلال مؤتمر الحركة الأوليمبية ووسائل الإعلام الذي عقد بجامعة كالجاري قبل عام من دورة الألعاب الأوليمبية الشتوية الخامسة عشر بكلجاري ١٩٨٨ م .

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي باتباع أسلوب تحليل مضمون كأداة لجمع البيانات وكانت عينة البحث مكونة من (١٠٠) فردا من المشاركين في البرامج والمذيعين من جميع أنحاء العالم وكان بينهم أكاديميين وأعضاء لجنة الصحافة باللجنة الأوليمبية الدولية ومديري اللجنة المنظمة لدورة الألعاب الأوليمبية الشتوية الخامسة عشر ، وممثلي وسائل الإعلام ، ومحلل الاتصالات وقد تضمنت الأبحاث والمناقشات العامة موضوعات من الألعاب الأوليمبية كحدث إعلامي والدور الذي يلعبه التليفزيون وتسويق وسائل الإعلام واحتفالات النجاح والتقدم حاليا ومستقبلا وخطط وسائل الإعلام لتغطية الألعاب الأوليمبية في سول وكالجاري ١٩٨٨ .

وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة اتضح دور وسائل الإعلام الإيجابي في نشر الوعي الرياضي والتعريف بالهيئات والمنشآت الرياضية مثل اللجنة الأوليمبية الدولية ، وأشارت الدراسة إلى أهمية الأبحاث الفردية التي تقدم في المجال الرياضي لما لها من دور بارز وفعال في الارتقاء بشأن الرياضة على المستويين المحلي والدولي .

تعقيب على الدراسات السابقة :

- عرض الباحث في الدراسات السابقة أهم الدراسات والبحوث السابقة والمرتبطة بجانب أو أكثر من جوانب البحث الحالي ، ويلاحظ أن هذه البحوث تم إجراؤها في الفترة من ١٩٧٥ : ٢٠٠١م وعلى عينات مختلفة من الجنس و السن والمستوى الاجتماعي واستخلص الباحث من البحوث والدراسات ما يأتي :

١- تنوعت البحوث والدراسات في مجالات الإعلام إلى ثلاث مجموعات :

أولا: البحوث والدراسات التي تناولت الصحافة وتمثلت في :

- دراسة محمد فتحي عبدالرحمن ١٩٧٥(٤٧) . - مديحة محمد الإمام ١٩٧٩(٥١) .
- سالم سويدان ومديحة الإمام ١٩٨٢(٢٢) . - أمين أنور الخولي ١٩٨٣(٥) .

اهتمت الدراسات السابقة بتناول دور الصحافة في المجال الرياضي وأهميتها لنشر الوعي الرياضي لدى (مشاهدين – ممارسين) للنشاط الرياضي .

ثانيا: البحوث والدراسات التي تناولت الإذاعة والتليفزيون والصحافة :

- دراسة أميمة حامد أبوالخير ١٩٧٩(٣) . - دراسة حسام الدين رفقي ١٩٨٠(١٧) .
- دراسة وفاء أحمد فاضل ١٩٨٤(٥٤) . - دراسة عطا حسن عبدالرحيم ١٩٩٣(٢٩) .
- محمد مصطفي محمود ١٩٩٨ (٤٩). - أيمن محمد الهنداوي ٢٠٠١(٧) .

أشارت الدراسات السابقة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ممثلة في الصحافة والإذاعة والتليفزيون في المجال الرياضي من حيث مدى اهتمام الصحف والإذاعة والتليفزيون بالرياضات المختلفة وهل اهتمام البرامج منصب دائما على النشاط الرياضي فقط دون أن يتطرق إلى النواحي التربوية والمعرفية ، وهل تلعب الصحف دوراً في التأثير على كل من المدرب والحكم والمشاهد للبعد عن الأهواء الشخصية والسياسية ، وهل يقوم التليفزيون بدوره في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي بين فئات المشاهدين .

ثالثا: البحوث والدراسات التي تناولت الوعي الرياضي والمعرفة الرياضية :

- دراسة مديحة محمد الإمام ١٩٧٩(٥١) . - دراسة أمين أنور الخولي ١٩٨٣(٥) .

١- وكانت البحوث تهدف إلى تحليل المضمون لوسائل الإعلام وبعضها يهدف إلى معرفة تأثير برنامج معرفي والبعض الآخر يهدف إلى محاولة التعرف على أهم المصادر للحصول على المعلومات والمعارف الرياضية .

٢- استخدمت جميع البحوث والدراسات السابقة المنهج الوصفي المسحي وقد استعان الباحث بهذه البحوث والدراسات في اختيار المنهج الوصفي لدراسته .

٣- جميع البحوث والدراسات السابقة تم اختيار أفراد العينة فيها من المراحل التعليمية (إعدادي – ثانوي – جامعي) بالإضافة إلى الجماهير عامة ، الخبراء في مجال التربية الرياضية ورجال الإعلام – ولم يجد الباحث دراسة اهتمت بجماهير إقليم وسط الدلتا .

٤- اختلفت البحوث والدراسات السابقة في أدوات جمع البيانات فقد استخدم بعضها أسلوب تحليل المضمون واستخدم البعض الآخر الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات . وحاول الباحث في تحليل المضمون الجمع بين أكثر من وسيلة عند بناء استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة الحالية ويتفق الباحث مع طريقة بناء استمارة تحليل المضمون الخاصة بدراسة **(محمد مصطفي محمود ١٩٩٨)** **(٤٩)** من حيث التصميم والمضمون .

٥- استعان الباحث ببعض الدراسات الأجنبية الموجودة على شبكة الاتصال الدولي **(الإنترنت)** للمساهمة في نتائج الدراسة الحالية والاستعانة بها في مناقشة النتائج والتدليل عليها .

تعليق الباحث على الدراسات السابقة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة يستنتج الباحث ما يلي :

- لم تجرى دراسة مصرية تناولت تقويم البرامج الرياضية التي تقدم على شاشة القناة السادسة بتليفزيون وسط الدلتا ولكن على الرغم من أنه تم إجراء دراسة تحليلية للبرامج الرياضية لتليفزيون شمال الصعيد على القناة السابعة إلا أنها اقتصرت على تحليل البرامج الرياضية التي تقدم على شاشة القناة ، أما الدراسة الحالية فتتناول تحليل وتقـيـيم البرامج الرياضية التي تقـدم على شاشة القناة السادسة بتليفزيون وسط الدلتا بغرض التقويم .

فالدراسة الحالية تنقسم إلى شقين رئيسيين :

- **الشق الأول** يتناول تحليل مضمون البرامج الرياضية للقناة السادسة بتليفزيون وسط الدلتا .
- **الشق الثاني** ما يجب أن يقدم بالبرامج الرياضية في القناة السادسة بتليفزيون وسط الدلتا من حيث الشكل والمضمون وذلك في ضوء تحليل مضمون البرامج ، واستطلاع آراء المشاهدين حول ما يجب أن تقدمه البرامج الرياضية لمشاهديها ، وكذلك استطلاع آراء خبراء الإعلام الرياضي .

وقد استفاد الباحث من هـذه الدراسـات في الآتي :

١- تحديد أهـداف البحث .

٢- تحديد منهـج البحث.

٣- تحديد عيـنة البحث .

٤- تحديد أدوات جمع البيانات المستخدمة في البحث .

٥- التعرف على الأسلوب الإحصائي المناسب للمعالجات الإحصائية.