

الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال

دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية
دراسة وصفية تحليلية لبرنامج " تحاواشت ن ودال " بالقناة العمومية الرابعة
الناطقة بالأمازيغية (TV4)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

صديقي عبد القادر

إعداد الطالبة:

كاهينة أبواحي

السنة الجامعية: 2022 – 2023

شكر وعرفان

أشكر وأحمد الله جل وعلى الذي أعانني وقدرني على إتمام هذا العمل
فالحمد لله حمداً كثيراً.

ثم أتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل "صديقي عبد القادر"
الذي أشرف على هذه المذكرة والذي كان المرشد والمسهل بمجمل نصائحه
وتوجيهاته فجزيل الشكر له.

كهينة

إهداء

أهدي هذا العمل إلى كل أفراد عائلتي الكريمة ولكل من كان لي عوناً
وسنداً في إتمامه كما أهديه لكل طالب علم تواضع في طلبه وتفاني في نقله.

كاهينة

ملخص الدراسة:

تعد الرياضة أحد أهم المواضيع والمجالات النشطة التي تميز المجتمعات الحديثة المعاصرة لما تنفرد به من رابطة وعلاقة مباشرة بطبيعة الفرد؛ المقرونة بالحركة وكونها من الظواهر الاجتماعية الثقافية التي رافقت الفرد من المجتمعات البدائية وبساطتها، وصولاً للمجتمعات الحالية البالغة التعقيد في تركيبها. حيث تولي كل المجتمعات والدول حالياً أهمية بالغة للرياضة بما تسخره من إمكانيات لازمة لتؤدي وظائفها الكثيرة الشعب على أكمل صورة ممكنة، ومن بين هذه الوظائف التعريف بالرياضة والرياضيين ونقلها لأكبر قاعدة جماهيرية ممكنة.

ولقد جاءت دراستنا هذه لمعرفة دور البرامج التلفزيونية في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية واخترنا لذلك برنامج "ثحاواشت ن وادال" الذي يبث عبر القناة الرابعة (TV4) حيث وضعنا لهذا الغرض ثلاثة فصول نظرية متعلقة بالإعلام الرياضي التلفزيوني والنشاط الرياضي والاحترافية والفصل الثالث الاعلام الرياضي، الجمهور والتأثير.

حيث تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية والتي اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي التحليلي للمادة الإعلامية التلفزيونية والذي يمثل 12 عدد من برنامج "ثحاواشت ن وادال" لموسم 2023، ووظفنا لغرض جمع البيانات، الملاحظة وأداة تحليل المضمون بعد تحديد وحدات وفئات التحليل تلك المتعلقة بالمضمون والشكل.

وبعد مناقشة وتحليل البيانات توصلنا إلى نتائج مفادها أن البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال" له دور يساهم به في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية وهذا من خلال تسليط الضوء على عديد الأصناف الرياضية، استضافة الشخصيات الرياضية الفعالة التي ساهمت في إثراء المواضيع المطروحة، اعتماد الاتجاه الإيجابي وتنوع القوالب الفنية في طرح المواضيع واستخدام لغة اتصال تفاعلية تستجيب لضيوف وجمهور برنامج "ثحاواشت ن وادال" والعديد من النتائج التي يمكن أن نستدل بها على الأهداف التي يقوم بها ويقف عليها البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال".

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، البرنامج التلفزيوني الجماهيري، الرياضة.

Résumé :

Le sport est l'un des domaines les plus importants et les plus directs qui distinguent les sociétés modernes contemporaines en raison de leur lien direct avec la nature de l'individu associée au mouvement. Il représente un refuge sûr par rapport aux phénomènes sociaux et culturels qui ont accompagné les individus des sociétés primitives à la complexité des sociétés d'aujourd'hui. Cette importance accorde une grande importance au sport pour exploiter les ressources nécessaires pour remplir ses fonctions multifacettes de la manière la plus complète possible. Parmi ces fonctions figure la définition du sport, des athlètes et leur transmission au plus grand public possible.

Les médias jouent un rôle crucial dans la représentation du sport et de ses faits, et divers médias ont un rôle dans le changement de soutien, d'opposition, de réactivité, de rejet ou de soutien à ces faits sportifs. Notre étude vise à étudier le rôle des émissions de télévision dans la mise en avant des sports moins populaires. Nous avons choisi le programme "Hawashith N Wadhal" diffusé sur la chaîne 4 (TV4) à cette fin. Pour ce faire, nous avons développé trois chapitres théoriques et conceptuels liés aux médias télévisuels sportifs, à l'activité sportive physique, à la professionnalisation et à la popularité des médias sportifs

Cette étude relève de la catégorie de la recherche descriptive–analytique, où nous avons utilisé l'approche descriptive–analytique pour le contenu des médias télévisuels. Nous avons analysé 12 épisodes du programme "Hawashith N Wadhal" de la saison 2023, décrit toutes les données, observé et utilisé des outils d'analyse de contenu après avoir identifié les unités d'analyse liées au contenu et à la forme.

Après avoir discuté et analysé les données, nous avons obtenu plusieurs résultats, indiquant que le programme sportif "Hawashith N Wadhal" joue un rôle dans la mise en avant des sports moins populaires. Cela se fait en mettant en lumière différentes catégories de sports, en accueillant des personnalités sportives influentes qui ont contribué à enrichir les sujets présentés, en adoptant une approche positive, en diversifiant les modèles artistiques dans la présentation des sujets et en utilisant un langage de communication interactif qui répond aux invités et au public du programme "Hawashith N Wadhal", parmi de nombreux autres résultats qui peuvent indiquer les objectifs du programme.

Mots-clés : Médias sportifs, Programme de télévision populaire, Sport.

خطة الدراسة

مقدمة.

الإطار المنهجي.

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة.
- 2- أسباب إختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- نوع الدراسة.
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 8- حدود الدراسة.
- 9- تحديد المفاهيم.
- 10- الدراسات السابقة.

الإطار النظري

الفصل الأول: الاعلام الرياضي التلفزيوني

المبحث الأول: مدخل عام للإعلام الرياضي.

المبحث الثاني: ماهية البرامج التلفزيونية.

المبحث الثالث: البرمجة التلفزيونية الرياضية بالقنوات العامة.

المبحث الرابع: التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية.

الفصل الثاني: النشاط الرياضي والاحترافية

المبحث الأول: ماهية الرياضة.

المبحث الثاني: الطبيعة الاجتماعية للرياضة.

المبحث الثالث: الرياضة والاحترافية.

المبحث الرابع: علاقة الرياضة بالمجالات الأخرى.

الفصل الثالث: الإعلام الرياضي: الجمهور والتأثير.

المبحث الأول: جمهور الاعلام الرياض.

المبحث الثاني: نظرية تأثير الاعلام الرياضي.

المبحث الثالث: أنواع تأثير الإعلام الرياضي.

المبحث الرابع: تكوين الرأي العام الرياضي.

الإطار التطبيقي

1 - بطاقة تقنية للتعريف بالقناة.

2- بطاقة تقنية للتعريف بالبرنامج.

3- عرض وتحليل نتائج فئات الشكل.

4- النتائج الجزئية لفئات المضمون.

5- النتائج الجزئية لقنوات الشكل.

7- النتائج العامة.

- خاتمة.

مقدمة:

شهد العالم ثورة معلوماتية هائلة بعدد تطورات التكنولوجيات الحديثة التي جعلت وسائل الإعلام تحظى باهتمام بالغ في حياة الفرد والمجتمعات، إذ حق القول بتلقيب عصرنا بعصر الثورة الاتصالية بامتياز وهذا بالنظر إلى أحدث التقنيات الاتصالية التفاعلية ما شكل معالم عالم جديد يميز القرن 21 حتى لقب العالم بالقرية الكونية أين تسعى المجتمعات لاستخدام كل جديد ومستحدث متعلق بتكنولوجيات الاتصال والإعلام ومواكبة التغيرات والتطورات الحاصلة، تمارس وسائل الإعلام تأثيرا هاما من خلال الرسائل التي تنقلها إلى الجماهير، فلا يتوقف دور الإعلام عند المهمة المركزية المتمثلة في نقل الأخبار والإعلام بل يمتد هذا الأخير إلى بناء القيم وأنماط السلوك، إذ تكون إطارا معرفيا ثقافيا يعمل على تدعيم المواقف والاتجاهات في شرح وتحليل وتفسير عديد الظواهر، والقضايا والوقائع في شتى القطاعات والمجالات الحياتية للأفراد.

في حين يعتبر التلفزيون من أهم وأقوى هذه الوسائل الإعلامية المعاصرة، حيث يحمل قدرة جذب الانتباه وشدة التأثير على الرأي العام وما يتميز به من مزايا عديدة يتشارك فيها مع باقي وسائل الاتصال الجماهيرية، وينفرد عنها بمزايا أخرى إذ يقدم لمشاهديه المعارف والأخبار في مشاهدة متكاملة تعتمد على الصورة الحية المقترنة بالصوت ما يجعل الوقائع والأحداث أكثر تعبيرا وواقعية، كما يدفع بالمشاهد إلى التفاعل بصفة أكبر مع المضامين التي ينقلها ويبثها.

ولعل أكبر الوقائع والأحداث التي تستهوي وتجذب وتستقطب الجمهور التلفزيوني هي الفعاليات والمسابقات والأخبار الرياضية من خلال عديد البرامج الرياضية التي تختص في رصد الحقائق والأحداث الرياضية وشرح القواعد والقوانين للألعاب الرياضية واللاعبين لنشر الثقافة الرياضية وتتميتها بين نطاق واسع من الجمهور وإعطائها أكبر مساحة ممكنة، كما تهدف البرامج التلفزيونية الرياضية فضلا عن وظيفة الإخبار والتثقيف والترفيه إلى تكوين بنية معرفية للمتلقين كمثّل هذه المضامين التي تساهم في بناء الاتجاهات، حيث أن الرياضة

من القطاعات التي تشهد تطورا سريعا في مختلف جوانبها التطور السريع الذي جعل المجتمعات تسعى إلى الارتقاء بمستوى إنجازاتها الرياضية وتوسيع أهدافها كون الرياضة عصب الحياة ومقياس لتطور المجتمعات في عصرنا الحديث، ومحركا اقتصاديا، ثقافيا وسياسيا في العالم. والجزائر ليست بمعزل عن هذه التطورات الحاصلة في المجال الرياضي تلك التي يغذيها يؤيدها ويوجهها الإعلام التلفزيوني، فالعلاقة الطردية بين الرياضة والإعلام وكون حقيقة السمو بالرياضة مرهون بنجاح الميدان الإعلامي واتجاه البرامج الرياضية بالقنوات الجزائرية نحو التخطيط الفعال والدراسة الاستطلاعية والتميز في نقل الفعاليات والأحداث الرياضية.

وبناء على ما سبق ذكره حاولت هذه الدراسة معالجة والوقوف على دور البرامج الرياضية التلفزيونية في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية دراسة وصفية تحليلية للبرنامج الرياضي "ثاواشت ن وادال" الذي يبث عبر القناة الرابعة الأمازيغية (TV4) وقد قسمنا دراستنا إلى ثلاثة أطر فقمنّا في البادئ بتفصيل الجانب المنهجي للدراسة واستحضار الخطوات المنهجية التي تمهد وترسم المنحني المنهجي الصحيح للدراسة وعدم تحديدها عن أهدافها أين استهلينا بصياغة الإشكالية وكل ما يمليه الإطار المنهجي من خطوات ومن أداة ومنهج ومجتمع الدراسة والعينة، ثم من خلال ضبط المصطلحات والمفاهيم والوقوف عند الدراسات السابقة، أما الإطار الثاني فيتمثل في الإطار النظري حاولنا فيه الإلمام بمجموع المعارف والتراكمية العلمية تلك المتعلقة بمتغيرات الدراسة والذي اشتمل على ثلاثة فصول، الفصل الأول المعنون بالإعلام الرياضي التلفزيوني، حيث ضم أربعة مباحث مدخل عام للإعلام الرياضي، ماهية البرامج التلفزيونية الرياضية، البرمجة التلفزيونية الرياضية بالقنوات العامة، والمبحث الرابع التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية، أما الفصل الثاني فجاء تحت عنوان النشاط الرياضي والاحترافية بأربعة مباحث كسابقه ألا وهي: ماهية الرياضة الطبيعية الاجتماعية للرياضة، الرياضة والاحترافية، والمبحث الرابع والأخير علاقة الرياضة بالمجالات الأخرى لننتقل بعدها للفصل الثالث والأخير الذي جاء تحت عنوان الاعلام

الرياضي، الجمهور والتأثير والذي تضمن أربعة مباحث وهي كالتالي: جمهور الإعلام الرياضي، نظريات تأثير الإعلام الرياضي، أنواع الإعلام الرياضي وتكوين الرأي العام الرياضي.

أما الإطار الثالث التطبيقي تناول فيه مناقشة البيانات المتحصل عليها في الجانب التحليلي للدراسة، حتي تم تفريغ استمارة تحليل المحتوى في شكل جداول من خلال تحليل وتفسير المعطيات في ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة من أجل الإجابة عليها، وفي الأخير استعرضنا النتائج المتوصل إليها من جزئية وعامة وهي الغرض الأساسي الذي انطلقت من أجله دراستنا والإجابة على الإشكالية والطرح العام.

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- نوع الدراسة.
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 8- حدود الدراسة.
- 9- تحديد المفاهيم والمصطلحات.
- 10- الدراسات السابقة.

1- الإشكالية:

للإعلام مكانة بالغة الأهمية بالنسبة للفرد والمجتمع ككل، فلم نعد بحاجة للتأكيد على هذه المكانة التي يخصص بها في المجتمعات المعاصرة، فالإعلام هو ذلك الجانب العلمي المنظم والمنظور للاتصال الجماهيري بما له من قدرة وقوة على التأثير حيث نال الإعلام اهتماما كبيرا من طرف الباحثين والمؤرخين نظرا للتطور الحاصل في جميع الميادين واستخدامه لأحداث وسائل الاتصال خاصة المرئية منها لما تخلص به الصورة من دلالة اتصالية وتأثير قوي، فالتلفزيون أحد أهم هذه الوسائط التي تحظى بجمهور لا يستغني عن امتيازاته رغم تعاقب وحداثة تكنولوجيات الإعلام والاتصال، فالتأثير الفعال التي يمارسه التلفزيون وعدد من البرامج والمحتويات والمضامين بمختلف مجالاتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والرياضية حيث نخص بالذكر هذا الأخير على سبيل الحصر لما ترتبط به دراستنا، فالمحتوى الرياضي التلفزيوني يحظى بأهمية كبيرة تلك المستمدة من مكانة الرياضة عينا في حياة الإنسان والمجتمعات، فالمادة الإعلامية الرياضية تملك قاعدة جماهيرية شديدة الاتساع والتعقيد وعدم التجانس، فالتلفزيون وبعيد قوالب البث وبرامجه المتنوعة أخذ يتعدى الوظيفة الإخبارية التي تعتبر الوظيفة الأساسية إلى عديد الوظائف الأخرى من تعليم وعي وتنشئة وتكوين الرأي العام والاتجاهات، والتسلية والترفيه وتقديم عديد الخدمات من نقل واقع الرياضة والرياضيين باحتياجاتهم وتطلعاتهم ولكن رغم عديد الجهود المبذولة من القنوات باختلافها من عامة وخاصة إلا أننا لا نتلمس في الواقع جماهيرية بعض الرياضات مقارنة بأخرى.

فالقناة الرابعة (TV4) القائمة بالتلفزيون العمومي أولت أهمية بالغة للرياضة وعديد المتغيرات التي تحيط بها فكان لها الدور البناء في نقلها بعيد فواعلها إلى الجمهور الرياضي بمختلف فئاته ومن بين البرامج التي تعالج المحتوى الرياضي "ثحاوشت ن وادل" الذي يسعى لنقل وتغطية العديد من الأصناف والأنواع الرياضية إلى الجماهير العريضة.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لمعالجة موضوع دور البرامج التلفزيونية في التعريف بالرياضيات وإن تباينت قاعدتها الجماهيرية وبالتالي تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي **كيف ساهم البرنامج التلفزيوني "ثحاواشت ن وادال" في إبراز الرياضيات الأقل جماهيرية؟**

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أهم الرياضيات الأقل جماهيرية التي تم معالجتها وبحثها في برنامج "ثحاواشت ن وادال" عبر قناة الرابعة TV4؟
- ما الشخصيات الفعالة التي يتم استضافتها للبرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال"؟
- ما طبيعة المؤثرات السمعية والبصرية المستخدمة ببرنامج "ثحاواشت ن وادال"؟
- ما أنواع اللقطات وزوايا التصوير المعتمدة في تصوير البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال"؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

ما من دراسة أو موضوع بحث علمي إلا وله أسباب ذاتية وأخرى علمية هذه الأخيرة تكون بمثابة المحرك الأول للبحث.

وتدفع به إلى الولوج لإجراء الدراسة العلمية المنظمة، فاختيار الموضوع لا يكون بمحض الصدفة ومن هذا المنطلق تتمثل أسباب اختيارنا لهذا الموضوع فيما يلي:

أ- الأسباب الذاتية:

- 1- اهتمامنا الشخصي بالمواضيع ذات الصلة بالرياضة باختلاف أنواعها وتصنيفاتها، فالباحث رغم تنوع اهتماماته إلا أنه في النهاية ابن بيئته يتأثر تلقائيًا بالبيئة التي يعيش فيها.

2- ملاحظتنا لتهميش بعض الرياضات إعلاميًا في حين تحظى رياضات أخرى بالشعبية الكبيرة تلك الشعبية المستمدة من الإعلام.

3- الفضول العلمي ورغبتنا الملحة في الوقوف على المكانة الإعلامية التي تحظى بها الرياضات الأقل جماهيرية، وهذا بحكم انخراطي بالمجال الرياضي الاحترافي من جهة وكوني طالبة في الإعلام تخصص (سمعي بصري) من جهة أخرى.

ب- الأسباب الموضوعية:

1- صلة الموضوع الذي وقع عليه اختيارنا للدراسة بميدان التخصص وبالتالي تتولد الرغبة في إسقاط المكتسبات النظرية على الواقع وهذا باختيار دراسة وتحليل المادة الإعلامية للبرامج التلفزيونية.

2- قابلية موضوع البحث للدراسة معرفيًا ومنهجيًا.

3- تسليط الضوء على دور الإعلام الرياضي المتلفز في التعريف وإبراز الرياضات الأقل جماهيرية.

3- أهداف الدراسة:

دراستنا كغيرها من الدراسات تصبو لتحقيق مجموعة من الأهداف... وهذا من خلال اتباع أساليب منهجية وطرق علمية، ويمكن تلخيص هذه الأهداف فيما يلي:

1- وصف وتحليل المحتوى الإعلامي التلفزيوني الرياضي "ثحاواشت ن وادل" والوقوف على المعطيات الكمية والكيفية في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية.

2- معرفة أهم الرياضات التي تم معالجتها في البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادل".

3- معرفة الشخصيات الفعالة المستضافة بالبرنامج ودورها في طرح عديد الموضوعات الرياضية.

4- كشف اتجاه القائم بالاتصال نحو الموضوعات الرياضية المختلفة وكذا اتجاهه نحو القيم التي يضمها برنامج "ثحاواشت ن وادل".

- 5- التعرف على اللغة المعتمدة في طرح مواضيع برنامج "تحاوشث ن وادل".
- 6- الكشف عن أهم المؤثرات السمعية والبصرية التي يعتمد عليها البرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادل".
- 7- إبراز النظرة الإخراجية للبرنامج من منطلق كشف أنواع اللقطات وزوايا التصوير المعتمدة في تصوير برنامج "تحاوشث ن وادل".
- 8- إبراز الدور الذي يقوم به برنامج "تحاوشث ن وادل" في التعريف بالرياضات الأقل جماهيرية على النطاق الوطني.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتطرق لمتغيرين هامين وهما الإعلام الرياضي التلفزيوني والمتغير الثاني المتمثل في الرياضيات الأول جماهيرية، حيث تحظى الرياضة بمكانة هامة ولا مستغنى عنها في المجتمعات وما للإعلام من دور بالغ الأهمية في نقل واقعها وانشغالات ممارسيها ونخبة الاحترافيين وتطلعاتهم، وعديد العراقيين التي قد تواجههم وبالتالي وسائل الإعلام بما فيها التلفزيون يمكن من خلاله ترجمة الواقع مثل ما هو كائن ثم حشد وتوعية وتوجيه فئات المجتمع باختلافها. توجيهًا يخدم صالح الرياضة في شكلها العام والرياضات الأقل جماهيرية خصوصًا، هذه الأخيرة التي تملك من الحظوظ أقلها.

ومن هنا نبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى لمعرفة كيف قدم البرنامج التلفزيوني "تحاوشث ن وادل"، واقع الرياضات الأقل ظهورًا على الواجهة، وما إذا كان يعاكس ويكسر الصورة النمطية للبرامج التلفزيونية الرياضية التي تضع الرياضات التي تحظى بشعبية في أجنحة أولوياتها، فالقيمة المضافة من الدراسة تكمن من أهمية الموضوع عينه وكيف للبرامج التلفزيونية وتبعًا للسياسة والأسلوب المتبنى تكون بمثابة سلطة رابعة وقوة ضاغطة توجه الرياضة بجميع فواعلها توجيهًا إيجابيًا.

5- نوع الدراسة:

تدرج دراستنا هذه ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف المواقف والأحداث والظواهر وترتكز على جمع الحقائق الدقيقة ورسم الصورة المتكاملة التي تنشأ فيه الدقة والواقعية¹.

كما أنّ البحث الوصفي يهدف إلى جمع البيانات لمحاولة اختبار الفروض أو الإجابة على التساؤلات تتعلق بالحالة الراهنة لأفراد عينة البحث وهذا النوع من الدراسات يحدد ويقرر الظاهرة كما هي عليه ووصف ما هو حادث².

6- منهج الدراسة:

قبل الشروع في أي بحث يجدر على الباحث أن يحدد المنهج الذي يتبناه للدراسة إذ يشترط بالضرورة أن يكون متوافقاً مع موضوع الدراسة، فالمنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تسيطر على العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة³.

كما يمكن اعتبار أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار الهادفة للكشف عن تشكيل هذه الظاهرة⁴.

وقد أملت علينا دراستنا تطبيق المنهج المسحي الذي يعرف بأنه المنهج الأكثر استخداماً في البحوث العلمية العملية في مختلف المعارف والموضوعات يعتمد هذا المنهج

¹ - محمد قاسم، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، مصر، بدون سنة النشر، ص 60.

² - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.

³ - رجاء وحيد دويري، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2000، ص 129.

⁴ - محمد عبيدات، أوب نصار وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 35.

الباحثون للحصول على البيانات والمعلومات الوافية والكافية والدقيقة تلك التي تصور الواقع الاجتماعي والحياتي والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية، الاقتصادية والتربوية والعلمية، والثقافية وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر.

ولقد تم اختيارنا لهذا المنهج نظرًا لنوع وطبيعة دراستنا حيث يمكننا من خلال توظيف هذا المنهج وصف وتحليل عديد المتغيرات التي تكشف عن دور برنامج "تحاوشث ن وادل" في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية وشعبية، حيث يتم هذا الأخير من خلال الوصف الكيفي ثم الكمي لعدد المعطيات والركائز التي يعتمدها البرنامج لبث المادة الإعلامية¹.

7- أدوات جمع البيانات:

إنّ الوصول إلى نتائج دقيقة موضوعية في أي بحث علمي يتطلب اختيار الأدوات المناسبة التي يقوم الباحث بواسطتها بجمع البيانات والمعلومات اللازمة والمتعلقة بموضوع بحثه وأدوات جميع البيانات هي كل أداة بحث ووسائل مساعدة للحصول على البيانات هي كل أداة بحث ووسائل مساعدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قرارات واستعدادات وطرائق تفكير وبحث لذلك لابد أن يكون لدى الباحث بالإمام بمجموعة واسعة من الأدوات والوسائل وأن يكون على دراية بطبيعة البيانات التي تؤدي إليها².

فأدوات جمع البيانات هي مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز البحث العلمي³. وإنّ تعدد أدوات البحث العلمي وتنوعت، فطبيعة الموضوع والمشكلة البحثية هي التي تحدد أدوات البحث التي يجب استخدامها وفيما يخص دراستنا وكونها تندرج ضمن البحوث التي تصف المادة الإعلامية اعتمدنا على أداة الملاحظة ويقصد بها الملاحظة الدقيقة لظاهرة

¹ - محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 35.

² - سهيل دياب، مناهج البحث العلمي، دط، فلسطين، 2003، ص 40.

³ - عامر قند يلجي، والبحث العلمي الكي والنوعي دار اليازوري، العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009. ص 187.

من الظواهر أو لمجموعة منها وهذا بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها¹.

واعتمدنا على الملاحظة بنوعها الغير مباشر لكونه يتناسب ودراستنا حيث شاهدنا الاعداد المدروسة من البرنامج عديد المرات تركز دراستنا على مشاهدة وملاحظة مجموعة من أعداد برنامج "ثاواشت ن وادال" تلك الملاحظة الدقيقة القياسية التحليلية. ويقصد بها المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر أو لمجموعة منها وهذا بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها².

كما إعتدنا كذلك على أداة تحليل المضمون لإمكانية الوصف والتحليل الكيفي الشامل والكمي الدقيق لمضمون المادة الإعلامية المقدمة بالبرنامج الرياضي "ثاواشت ن وادال".

فتحليل المضمون هو ذلك الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ويعتمد أساسًا على تقدير الباحث أو -مجموعة البحث- ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة وتحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق³. كما يعرف "برلسون" تحليل المضمون على أنه أحد البحث العلمي التي تهدف إلى وصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال⁴.

يعرف كذلك على أنها أداة لتفكيك ما ينتجه القارئون على وسائل الإعلام الجماهيرية المكتوبة والمسموعة والمرئية من مضامين متنوعة على أجزاء مادية وذاتية مبنية يسمح

¹ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، دط، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، د.س، ص 42.

² - المرجع نفسه، ص 42.

³ - عدلي العبد عاطف، زكي أحمد عدلي، الأسلوب الإحصائي واستخدامات في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص 210.

⁴ - عواطف عبد الرحمان، نادية بن سلم، دليلة عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دط، القاهرة، 1982، ص 53.

بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد توصيلها إلى الطرف الآخر لعملية الاتصال¹.

وقد تجسدت فئات تحليل المضمون في دراستنا فيما يلي:

أولاً: فئات المضمون (ماذا قيل ؟)

1/ فئة الموضوع: وهي طبيعة ومجال المادة الإعلامية فتتعدد هذه الأخيرة بتعدد انشغالات الافراد في مختلف القطاعات، القضايا الاحداث في مختلف المجالات من الاجتماعية الاقتصادية ثقافية رياضية نفسية التاريخية والعديد الاخر.

وقد تمثلت هذه الفئة في دراستنا في موضوع الرياضة بمختلف أصنافها تلك التي تم تناولها في برنامج "ثحاواشت ن وادل" بما فيها التي تحضى بجاهيرية والأقل جماهيرية، فتمثلت الفئة في مادة إعلامية رياضية محضى.

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| - الجيود | - الملاكمة |
| - كرة اليد | - كرة الطائرة |
| - كرة الطائرة لذوي الهمم | - تنس الطاولة لذوي الهمم |
| - العدو | - الكاراتيه دو |
| - التايكواندو | - الكيك بوكسين |
| - الكونفو. | |

2/ فئة القيم: وهي مجموع السميات وصفات المعيارية التي يحدد من خلالها طبيعة القيمة من أخلاقية الغير اخلاقية وتنقسم القيم الي قيم اجتماعية وقيم نفسية والقيم الجمالية وأخرى كثيرة.

وفيما يخص دراستنا فتجسدت هذه الأخيرة في:

- قيمة التميز الرياضي.

¹ - أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، ط2، دار الورسم، شارع الإمام البخاري، القبة، الجزائر، 2012، ص 101.

- قيمة المنافسة الرياضية.
- قيمة الاستمرارية والاسرار.
- قيمة الروح الرياضية.

3/ فئة الشخصيات الفعالة: هي الفئة التي تخص أصحاب الخطاب الذين يريدون الحديث أو يتدخلون فيه وتفيد هذه الفئة الشخصيات البارزة في المضمون ومنه مصداقية المعلومات التي تصدر عنهم¹.

وقد تمثلت هذه الفئة في دراستنا فيما يلي:

- الرياضيين.
- مقدم البرنامج.
- المحلل الرياضي.
- وفود التخصصات الرياضية.
- المدربين.
- رؤساء الجمعيات.

4/ فئة الأهداف: تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة أن يبلغها، أو الوصول إليها فالقائم والاتصال يبني خطاب تبعاً لأهداف على الباحث استكشافها وتحليلها².

وتتمثل فئة الأهداف في دراستنا فيما يلي:

- إبراز الرياضة والرياضيين.
- الإعلام والأخبار جذب انتباه المسؤولين.

¹ - محمود حسن إسماعيل، منهج البحث العلمي، ص 144.

² - يوسف تامر، تحاليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيك كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ص 70.

- تنمية الثقافة الرياضية.

5/ فئة الاتجاه: من أكثر الفئات استعمالاً في الدراسة لمحتوى ووسائل الإعلام، ورغم ذلك فهي تطرح إشكالية قد تؤثر سلباً على اتجاه التحليل ونتائجه. وقد تجسدت فئة الاتجاه في دراستنا فيما يلي: سلبي وإيجابي.

4/ فئة الجمهور المستهدف: وهي الفئة التي تساعد في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه هل هو جمهور خاص أو جمهور عام؟ وهل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات؟ والباحث باستعماله لهذه الفئة لا ينبغي أن يقتصر على ذكر أنواع الجماهير الموجهة إليهم الرسالة، بل يجب أن يعلل الخصائص التي تساعد على ترتيب كل جمهور في الخانة التي اختارها¹.

وتتمثل فئة الجمهور المستهدف في دراستنا في:

- الجمهور العام.

- الجمهور الخاص.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟).

1/ فئة الزمن: هي تلك الفئات التي تستعمل لقياس المواد السمعية البصرية على وجه الخصوص وكل المواد التي يكون فيها متغير الزمن هو المحدد الرئيسي في عرضها².

في حين تمثلت فئة الزمن في دراستنا كالتالي:

- 56 دقيقة 53 دقيقة

- 55 دقيقة 52 دقيقة

- 54 دقيقة

¹ - يوسف تامر، تحليل المحتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سبق ذكره ص 70.

² - المرجع نفسه، ص 219.

2/ فئة اللغة المستخدمة: تعتبر اللغة من أهم الفئات في عملية التحليل نظراً لما يترتب من نتائج مرتبطة بعدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين¹.

وقد تجسدت هذه الفئة في دراستنا فيما يلي:

- الأمازيغية
 - ← الفصحى.
 - ← اللهجة العامية.
- العربية العامية.

3/ فئة المؤثرات الصوتية والبصرية: تتمثل في طبيعة الشكلية التي كان يقدم بها البرنامج

من إضاءة وديكور وموسيقى وأغاني.

وقد تمثلت هذه الفئة في دراستنا فيما يلي:

أ- الصوتية:

- أصوات خارجية.

- موسيقى.

ب- البصرية:

- الإضاءة
 - ← متوسطة
 - ← قوية

¹ - هلال المزاخرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار الكنوز المعرفية العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص ص 210،

ج- الديكور:

- الديكور ← ثابت
- ← متغير

4/ فئة طبيعة بث البرنامج: ويقصد بها إن كان البرنامج مسجلاً أو مباشراً وتجسد هذه الفئة في دراستنا فيما يلي:

- مسجل
- مباشر.

5/ فئة القوالب الفنية: يقصد بها نوع القالب أو الجنس الصحفي الذي قدم من خلاله المحتوى الإعلامي أو مضمون المادة الإعلامية وفيما يخص دراستنا فقد تم استخدام عديد القوالب الفنية وهي كالتالي:

- حديث الشخصية.
- أخبار الرياضة.
- التقارير.
- المقدمات الافتتاحية.

كما قمنا باستحداث فئات تحليل أخرى ارتئينا أهميتها ودلالاتها في بلوغ نتائج أكثر دقة لدراستنا وهي:

6/ فئة أنواع اللقطات حسب حجم الصور: ويقصد بها أنواع اللقطات حسب حجم الصورة حيث يترجم كل حجم دلالة تسمح للباحث تقديم تحليل يتناسب وحجم هذه الصور واللقطة القريبة تحمل دلالة كما هو الحال للقطعة المتوسطة والطويلة أو البعيدة. أما بالنسبة لدراستنا وقمنا باستخدام هذه الفئة كالتالي:

أما بالنسبة لدراستنا فقمنا باستخدام هذه الفئة كالتالي:

- اللقطة القريبة.

- اللقطة المتوسطة.

- اللقطة الطويلة.

7- فئة أنواع زوايا التصوير: ويقصد بهذه الأخيرة الزوايا التي يتم من خلالها توجيه عدسة الكاميرا للتصوير عديد المشاهد، الشخصيات، المناظر، الأماكن العديدة الأخرى، إذ يمثل كل توجيه للكاميرا دلالة ومعنى ينقل للمشاهد.

حيث تم استخدام هذه الفئة في دراستنا كالتالي:

- زاوية مستوى النظر.

- الزاوية المائلة (الجانبية).

- الزاوية المنخفضة (الغطسية).

- الزاوية المرتفعة.

أما فيما يتعلق بوحدات التحليل فستعملنا ثلاثة وحدات أساسية وهي كالتالي:

1/وحدة الزمن: كون المادة الإعلامية التي نقوم بدراستها متعلقة بالمضمون التلفزيوني وهذه المادة قابلة للقياس بالزمن ووحدة الدقيقة.

2/وحدة الموضوع: فالبرنامج الذي تقع عليه دراستنا يتناول موضوع ومجال واحد المتمثل في الرياضة.

3/وحدة الفكرة: فدراستنا تقوم بتسليط الضوء على فكرة واحدة وهي دور البرنامج التلفزيوني الرياضي "تحاوش ن ودال" في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية.

أولاً: وحدة التحليل: تعرف على أنها الوسيلة التي يتبناها الباحث عند تحليله للمضمون قصد قياس مدى تواجد مكونات الفئة وتنقسم إلى وحدات الشكل ووحدات المضمون، وذلك حسب ما تم اختياره من طرف الباحث من فئات تلك إلى تخدم موضوعه.

- وقد اعتمدنا في دراستنا على "الفكرة" داخل كل موضوع كوحدة التحليل فوحدة "الفكرة" لها من الأهمية ما يمكن من قياس عديد المتغيرات الأخرى آراء، قيم، الدوافع والأسباب حيث

تدور الفكرة على المواضيع والأصناف الرياضية المتباينة ما يسمح لنا بتحليل الفكرة إلى أجزائها المختلفة التي تعود بعد تركيبها إلى الفكرة الرئيسية.

ثانيا: وحدة القياس: وقد اعتمدنا في دراستنا على التكرار كوحدة للعد والقياس إذ تعتبر وحدة القياس أسلوب للقياس الكمي لحجم المادة المدروسة وعلى سبيل المثال قياس "الزمن" الذي يعبر عن حجم الوقت والعمر الزمني للأعداد الرياضية من برنامج "ثاواشت ن وادل" فللوقت دلالة بالغة الأهمية في دراسات تحليل المحتوى التلفزيوني¹.

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تعدّ خطوة تحديد مجتمع وعينة الدراسة من ضمن الخطوات المنهجية العلمية التي لا يستهل البحث إلا بتحديدتهما تحديداً دقيقاً، فعلى الباحث أن يختار مجتمع البحث الذي سيجري عليه دراسته، كما أن الباحث لا يستطيع أن يجري دراسة شاملة لجميع مفردات المجتمع فيقوم بفصل عينة تمثيلية لهذا المجتمع.

أ- مجتمع البحث:

فتعريف مجتمع البحث حسب "مادلين قرافي" أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة يميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي².

ويقصد بمجتمع البحث في تحليل المحتوى مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في عوامل يطلق عليها وسائل الاتصال، والتي يريد الباحث معرفة خصائصها، أي جميع الأعداد التي صدرت من الصحفية أو مجموعة من الصحف التي تم اختيارها أثناء الفترة المحددة للدراسة جميع الكتب أو الوثائق أو المطبوعات المطلوب تحليلها أو جميع البرامج

¹ - يوسف تمار، وحدات التحليل تحليل مضمون، المواد السمعية البصرية، جامعة الجزائر، 2019، ص 01.

² - أحمد مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 182 - 183.

الإذاعية أو التلفزيونية أو جميع الأفلام أو المسرحيات أو المسلسلات موضوع التحليل والتي عرضت خلال فترة التحليل¹.

وعليه ففي دراستنا المتمثلة في "دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية" عبر البرنامج الرياضي "تحاوش ن وادل" ترتب علينا اختيار المجتمع الكلي للدراسة والمتمثل في جميع البرامج التلفزيونية الرياضية التي تبث عبر عديد القنوات التلفزيونية الجزائرية أما المجتمع الجزئي لدراستنا فيتمثل في جميع أعداد برنامج "تحاوش ن وادل" الذي يبث عبر القناة الرابعة الناطقة بالأمازيغية خلال سنة 2023.

ب- عينة البحث:

لإنجاز أي دراسة علمية يجدر تحديد عينة الدراسة والتي تعرف بأنها مجموعة جزئية من الأفراد والمشاهد والظواهر التي تشمل المجتمع الأصلي للدراسة².

كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة جزئية من المجتمع أو مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي فالعينة تمثل جزءا من المجتمع اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً³.

واعتمدنا في دراستنا على "العينة القصدية" والتي يعني أن الباحث يختارها اختياراً مقصوداً من بين وحدات المجتمع الأصلي وذلك تبعاً لما يراه من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث حيث تكون الوحدات قريبة من المجتمع الأصلي ويترك للباحث في الميدان الحرية في اختيار وحداتها⁴.

¹ - خندفي، نواف عبد الجبار خندفي، مناهج البحث العلمي، منظور تربوي معاصر، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012، ص 194..

² - عمار بوحوش، منهج البحث العلمي، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 130.

³ - ماتيو جيدير، ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث، ط1، بدون دار النشر، دمشق، 2015، ص 27.

⁴ - أحمد مرسلبي، مرجع سبق ذكره، ص 198.

ويعرف أيضًا بالعينة العمدية أو الفرضية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لمجال فيها للصدفة، فيقوم الباحث باقتناء المفردات أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات¹.

فقد تم اختيارنا للعينة القصدية باعتبارها الأكثر ملائمة الموضوع دراستنا أما بالنسبة لحجم العينة فحاولنا من خلال دراستنا أخذ ثلاثة أعداد من كل شهر من الفترة الممتدة بين شهر جانفي إلى شهر ماي 2023 أي 3 أعداد من أصل أربعة ليكون بذلك عدد الأعداد المدروس 12 عددًا وهذا باستقطاع شهر أفريل أين لم يتم بث البرنامج وهذا مراعاة للشبكة البرمجية الخاصة بشهر رمضان الذي صادف شهر أفريل أين لا يبث برنامج "ثحاواشت ن وادال" أي عينة دراستنا تمثلت في 12 عدد موزعين على 4 أشهر أي 3 أعداد كل شهر علمًا عد كون برنامج "ثحاواشت ن وادال" أسبوعي البث أي دورية البث أسبوعية.

وعينة الدراسة لم تأخذ محل الصدفة بل بمراعاة بعض المتغيرات ألا وهي:

- تعذر واستحالة دراسة كل وحدات المجتمع محل الدراسة لتساع مجتمع البحث الذي يقارب 317 عدد منذ بداية بث البرنامج وما يتطلب من إمكانيات ووقت .
- عدم توفر روابط عديد الأعداد من برنامج "ثحاواشت ن وادال" على الأنترنت مواقع ومحركات البحث.

- رغبة منا لدراسة برنامج "ثحاواشت ن وادال" في موسمها الأكثر جدة موسم 2023.
- رغبة منا في دراسة معمقة فكلما زادت الأعداد المدروسة عادت الدراسة بنتائج سطحية نسبة لعامل الزمن والوقت.

¹ - أحمد مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 199.

جدول رقم (01): يمثل العينة المختارة الدراسة.

الموسم 2 023	العدد	تاريخ البث
	295	02 جانفي
	297	16 جانفي
	298	24 جانفي
	300	14 فيفري
	301	20 فيفري
	302	27 فيفري
	303	06 مارس
	304	13 مارس
	305	24 مارس
	306	01 ماي
	308	15 ماي
	309	22 ماي

9- حدود الدراسة:

كل دراسة تحمل انتماء زمنياً ومكانياً، وهذا لمراعاة خصوصية وتمييز كل دراسة عن أخرى ودراستنا تحمل من السمات ما يلي:

أ- الحدود المكانية:

هي تلك المادة الإعلامية التلفزيونية الرياضية التي يعرضها برنامج "تحاوشث ن وادال" بالقناة الرابعة (TV4) قنوات من قنوات المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائري، القناة الأرضية الحكومية، مقرها بالجزائر العاصمة.

ب- الحدود الزمنية:

أما فيما يخص المجال الزمني المرتبط بعامل المدة فدراستنا تنتمي زمنيا لعام 2023 من شهر جانفي إلى غاية شهر ماي في حين استغرقنا في بحثنا قرابة عام كامل.

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

في مختلف البحوث التي يتناولها الباحث يمكن أن تعتريه مجموعة من الصعوبات ومن ضمنها عموميات اللغة وتداخل المصطلحات والمفاهيم، فالخطوة الأساسية التي تعتبر كتمهيد، لفهم الموضوع المراد دراسته وفك الالتباس وتأويل مرحلة تحديد المفاهيم والمصطلحات بوضوح وثقة وعليه فإننا سنحاول فيما يلي تحديد المفاهيم والمصطلحات التي تقوم عليها الدراسة.

1/ تعريف الإعلام:

أ- لغة: جاء في لسان العرب هو علم وفقه أي تعلم وفقه وتعالمة الجميع أي علموه ويقال استعلم لي أخبر فلان وأعلمه إياه¹.

وورد في قاموس المحيط: علمه كسمعه علما (بكسر) وعرفه وعلم، هو نفسه ورجل عالم وعليم جمعها علماء وعلام كجهال، وعلمه العلم تعليمًا وعلامًا، وأعلمه إياه فتعلمه². وقال الراغب في المفردات: الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم اختص بما يكون بالتكرير والتكثير وحين يحصل من أثر في نفس³.

ب- اصطلاحا:

عرفه أو توجروث بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها ويعرفه "عبد اللطيف حمزة" بأنه تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة⁴.

¹ - ابن منظور، لسان العرب، ص 871.

² - الفيروز أبادي، القاموس المحيط، بيروت، لمؤسسة العربية، ط2، ص 155.

³ - الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، ص 220.

⁴ - عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1965، ص 23.

ويعرّفه "سمير حسين" بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عند القصي والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية¹.

ج- تعريف الإعلام إجرائيًا:

هي مجموعة عمليات نشر الأخبار والمعلومات والحقائق بالعرض التفسير والتحليل تلك الأخبار والمعلومات التي يقدمها "ثاواشت ن وادل" الناطق بالأمازيغية بالقناة الرابعة الأمازيغية (TV4) بالتلفزيون العمومي الجزائري، المادة الإعلامية التي تقدم في قوالب وأشكال مختلفة لفئة واسعة من الجمهور والذي يتمثل في دراستنا هذه الجمهور الرياضي باختلاف أعمارهم.

2/ تعريف الرياضة:

أ- لغة:

وره تعريف ومعنى رياضة في معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي.
رياضة (اسم)، رياضة مصدر راضي، رياضه (اسم) الجمع رياضات، المصدر راض، نشاط يتضمن جهدا جسديا ومهارة تحكمه قوانين أو عادات تمارس عادة على نحو تنافسي، قلة الرياضة تضر بالصحة، رياضة روحية: أي تدريبات لتقوية الروح، رياضة صوفية تهذب الاخلاق النفسية بملازمة العبادات والتخلي عن الشهوات، رياضة الذاكرة: تدريبها، رياضة بدنية، تمارين تخص جسم الإنسان وتكسبه قوة ومرونة.

- روض: (اسم).

- روض مصدر راض.

- روض: جمع روضة.

- رَوْض (فعل)

¹ - سميّر محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1984، ص 22.

- رَوْض يروض، ترويضاً، فهو مروض والمفعول مُروض للمتعد¹.

ب- اصطلاحاً:

الرياضة في مجهود جسدي عادي أو مهارة تمارس بموجب قواعد متفق عليها بهدف الترفيه أو المنافسة، أو المتعة، أو التميز أو تطوير المهارات أو تقوية الدقة بالنفس أو الجسد أو اختلاف الأهداف من حيث اجتماعها أو انفرادها يميز الرياضات بالإضافة إلى ما يضيفه اللاعبون أو الفرق من تأثير على رياضياتهم².

تعرف بكونها نشاطاً بتعين بذل مجهود ذهني وبدني يتفاوت في تقدير قوته ما بين القوي والبسيط وفقاً لنوع الرياضة التي يتم ممارستها، والتي ترتبط بالعديد من القوانين والقواعد التي تجعل لكل نوع من تلك الأنواع الخصائص المميزة لها، كما أنّ لكل منها هدف تسعى إلى تحقيقه ومنها عيش متعة المنافسة، والسعي نحو تحقيق الفوز ضد الخصوم في المسابقات الرياضية إلى جانب الحصول على جسم وشخصية قويين، والتي يمكن ممارستها بأسلوب فردي أو جماعي، وقد تصنف في إطار احترافي أو أنها مجرد هواية³.

ج- إجرائياً:

هي حل الرياضات التي تم معالجتها وبنها عبر البرنامج الرياضي "تحاوش ن وادل" من خلال الأعداد محل الدراسة وهذا بالرياضيين الذين تم استقبالهم بالبلاطو وكذا، أخبار الرياضة باختلاف القوالب الفنية التي بثت بها.

¹ - قاموس المعاني، الجامع عربي عربي، الإلكتروني، تم تصفح الموقع يوم 22 ماي 2023 على الساعة 16:00 مساءً
almaany.com

² - موقع الكتروني، تم زيارة الموقع 22 ماي 2023 على الساعة 16:20 مساءً <https://ar.m.wikipedia.org>

³ - ياسمين صلاح، بحث عن الرياضة مع المراجع شامل، موقع إلكتروني تم زيارة الموقع 22 ماي 2028 على الساعة 16:14 مساءً <https://www.mosoah.com>

3/ تعريف التلفزيون:

أ- لغة: إنّ التلفزيون من الناحية اللّغوية كلمة مركبة من مقطعين Téléمعناه عن بعد و Vision معناه الرؤية استعملت هذه الكلمة أول مرة عام 1990.

ب- اصطلاحًا:

التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية تتضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد بطريقة استعمال التقنيات الحديثة حيث أصبحت تستقبل غير الأقمار الصناعية¹.

كما يمكن أن نطلق على طريقة عمل التلفزيون بأنها الطريقة القائمة على فكرة إرسال واستقبال صور مرئية تتميز بالقدرة على الحركة والإرسال الأصوات وذلك من خلال موجات كهرومغناطيسية بمعنى أن التلفزيون الكثير من الإمكانيات الهائلة وهي إمكانية الجمع بين الضوء، الصوت والحركة وهو بذلك يعطي صورة كاملة للأحداث أي أنه أعطى فرصة انتقال الحدث للمشاهد وليس العكس².

ج- تعريف التلفزيون إجرائيًا:

في دراستنا هذه يمثل التلفزيون المؤسسة العمومية التلفزيونية والقناة الرابعة (TV4) الناطقة بالأمازيغية التي يعرض من خلالها البرنامج الرياضي (ثحاواشت ن وادال).

4/ تعريف البرنامج:

أ- لغة:

هو الميزانية أو لائحة المناهج لو هو خطة لما سنقوم بعمله.

¹ - ضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام، ط4، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.

² - المرجع نفسه.

ب- إصطلاحًا:

هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين وهو مخاطبة الجمهور المستمعين والمشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور¹.

في نفس السياق يعرف بعض الباحثين البرنامج بأنه ناتج عن فعل إنتاجي وارد من منتج له القدرة في إحياء فكرة إبداعية وتجسيدها في أرض الواقع². ويربط بعض الباحثين مفهوم البرنامج التلفزيوني بالجمهور المشاهد له فيعتبرون أن الاثنان مرتبطان بشكل وثيق لأن البرنامج هدفه الاستحواذ على اهتمام ومتابعة الجمهور وهذا الأخير ينتظر منذ البرنامج أن يحقق له رغباته وتطلعاته الخاصة به³.

ج- إجرائيًا:

يتجسد مفهوم البرنامج في دراستنا في البرنامج الرياضي التلفزيوني الذي يبث عبر القناة التلفزيونية الرابعة الناطقة والأمازيغية TV4 البرنامج محل الدراسة "ثحاواشت ن وادال" والذي يعبر عند ترجمة مفردتيه للغة العربية بـ "حصاد الرياضة" (ثحاواشت) = (إحصاد)، (أدال) = (الرياضة).

5/ تعريف الجماهيرية:

- لغة:

- جماهير (اسم)

¹ - محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار ضاع الابداع للإنتاج والتوزيع، قطر 2015، ص 11.

² - E. Lavocat el Aweisses to production audiovisuelle et Cinématographique» Hexa om, 2007. p034.

³ - Benzoni et M. Bourreau ? La qualité des programmes de télévision – Tero, Paris 2000, P 75.

- اسم مؤنث منسوب إلى جماهير.
- مصدر صناعي من جماهير، اتجاه يعتد بدور الجماهير في الحكم التاريخي وينتقص من فكرة بعض الشخصيات.
- حمر (فعل) خمر، تجه، جمهرة، فهو مجمر والمفعول به مجمر.
- جَمَهَرُ الناس في الساحة: جمعهم.
- جمر الجمهور، تجمع، اجتمع.
- جمر التراب: جمعه.
- جمرؤوا، قبره، جمهرة: أجمعوا عليه التراب¹.

ب- إصطلاحًا:

تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور وندرجها على النحو التالي:

مفردة (mass) التي يقابلها في العربية كلمة (جمهرة وحشد) مستمدة من الكلمة الاغريقية (maza) ونعني وجبة الشعير، وقد استخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد وكذلك العدد الكبير من الأفراد حشداً كان أو جمهرة ارتبط استخدام مفهوم الجماهيرية تاريخياً بالثورة الفرنسية، وهي تفسير يوحي بالخوف والاحتقار الذي يقابله بالعربية الغوغاء والرعاع.

مفاد مفهوم الجمهور في القاموس الإعلامي المجموع هو المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الاجتماعية، حيث تتضمن أفراد يختلفون في مراكزهم ومهدهم وثقافتهم وثرواتهم، والحشد ليس له تنظيم أو عادات وتقاليد وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية، ولكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري وإذا ما حدث تنظيم للسلوك الفردي في شكل حركة اجتماعية أو سياسية، فإنّ

¹ - قاموس المعاني الجامع عربي عربي، الإلكتروني ثم نفصح الموقع يوم 22 ماي 2023 على الساعة 17/8 مساءً

ذلك السلوك لا يصبح جماهيريا ولكنه ذا طبيعة اجتماعية له كيان وبرنامج وثقافة وتقاليد وقواعد موضوعة وإحساس بين أفراد الجماعة.

هو مجموعة الأفراد التي تمثل فرصة أو تهديدا للمنظمة في وقت وبمعنى آخر قد يكون جمهورا للمنظمة أو جمهورا خارجيا أو المعارضة أو المتشددون أو دولة معينة أو الصحافة المحلية أو الدولية، وقد يكون استراتيجيا فيما بعد من يعرفه بأنه الجماعة البشرية التي يمكن أن تمنح للنظام السياسي فرصة لتحقيق أهدافها أو تمثل تهديداً مباشراً وبالتالي وهي إما تعرض النظام الساسي بشكل علني أو مستتر أو أنها تستطيع دعم وتأيد برامج النظام الساسي أو تحييد هذا التهديد¹.

ج- إجرائيا:

والمقصود بالجماهيرية في دراستنا تلك الجماهيرية أو الجمهور الرياضي المتلقي للمضامين والمحتويات الإعلامية الرياضية، حيث أقرن مفهوم الجمهور في دراستنا بالرياضات الأقل بروزاً من منطلق عنوان دراستنا «دور البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال" في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية».

د- تعريف الرياضات الأقل جماهيرية إجرائياً:

هي مجموعة الرياضات التي تتسم بأقل متابعة وشعبية وقاعدة جماهيرية محدودة تلك التي تم استضافتها بالبرنامج الرياضي التلفزيوني "ثحاواشت ن وادال". حيث نلاحظ واقعياً قلة التغطية الإعلامية الجزائرية لبعض الرياضات مقارنة بأخرى وهذه الرياضات المهمشة إعلامياً حاول برنامج "ثحاواشت ن وادال" تسليط الضوء عليها.

11- الدراسات السابقة:

قبل الانتقال إلى الإطار النظري والشروع في بناء تعاريف يجدر بنا الوقوف في خطوة من خطوات المنهجية التي تكون كهزة وصل بين الشط المنهجي والنظري ألا وهي

¹ - مفهوم جمهور وسائل الإعلام، موقع الكتروني تم زيارة الموقع 25 ماي 2023 على الساعة 2019 مساءً [https:// cte. univ. setife. dz](https://cte.univ.setife.dz)

الدراسات السابقة التي تعبر عن الترجمة المعرفية وهي من بين الخطوة الأساسية التي تركز عليها البحوث العلمية وعلى هذا سنقوم بعرض مجموعة من الدراسات السابقة اعتمدنا عليها وهي على النحو التالي:

الدراسة الأولى:

- دراسة قام بها الطالب "علاء بعيرير"، تحت عنوان "دور الإعلام الرياضي في التوعية بظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة محمد خيضر بسكرة.

- تمحورت إشكالية الباحث حول دور الإعلام الرياضي ومساهمته في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب، وقام بإسقاط فعالية الإعلام الرياضي على عينة من مشاهدي قناة الهدف TV وكان السبب الجوهري كما يلي:

* إلى أي مدى ساهمت قناة الهدف في التوعية بظاهرة العنف في الملاعب؟ ولإتمام جميع جوانب الدراسة وضع مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

✓ ما عادات وأنماط مشاهدة قناة الهدف TV لدى المشاهد الجزائري؟

✓ ما دوافع مشاهدة قناة الهدف TV لدى الجمهور بولاية بسكرة؟

✓ ما مدى إعتاد الجمهور على قناة الهدف TV للتزود بالمعلومات حول العنف في الملاعب؟

واستخدم الأدوات التي تتماشى مع هذا المنهج والمتمثلة في استمارة والاستبيان التي تم توزيعها باليد على أفراد عينة البحث. اعتمد أيضا على المقابلة كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

أما مجتمع البحث كما يمكن ذكره فيما يخص خصائص مجتمع البحث أن كل وحداته ذكور، اعتبار أن ملاعب كرة القدم الجزائريين حكر على عنصر الذكور دون الإناث. توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

- أكدت الدراسة أن من لديهم معلومات حول ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية كانت النسبة الأعلى، وقدرت بـ 77.8% في الفئة العمرية من 18 إلى 40.
- أكدت الدراسة بأن أنواع العنف المتفشية في الملاعب الجزائرية كانت الشبه الأعلى العنف الجسدي وقدرت بـ 51.6% في فئة العمر سن 18 إلى 40.

المقارنة بين هذه الدراسة ودراستنا:

- أوجه الاختلاف:

- فيما يخص أوجه الإخلاف في دراستنا سعى إلى إظهار الدور الإعلام الرياضي التلفزيون في إبراز الرياضات الأقل شعبة واعتمدنا على منهج دراسة وصفية تحليلية للوصول إلى نتائج دقيقة ومعمقة حول برنامج "ثلاوشت ن وادال" بالمقارنة مع دراسة "لاء بغير" الذي وُصف المنهج المسحي على عينتين من مشاهدي قناة الهدف TV لما يتعذر من تطبيق منهج آخر لاتساع مجتمع البحث، فالمنهج المسحي هو الأنسب لمثل هذه البحوث.
- نحن في دراستنا نسعى لدراسة المادة الإعلامية بينما في الدراسة السابقة "للاء بغير" فهو سعى لدراسة الجمهور.

- أوجه التشابه:

- لتلقي دراستنا بهذه الدراسة فيما يلي:
- أن كلتا الدراستين تدرس نفس المتغيرين وسائل الإعلام المرتبة ومتغير الرياضة.

- كيفية الاستفادة من الدراسة:

- حدثنا عن الاستفادة من هذه الدراسة السابقة، فقد ساعدتنا في إختيار زوايا معالجة موضوعنا والحصول على معلومات جد قيمة.
- كما كان مرجعاهما في بناء وتحديد المفاهيم والمصطلحات تلك المتعلقة بدرسنا.

الدراسة الثانية:

دراسة قامت بها الطالبة "مباركة سهيلة حجا سعيد" تحت عنوان "آراء وتوجهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية"، مذكرة لنيل شهادة

الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخلل الإذاعة والتلفزيون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.

أشارت الباحثة في إشكالياتها إلى دراسة مسحية على عينة من طلبة ثانية ماستر إذاعة وتلفزيون وتربية بدنية ورياضية، إذا طرحت السؤال الجوهرى التالي:

- ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية؟ وتتفرع إلى عدة تساؤلات ومنها:

- ما هو دور البرامج الرياضية في التنمية الثقافية؟
 - هل النواة الرياضية والبرامج تؤثر على الجانب المعرفي للطلاب؟
 - ما هي الاشباكات المحققة من مشاهدة الحصص والبرامج الرياضية؟
- اعتمدت الباحثة على في الدراسة على المنهج المسحي الاجتماعي هذا لأنه متلائم مع بعضه ويسمح لها بإجراء الدراسة والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب. أما أدوات جمع المعلومات فهي الملاحظة، الاستمارة.
- وما يخص مجتمع البحث للدراسة فتمثل في جميع طلبة السنة الثانية ماستر إذاعة وتلفزيون وتربية مدنية ورياضية، جامعة بسكرة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تمثل نتائج دراسة الطالبة إلى مجموع عدد 45 طالب من أصل 67 سنة الثانية ماستر تربية بدنية أن البرنامج الرياضي يراعى احتياجاتهم وميولتهم لأنها تكمل ما يمارسونه من الشبكة رياضية.
- متابعة القنوات الرياضية من خلال تخصص التربية البدنية والرياضية الذي يقدر عددهم بـ 47 من مجموع 51 دائمي المشاهدة مقارنة بخلق تخصص إذاعة وتلفزيون الذي يقدر عددهم 4 من أصل 51، في حين أن المشاهدة في بعض الأحيان كانت نسبته كبيرة لطلبة إذاعة وتلفزيون على غرار المتتبعين الدائمين بنفس التخصص، ونجد أن طلبة تربية بدنية ورياضية بعدد 20 طالب من أصل 67 أقل متابعه من الطلبة الدائمين للقنوات الرياضية بنسبة 92.15 أعلا مشاهدة قدرها 65.66 لكلا

التخصص هم دائمي المتابعة للقنوات الرياضية في المقابل أدى مشاهدة نسبة 43.33 لمشاهدين غير دائمين.

المقارنة بين هذه الدراسة ودراستنا:

أوجع الاختلاف:

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة السابقة في العديد من النقاط فنحن ركزنا على دور برنامج واحد "ثحاوشت ن وادل" في إظهار وإبراز الرياضات الأقل جماهيرية، واعتمد به في تحديد مجتمع البحث لدراستنا. أما عينة البحث فتمثلت في أعداد الخلافات المحددة في مدة جانفي إلى ماي لعام 2023م.

واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لتلاءمه مع موضوع بحثنا ودقته في تحديد والتعمق في المعلومات في حين دراسة الباحثة "مباركة سهيلة حاج سعيد" اعتمدت على الإعلام الرياضي التلفزيوني ككل في تحديد مجتمع البحث لدراستها، واعتمدت على طلبة الثانية ماستر إذاعة وتلفزيون وتربية بدنية لتحديد عينة البحث. وانتهجت المنهج المسحي الاجتماعي لتلاءمه مع طبيعة بحثها الذي يسمح لها بدراسة الحقائق المتعلقة بمضامين البرامج الرياضية المدروسة.

أوجه التشابه:

رغم وجود عدّة أوجه الاختلاف بين الدارسين إلا أنها تلتقيان في العديد من النقاط بحيث كلتا الدراستين مرتبطتين بالاتصال بالدرجة الأولى والتأثير الذي يحدثه الإعلام الرياضي التلفزيوني من الدرجة الثانية.

كيفية الاستفادة من هذه الدراسة:

ساعدتنا الدراسة في الجانب النظري خاصة.

خلال الاطلاع على محتوى هذه الدراسة تحصلنا على مجموعة من المعلومات المتعلقة بالإعلام الرياضي التلفزيوني والبرامج التلفزيونية الرياضية، كما أننا إشتدنا إليها في الإطار.

الدراسة الثالثة:

دراسة قامت بها الباحثة "سعاد حلمي" تحت عنوان "دور الإعلام الرياضي في تعزيز الفكر الاحترافي لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر"، دراسة ميدانية على عينة من لاعبي ولايات الشرق الجزائري مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة لسنة 2017-2018.

تمحورت الإشكالية حول متغيرين أساسين وهما الإعلام الرياضي ورياضة كرة القدم تناولت فيها العلاقة الموجودة بين الإعلام الرياضي وفكر الاحتراف في مجال كرة القدم في الجزائر.

طرحت السؤال الجوهرى التالي: ما هي دور الإعلام الرياضي في تعزيز الفكر الاحترافي لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر؟

ونفرع السؤال الجوهرى إلى عدة تساؤلات منها:

- هل البرنامج الإعلام الرياضي الجزائري كافية لتطوير الفكر الاحترافي لدى لاعبي كرة القدم؟

- ما مدى مساهمة الإعلام الرياضي الجزائري في تقديم سبل للوصول تخفيف تجسيد الاحترام الرياضي في كرة القدم على أرض الواقع؟

- ما هي مظاهر اهتمام الإعلام الرياضي الجزائري بالاحتراف الرياضي لكرة القدم؟ وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على المدخل النظري للنتائج، فوقع اختيارها على نظرية الثنائية الوصفية.

وأما فيما يخص مجتمع البحث فهو جميع الفرق الرياضية في الجزائر واعتمدت على العينة القصدية نظراً لتوفر الخصائص المنشودة في أفراد عينة الدراسة التي تمثلت في لاعبي كرة القدم في ولايات الشرق الجزائري.

توصلت الطالبة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- يتابع اللاعب المحترف البرامج الرياضية الجزائرية بصفة مستمرة وذلك حسب الظروف من (3-4 ساعات).

- يتابع اللاعبون المحترفون البرامج الرياضية بصفة مستمرة وصلت نسبتهم إلى (60%)، أما اللذين لا يتابعونها بصفة مستمرة إلى (40%).

يعتبر التلفزيون من بين الوسائل الأكثر متابعة من قبل اللاهيين لما تقدمه الإعلام الرياضي الجزائري بنسبة (48%) وكذلك المواقع الإلكترونية (30%) أما الصحف فقدرت متابعتها وقراءتها (16%).

المقارنة بين هذه الدراسة ودراستنا:

أوجه الاختلاف:

اعتمدت الطالبة على المدخل النظري في دراستها للوصول للنتائج المنتظرة من الدراسة.

أما مجتمع البحث فهو جميع الفرق الرياضية في الجزائر.

الفصل الأول

الإعلام الرياضي للتلفزيون

المبحث الأول: مدخل عام للإعلام الرياضي.

المبحث الثاني: ماهية البرامج التلفزيونية الرياضية.

المبحث الثالث: البرمجة التلفزيونية الرياضية بالقنوات العامة.

المبحث الرابع: التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية.

المبحث الأول

مدخل عام للإعلام الرياضي

أولاً: تعريف الإعلام الرياضي.

ثانياً: عناصر الإعلام الرياضي.

ثالثاً: خصائص الإعلام الرياضي.

رابعاً: أنواع الإعلام الرياضي.

خامساً: وظائف الإعلام الرياضي.

سادساً: دور الإعلام الرياضي.

المبحث الأول: مدخل عام للإعلام الرياضي.

أولاً: تعريف الإعلام الرياضي.

تختلف تعريفات الإعلام الرياضي وتتباين شكلاً ولا تتناقض في المضمون، فالإعلام الرياضي حسب خير الدين عويس وحسن عبد الرحيم بأنه عملية نشر الأخبار والحقائق والمعلومات الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي¹.

ويرى محمد الحمامي أن الإعلام الرياضي بعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية².

كما يعرف الإعلام الرياضي على أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وتشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين الأفراد بهدف التنمية والتوعية الرياضية وهو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين³.

¹ - خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1998، ص 22.

² - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، ط2، مصر، 1995، ص 79.

³ - خضور أديب، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة الإذاعية والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.

ثانيًا: عناصر الإعلام الرياضي.

عناصر الإعلام الرياضي هي نفسها عناصر الإعلام والتي يمكن تحديدها فيما يلي:

- 1- **عنصر مرسل:** هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر منها الرسالة ويمكن أن تكون شركة، هيئة، نادي، فرد أو جماعة.
- 2- **عنصر مستقبل:** هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردًا أو جماعة.
- 3- **عنصر الأداة أو الوسيلة:** هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحفية، إذاعة أو تلفزيون.
- 4- **عنصر الرسالة أو المضمون:** ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه¹.

ثالثًا: خصائص الإعلام الرياضي.

- يحتوي الإعلام الرياضي مجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي المجالات التي ينشط فيها الإعلام وهذا لما تحظى به الرياضة من جماهيرية وشعبية، ومن ضمن النقاط التي تميز الإعلام الرياضي ما يلي:
- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
 - الإعلام الرياضي في سعيه لجذب أكبر عدد من الجمهور يتوجه على نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محدّدة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها².
 - الإعلام الرياضي يتضمن جانبًا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه.

¹ - علي مسلماني جواد، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات القضائية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 32.

² - مبروك إبراهيم، دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص 32.

- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة بينها وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل مع قيم المجتمع¹.

رابعاً: أنواع الإعلام الرياضي.

تختلف وتتعدد أنواع الإعلام الرياضي حسب الوسيلة أو الوسيط الذي تبين أو تنتشر من خلالها المادة الإعلامية الرياضية ويمكن تصنيفها كالتالي:

1- **الإعلام الرياضي المقروء:** هو ذلك الإعلام الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف، الكتب والمجلات.

2- **الإعلام الرياضي المسموع:** إذ يعتمد هذا النوع على مخاطبة حاسة السمع ويتخذ عديد الوسائل والوسائط لتبليغ الرسالة الإعلامية، ومن ضمن هذه الوسائل الراديو، أشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء.

3- **الإعلام الرياضي المرئي:** يعتمد هذا الأخير على مخاطبة حاسة البصر وتلعب فيه الصور والفيديوهات دوراً بالغ الأهمية في إيصال الرسائل الإعلامية باختلافها واعتماد هذا النوع على حاسة الرؤية لا ينفي في حاسة السمع إذ يطلق عليه تسمية أخرى "الإعلام المرئي المسموع". أما الوسائل التي يعتمد عليها فنجد التلفزيون وشبكة الأنترنت.

4- **الإعلام الرياضي الثابت:** وهي التي يتوجه إليها الإنسان للاطلاع عليها، مثل المعارض المؤتمرات، اللقاءات والمسارح².

¹-خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 25.

²- سارة أبو عرب، أنواع الإعلام الرياضي، موقع إلكتروني، تم زيارة الموقع يوم 24 ماي 2023، على الساعة 14:14 زوالاً mawdoo3.com.

خامسًا: وظائف الإعلام الرياضي.

تختلف وظائف الإعلام من فترة زمنية لأخرى وأيضًا باختلاف الظروف الاجتماعية، السياسية والرياضية. ولا ينحصر الإعلام في التعلم فحسب بل يساهم في نشر الثقافة الرياضية للمجتمع والاتجاهات الحديثة البناءة بين الجماهير، ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي ما يلي:

1- الوظيفة الإخبارية:

وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم وثابت ومستمر، كما تقدم المعلومات المعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائلها الممنوعة والمقروءة والمرئية، بحيث تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل، كما تواكب الحياة الرياضية بنشر كل ما هو جديد على الساحة الرياضية وذلك من خلال ترصد وتغطية مختلف النشاطات والفعاليات الرياضية.

2- الوظيفة التثقيفية:

يسعى الإعلام الرياضي إلى تعميق رؤية وتفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية وللقضايا الصحية والنفسية والاجتماعية والثقافية ذات صلة وثيقة بالرياضة، فالموضوعات التي يقدمها الإعلام الرياضي بمختلف وسائله تهدف لتحقيق التثقيف في المجال الرياضي.

3- الوظيفة الترويحية:

يهدف أيضًا الإعلام الرياضي للترويج والترفيه عن الجمهور، وذلك بالتخفيف عن الجمهور من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأسلوب مناسب يحقق لهم المتعة وهذا من خلال بث القصص الرياضية والمسابقات الخاصة بالمجال الرياضي، وبنشر الصور الرياضية والمجازفات والرياضات الاستعراضية.

4- الوظيفة التجارية والخدماتية:

فيما يخص الخدمة تتم هذه الوظيفة على أساس تقديم المعلومات والأخبار وتعريف الجمهور بمواعيد المباريات ومواعيد بثها وإذاعتها، كما تقدم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي سعياً لتحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي بمختلف انتماءاتهم ورغباتهم من أجل المشاركة بالنهوض بالرياضة على جميع المستويات. أما الوظيفة التجارية التي تتم عن طريق إبلاغ الرسائل الإعلامية لمختلف السلع أو الخدمات أو الأفكار، إذ يعتبر الإعلان بمثابة نشر المعلومات عن السلع التجارية وغيره¹.

سادساً: دور الإعلام الرياضي.

- الإعلام في شكله العام ومهما اختلفت مجالاته ومن خلال تكريس العديد الإمكانات والوسائل يسعى لتجديد الدور الريادي والبالغ الأهمية في تنمية المجتمعات عامة والإعلام الرياضي لا يتناقض هذا المبدأ، فيما يلي نستعرض الدور الذي يقوم من أجله
- نشر الأخبار الرياضية لمختلف الألعاب والفرق والمهرجانات والمنافسات الرياضية.
 - تعريف الجمهور بأنواع الألعاب الرياضية وطرق مزاولتها ونجومها وأبرز النشاطات الرياضية كأداة لتهديب النفس وبناء الجسم.
 - الحث على ممارسة الرياضة وتحبيب النفوس فيها لما لها من فوائد وتوجيه الناس لمزاولتها وفق الأسس العلمية والسليمة.
 - إبراز الجوانب الصحية والثقافية والترفيهية للرياضة.
 - تقديم وصف نقدي وتحليلي للمنافسات الرياضية لمختلف الألعاب وذلك عن طريق نقل وقائع الألعاب الرياضية على ساحات الملاعب بموضوعية.
 - رعاية المواهب الرياضية وصلها وتشجيعها وتقديمها لجمهور الرياضة.

¹ - حضور أديب، مرجع سابق ذكره، ص ص 39 - 40.

- الاهتمام المتوازي بمختلف أنواع الرياضة وذلك في مجال دعم العلاقات بين الشعوب وتقاربها.
- مساندة الجهود الرسمية والشعبية الرامية أي تطوير الرياضة وتوسيع مجالاتها.
- الابتعاد عن التعصب والأفكار الهدامة التي لا تمت للرياضة بصلة والعمل على تعميق الأفكار الرياضية السليمة كالمنافسة الشريفة والروح الرياضية.
- الاهتمام بالمناسبات والمنافسات الرياضية المحلية والعالمية.
- التعريف بالقوانين واللوائح التي تنظم النشاط الرياضي بصفة عامة وأنواع الرياضات بصفة خاصة.
- الإسهام في تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور¹.

سابعًا: أهداف الإعلام الرياضي.

- يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تلك الرامية في مجملها لنشر المادة الإعلامية الرياضية والثقافية الرياضية وتتفرع من هذا الأخير العديد من الأهداف التي لا تقل أهمية عن سابقتها ألا وهي:
- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
- يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقًا مع تلك المبادئ والقيم، فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع.
- تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات.

¹ - مجدي أحمد شندي، الإعلام الرياضي، الدورة التدريبية التنظيم والإدارة الرياضة، الرياض، 2007، ص 08.

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
- الترويج عن الجمهور وتسليمهم بالأشكال والطرق التي تخفق منهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية¹.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دط، عمان، 2014، ص 13.

المبحث الثاني

ماهية البرامج التلفزيونية

أولاً: تعريف البرامج التلفزيونية.

ثانياً: أنواع البرامج التلفزيونية.

ثالثاً: عناصر الخبر الرياضي التلفزيوني.

رابعاً: عوامل تفوق البرامج التلفزيونية الرياضية.

المبحث الثاني: ماهية البرامج التلفزيونية.

قبل أن نتطرق إلى ماهية البرامج التلفزيونية الرياضية بشيء من التفصيل لا بأس أن نقدم تعريف مبسط للبرامج التلفزيونية في شكلها العام.

أولاً: تعريف البرامج التلفزيونية.

البرامج التلفزيونية وفقاً لنظريات الاتصال هو رسالة، وبما أنها رسالة فهذا يعني يجب أن يوزع هناك مرسل يقوم بتحرير الرسالة وإرسالها إلى مستقبل يقوم باستلامها وذلك عبر وسيلة ما، وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هو الصوت والصورة المتتابعة فيما يسمى بقلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية، وأجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل، إذن فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقاً لما تحدده نظريات الاتصال هي رسالة من مرسل إلى مستقبل.

- تعريف البرامج الرياضية:

وهي البرامج التي تتكلم عن التحليلات الرياضية أو استضافة لاعبين أو محكمين، وتركز هذه البرامج على تلخيص وتحليل الألعاب الرياضية وكل الأخبار المرتبطة بالرياضة ككل وتكون بعضها في نشرات الأخبار كفقرة ضمنية وقد يفرض لها برنامج خاص بها، ويمكن أن يحتوي البرنامج الرياضي على مقابلات مسجلة أو حية مع الشخصيات الرياضية¹.

ثانياً: أنواع البرامج التلفزيونية الرياضية.

1- الخبر الرياضي المتضمن داخل التلفزيون:

تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان أخبار رياضية في الغالب تكون في آخر النشرة الإخبارية المركزية، مما يعكس تزايد اهتمام الحدث الرياضي وكذا دائرة الجمهور

¹ - محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار ضاع الإبداع للإنتاج والتوزيع، 2015، ص 18.

المهتم به، كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه بالجنب مع السياسة والنظافة ويتميز الخبر الرياضي بما يلي:

- أ- خبر حركي مصور.
- ب- إيقاعه سريع ومتطور.
- ج- يكون كثيفاً نصاً وصورة.
- د- يستعان به الأخبار العامة للزيادة من هويتها وإيقاعها.
- هـ- يقدمه مذيع النشرة الرئيسي.
- د- يقدم الحدث مصوراً في أجزاء محددة ولقطات معدودة وبتفاصيل أساسية¹.

2- النشرة الاخبارية التلفزيونية الرياضية:

يتابع التلفزيون كل نشاط رياضي وتعرض في نشرة خاصة عبر حصص متخصصة مرة واحدة أو عدة مرات في اليوم (في بعض دقائق 5 دقائق)، وتهدف إلى رصد الحركة الرياضية ومتابعة حياتها وتغطيتها (الآنبة) بأقصى سرعة ممكنة كما تكون هذه البرامج (النشرة) سريعة موجزة تأتي بالجديد وتغطي المباشر وحية، فهي بذلك تتمتع بمميزات وخصائص وهي²:

- أ- الطابع الإخباري الصرف.
- ب- التنوع (مختلف أنواع الرياضة).
- ج- التصنيف (وفقاً للعبة، النتائج).

¹ - علي جرمون، محاولة لاقتراح خطة لبرنامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضة، تخصص إلام رياضي، عين الدفلى، 2007 - 2008، ص 39.

² - أديب خضور، أدبيات الصحافة، جامعة دمشق، ط1، دمشق، 1986، ص 155.

د- بنية البشارة:

1- مقدمة عامة (عرض سريع وعام لمحتوى البشارة، يقدمه المذيع التلفزيوني).

2- فقرات منفصلة ومتتابعة حسب التصنيف المتبع.

3- تلخيص سريع للبرامج (الأحداث).

هـ- التنسيق في البشارة¹.

3- البرنامج التلفزيوني الرياضي الإخباري:

نجد في أغلب القنوات التلفزيونية برامج إخبارية رياضية أسبوعية، نصف أسبوعية تدوم 20 دقيقة، فأكثر ونجد فيها الشمولية والعمق والجدية في طرح الأحداث الرياضية، فهو لا يقتصر على تقديم أخبار مختصرة وحسب بل يأتي بالتغطية الكاملة والمعالجة العلمية الجدية للأحداث الرياضية، ولهذا النوع خصائصه أبرزها:

أ- يقدم البرنامج الرياضي التلفزيوني الإخباري لإحداث رياضية ضمن سياقها العام مع عرض التحاليل والتفسيرات والتقويم والأسباب للتنبؤ بالنتائج والآثار.

ب- لا يقدم الأحداث مجردة بل يدعمها برأي الخبراء والمحللين والمختصين وحتى المشاهدين والرياضيين أنفسهم والمدربين لهدف تعميق المعرفة.

ج- يقدم هذا البرنامج صحفي رياضي متمرس.

د- جمهور هذا البرنامج من (المشاهدين النوعين المختصين والمهتمين).

هـ- محتوى هذا البرنامج هي التقارير التلفزيونية المباشرة.

و- المادة الحية في العمود الفقري لهذه الحصص (تغطية حية بالصورة والصوت للحدث).

ي- التخطيط قبل العرض في غرفة تحرير الحصة.

¹ - علي جرمون، مرجع سبق ذكره، ص ص 39 - 40.

طريقة التقديم والتي يقوم بها صحفيون متمرسين ورياضيون مختصون متمرسين ليس كما يحدث في الأخبار التلفزيونية السريعة، فهو الذي يعدّ النوع الصحفي الملائم للحدث المعروض وللجوء العام الذي ينبغي أن يعيش فيه المشاهد والجمهور ككل¹.

4- البرنامج الرياضي التلفزيوني العام:

- لدى معظم المحطات التلفزيونية برنامج رياضي للجمهور يقدم في العادة مرة في الأسبوع يمتد من نصف ساعة إلى ساعة ومن أهم مميزاته:
- يقدم حصيلة الأسبوع العام من منافسات رياضية مختلفة ومتنوعة حتى في طريقة العرض الصحفية وكذا الصحفي الذي يقدم هذه الحصة واهتمامه.
- بنية البرنامج (كالأركان، أخبار رياضية سريعة وموجزة).
- تعقد آلية البرنامج (كاللقاءات لتحديد مضمون الحصة المقبلة، المجربون والمحررون والمصورون والفنيون والمخرج).
- تقديم برامج يكون المقدم الرئيسي هو سيد الجلسة والبلاطو ككل.
- تحقيق التوازن في الحصة من خلال تحقيق المعادلة.
- معالجة كل قسم من البرنامج وكل مواد الأقسام وفق خصوصية كل قسم في ضل كيان مستقل².

ثالثاً: عناصر الخبر الرياضي التلفزيوني.

- 1- الصورة: هي العنصر الأساسي في الخبر التلفزيوني، فهي الجانب المرئي من الخبر، هذا الجانب تملك قيما بصرية ويشكل العامل الحاسم والمحدد لمحتوى الخبر الرياضي

¹ - عيسى الهادي البرامج التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 92.

² - خضور أديب، مرجع سبق ذكره، ص 86.

المتلفز، فالصورة تعطي للخبر المصادقية والحيوية والجاذبية والوثائقية وقوة الحضور فالصورة هي التي تعطي للخبر التلفزيوني صفته التلفازية وتتميز بما يلي:

- واقعية: منبعها الواقع الموضوعي وهي واقعة فنية ليست فوتوغرافية أي رؤية إبداعية مختارة بحيث الصورة في الخبر تكون آنية وذات طابع وثيق بالراهن، وبحركة الأحداث التي تتجلى في النقل الحي الذي يحققه الزمن بين حدوث الحدث ومشاهدة المشاهد له.
- الصورة في الخبر ملموسة، دقيقة، ومحددة فهي تقدم الملموس والمشخص والعيني فهي ليست تعميما أو تجريدا.

2- الحركة: وسيلة التلفزيون هي الوسيلة الوحيدة من وسائل الإعلام الجماهيرية التي تقدم صورة متحركة، فتتابع الصورة في سياق معين ولقطات فنية معينة هو الذي يعطي للصورة التلفزيونية معناها وهو يحدد وظيفة الاتصالية والدرامية لذلك فالتحرير والمونتاج هما العمليتان اللتان تعطيان للصورة التلفزيونية معناها ومفادها.

أما عن حركة الصورة فقد تكون ناجمة عن حركة ذاتية الصورة أي مكونات الصورة كأشخاص يتحركون أو إما حركة ناتجة عن حركة آلة التصوير (زوم، ترافلينغ، بانوراميك من الأسفل إلى الأعلى أو العكس) ثم الحركة الناجمة عن عملية القطع وسرعة تتابع اللقطات¹.

3- النص المكتوب:

صحيح إنّ الصورة هي أساس الخبر الرياضي، والقيم المرئية في الخبر التلفزيوني هو الذي يحدد محتوى الخبر، لكن من جهة أخرى فإنّ التكنولوجيا الخاصة بالتلفزيون وحجم الشاشة جعلتا الصورة التلفزيونية على مقدار من تقديم الحقائق والوقائع والدلالات، كما في الصورة السيمائية، ولذلك أكّدت الممارسة أنّه من الصعب أن تقدم التلفزيون كل شيء ومن غير السهل تقديم الحدث بشكل دقيق وشامل وكامل، لذلك من الأفضل تدعيم الصورة

¹ - شرف عبد العزيز، فن التحرير الإعلامي، الهيئة المعرفية للكتاب، القاهرة، 1978، ص 307.

البصرية التي يبدعها التلفزيون بنص مكتوب، هذا النص المكتوب الذي يختلف في صياغته عن باقي ما يصاغ في الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحيفة والإذاعة.

واجتماع الصورة والكلمة في الخبر الرياضي التلفزيوني في حالة واحدة وتكامل في إطار جمع المادة الإخبارية ثم تقديمها كما يؤدي هذا التكامل إلى إيصال الرسالة المطلوبة وتحقيق التأثير اللازم لأنه من النادر أن يحكي الصورة القصة كلها، فلذلك لابد لها من أن تستكمل وتوضح أكثر بالكلمات، فالصورة التلفزيونية تقدم الملموس وتخطب العاطفة وتثير المشاعر والكلام المرافق للصورة هو أكثر مقدرة على التعبير على المعاني والأفكار المجرية ومع اجتماع كليهما يؤثران على العاطفة والذهن معاً¹.

4- وسائل الإيضاح:

تعدّ القيم المرئية أساس الخبر التلفزيوني الرياضي كضرورة توفير العناصر المرئية كالصورة حتى في تلك الأخبار التي قد لا تتوفر فيها هذه العناصر أو التي تتوفر بقدر محدد لا يعطي الجوانب المختلفة للحدث وتتمكن ذلك من خلال وسائل الإيضاح المصورة التي يمكن استخدامها في الخبر، تسعى هذه العناصر إلى تحقيق عدّة مهام أبرزها:

- المساهمة في تبسط الحدث وتقريبه للمشاهد.
- إعطاء الهدف مزيداً من الحيوية والتسويق والجاذبية من خلال القيم البرية.
- تحقيق تطابق بين الصوت والصورة.

5- الصوت:

للصوت دور هام في الخبر التلفزيوني يدعم ويكمل عمل الصورة ويزيدها واقعية، حيوية وفعالية ويساعد على تقديم المعلومات والأفكار بدقة ووضوح، ولذلك يجب أن يكون الصوت في الخبر التلفزيوني واضحاً ومعبراً ونضع مسؤولية تحقيق ذلك على فني الصوت الذي يعمل بإشراف المحرر.

¹ - معرض محمد، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دط، دار العربي للكتاب، القاهرة، 1999، ص 60.

6- الإضاءة:

تعتبر الإضاءة واحدة من العمليات الفنية المعقدة التي تلعب دورًا بالغ الأهمية في الخبر التلفزيوني ذلك لما تحقّقه من إبراز للموضوع وتفاصيله من أجل جلب الانتباه وكذا توجيه هذا الأخير بما يتناسب مع سياسة التحرير¹.

- كيفية تحرير الخبر الرياضي التلفزيوني:

بعد قيام فريق تلفزيوني بتغطية خبر ما وبعد فهم هذا الحدث واستيعابه وكذا تحديد مغزاه ومفاده يقوم الصحفي بتحديد الزوايا والجوانب التي يتم التركيز عليها وكذا الشخصيات التي يبرزها ونوعية اللقطات التي يجب استخدامها وهذا يتم في شكل متكامل مع أعضاء الفريق المرافق له، وبعد العودة لمبنى التلفزيون مع شريط الحدث الرياضي يقوم الصحفي الرياضي فيما يلي:

- يستعرض الصحفي المادة الميدانية التي تم تصويرها على ضوء التوجيهات التي يتلقاها من المنتج أو رئيس قسم الأخبار وكذا موقع الخبر أو الزمن المخصص له، ثم يقوم الصحفي بإضافات من الأرشفة أو وكالات الأنباء المشتركين فيها، ثم يأتي لاستبعاد وحذف اللقطات الغير الهادفة في هذا الحدث.

- يقوم الصحفي بتحرير الخبر كما يقود توجيه التعليمات الفنية المتعلقة بالتحرير، قد يقوم الصحفي توجيه التعليمات الفنية المتعلقة بالتحرير، فيقوم الصحفي بتقرير أسلوب التغطية مثل التركيز على شخصيات أو مواقف دون الأخرى ويقوم المصور الرياضي بالتنفيذ وأيضًا يقرر المشاهد واللقطات وتجاوزها وإيقاعها بما يتناسب مع الزمن المخصص لبث الخبر، أما الشخص الذي يقوم بالعمليات الفنية، فهو المؤلف الذي يستطيع أن يبدي رأيه ومستورته لكن القرار النهائي يبقى للصحفي المخبر.

¹ - بورتسكي الصحافة التلفزيونية، دط، ترجمة أديب خضور، دمشق، 2001، ص 84.

- بعد استكمال التحرير يقوم الصحفي بكتابة النص أي التعليق أو المادة الكلامية الذي سيرافق عرض الشريط المصور¹.

رابعًا: عوامل تفوق البرامج التلفزيونية الرياضية.

- اهتم الإعلام بالرياضة بشكل كبير نظرًا لاتساع الجمهور المهتم بها والتعامل مع الحدث مطالبًا بإدراك هذه الحقائق بشمولية وعمق وتوسع فيها لإشباع رغبات المشاهدين وهذا التعامل بين الجمهور والإعلامي الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتوفق على باقي وسائل الإعلام وساعد في ذلك عوامل نذكر منها:
- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد.
- تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يحس المشاهد أنه على اتصال مباشر معها وتجعله يعيش تلك الأحداث وتزرع فيح حب الاستطلاع، كذلك من العوامل المؤثر في قوة الإعلام الرياضي المرئي وجود حوافز ومنبهات مادية ومعنوية التي تقدمها الجماعة أو المسؤولين عنها، الذين يبرزون في الميادين التدريبية المتعلقة بالنشاط الرياضي والقيام بحملات اجتماعية شاملة تهدف إلى تغيير المواقف السلبية التي يحملها بغض المواطنين إزاء الرياضة والرياضيين².

¹ - بورتسكي الصحافة التلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 154.

² - راجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012، ص 28.

المبحث الثالث

البرمجة التلفزيونية الرياضية

أولاً: مفهوم البرمجة التلفزيونية الرياضية.

ثانياً: أنواع البرمجة التلفزيونية الرياضية.

ثالثاً: أسس البرمجة التلفزيونية الرياضية وقواعدها.

رابعاً: معايير بناء الشبكة البرمجية التلفزيونية الرياضية.

خامساً: مراحل إعداد الشبكة البرمجية التلفزيونية الرياضية.

سادساً: قيود البرمجة التلفزيونية الرياضية.

المبحث الثالث: البرمجة التلفزيونية الرياضية.

أولاً: مفهوم البرمجة التلفزيونية الرياضية.

البرمجة التلفزيونية تقنية تخطيط وهي ترتيب لعدة برامج تلفزيونية ضمن الكل المنسجم الذي يطلق عليه تسمية قناة تلفزيونية، فالبرمجة التلفزيونية تترجم تصورات المؤسسة التلفزيونية وتمثلها الوظائف الأساسية التي يجب أن يقوم بها التلفزيون والجمهور الذي تريد الوصول إليه¹، ويعد المبرمج شخصية أساسية ضمن المجموعة التي تقود التلفزيون وتسيره كونه يملك سلطة مالية بحيث يقرر الميزانية المالية التي يستثمرها في الإنتاج وكذا المخصصة لشراء البرامج التلفزيونية الجاهزة واستخدام التقنيات الجديدة لمجتمع المعلومات تجمع بين الكفاءات في إطار التركيبة والتنظيم الجديد باستخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ويقوم عمل المبرمج في التلفزيون وفق التصور العام للقناة التلفزيونية الرياضية وتتوقف المؤسسة التلفزيونية أولاً على الإمكانيات التي يستعد مالكوها للمغامرة بها لتحقيق هدف واضح وممنطق اقتصادي كلمته في كل برنامج تلفزيوني رياضي وهاجس المردودية المالية يبقى حاضراً دائماً أو بعبارة أخرى يجب أن تجذب البرامج الرياضة ذات التكاليف الباهظة المشاهدين أكثر أو تضطر القناة إلى الكف عن بثها².

ويتمرس المبرمج على جذب الجمهور وتعويده على المشاهدة فيستهدف الجمهور الرياضي بمختلف أصناف المشاهدين حسب أوقات الشباب وذوي السن المتقدم على التوالي وينتقل المبرمج من التفكير بالطريقة السيسولوجيا في مسألة المشاهدة إلى تحليلها وفق معطيات التسويق فإن كان التفكير الأول يسمح بتراكم المعارف حول خصائص المستهلك

¹ - راجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011 - 2012، ص 28.

² - بولتاجي، صندوق الأصناف البرمجية، ترجمة سيموني سبيليو وفاتن فرادي كوبيام، روما 2008، ص 04.

فإن التحليل الثاني يقدم مؤشرات عن الحصص والبرامج التلفزيونية التي تباع جدا وترضي أكثر الجمهور¹.

ويعتبر تعويد الجمهور مطلب اقتصادي قبل كل شيء واستجابة لمصالح المعنيين الذين يعدون الزبائن الحقيقيين للقنوات التلفزيونية بحيث يسعى المبرمج لجذب أكبر عدد ممكن من الجمهور وتلقي أكثر إقبال من المشاهدين².

وتعتبر المادة التلفزيونية منتج سريع الزوال أو ما يسميه بعض الباحثين بالثقافة السائبة، فبالنظر إلى أن توطر شبكة البرامج هذا المنتج الزائل وتبنيه، ونخصص له المدة المناسب للعرض بحيث تعطي المشاهد من التساؤل عن يوم وأسبوع لأنها تقوم بدور الساعة الداخلية بالنسبة للمدن العصرية فحسب السيد "كارلوا فرسيرو" أو لغة الجمهور أو تعويده التي تعد مسعى المبرمج ليست سوى التطبيق النمطي والمتسلسل لشبكة البرامج، فكل محاولات كسر عادات المشاهد لم يحالفها النجاح سوى خلال فترات محدودة، فالجمهور معادي لكل تغيير يمس بنية حياته اليومية³.

ثانياً: أنواع البرمجة التلفزيونية الرياضية.

عادة ما يتبع المبرمج استراتيجية أو نوع من أنواع البرمجة دون الأخرى، يلجأ في أحيان أخرى للمزوجة بين أكثر نوع لتوضيح ذلك ارتأينا أن نقدم لكم بداية حوصلة عن هذه الأنواع:

¹ - بولتاجي، مرجع سبق ذكره، ص 06.

² - عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، دط، دار الفكر العربي، مصر، 1996، ص 143.

³ - مريم هلا، كيف تناولت السينما العالمية أصداء الثورة الرقمية، مجلة دبي الثقافية العدد 68، ديسمبر 2010، ص 54.

1- تصنيف البرمجة التلفزيونية حسب معيار القنوات المنافسة:**أ- البرمجة المعارضة أو المعاكسة:**

ظهرت هذه التقنية سنتي 1984-1985 لأول مرة في القنوات التلفزيونية الإيطالية التي يملكها "برلسكوني"، تتلخص هذه البرمجة في سحب الحصص التلفزيونية التي تشترك قنواتها في بثها مع بقية القنوات المنافسة ومعاكستها بحصص تلفزيونية أخرى تختلف تمامًا عنها لتقتيت المشاهدين داخل الأسرة التي تعد خلية مشاهدة التلفزيون.

تعتبر البرمجة المعاكسة على وفرة المادة التلفزيونية المعروضة على الجمهور وتعددتها وتنوعها لكن الملاحظة الامبريقية تؤكد بأن غاية التعدد المذكور يصبح مطلباً اقتصادياً أكثر منه سياسياً وثقافياً إن لم يؤطر بسياسية إعلامية وثقافية واضحة المعالم.

ب- البرمجة بالمحاكاة:

لا تقتضي هذه التقنية من المبرمج التصدي للقنوات المنافسة بإدراج برامج تلفزيونية مختلفة أو معاكسة، بل تتطلب القيام بتقليدها سواء باعتماد التنظيم ذاته في عرض الوحدات الأساسية التي تشكل خارطة البرنامج التلفزيونية بث الأفلام والمسلسلات في الوقت ذاته الذي تبث فيه القناة المنافسة هذه البرامج أو تقديم برامج متشابهة في "الفورم" أو "التصوير" سواء في الوقت ذاته الذي تبثها فيه القنوات المنافسة أو وقت مغاير، هذه التقنية تتجلى في مختلف الطبقات لبرامج التسلية الواحدة ذات المضمون الواحد والتي تختلف تسميتها من قناة إلى أخرى ومن بلد إلى آخر والتي تعبر عن عملية استنتاج البرامج التلفزيونية الناجحة مثل برنامج "التوك شو" "Talk Show".

2- تصنف البرمجة التلفزيونية حسب معيار وتيرة عرض البرنامج وتكرارته:

صنف الباحث "جون ستوك" Jean Stock البرمجة التلفزيونية إلى نوعين وهما:

أ- **البرمجة العمودية:** تعطي الأولوية للبرامج الجديدة وتتمسك بتواصل البرامج التلفزيونية وتعاقدها بدون تكرار يهدف اجتذاب الجمهور وإبقائه أطول فترة ممكنة أمام الشاشة لتباع القناة التي تقترح هذا النوع من البرمجة.

ب- **البرمجة الأفقية:** تراهن على برامج معينة تبث في مواعيد ثابتة يستأنس بها الجمهور، يتابعونها ويتعودون عليها حتى تصبح جزءا من حياتهم وتحتل موقعا في أجنحة نشاطهم الاجتماعي ويسعى هذا النوع إلى اجتذاب الجمهور بشكل دوري ومنتظم لمتابعة برنامج محدد أيا كان مستحدثا أو قديما¹.

ثالثا: أسس البرمجة التلفزيونية الرياضية وقواعدها.

البرمجة الإذاعية والتلفزيونية هي عملية معقدة تتحكم في بناء شبكة برامجية تترجم تصوّرات المؤسسة التلفزيونية وتحقق لها عوائد مالية وتشمل إدارة الشاشة العمليات التي تنتمي بظهور شبكة متناسقة ومتكاملة من البرامج تؤدي إلى تحقيق الأهداف المقصود من الخدمة التلفزيونية التي تؤديها القناة نفسها ويراعي المبرمجون مجموعة من الأسس والقواعد لتحقيق أهداف القناة والبرمجة على مستوى المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية نذكر منها ما يلي:

1- الجمهور:

الذي يحتل مكانة أساسية في قلب استراتيجيات القنوات التلفزيونية، فمن المستحيل إعداد شبكة برامجية لأي قناة تلفزيونية دون التفكير في جمهورها الفعلي أو المحتل، بحيث يتحدد الهدف الأساسي والأسمى من عملية البرمجة التلفزيونية في استقطاب وجذب الجمهور وتحقيق التأثير المطلوب عليه فهو يعد حلقة مهمة من حلقات العملية الاتصالية ولهذا تعمل

¹ - غمشي بن عمر، أنواع البرمجة التلفزيونية، مقياس البرمجة الإذاعية والتلفزيونية، لطلبة ماستر، تخصص سمعي بصري، جامعة وهران 1، الجزائر.

الشبكات التلفزيونية باستمرار على ابتكار تقنيات واستحداث وسائل جديدة من أجل قياس ردود أفعال الجمهور فيما يخص برامجها¹.

والهدف الأساسي للبرمجة هو وفاء الجمهور وذلك بمراعاة عادات المجتمعات وأنماط معيشتها وأوقات الفراغ المتاحة لاستثمارها في بناء الشبكة البرمجية التي تتوافق والأوقات المتاحة لشرائح الجمهور المختلفة².

2- المنافسة:

إنّ التنافس المفرد بين القنوات والركض وراء النسق البرمجي يفرض على الشبكة البرمجية التدخل بسرعة وأنية لتصحيح بنية البرامج التي يعرضها واقتراح البرامج المناسبة في الوقت المناسب، فزمن العرض عنصر أساسي تقوم عليه البرمجة التلفزيونية فالمواد المبرمجة يجب أن تبث في أوقات متاحة أي أوقات فراغ الجمهور المستهدف ولا يتعلق عنصر الزمن على الجمهور فقط بل يتعلق كذلك بأوقات عرض البرمجة المنافسة للمؤسسات التلفزيونية الأخرى فالاطلاع المبرمج على البرمجة المنافسة أمر ضروري لبناء شبكة قادرة على الاستحواذ على الجمهور أو جمهور المحطات المنافسة أو كذلك الاهتمام بشرائح أهملتها الشبكة البرمجية للمحطات المنافسة.

3- منطق الإعلان وضغط المعلنين:

الإشهار هو فن إغراء المستهلك لاقتناء سلعة أو الاستفادة من خدمته وإقناعه بحاجته لتلك السلطة وإذا كانت غير ضرورية، ويعد التلفزيون وسيلة إشهارية مهمة تجذب المعلنين لتوفرها على عنصر الصورة المتحركة الذي يعطي قوة للإشهار ويجعله أكثر تأثيراً.

¹ - زينب بلعوج، تقنيات البرمجة التلفزيونية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، قراءة في توجهات البرمجة التلفزيونية لقناة الشروق TV الموسم 2017 - 2018، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ج2، المجلد 07، العدد 27، الجزائر، 2018، ص 913.

² - عاشور قي، اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية المسموعة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد 74، تونس، 2012، ص 78.

وتاريخياً يعتبر الاشهار أحد المحركات الأساسية لدراسة الجمهور عن طريق التفكير في الاستلاء على جيب الجمهور المتعرض للموضات الإشهارية، فالارتباط وثيق بين الجمهور والمعلنين، فالبرمجة الناجحة هي التي تسعى لتلبية الطلبين باعتبار نسبة المشاهدة العالية تجعل من الجمهور زبون مجمل لدى المؤسسات الاقتصادية التي تعرض منتوجها في وقت متزامن لعرض البرامج المفضلة للجمهور وكذلك الوقت الذي تكثر فيه المشاهدة وهو ما يعرف بوقت الذروة وهو الوقت الذي يشهد فيه الإقبال على مشاهدة البرامج.

فيرى الباحث "نصر الدين لعياضي" أن وقت الذروة هي الفترة التي تستقطب فيها القناة التلفزيونية أكبر عدد من المشاهدين الفعليين أو المحتملين وتوزع على أساسها بقية الفترات كالتالي ما قبل الذروة وما بعد زمن الذروة أي زمن السهرة والوقت المتبقي من البث اليومي¹.

4- الإمكانيات المالية:

لكل خارطة برامج تلفزيونية كلفتها المالية والتي على أساسها تتصرف القناة التلفزيونية حسب طموحها ووفق ما تمليه عليها سياستها التحريرية وتتجه مواردها المالية فالإمكانيات المالية المرتفعة يمكن أن تزود القناة التلفزيونية بالعديد من البرامج الجديدة والمتنوعة، بينما تؤدي الميزانية المتواضعة بالقناة التلفزيونية إلى إعداد خارطة برامج تتسم بإعادة بث البرامج والمسلسلات القديمة وسراء البرامج التلفزيونية بالجملة².

5- الإطار التشريعي:

إنّ التشريعات التي تحكم عمل المؤسسات الإعلامية هي العامل الأساسي الذي يحدد الأطر القانونية التي تعمل ضمنها القنوات التلفزيونية وفي الجزائر تتمثل التشريعات التي

¹ - نصر الدين لعياضي، يوسف تمار، فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية النصوص والممارسة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد 59، تونس، 2007، ص 14.

² - نصر الدين لعياضي، قراءة في توجهات المبرمجة التلفزيونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، اتحاد الإذاعة، الدول العربية، 2007، ص 28.

تنظم عمل الإعلام السمعي البصري في القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012 والذي تضمن القواعد العامة في ممارسة النشاط السمعي البصري وتنظيمه ثم قانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، ويؤخذ على الإطار التشريعي الذي ينظم الاستثمار في مجال السمعي البصري محدودية رخص البث التي تطرحها السلطات العمومية وتقنية لتخصصات القنوات الجديدة مما يحد من مناخ المنافسة وزيادة لمنح الرخصة للبث لمدة سنة فقط، وهي المدة التي يستغرق نصفها في بناء ديكورات البرامج مما يجعل الاستثمار في مجال الإعلام المرئي مجازفة غير مضمونة ما جعل المطالب متكررة لإعادة النظر في الإطار القانوني الذي يحكم القنوات الفضائية.

6- السياسة العامة للتلفزيون وهوية القناة:

إنّ هوية القناة التلفزيونية أو ما يعرف بالخط الافتتاحي أو التحريري تؤثر على عملية البرمجة، فتحدد الخطوط العريضة لتوجهاتها ومضامينها بصفة عامة لتتماشى مع طبيعة القناة التلفزيونية وتعمل على ترسيخ صورتها وترجمة تصوراتها.

7- ارتفاع الحياة الاجتماعية:

إن البرمجة التلفزيونية الناجمة هي التي يلتصق بإتباع الحياة الاجتماعية والتغيرات التي تقع على هذا الإيقاع وهناك العديد من العوامل التي تتدخل فيه منها ساعات العمل الرسمي ومدته الطابع الغالب على نشاط الجمهور، الإجازات وأيام الأعياد الوطنية والدينية شهر رمضان المعظم، وكذا حلول فصل الصيف والدخول الاجتماعي¹.

رابعاً: معايير بناء الشبكة البرامج التلفزيونية الرياضية.

يجدر بالبرنامج مراعاة عدة معايير عند تصميم الشبكة البرمجية حتى يكون متوازنة مع رغبات الجمهور وهذه المعايير في:

¹ - نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره، ص 29.

التنسيق:

يتمثل في محاولة تجديد نوعية البرامج التي تمثل اهتمامات ورغبات الجمهور وفق لطلبات نادرًا ما يعبر عنها مباشرة ضمن البرامج كالاهتمام بتوقيت البرمجة أي استهداف زمن المشاهدة حسب المشاهدين.

التوقع:

أو الوقوف عند التحديد الكمي حسب الاحتياجات والأذواق ومحاولة تجديد الكميات التي تسمح بالرد على الطلبات البرمجية وتحديد خطة الإعداد الإنتاجية ضمن الإدارة وتسيير سليم للقناة التلفزيونية.

البحث عن الموضوع:

هي عملية معرفة التوقيت الذي يفصل بين قرار اختيار البرامج واختيار الموضوع وهذا يمثل الجانب الخفي لتطور الأذواق والإدارة الإنتاجية والبرامج الاحتياطية. فالمبرمج يتمرس على جذب الجمهور المتنوع وتعيده على المشاهدة¹.

خامسًا: مراحل إعداد الشبكة البرمجية التلفزيونية.

إنّ إعداد برمجة أي قناة تلفزيونية يمر بالمراحل التالية مهما اختلفت القنوات وأهدافها:

1- تحديد سياسة البرمجة:

أول خطوة في إعداد البرمجة هي إنشاء الخطوط العريضة للسياسة العامة للبرامج من خلال ضبط الخلفية البرمجية التي تستعمل بها القناة التلفزيونية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، فهناك قنوات ذات أهداف سياسية وأخرى دينية وأخرى تعمل على تقديم خدمة عمومية وقد تكون تجارية بحثه.

¹ - نعيمة واكد، البرمجة التلفزيونية وتحديات التكنولوجيا الحديثة، دراسة وصفية تحليلية للبرمجة في التلفزيون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص 82.

ويتم ذلك من خلال دراسة المحيط الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للمجتمع الذي توجه إليه القناة التلفزيونية وهنا يلعب المبرمج دوراً مهماً في تحديد نوع البرامج والمحتويات التي يضمها إلى الشبكة البرمجية ويمكن حصر أربع مذاهب رئيسية للبرمجة يمكن العمل بها حسب تصنيف إبراهيم مولى.

أ- المذهب الوثوقي:

يوظف هذا المذهب كل البرامج باختلاف أنواعها لخدمة أهدافه الخاصة، فتحشد البرامج بالشعارات الظاهرة أو الخفية، المباشرة وغير المباشرة في خدمة القيم والأهداف التي ضبطها المسيرون أو الممولون.

ب- المذهب الثقافي: يحاول هذا المنصب إيصال عدد من القيم والأحكام التي سبق ضبطها من قبل فئة معينة ويمكن أن يكون هذه القيم سياسية أو دينية وطنية أو ثقافية وينطلق هذا المبدأ من مبدأ إمكانية إيصال الثقافات إلى كافة عناصر المجتمع مهما كان مستواها بحيث تكون البرمجة عاكسة لكل التيارات الثقافية التي توجد في المجتمع وباختلافها ومن أهداف هذا المذهب ملازمة الفرد لمحيطه الثقافي بالمعنى الشامل مع الترفع كما هو وليد المناسبات الوقتية تشبهاً بما هو أكثر تجذراً أو عراقية في المجتمع.

ج- المذهب الديناميكي الاجتماعي:

يتولد هذا المذهب من المذهب السابق في تجاوز الاكتفاء بنقل أو سرد ما يوجد في المجتمع والمساهمة في نشاط الحياة الثقافية والاجتماعية بصفة ديناميكية، فانطلاقاً من التراث والعادات والأفكار المتداولة تتولد من دون انقطاع ثقافة جديدة في المجتمع لكنها أصلية بحكم ارتباطها بجذورها¹.

¹ - رضا النجار، البرمجة والشبكة البرمجية، مقارنة نظرية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، إتحاد إذاعات الدول العربية،

ولابد من الإشارة إلى أنّ هذه المذاهب الأربعة النظرية لا توجد بصفة واضحة منفردة إذ أن الواقع يخلط بين عدة جوانب لها.

2- تسخير الإمكانيات المادية والبشرية والمعنوية لسياسته البرامج:

إنّ ضبط سياسة البرمجة لا يكفي لتنفيذها وبعثها للوجود، فيجب تسخير الإمكانيات البشرية وما تطلبه من تكوين وتدريب والإمكانيات المادية، من التجهيزات وبنية تحتية بالإضافة للأموال للتنفيذ تلك السياسة ولتوفير هذه الإمكانيات البشرية والمادية لابد من التخطيط المحكم للوسائل المستخدمة.

3- تنفيذ البرمجة:

إذا كانت سياسة البرمجة تستهدف المحاور الأساسية، فالتنفيذ يستلزم اختبار الوسائل والطرق الملائمة حسب ناجعتها في تحقيق الأهداف المنشودة، فليس من السهل المرور من الشبكة النظرية لبرامج الشبكة الحقيقية أو التنفيذية التي تجسد الاتجاهات الكبرى للبرنامج والمحتويات الملائمة.

4- مراقبة التنفيذ:

كون عملية البرمجة تسير الأحداث الجارية داخل المجتمع وخارجه من أحداث سياسية، ثقافية، رياضية وحتى الطبيعية، فلا بد من التعديل والإصلاح والتغيير حسب مجريات الأحداث دون خوف وأهم أدوات هذه المعاينة التجربة الخاصة للمبرمجين وحسبهم ودراسة ردود الأفعال لدى الجماهير المبدعين، المنتجين والنقاد.

5- التقييم النهائي:

يفترض اعتبار عدّة مؤشرات منها التكاليف المادية ومدّة إنجاز كل برنامج على حدى، كما يجب أن تشارك في هذا التقييم كل الأطراف المعنية من مبرمجين، مبدعين وجماهير حتى تستخلص العبرة للأعمال الموالية¹.

سادسًا: قيود البرمجة التلفزيونية.

هناك العديد من القيود والحوازر التي تعترض عمل المبرمج في القنوات التلفزيونية مما يؤثر في نوعية الشبكة البرمجية التي يسعى إلى تقديمها للجمهور وتتمثل هذه القيود فيما يلي:

1- القيود القانونية:

لا يتمتع المبرمج بالحرية المطلقة التي تمكنه من ترتيب مضامينها ببرمجة ضمن الشبكة البرمجية، بل يعمل تحت جملة من اللوائح والمبادئ التي تفاوتت في حدتها ومن ثم ضرورة التقيد بها ضمن البرمجة التلفزيونية بدرجات مختلفة ومتقاربة حسب كل دولة².

2- القيود المالية:

تؤثر القدرات والإمكانيات المالية للقنوات التلفزيونية على اختيارات المبرمج للبرامج المعروضة لديه، فيجد نفسه عاجزًا أمام تجاوز هذه الوضعية المتمثلة في عدم توفير الموارد الكافية لإنتاج البرامج المطلوبة حسب اهتمامات ورغبات الجمهور أو حتى شرائها أي دفع المستحقات في أوانها أو على المدى المتوسط أو البعيد، فيضطر للقبول بالتعديلات الجزرية لشبكة البرامج حتى يخضع للميزانية المتوفرة لديه³.

¹ - رضا النجار، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² - لعجوزي سمية، دور الكفاءات الإدارية في تسيير المؤسسات السمعية البصرية العمومية في الجزائر، أطروحة دكتورا غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص 199.

³ - نصر الدين لعيافي، مرجع سبق ذكره، ص 29.

3- قيود الجمهور:

ينبغي لكي قناة تلفزيونية أن ترصد اهتمامات وتحركات وكذا تطور أذواق كل الفئات الاجتماعية وبالتالي تعمل على مراعات رغبات الجمهور ومحاولة تلبيتها دون فقدته أو تهمشه مما ينجم عن ذلك، فقد أو انصراف المعلنين، فوجب على المبرمج أن يضع في حسابه عند تصميمه للشبكة البرمجية أن تتال رضا المشاهدين بتحقيقها النجاعة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

4- قيود المنافسة:

تعمل البرمجة التلفزيونية على تجاوز الخيبة البرمجية في تقديم شبكتها البرمجية فتسعى لكسب التشابه والتطابق وتصمم شبكة برمجية تحمل الكثير من التمايز والأخلاق لا سيما مع نظيرها ضمن القنوات المنافسة، مما يسمح للمشاهد بإمكانية الاختيار والانتقاء للبرامج التي تروق له وتلي انشغالاته المتنوعة من خلال التقنيات المختلفة للبرمجة التلفزيونية.

5- أثر المعلنين:

لم يعد الإعلان مقتصرًا الرسائل المباشر التي تبث عبر الشاشة الصغيرة بل أخذ عدّة أشكال لا ينتبه إليها المشاهدون في الغالب منها التمويل أي قيام المؤسسة المعلننة بتمويل برنامج تلفزيوني يقترح عليها أو هي التي تقترحه مقابل التمتع بمساحة زمنية فيها لتمير الإعلانات والإشراف على بعض البرامج التلفزيونية والتي تصبح بموجبه "ماركة المؤسسة" المشرفة مقترنة بالبرنامج التلفزيوني وهو ما يؤثر على البرمجة من خلال التدخل الواضح للمعلنين¹.

¹ - نصر الدين لعياشي، مرجع سبق ذكره، ص 58.

المبحث الرابع

التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية

أولاً: تعريف التخطيط التلفزيوني الرياضي.

ثانياً: التخطيط الاستراتيجي للبرامج التلفزيونية الرياضية.

ثالثاً: أهمية التخطيط للمضمون التلفزيوني الرياضي.

رابعاً: مراحل التخطيط للبرامج التلفزيونية الرياضية.

خامساً: التخطيط ومعيار التوقيت في بث الخبر الرياضي التلفزيوني.

المبحث الرابع: التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية.

قبل الشروع في الوقوف عند الخطوات والأساليب المثبتات في إعداد البرامج التلفزيونية الرياضية لا بأس أن نقدم تعريف مبسط للتخطيط التلفزيوني.

أولاً: تعريف التخطيط التلفزيوني الرياضي.

هو تفكير علمي سليم من أجل تحقيق الأهداف المرسومة التي تحددها سياسة القناة ضمن الخطط التي تضعها، ويعرف "سعد لبيب" التخطيط التلفزيوني بأنه (توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة والتي أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية الاقتصادية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات)¹.

ثانياً: التخطيط الاستراتيجي للبرامج التلفزيونية الرياضية.

المخرج "حمدي عبد المقصود" يطرح تساؤل حول إمكانية تحويل رسالة قناة تلفزيونية إلى خارطة برامجية، حيث يطرح السؤال كيف يمكن التأثير على المشاهد وجعله ينتظر بفارغ الصبر موعد بث برنامج معين؟ بالتخطيط الاستراتيجي للمضمون البرامجي، فالهدف من أي تخطيط هو ترجمة المضمون البرامجي لرسالة ورؤية القناة وتحقيق أهداف الجهة التي تقف وراءها وتتفق مبالغ ضخمة لتمرر رسالتها، ومن هنا يستلزم على كل القائمين على التخطيط البرامجي الإلمام بأهداف القناة والرسالة التي تريد توجيهها للرأي العام.

ويعرف "سعد لبيب" التخطيط التلفزيوني الاستراتيجي بأنه توظيف الإمكانيات البشرية المادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية والاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الامكانيات².

¹ - حمدي عبد المقصود، "فن إعداد البرامج التلفزيونية"، دار النهضة، ط1، القاهرة، 2006، ص 36.

² - سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية الخليج، 1985، ص 11

كما يقصد والتخطيط، عملية ربط مضمون القناة بأهدافها الاستراتيجية المستوحاة من رسالتها وحتى يكون التخطيط محكماً ورقيقاً بعيداً عن الارتجالية والضبابية. كان لبد من وضع الأسس المعيارية التي تقوم عليها عملية التخطيط ويمكن تلخيص هذا الأخير في مقولة استشاري التخطيط "محمود عبد الهادي" "التخطيط بلا تنفيذ إهدار للوقت والتنفيذ بلا تخطيط عبث والجمع الإثنين ضمانة الإنجاز¹.

ويشترط بعض الباحثين توفير مجموعة من المواصفات والخصائص أثناء وضع خطة البرامج ونجد منها.

- مرونة الخطة ما يمكنها من مواجهة كافة الظروف المتغيرة الطارئة فتتأقلم وتتعامل معها دون أن تؤثر فيها.

- وضوح الخطة حتى يتسنى للقائمين على تنفيذها فهمها واستيعابها.

- استحسان مشاركة بعض من مجسدون الخطة واقعياً في التخطيط لإمكانية التطوير فيها

- التنسيق مع الفرق المختصة الأخرى من جوانب مختلفة كالجانب الفني، التقني، المالي والإداري، مما يؤدي ويضع تكامل الخطة الاستراتيجية لإعداد البرامج التلفزيونية.

ثالثاً: أهمية التخطيط لمضمون البرامج التلفزيونية الرياضية

للتخطيط للبرامج التلفزيونية الرياضية مثلما هو الحال لجل البرامج باختلاف مجالاتها أهمية بالغة وفيما يلي نذكر بعض هذه النقاط

- تعدد الأهداف والرؤى وهذا بتعدد الجهات المالكة للقناة التلفزيونية.

- تعدد وتنوع الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية التلفزيونية.

- صعوبة عملية الاتصال الإعلامي التلفزيوني، إذ تستلزم اتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق

اتصال ناجح بين المرسل والمستقبل مهما كانت شدة صغرها.

¹ - محمود عبد الهادي، التخطيط الاستراتيجي للمضمون الإعلامي، ورقة عمل مقدمة للمتلفي الثالث للقنوات الفضائية الهادفة، مار 2011، ص 02.

- تعدد المعلومات والآراء ذات الصلة بالمضمون الإعلامي.
- محدودية الوقت المخصص لبث المضمون، ما يستلزم اختيار الوقت الملائم والزمن المناسب لأي برنامج.

رابعاً: مراحل التخطيط للبرامج التلفزيونية الرياضية.

تشمل البرامج التلفزيونية الرياضية على عناصر هامة وهي خطوات لإعداد هذه البرامج بالمرور على عناصر أساسية وهي:

أ- التخطيط للبرنامج:

التخطيط الجيد هو من يعطي سمة النجاح للبرنامج، فكلما زاد الاجتهاد في التخطيط للبرنامج الرياضي كلما حقق نجاحاً أكبر بحيث يساعد هذا التخطيط على اكتمال المحتوى والموضوع الذي سيناقشه البرنامج الرياضي، ومن أهم عناصر التخطيط ما يلي:

1- هدف وفكرة البرنامج الرياضي:

لابد من وجود هدف للبرنامج وفكرة معينة نحاول توصليها للجمهور المستمع أو المشاهد.

2- تحديد الجمهور المستهدف من البرنامج:

ويقصد بذلك الجمهور أو الفئة المستهدفة من الجمهور هل هم شباب، عجائز، رجال، نساء، موظفون، طلاب، وكذا البحث عن مختلف اهتماماتهم ورغباتهم وهذا لإعطائهم المادة الرياضية التي هم حاجة إليها وفي انتظارها.

3- حسن تقسيم الفقرات والالتزام بالوقت:

يجب أن يكون الصحفي الرياضي دقيق بالوقت وحريص في طريقة تقسيمه وهذا من أجل الوصول إلى إيصال كل الأخبار الرياضية للجمهور، وكذا القدرة على استقبال

الضيوف والمحللين الرياضيين ومناقشتهم حول مختلف الأخبار الرياضية أي عامة من أجل إعطاء كل ذي حق حقه.

4- اختيار موعد البرنامج ومدته:

يعدّ موعد تقديم البرنامج عنصرًا أساسيًا وهذا بتحديد وقت عرضه مساءً أو صباحًا أو في نهاية الأسبوع وهذا بمراعات أوقات فراغ الجمهور كونه الهدف الرئيسي في عرض البرنامج الرياضي¹.

5- اختيار الضيوف المناسبين للبرنامج:

وهذا ما يقع على عاتق الصحفي الرياضي، بحيث يختار بعناية الضيوف الذين نستضيفهم... وهذا بهدف التدقيق أكثر في موضوع البرنامج وإيصال كل الأخبار الرياضية الممكنة للجمهور الرياضي.

ب- البحث العلمي:

وهي مرحلة جمع المعلومات أو مرحلة التحضير للبرنامج وتأتي هذه المرحلة بعد الانتهاء من التخطيط للبرنامج.

يقوم فيها الصحفي بجمع المادة الرياضية التي تختلف مصادرها وهي:

1- الصحافة والإعلام:

تعتبر الصحافة والإعلام أهم المصادر التي يأخذ منها الصحفي مادته للبرنامج الرياضي سواء كانت محلية وطنية أو عالمية، وكذلك كل من الصحافة المتخصصة والعارضة والناقدة والساخرة لذلك يجدر بالصحفي الرياضي زيارتها بشكل دائم ومستمر.

¹ - محمد الجفيري، المرجع السابق، ص 57.

2- الملفات والتقارير الصحفية:

وهي هيئات مختصة في إعداد التقارير والملفات الصحفية المختلفة يستفيد منها الصحفي بطرح أهمية برنامجه ومدى اهتمام الجمهور هو الآخر بما يعرضه عليهم.

3- الاتصالات الشخصية:

للاتصالات الشخصية دور فعال في الإتيان بالأفكار الجديدة التي تهم الجمهور الرياضي، فتواصل الصحفي مع غيره سواء كانوا زملاء عمل أو أصدقاء بشكل دوري يجلب معلومات جديدة وكذا العمل مع الأشخاص المهتمين بالموضوع وطبقا لفريق العمل الذي يعمل بجانبه الصحفي¹.

4- اللقاءات والثقافة العامة:

كمقدم برنامج رياضي وهذا بالقراءة والاستماع، فكلما زاد الفضول لدى الصحفي حول معرفة كل ما يتعلق بموضوع برنامجه كلما أصبح ناجحاً في تقديم وجذب الجمهور.

5- الأنترنت:

مع عصر التكنولوجيا أصبح للصحفي سبلا أسهل لإعداد محتوى موضوعه من خلال التنقل والبحث عن المعلومات المتعلقة بموضوع بحثه خلال شبكة الأنترنت التي تتيح له الوصول لكم هائل من المعلومات.

ج- كتاب السيناريو:

ويعرف كتاب ومعدو البرامج التلفزيونية الرياضية شكلين للسيناريو:

¹ - محمد الحفيري، مرجع سبق ذكره، ص 61.

1- النصّ والتعليق:

التعليق هو صوت شخص يقدم ويشرح الأحداث دون الحاجة لظهوره على الشاشة أمام المتفرج، فيعتمد كاتب السيناريو على تحديد وكتابة كل تفاصيل ما سيقوله المذيع أو المقدم في البرنامج.

2- المقابلات والحوار:

في هذا الشكل من النصوص الغير الكاملة لا يعتمد الكاتب أو مقدم البرنامج على نص مكتوب أمامه ولا يتحكم في عناصر البرنامج هي الآخر بل يقتصر على تحديد الحظوظ الرئيسية للبرنامج والنقاط والجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه¹.

د - الاتصال والتنسيق:

وهي المرحلة الأخيرة من عناصر البرنامج التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمقدار سواء لتجميع المعلومات أو الضيوف أو غيرهم وكذلك التأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب.

هـ - الإنتاج:

يقوم بها المنتج مع اتفاق مع العاملين داخل الاستديو بحيث يقع على عاتق المنتج إعداد دليل للبرنامج الذي يتضمن المعايير الفكرية، الفنية، التقنية، المالية واللوجستية وإعداد قائمة، وكشف الإنتاج الشهري أو التفضيلي للحلقات وأيضا وضع محاور الحلقة واختيار الضيوف والإشراف على تنفيذ تلك العناصر وأيضا توجيه ومساعدة المقدمين والمذيعين بخصوص الأداء والمظهر والتنسيق مع الطاقم الفني بهدف إخراج البرنامج في أفضل صورة².

¹ - محمد الجفيري، مرجع سبق ذكره، ص 73.

² - المرجع نفسه، ص 77.

خامساً: التخطيط ومعيّار التوقيت لبث الخبر الرياضي التلفزيوني.

تعدّ عملية التخطيط لبث الخبر التلفزيوني الرياضي أحد أبرز المهام التي يجدر وضعها صوب الأعين عند التخطيط للبرنامج التلفزيوني، كون الخبر المادة الأساسية والأولى لجميع الأشكال والقوالب الفنية الإعلامية الأخرى، وفيما يلي نتوقف عند الخبر وأسس التخطيط الأمثل لوقت بثه. فالخبر الرياضي الإذاعي هو أحد أشكال الإعلام الشفهي الذي يعتمد على الكلمة المنطوقة لإيصال معنى أو رسالة ما إلى المستمع بحيث يتعامل المشاهد مع الخبر الرياضي التلفزيوني من خلال شخص يقدم أي لا يتعامل مع نص جامد مكتوب الأمر الذي أكد على الطابع الشخصي للخبر التلفزيوني.

وفن التحرير يقوم على أساس الاختيار الدقيق والمناسب للكلمات التي تعبر تماماً على المعاني وترتيبها بشكل مناسب فإنّ الفن الإذاعي يقوم على أساس نقل وتوصيل الكلمات ومعانيها إلى المستمع من خلال الكلمات المسموعة بالترويج مع الصورة ويجب تقديم هذا الخبر وفق قواعد علم الاتصال التي تضيف على الموضوع وأيضاً بطبقة الصوت ومنهج وكذا خبرة الإلقاء بالإضافة إلى سرعة أو بطء الإيقاع وأحاسيس وانفعالات، وفيما يخص الصورة ولكون الخبر الرياضي التلفزيوني لإيصال المتلقي كوجود موضوعي مستقل بل يصل الخبر التلفزيوني إلى المشاهد من خلال شخص معني له شكل وصوت وكذا حضور معين وحتى يرتدي ثياباً معينة ليعطي المشاهد انطباعاً معيناً ولشخصية المذيع دوراً هاماً في إيصال الخبر.

ونظراً لانتسام الخبر الرياضي التلفزيوني بالآنية وسرعة الإيقاع يستلزم تقديمه وفق إيقاع سريع صوتاً وصورة يتناسب مع مادته وموضوعه وكذلك الجمهور لهذا يجب التمتع بقدر كبير من المرونة والابتعاد عن الجمود والنمطية في عملية تحرير الخبر الرياضي التلفزيوني¹.

¹ - خصور أديب، مرجع سبق ذكره، ص 231.

يتم تحديد الوقت اللازم للخبر داخل النشرة أو الموجز أو البرنامج على ضوء الاعتبارات التالية:

1- أهمية الحدث:

أي حسب أهمية الحدث وطبيعته وعناصره ووزنه الإعلامي الخبري (جدة، أهمية الخبر، ضخامة الأسماء وكذا آثار ونتائج هذا الخبر).

2- القيم المرئية:

ونقصد بذلك مدى توافر مادة مصورة وحية وجذابة وأيضا جديدة عن الحدث وحتى إمكانية إيجاد أو خلق ووضع هذه المادة المصورة كالأرشيف ووكالات الأنباء المصور.

3- إهتمام مزاج الجمهور:

يبقى الجمهور هو الغائب الحاضر في كل (حصة من لحظات إعداد الخبر الرياضي فالوصول للجمهور وإعلامه هو الهدف الأساسي للخبر والمادة الإعلامية، فبالتالي يجب الإحساس بالجمهور ومعايشته لمعرفة اهتمامه ورغباته، وهذا ما يقع على عاتق الصحفي الرياضي ففهم الجمهور يعتبر من أهم العوامل التي لها دورًا ملموسًا في عملية إعداد الخبر التلفزيوني وتحريره وفهم الجمهور لا يعني بالضرورة ملازمته بل التقرب منه بأكبر قدر ممكن لمعرفة المادة المناسبة له وتقديمها بالمستوى المناسب وخاصة في الوقت المناسب.

الفصل الثاني

النشاط الرياضي والاحترافية

المبحث الأول: ماهية الرياضة.

المبحث الثاني: الطبيعة الاجتماعية للرياضة.

المبحث الثالث: الرياضة والاحترافية.

المبحث الرابع: علاقة الرياضة بالمجالات الأخرى.

المبحث الأول

ماهية الرياضة

أولاً: تعريف الرياضة.

ثانياً: تاريخ الرياضة.

ثالثاً: أنواع الرياضة.

رابعاً: أهداف الرياضة.

خامساً: أهمية الرياضة.

المبحث الأول: ماهية الرياضة.

قبل الخوض في ماهية الرياضة الوقوف على أبرز محطاتها سيسلط الضوء على مفهوم النشاط البدني الرياضي، إذ تعددت له التعريفات وفيما يلي نستعرض بعضها: عرفه "تشارلز بيوكر" "Bucher. T" سنة 1987 بأنه ذلك النوع من النشاط الذي ينمي القدرة الجسمية في الإنسان عن طريق الأجهزة العضوية المختلفة وينتج عنها القدرة على الشفاء ومقامة اللعب.

وفي تعريف آخر يقصد بالنشاط الرياضي الألعاب التنافسية والتي تشمل النشاط البدني ولها أسس وقواعد معترف بها ولها نظام خاص بتسجيل الأهداف لتحديد الفائز من بين المشتركين في هذا النشاط.

ويرى كل من "محمد حسن علاوي" و"محمد نصر الدين رضوان" أنّ النشاط البدني الرياضي أحد الأنشطة البشرية الهامة التي تهدف إلى تربية الفرد تربية شاملة ومنتزعة ويشير إلى أنّ لكل نشاط خصائصه التي ينفرد بها عن غيره من الأنشطة الأخرى سواء بالنسبة لطبيعة أو مكونات أو محتويات أو متطلبات نوع النشاط.

ويشير "عمرو بدران" أنّ النشاط الرياضي بأشكاله هو ذلك النشاط الحركي الذي يمارسه الإنسان ممارسة إيجابية فردي أو جماعة وفقا لقوانين وقواعد محددة بحيث يحدث تغيرات بدنية، عقلية، اجتماعية ونفسية تمكنه من التكيف مع أقرانه والبيئة المحيطة به¹.

أولاً: تعريف الرياضية.

كلمة مشتقة من الأصل اللغوي اللاتيني "Diport" وفي اللغة الإنجليزية والفرنسية "Sport" والأصل الايتيمولوجي لها هو "Disport" ومعناها التحويل والتغيير، ولقد حملت معناها ومضمونها من الناس عندما يحولون مشاغلهم واهتماماتهم بالعمل إلى التسلية والترويح من خلال الرياضة، وهي تدل على معنى اللعب أو التسلية، أما في اللغة العربية

¹ - رمضان ياسين، علم النفس الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2007، ص ص 54 - 55.

فهذه الكلمة مشتقة من أصل "راض" بمعنى رياض ورياضة، أي طوعه وكيفه وقال أهل اللغة هي استبدال الحال المذمومة بالحال المحمودة، وقال بعض الحكماء هي الإعراض عن الإعراض الشهوانية، وقيل الرياضة ملازمة الصلاة والصوم والمحافظة أثناء الليل والنهار عن موجات الإثم وسد باب النوم، والرياضة عبارة عن تهذيب الأخلاق النفسية، وعند الأطباء الرياضة هي الحركة التي يحس منها بالتعب لحفظ الصحة¹.

والرياضة هي أحد الأشكال الرامية للظاهرة الحركية لدى الإنسان وهي طور متقدم من الألعاب وبالتالي من اللعب، وهي الأكثر تنظيماً والأرفع مهارة، وتتميز الرياضة عن بقية ألوان النشاط البدني بالاندماج الخالص زمن دونه لا يمكن أن يعتبر النشاط رياضة أو تسبب إليها كما أنها مؤسسة على قواعد دقيقة لتنظيم المنافسة بعدالة ونزاهة وهذه القواعد تكونت على مدى التاريخ سواء قديماً جداً أو حديثاً والرياضة نشاط يعتمد بشكل أساسي على الطاقة البدنية للممارسين وفي شكله القانوني على عناصر مثل: الخطط وطرق اللعب².

ثالثاً: تاريخ الرياضة.

اهتم فلاسفة اليونان إهتماماً كبيراً بالرياضة، ونجد على سبيل المثال أن سقراط (469-399 ق.م) تقدر عنايته بتثقيف العقل وتهذيب الروح كانت عنايته أيضاً بتربية البدن وكان صحيح الجسم شديد التحمل، وإن كان ينتقد الرياضة العنيفة، فهو يرفض الإفراط في أي شيء وقال أفلاطون (420-348 ق.م) أن الموسيقى والرياضة يخدمان غرضاً واحداً هو تطوير الروح وتهذيبها والرياضة تكسب الجيم جمالاً وكمالاً وبهذا تساعد على تهذيب الروح بطريقة غير مباشرة وأن الرياضة والموسيقى لا غنى لأحدهما عن الآخر، وقال أن للرياضة البدنية قيمة كبيرة للإنسان.

¹ - علاء طاهر مبارك، الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، رسالة ماجستير منشورة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، 2007.

² - أمين أنور الخوري، أصول التربية البدنية والرياضية، دار الفكر العربي، دط، القاهرة، 1996، ص 32.

وكاد أرسطو يطالب أن تهتم التربية أولاً بتربية الجسم ثم تدريب العقل حتى يصبح منطقياً وأن تربية الجسم تربية صحيحة تؤدي في النهاية إلى خلق العقل السليم الراجح. وقد نادى غالبية فلاسفة العالم على مر العصور بالاهتمام بالرياضة ومن أبرزها "مارتن لوتر" و"جون لوك" و"جون جاك روسو" وغيرهم ونستطيع أن نميز في العصور الوسطى بين أصناف الرياضة التي هي حكر للطبقة الخاصة من الاقطاعيين والفرسان (المبارزة مثلاً)، وبين أضاف الرياضة التي تمارسها الطبقات الشعبية كالألعاب التقليدية ذات الشكل البدائي¹.

ثانياً: أنواع الرياضة.

تختلف الرياضات عن بعضها البعض من حيث كيفية اللعب وتصنيفها وتقسم إلى أقسام عدّة منها:

1- الرياضة القتالية:

تتمثل في مبارزة شخص لشخص آخر ضمن قواعد وضوابط محددة.

2- ألعاب القوى:

تعدّ من الرياضات الإنسانية في الألعاب الأولمبية بالإنجليزية Olympic Games، ومن أمثلتها ما يلي:

- رياضة الوثب
- رياضة العدو
- رياضة الرمي.

¹ - محمد كمال أمير، عصام بدوي، التطور العلمي لمفهوم الرياضة، مكتبة النهضة المصرية، دط، القاهرة، 1982،

3- الألعاب الجماعية:

وهي من أفضل أنواع الرياضة، سميت بهذا الاسم، نظرا لأنها تلعب من قبل شخصين أو أكثر وبعضها من قبل أفرقة ومن أمثلتها ما يلي:

- رياضة كرة القدم.
- رياضة كرة السلة.
- رياضة كرة القدم الأمريكية.
- رياضة كرة اليد.
- رياضة الهوكي Hokey.

4- ألعاب القوة:

تشمل على الرياضات التي تتطلب قوة العضلات لإتمامها ومن أبرز أمثلتها:

- رياضة كمال الأجسام.
- رياضة رفع الأوزان.

5- رياضة التسلق:

والتي تتضمن تسلق المرتفعات ومن أمثلتها:

- تسلق الجبال.
- تسلق الجليد.

6- رياضة ركوب الدراجة:

تشمل الدراجات الهوائية والنارية بالإضافة إلى أنواع أخرى من الدراجات.

7- الرياضات المائية والتحكيد:

تشمل تحكيد القوارب والكرة النائية والغوص وغير ذلك.

8- الرياضة الإلكترونية e- sport:

هي رياضة حديثة غريبة نسبياً من أنواع الرياضة المنزلية تختلف عن الرياضات الأخرى بأنها لا تتطلب أي مجهود من الإنسان بل تلعب على الأجهزة الحاسوبية ويكون التحدي عادة بين أفراد أو فرق تنافس بعضهما البعض على الشبكة وأصبحت هذه الرياضة مصدراً لكسب المال للمحترفين إذ قد تصل جائزة المنافسات إلى ملايين الدولارات. وتوجد عدة تصنيفات رياضية مختلفة كما سبق ذكره لا يمكن حصرها وذلك لأن أسباب نشأة الرياضيات عديدة ويمكن لكل رياضة أن تلد رياضة أخرى نسبية لها¹.

رابعاً: أهداف الرياضة.

إنّ الهدف الأول للرياضة هو العناية بالكفاءة البدنية أي بصحة الجسم ونشاطه ورشاقته وقوته، كما تهتم بنمو الجسم لكي يتمكن من القيام بوظائفه واكتساب مختلف المهارات الحركية، كما أنّ للرياضة أثراً كبيراً في تكوين شخصية الإنسان وتحسين أفكاره وخبرته وحلقه ونموه الاجتماعي، ويمكن تحديد أهداف الرياضة بالصفة التي وصفتها لجنة التربية البدنية والرياضية في المجلس الأعلى لرعاية الشاب بالقاهرة كما يلي:

- تنمية المهارات الناجعة وصيانتها.
- تنمية الكفاءة العقلية والذهنية.
- تنمية المهارات النافعة للحياة.
- تنمية الفرد اجتماعياً.
- التمتع بالنشاط البدني والترويحي وشغل أوقات الفراغ.
- ممارسة الحياة الصحية السليمة.
- تنمية صفاته القيادية الصالحة والتعبئة الكريمة بين المواطنين.

¹ - هديل شلش، أنواع الرياضة، موقع إلكتروني تم زيارة الموقع يوم 27 ماي 2023 على الساعة 10:13

- إتاحة الفرص للناشئين للوصول إلى البطولة وتنمية الكفاءات والمواهب الخاصة، أي كسب الجيل الناشئ، للعادات والمهارات التي تؤثر في قوامه وتناسب جسمه وعضلاته ومفاصله، كما أنها تعنتي بصحته في كل مرحلة من مراحل نموه. وعلى هذا يمكننا فهم الرياضة بأنها جزء بل فن من فنون التربية العامة التي تهدف إلى إعداد المواطن الصالح جسميًا، عقليًا وخلقياً¹.

خامسًا: أهمية الرياضة.

ما لا يختلف عليه اثنان هي قيمة الرياضة ومدلولها في النسق الاجتماعي المركب البالغ التعقيد الذي يسعى إلى تنشئة الفرد السوي الشخصية يتفاعل إيجابيا مع عديد المتغيرات التي يفرضها الواقع، ولعل من أبرز الكتابات التي تظهر أهمية النشاط البدني ما ذكره "سقراط" "Socrats" بقوله على المواطن أن يمارس التمرينات الرياضية للحفاظ على لياقته البدنية كمواطن صالح يخدم شعبه، ويستجيب لبداء الوطن، إذا ما دعا الداعي. ورغم ما يحمله هذا المعنى من نزعة قومية إلا أنه بين أهمية ممارسة النشاط البدني لما له من أثرا اجتماعية تعود بالفرد والمجتمع في أن واحد ويعتقد المفكر "هوربيرت ريد" H. Read "أن الرياضة تمدنا بتهديب الإرادة.

وفي العصر الحديث تطورت فلسفة الرياضة من مجرد أداة مساعدة على النضج البدني للفرد إلى وسيلة مساعدة على النضج الكامل للإنسان في جميع النواحي، حيث تتيح له فرص تعلم المهارات المختلفة بكيفية ناجحة، خاصة تلك المهارات الحركية التي يحتاجها في حياته اليومية، فضلا عن تنمية الوظائف الفيزيولوجية السليمة والمحافظة عليها من خلال الأنشطة العضلية فيما يطلق عليها اسم اللياقة البدنية والتربية البدنية من شأنها أن نرود الفرد بذاته الجسمية، حيث يدرك قدراته وكذلك حدوده، فيعمل على تنميتها وتطويرها كما تثري لديه الحس الفني والذوق الجمالي من خلال أنشطتها التعبيرية والإبداعية

¹ - فايز مهنة، التربية البدنية الحديثة، دار الأطلس للدراسات، دط، دمشق، 1975، ص 45.

كالمهارات العالية وتنتج له مواقف التعليم واعتياد المنافسة مثلما تنتج له فرصة التعاون مع الآخرين في سبيل إنجاز الأهداف العامة¹.

¹ - أنور أمين الخولي، الحمامي محمد، مفهوم التربية الحركية، سلسلة الثقافة، الرياضة، معهد البحرين، الرياض، العدد 11، المنامة، 1993، ص 105.

المبحث الثاني

الطبيعة الاجتماعية للرياضة

أولاً: دلالة الرياضة في المجتمعات.

ثانياً: دور الرياضة في التنمية الاجتماعية.

ثالثاً: الرياضة وتنمية المهارات الحياتية.

رابعاً: أبعاد العمل الاجتماعي في الفريق الرياضي.

المبحث الثاني: الطبيعة الاجتماعية للرياضة.

أولاً: دلالة الرياضة في المجتمعات.

إنّ النشاط البدني والحركي للإنسان من الظواهر الاجتماعية الثقافية المرتبطة بالإنسان منذ أن خلق الله الأرض وما عليها، وعندما يناقش علماء الاجتماع أنظمة الإنسان الاجتماعية فإنّه من السذاجة أن يتم تجاهل الرياضة والألعاب والترويج بغض النظر عن الشكل الذي يتخذه النشاط البدني، فهو من الثوابت الاجتماعية ذات الأهداف الاجتماعية الواضحة حتى لو كان المجتمع بسيطاً في تركيبته الاجتماعية إلى درجة البدائية وكلما تعقدت المجتمعات زادت الحاجة إلى ظهور نظام جديدة أكثر تخصصاً في مواجهة المتطلبات والحاجة الاجتماعية وهذا ما أدى إلى بزوغ نظم كالرياضة وهذا ما عمل على استقلال نظام حديث هو نظام التربية البدنية من أجل أهداف تربوية اجتماعية.

وينبغي أن لا يقتصر مفهوم الرياضة على التصور الضيق المرتبط بإنجاز أهداف تنافسية خالصة، بل الرياضة مفهوم أكثر ثراءً واتساعاً على المستوى الاجتماعي للرياضة وجه اتصالي يؤثر في إغناء التفاعل بين البشر فهي تتطوي على معاني عميقة ترتبط في تحليلها النهائي بمجموع العلاقات الاجتماعية بحيث أن الأداء البدني ذاته لا يعدو أن يكون جزءاً من كل¹.

ويعتقد "الاسون" أنّ الرياضة تقدم وسطاً شخصياً واحداً مع أقل حد من قيود العلاقات الاجتماعية التفاعلية وبذلك يتجه الإنسان أثناء ممارسة الرياضة إلى النسق الطبيعي، فنخف من قيد النسق الاجتماعي التي تتقل كاهله كالمكانة أو الوظيفة الاجتماعية وتابعتها من أمور قد تحد حرية الإنسان وتقيد تصرفاته².

¹ - أمين أمور الخولي، الرياضة والمجتمع، دط، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1994، ص 47.

² - المرجع نفسه، ص 23.

ثانيًا: دور الرياضة في التنمية الاجتماعية.

تتيح الأنشطة الرياضية مناخًا اجتماعيًا ثريًا بالتفاعلات الاجتماعية وتكسب الممارس قيمًا وخبرات وحصائل اجتماعية ايجابية والتي منها التطبيع والتنشئة الاجتماعية والتكيف مع المجتمع، كما تتيح النشاط الرياضي القيم الاجتماعية بالمشاركة الايجابية التي تنمي المكانة الاجتماعية والتي تتطلب الانضباط الذاتي والتعود على القيادة والتبعية والروح الرياضية والتعاون، كما يساعد على إتاحة حدوث المتعة من خلال الجماعة مع توفر تنمية الذات المنفردة ويتيح متنفسًا للطاقات مقبول اجتماعيًا.

ويساعد النشاط الرياضي على التكيف الاجتماعي من منطلق إتاحة فرص غنية للتعرف على المجتمع ومعاييره ونظمه وهذا ما أكدته الكثير من الدراسات ومنها دراسة "أولسون Olson" التجريبية على الأطفال في المرحلة الابتدائية أوضحت النتائج أكثر برنامج رياضي على تحسين المهارات الحركية وعلى التكيف الاجتماعي للأطفال.

وأوضحت نتائج دراسية نتائج دراسة "ليمان وروتين" Lyman – Witty إذ أوجه النشاط الذي يقبل عليه الأفراد تشكل أساس التفاعل الاجتماعي لهم، وهذا ما أكدته دراسات عديدة كدراسة "كوثر رواش" 1985، ودراسة "نبيلة منصور" 1979 من تحسين التكيف الاجتماعي للتلاميذ نتيجة لممارسة النشاط البدني الرياضي.

كما أنّ هناك بعض الجوانب الاجتماعية والخبرات التي يمكن أن يتعلمها الفرد بشكل غير مباشر والتي أطلق عليها "ايجلستون" بالمنهج الخفي كتقبل قيم الآخرين احترامها التسامح خيال الأمور السلبية في الحياة¹.

¹ - مكارم حلم أبو مرجة وآخرون، مدخل التربية الرياضية، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2002، ص ص 45-

ثالثاً: الرياضة وتنمية المهارات الحياتية.

أي من أهداف المؤسسات التعليمية هو إعداد الفرد ليكون عنصراً إيجابياً يستطيع أن يتكيف مع متطلبات العصر الحديث بإيجابيات وسلبياته وهذا يتطلب اكتسابه للمهارات الحياتية الأساسية اللازمة للتفاعل الناجح في الحياة، وهي مهارات تمتاز ما بين المهارات الذهنية والعملية.

وبما أنّ النشاط البدني الرياضي التعليمي المبني على استراتيجيات عمية حديثة يسهم في تحسين صحة الأفراد كحاجة من حاجاتهم وحاجات المجتمع وكذا تنمية المعارف والصفات البدنية ولمهارتيه والنقود على ممارسة الرياضة بانتظام والمنافسة الشريفة أثناء اللعب وتنمية مجموعة من الكفايات النفسية والاجتماعية والمهارات الشخصية التي تساعدهم على اتخاذ القرارات وحل المشكلات، بالإضافة لزرع النافذ والإبداعي والاتصال الفعال وبناء علاقات صحية والتعاطف مع الآخرين، وكذا استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما يتناسب مع العصر.

وفي هذا الصدد أكد كل من "أندرسون Anderson 1997" و"ليكر Laker 2000" أن اكتساب المهارات الحياتية التي تؤدي إلى اتحاد الفكر مع الجسد يتم من خلال الأنشطة الرياضية ويشير "جوداس" Goudas 2006 أنّ النشاط البدني الرياضي بيئة مناسبة لتعلم المهارات الحياتية وذلك لكون العديد من المهارات التي يتعلمها الفرد من خلال الرياضة هي منقولة لمجالات الحياة الأخرى، حيث تشمل هذه المهارات القدرة على انجاز العمل تحت الضغط وحل المشكلات وكذا إدارة الوقت ووضع الأهداف والتواصل والتعامل مع النجاح والفشل والعمل مع أعضاء الفريق ضمن نظام العمل الجماعي وأخيراً تقبل النتائج والفائدة من ذلك¹.

¹ - محمد الحمامي، الرياضة للجميع، الفلسفة والتطبيق، دط، مركز الكتاب للنشر، 1998، ص ص 36 - 37.

رابعًا: أبعاد العمل الجماعي في الفريق الرياضي.

يعتبر العمل الجماعي في الفريق الرياضي من مظاهر التفاعل الحركي بين أعضاء الفريق وتعبّر عن نوع العلاقات الحركية المتبادلة بين أعضائه، وحيث يعتبر من أهم الظواهر التي يجب التعرف عليها وعلى حجمها وأبعادها في الفريق، فإنجاز الفريق ما هو إلا ثمرة التعاون بين أعضائه بحيث يجعلهم وحدة حركية واحدة يصعب تشتت أدائها ويمكن التعرف على العمل الجماعي في الفريق من خلال الأبعاد التالية:

1- في ضوء تحقيق الأهداف:

في مواقف العمل الجماعي تكون الأهداف الحركية للفريق متجانسة أي أن جميع أعضاء الفريق يتبنون أهداف حركية واحدة من أهداف الفريق، بحيث يعمل موقف العمل الجماعي في أن ييسر تحقيق الهدف بواسطة أحد الأعضاء وتحقيق باقي الأعضاء لأهدافهم.

2- في ضوء الاعتماد المتبادل:

إنّ العنصر الأساسي الذي يحيل جمعا من اللاعبين إلى فريق رياضي هو الاعتماد على بعضهم البعض وتتميز مواقف العمل بينهم بنوع من الاعتماد المتبادل الإيجابي بين كل أعضاء الفريق ويظهر سلوك العمل الجماعي في الفريق من خلال المهارات التبادلية تساعد على اختراق دفاعات الخصم وفي تسجيل الأهداف.

3- في ضوء الدوافع:

إنّ الدوافع في مواقف العمل للفريق هي دوافع مشتركة يحب الأعضاء خلالها عن النتائج التي تعود عليهم بالفائدة إلا أنّ هناك مواقف تنافسية في الفريق أين يسعى كل لاعب إلى النتائج التي تعود عليه بالفائدة بغض النظر عما يعود على باقي أفراد الفريق.

4- في ضوء الإثابة المتوقعة:

في العمل الجماعي يتوقع جميع المشاركين فيه توزيع الإثابة عليهم إلا أنّ هناك من أعضاء من يسعى خلال اللعب من أن يحقق النتائج منفردا دون معاونة زملائه وكثيرا ما يعوق هذا العنصر بقدّم الفريق وهذا النوع من التنافس غير مرغوب به ويجب الحد منه خلال توجيه الإثبات للأعمال الجماعية في الفريق والأعمال الفردية التي تكون من خلال عمل جماعي لا من عمل فردي مطلق¹.

¹ - أحمد أمين فوري، طارق محمد بدر الدين، سيكولوجية الفريق الرياضي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 83-84.

المبحث الثاني

الطبيعة الاجتماعية للرياضة

أولاً: تعريف الاحتراف الرياضي.

ثانياً: التطور التاريخي لمفهوم الاحتراف الرياضي.

ثالثاً: الفرق بين الاحتراف الرياضي والهواية.

رابعاً: عناصر الاحتراف الرياضي.

خامساً: أهمية الاحتراف الرياضي.

سادساً: إيجابيات وسلبيات الاحتراف الرياضي.

المبحث الثاني: الطبيعة الاجتماعية للرياضة.

أولاً: تعريف الاحتراف الرياضي.

يمكن تعريف الاحتراف الرياضي في أن يقوم بطلاً أو رياضياً بأداء وممارسة الرياضة ويكون له دخل من هذا العمل وفق عقود أو شروط يتم الاتفاق عليهما مسبقاً، أي الاتجار والتفتيش من ممارسة الرياضة¹.

ويعرف أيضاً على أنه اللائحة التي يمارس من خلالها شخصاً بنشاط رياضياً معنوياً ليعود عليه بفائدة خاصة، وتكون تلك الفائدة مادية في أغلب الحالات ويرتبط الاحتراف دائماً بالثراء ولذلك ينتشر الاحتراف في الدول الأوروبية والأمريكية².

ثانياً: التطور التاريخي لمفهوم الاحتراف الرياضي.

مرت الرياضة بتوجهها نحو الاحترافية التي نعرفها نحن اليوم بالعديد من المحطات التي جاءت تزامناً مع تطور حياة الإنسان ومن أبرز هذه المحطات:

1- الاحتراف الرياضي عند الفراعنة:

يعتبر الفراعنة أول من مارس الرياضة في العالم ولقد تجسد مفهوم الاحترافية عندهم في التنفس على مراكز الحكم تحت شعار العقل السليم في الجسم السليم.

2- الاحتراف الرياضي عند اليونان:

عرف اليونان الاحتراف من خلال المسابقات الرياضية التي كان يتم إجراؤها في سبيل الحصول على هدايا رمزية.

¹ - عبد الحميد عثمان الحنفي، عقد احتراف لاعب كرة القدم، دط، كلية الحقوق، الكويت، 1995، ص 18.

² - إسماعيل حامد عثمان، التحديات التي تواجه الدورات الأولمبية في القرن الحادي والعشرون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص 41.

3- الاحتراف الرياضي عند الرومان:

دخلت الرياضة عند الرومان في إطار الاحترافية ضمن دائرة التنافس بين المدن والقرى المختلفة من أجل إثبات الوجود والقوة.

4- الاحتراف الرياضي في العصور الوسطى:

في هذه المرحلة دخلت الهواية إلى الرياضة باعتبارها وسيلة لتعليم الأطفال ولكن ظل الاحتراف أكثر سيطرة على المنافسات الرياضية.

5- الاحتراف الرياضي في القرن التاسع عشر:

ساد مفهوم الهواية في هذه المرحلة قمع بداية الألعاب الأولمبية الحديثة في عام 1896 في أثينا تم فتح الباب للهواة رغبة في تحقيق نتائج مشرفة وتزامنا لأخطار الإحتراف التي قضت على التاريخ الأولمبي القديم.

6- الاحتراف الرياضي في القرن العشرين:

رغم الانتشار السريع للهواية في الرياضة خلال القرن العشرين وطغيانها على الاحتراف، إلا أنّ هذا الأخير بدأ يسجل حضوره في العديد من أنواع الرياضات على غرار كرة القدم، أي تم السماح للاعبين المحترفين بالاشتراك في دوريات الألعاب الأولمبية هو الأمر الذي بدأ في دورة "سيول" سنة 1988¹.

ثالثاً: الفرق بين الاحتراف الرياضي والهواية.

يجدر بنا التمييز بين الرياضة في شكلها وصفتها الاحترافية والرياضة ذات الطابع الهواياتي، حيث يختلف الرياضي المحترف والرياضي الهواوي، وفيما يلي نجسد بعض نقاط الفرق بينهما.

¹ - بن عبد الرحمان سيدي علي، مداخلة بعنوان الإعلام الرياضي ودوره في تعزيز ثقافة التوجه الاحترافي لكرة القدم الجزائرية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، ص 04.

- الهواية تهدف إلى الاشتراك في الرياضة من أجل الرياضة عينها وقضاء الوقت بطريقة صحيحة وفي الاحتراف يتم ذلك من أجل المكاسب المادية المالية.
- الهواية لا تهدف إلى المكاسب المادية بينما الاحتراف يتم من أجل الوصول إلى المكاسب المادية ولو كانت الأساليب غير تربوية.
- في الهواية يكون الإشراف في المسابقات الرسمية وفق برامج الاتحادات واللجان الأولمبية بينما الاشتراك في مسابقات الاحتراف يتوقف على المسابقات ذات الأعلى وفي الأوقاف التي تناسب الجهة المتعاقدة.
- يستطيع الرياضي الهاوي يتمتع بإجازته وفق ميوله ورغباته بينما يرتبط المحترف ببرامج تدريبية طويلة المدى، وتكون الإجازة بما يتوافق برنامج التدريب والمسابقات الرسمية.
- التقصير في أداء الواجبات خلال التدريب والمسابقات للهاوي يكون ناتجة بالبحث ودراسة لمعرفة الأسباب حتى لا يتكرر مستقبلاً بينما التقصير في أداء الواجبات في التدريب والمسابقات للمحترف، يقابله خصم المبلغ من طرف الجهة المتعاقدة.
- الأموال التي تقاضاها الهاوي لا ترتبط بأي مكاسب مادية لشخصه ولا تزيد عن تغطية مصاريف النقل والملابس وفق العائد المادي من العمل، أما بالنسبة للمحترف... فبمكاسبه ترتبط بشخصه نسبة للمتفق عليه في العقد بما فيها التدريب.... وتعرضه للخطر.
- إصابة الهاوي تكون النفقة على عاتق اللجنة الأولمبية، كما يمكن أن يأمن من طرف الاتحادات. أما المحترف فيتوقف علاجه وتأمينه حسب نصوص التعاقد المتفق عليها¹.

¹ - مزروع السعيد، الرياضة بين الواقع والإحتراف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010،

4- عناصر الاحتراف الرياضي:

ولكي يتحقق الاحتراف الرياضي يجب أن يتصف النشاط الرياضي بمجموعة من معايير، وغياب معيار واحد من بين هذه المعايير يفقد الرياضة ارتباطها بالاحترافية إذ يجب أن يتصف النشاط الرياضي الانتظام والاستمرار وأن يكون عقد احتراف مبرم بين الرياضي والنادي وهذا ما تنص عليه اللوائح القانونية للاحتراف في المجال الرياضي، ويمكن اعتبار الرياضي باختلاف الرياضة التي يمارسها ويزاولها، إذ توفرت فيه عناصر ثلاثة التالية التي سنخصص لها أكثر تفصيل...

1- الانتظام والاستمرارية في مزاوله الرياضة.

2- إذ تشكل الرياضة التي يمارسها الرياضي المحترف مصدر رزقه الرئيسي.

3- إذ يكون هناك عقد احتراف بين الرياضي والنادي أو الفرق... الرياضية.

1- إنتظام واستمرارية ممارسة الرياضة:

يشترط على الرياضي المحترف أن يتخذ الرياضة التي يزاولها مهنة يباشرها بصفة منتظمة ومستمرة، أي أنه يكرس كل وقته وبطريقة منتظمة ودورية لممارسة هذه الرياضة ومن ثم لا يتوفر لديه أي وقت آخر لممارسة نشاط مهني آخر، وهذا ما نص عليه دائماً لوائح الاحتراف. والمادة 26 من النظام الأساسي للجنة الأولمبية تعرف الرياضي الهاوي بأنه الذي يمارس الرياضة كنشاط غير رئيسي، وأن اللاعب المحترف هو الذي يمارس الرياضة على أنه حرفته الأساسية ومن ثم يمارسها بانتظام واستمرار¹.

¹ - تومي صونيا مباركة، عقد لاعب كرة القدم، كلية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2006 - 2007،

2- الرياضة هي مصدر رزق رئيسي للرياضي:

الانتظام والاستمرار في ممارسة واحتراف الرياضة لا يستوفي شروط الرياضي المحترف، إذ علاوة على ذلك يجب أن يكون الأجر الذي يحصل عليه اللّعب نظير ممارسة للرياضة هو مصدر رزقه الرئيسي إذ يعتمد عليه الرياضي بصفة أساسية في معاشه. فالرياضي لا يتقاضى راتباً شهرياً وفقط بل يحصل كذلك على بدل سكن ومواصلات بالإضافة إلى التأمين الشامل عند الإصابة وتأسيساً على ما تقدم لا يعد الرياضي محترفاً في حين اعتماده في معاشه على عائد يحققه من ملكيته لبعض الأموال، مدام هذا العائد لم يترتب على ممارسة نشاط رياضي يشتغل باللاعب على أنه مهنته الرئيسية.

3- وجود عقد احتراف بين الرياضي وأحد النوادي أو الفرق الرياضية:

ممارسة بعض التدريبات في مكان ما لا يعبر عن حقيقة كون الرياضي الممارس المحترف، ففي هذه الحالة القانون الذي يحتكم إليه هو القانون الذي ينظم الشخص العادي ولكن الأمر يختلف إذا كانت التدريبات التي يقوم بها الرياضي تدخل في اشتراكه في مسابقة فهو في هذه الحالة يتمتع بحماية خاصة تنص عليها اللوائح والقوانين التي تنظم طبيعة الرياضة التي يمارسها يمتنعها، إذ يستمد الرياضي الشرعية والحقوق التامة في الحماية الضمان كونه عضو في إحدى الهيئات الرياضية المنظمة أو المشتركة في المسابقة. وبناءً على ذلك فإنه يلزم لاعتبار الرياضي محترفاً أن يكون مرتبطاً بناديه بعقد احتراف وهذا هو العنصر الأساسي الجوهرى الذي يميز الرياضي المحترف عن الرياضي الهاوي. ولهذا تنص جميع اللوائح الاحترافية على ضرورة وجود عقد احتراف بين الرياضي والأندية الرياضية¹.

¹ - عبد العزيز بن سعد، عبد العزيز العقلي، معوقات إدارة الاحتراف بالأندية دوري المحترفين لكرة القدم، بالمملكة العربية السعودية، كلية التربية، جامعة أم القرى، 2014، ص ص 17، 18.

رابعًا: أهمية الاحتراف الرياضي.

- الاحتراف يتطلب الترفع التام لممارسة الرياضة دون غيرها ويعمل هذا الأخير على تنظيم حياة الرياضي من كافة الجوانب. كما يجب وضع قاعدة لإعطاء الرياضي المحترف صفة مهنية معترف بها لكسب المال.
 - يساعد الإحتراف على انتقال الرياضي من بين الأندية على المستوى الداخلي والخارجي تحت ضوابط تحددها قوانين الرياضة.
 - الرياضي المحترف يتقاضى رواتب وبدلات مالية أساسية وبصفة منتظمة ومستمرة، وهذا فيما يتعلق بالمشاركة في أي مسابقة أو نشاط رياضي دوري منظم.
 - الجهد الذي يبذله الرياضي المحترف هو لقاء أجر متفق عليه وليس مجرد ممارسة حرة للرياضة ولأنه مورد رزق ثابت للرياضي المحترف.
 - التفرغ الكامل لممارسة الرياضة وبشكل مستمر ودائم ومنظم يؤدي حتمًا لإرتفاع مستوى الرياضي قدراته وكفاءاته.
 - يساعد الاحتراف في تنمية الصفات الحميدة ويتجسد في كفاءات المعاملة والحفاظ على مبادئ شرعية المنافسة مع الفرق أو المنافس الآخر.
 - الاحتراف الرياضي ينمي شخصية الرياضي من كل الجوانب بدنيًا وعقليًا ونفسيًا.
- الاحتراف الرياضي يضمن التزام الهيئات، النوادي والفرق في تنظيم وسيرورة وممارسة ومزاولة الرياضة باختلافها للرياضيين، ما يؤخذ الرياضي كل حقوقه عند العجز... الإصابة.... الوفاة وغير ذلك¹.

¹ - كمال درويس السعداني، الاحتراف في كرة القدم (المفهوم، الواقع، المقترح)، ط1، دار الكاتب للنشر، د.ب.ن، 2006،

خامساً: إيجابيات وسلبيات الاحتراف الرياضي.

رغم كون الاحتراف الرياضي حلم ينشده عديد الرياضيين في البحث عن الاستقرار والتنظيم في مزاوله الرياضة خاصيتهم إلا أنّ هذا الأخير لا يمنع من إلهامها بعدد النقائص وفيما يلي سنحص الذكر إيجابيات وسلبيات الإحتراف الرياضي.

1- إيجابيات الاحتراف الرياضي:

- تطوير الرياضة وجعلها في المقام الذي ترقى إليه وإمكانية منافستها لمؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى التي تسعى للتنظيم والتحضير.
- تطوير الفرق، النوادي الرياضية والارتقاء بأدائها في ظل المنافسة النزيهة.
- كون الألعاب الرياضية وعديد التنظيمات والمسابقات مصدر رزق وقوة اقتصادية تميز وتطور الدول.
- كون الرياضة شريان لعديد من المهن الأخرى من إعلاميين، أخصائيين نفسانيين ... دارسين علم الاجتماع، أطباء، والعديد الأخر....

2- سلبيات الاحتراف الرياضي:

- تحول بعض النوادي والفرق الرياضية المحترفة إلى عصابات للمراهقات في تزوير الحقائق والنتائج الرياضية بما يتناسب وسمعتها مكانتها ويكون هذا على حساب رياضيين وأندية أخرى مما يفقد الرياضة غايتها ومصادقيتها للجماهير.
- إنتهاج بعض الرياضيين، الفرق والأندية... أساليب واستراتيجيات ذات ميول مادي أثر مما هو رياضي ما يفقد الرياضي هويته وسرعان ما يأثر على المتابعين والمشجعين والجماهير وهذا منطلق التحويلات والتغيرات للفرق نسبة للعائدات المالية.
- ظهور ما يسمى بالاستقرار المتعلق بحجب القنوات في حين عدم الاشتراك مقابل الإثمان الباهظة ما يسبب ف عزل بعض الرياضات وخلق الطبقة في المجتمع إذ لا تتاح متابعة الألعاب الرياضية لكافة الجماهير الراغبة في ذلك... وهذا ما يتناقض مع مبدأ الرياضة

الذي يحمل في مبادئه الرياضية للجميع بالممارسة والتلقي أو المتابعة الإعلامية بعدد الوسائط المتاحة¹.

¹ - عيسى الهادي وكمال رعاش، الاحتراف الرياضي في كرة القدم، دط، دار الكتاب الحديث، دب، 2012، ص 143.

المبحث الرابع

علاقات الرياضة بالمجالات الأخرى

أولاً: علاقة الرياضة بالسياسة.

ثانياً: علاقة الرياضة بالاقتصاد.

ثالثاً: علاقة الرياضة بالدين.

رابعاً: علاقة الرياضة بالثقافة.

المبحث الرابع: علاقات الرياضة بالمجالات الأخرى.

أولاً: علاقة الرياضة بالسياسة.

اعتمدت الكثير من الدول على ضم كل من مؤسسات رعاية الشباب والرياضة معاً من خلال مؤسسة واحدة إيماناً منها بوثائق الصلة بين الشباب والرياضة ودور الرياضة الأساسي والحيوي في تعهد الشباب وأغلب هذه المؤسسات ينتسب إلى رئاسة الحكومة مباشرة الأمر الذي تسير إلى أهمية تعهد الشباب ورعايته وخطوة إهماله أو تجاهله.

وعن دبلوماسية الرياضة فقد قدمت عبر تاريخها إسهامات عديدة وفعالة في طريق حل المشكلات بين أطراف الصراع الدولي وذلك يعود لطبيعتها باعتبارها وسطاً ممهداً وملائماً وعامل تلطيف في الصراعات ومدخلاً طبيعياً للقاءات الدولة، فضلاً عن قدرتها على الإغلاء والتسامي بعوامل الصراع وتحويلها التي تنافس شريف.

كما تعتمد بعض الدول على رياضيتها البارزين والمشهورين عالمياً بحيث يعتمد بعضهم كدبلوماسيين أو مبعوثين ممثلين لبلادهم في الهيئات العالمية أو لسفراء متجولين كما يتولى البعض منهم دبلوماسية غير رسمية كالدعاية لبلادهم بطرق غير مباشرة فضلاً عن كون الشباب أمل كل مجتمع وسيله الأول لتحقيق التقدم من خلال البرامج التنموية الطموحة ولا يتأتى هذا الأخير إلا بعزم قوة وإصرار الشباب والعديد من السمات التي تميز فترة الشباب من نشاط حركية وديناميكية بما فيها الحسية التي يمكن تمثيلها بالرياضة في حين نلخص هذا الأخير في سواعد الشباب ودورها في بناء كيانات قوية للدول¹.

ثانياً: علاقة الرياضة بالاقتصاد.

يرى عالم الاجتماع الهولندي "ستوكفيس" Stokvis أن تكامل النشاط الرياضية مع المصالح الاقتصادية قد أدى إلى احتلال الرياضة مكانة رفيعة في الحياة الاجتماعية. ويقوم نظام الرياضة على دعائم اقتصادية في جوهرها مثل ميزانيات الأنشطة والبرامج، والأدوات

¹ - أنور الخولي، الرياضة والحضارة الإسلامية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص 123.

والأجهزة أجور المدربين والإداريين مكافأة وحوافز الرياضيين فإنّ الغرض الأولى للعلاقة بين الرياضة والاقتصاد يتصل باعتماد الرياضة على الاقتصاد لتمويل مختلف أوجه نشاطها وللرياضة هي الأخرى دور كبير في تنمية الاقتصاد بحيث يمكن لنا أن نصف العلاقة بين الرياضة والاقتصاد على أنها علاقة أخذ وعطاء فكل منهما يخدم الطرف الآخر بحيث تمول وتعتمد النشاطات الرياضية وكذا الرياضيين دعائم الاقتصاد وهم بدورهم يساهمون في رفع وتنمية هذا الأخير¹.

ثالثاً: علاقة الرياضة بالدين.

قد يبدو للوهلة الأولى أنّ ما يربط نظام الرياضة بنظام الدين، إنما هي روابط قليلة لكن من خلال الدراسة المعمقة لثقافة الإنسان، أصبح اليوم على اقتناع أن الرياضة المعاصرة أصبحت تحمل كل خصائص القضايا الدينية ومؤشراتها.

والسؤال الجدلي الذي يحكم علاقة نظام اجتماعي والرياضة بنظام اجتماعي آخر، كالدين يعبر عن مساحة عريضة من الأفكار والنقاشات، فمن خلال مباحث وموضوعات علم الإنسان/ الأنثروبولوجيا) أمكن التعرف على الكثير من الأصول الثقافية القديمة من حيث اتصالها بالنظم الاجتماعية والمركبات الثقافية، وتفيد الأبحاث الأنثروبولوجيا بأن الكثير من الثقافات القديمة قد ربطت بين إمكانية التأكيد على وجود علاقة بين الرياضة والدين ويؤكد "لوشن" "Luschen" من خلال حضارة المايا القديمة بأمريكا الوسطى وتتجسد هذه العلاقة مثلاً بين ألعاب الكرة التي كان لها مغزى ديني ميثولوجي كأحد أشكال الطقوس المتصلة بالعقيدة الدينية لشعب المايا. وفيما يلي نحدد التشابه بين التقاليد الدينية والتقاليد الرياضية.

¹ - أنور الخولي، مرجع سبق ذكره، ص 141.

- التشابه بين التقاليد الدينية والتقاليد الرياضية:

- كلاهما لديه طقوس قبل وخلال وبعد الحدث.
- كلاهما لديه مبان خاصة للتجمع والقيام بنشاطات خاصة.
- كلاهما لديه إجراءات للتنفيذ.
- كلاهما يستقطب الانتباه الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي والإعلامي.
- كلاهما لديه شخصيات بارزة ورموز دينية ورياضية.
- كلاهما يعتمد على التكرار والانتظار (بالصلاة أو الوحدات التدريبية)، والانتقال والتأثير بالرموز¹.

رابعاً: علاقة الرياضة بالثقافة.

أصبحت الرياضة جزءاً من الثقافة وأصبحت الحياة الرياضية جزءاً لا يتجزأ من الحياة الثقافية، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي وظهرت دراسات هامة تستخدم مصطلح الثقافة الدينية كمرادف أو كبديل للتربية البدنية وتعتبر هذه الثقافة البدنية جزءاً متمازجاً لكل ثقافة، فحقيقة الإنسان بكلتيه كوحدة هو المعنى بالثقافة حيث يعتبرها الخطيب 1989 بأنها تكتسب أهميتها باعتبارها جزءاً من الثقافة الاجتماعية العامة وتتعلق بمسائل تخص مستقبل المجتمع والأمة، وهي النظام المتبع للمحافظة على النمو البدني للفرد واللياقة البدنية والحركية والصحة العامة وهي تشكل نظاماً تربوياً يلبي الاحتياجات الفردية والاجتماعية².

إنّ علاقة الثقافة بالرياضة تكمن في أنّ الثقافة في المجتمع عبارة عن جزء من تراثه تتوارثه الأجيال المتعاقبة وتتفاعل تلك الثقافة مع جميع المتغيرات الأخرى بالمجتمع، وذلك

¹ - أمين أنور الخولي، الرياضة والحضارة الإسلامية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1995، ص 176.

² - منذر هاشم الخطيب، الفلسفة الرياضية بين الحكمة، مطبعة التعليم العالي في الموصل، دط، بغداد، 1989، ص 126.

من خلال عملية التنشئة الاجتماعية في المجتمع وتشمل الثقافة على الاتجاهات والعادات والتقاليد والمفاهيم والعقائد والعناصر المادية التي يتناولها الأفراد على مر الأجيال.

حيث يرى حسن الباهي 2001 بأن الثقافة يمكن تحليلها إلى عناصر مادية وأخرى غير مادية، فعلى سبيل المثال العناصر المادية في مجال الرياضة تشمل الملاعب والأدوات والأجهزة وجميع العناصر الأخرى والتي تخدم الممارسة الرياضية، كما تشمل العناصر غير المادية مثل المعتقدات والقيم والاتجاهات والمعايير الاجتماعية¹.

¹ - إخلاص محمد عبد الحفيظ، مصطفى حسين باهي، الاجتماع الرياضي، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، 2001،

الفصل الثالث

الاعلام الرياضي: الجمهور والتأثير

المبحث الأول: جمهور الإعلام الرياضي.

المبحث الثاني: نظريات تأثير الإعلام الرياضي.

المبحث الثالث: أنواع تأثير الإعلام الرياضي.

المبحث الرابع: تكوين الرأي العام الرياضي.

المبحث الأول

جمهور الإعلام الرياضي

أولاً: مفهوم الجمهور.

ثانياً: المفهوم الكمي العددي للجمهور.

ثالثاً: مراحل تطوّر جمهور وسائل الإعلام.

رابعاً: خصائص البنية الظاهرة للجمهور.

خامساً: مستويات جمهور الإعلام الرياضي.

سادساً: مؤسسات أبحاث الجمهور.

المبحث الأول: جمهور الإعلام الرياضي.

أولاً: مفهوم الجمهور.

يختلف مفهوم الجمهور عن العديد من المفاهيم المتشابهة والتي كثيراً ما يصعب على الباحثين والدارسين التمييز بينها، فلفظ الجمهور يستخدم كترجمة للمصطلحين الإنجليزين Audience و public رغم ما بينهما من إلتاف في مصطلح public يشير إلى المجموع العام للأفراد أو الشعب في مجتمع ما، بينما يشير مصطلح Audience إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون أياً من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد بفطرته جزءاً من public بينما يلزم لكي يكون جزءاً من Audience أن يقوم بعمل ما كان يقرأ أو يشاهد أو يستمتع بصفة عامة فقد اختلفت تعاريف الجمهور باختلاف الأبحاث والدارسين وتجدر الإشارة إلى أنّ الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهيري تتجنب استخدام مصطلح الحشد MASS الذي يشير إلى قيام الأخير بدور في العملية الاتصالية، فمصطلح جمهور المتلقين يأخذ من مفهوم الحشد الكثرة العددية والتباين بين سمات أفرادهِ ويأخذ من مفهوم المتلقي Audience التفاعل والمشاركة والإيجابية¹.

ثانياً: المفهوم الكمي العددي للجمهور.

مجموع الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعته أو لقناة تلفزيونية أو لصحفية أو لموقع إلكتروني أو مجموع جمهور هذه الوسائل مجتمعة. أي مجموع الأشخاص الذين تتوفر فيهم ولديهم خصائص معينة تهم المرسل للرسالة الإعلامية من مثقفين وشباب وريبات بيوت وأجراء ومستهلكين وأجراء ومستهلكين، ويخفي هذا المفهوم بعض التعقيدات والصعوبات حيث هناك درجات مختلفة في مساهمات الجمهور التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار عند تحليل جمهور وسيلة إعلامية معينة تحليلاً عددياً ويمكن الإشارة إلى أهم أنماط العلاقة الممكنة بين الرسائل الإعلامية والجمهور كما يلي:

¹ - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دط، دار الفكر، لبنان، 1987، ص 25.

1- الجمهور المفترض:

وهو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض "وحدة الاتصال"، أي الذين يمتلكون الوسائل والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة فإذا كان الذين يمتلكون جهاز استقبال تلفزيوني أو إذاعي يشكلون الجمهور المفترض لهما وجمهور الصحيفة يقاس عاليًا بعدد نسخ السحب والمبيعات والمرتجعات ولكل جمهور طريقة قياسه.

2- الجمهور الفعلي:

وهم مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المشاهدين الموظفين على برنامج تلفزيوني معين والمسمعين المداومين على حصة إذاعية وقراء صحيفة أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة.

3- الجمهور المستهدف:

هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي سيتخذه منها هناك من أفراد الجمهور الذين يستجيبون للرسالة وهناك من يتجاهلون تبعًا لتطابقهم مع احتياجاتهم ومصالحهم المادية واهتماماتهم الفكرية والإعلامية وقيمهم الثقافية والروحية ومعتقداتهم الدينية.

4- الجمهور النشط:

هو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية سواء بالإيجاب وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية أو بالسلب وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياته.

وإلى جانب هذه الاعتبارات التي يخفيها الكم العددي للجمهور، فإنّ فهم وتفسير السلك الذي يقيم عليه أفراد الجمهور الفعال ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار أيضًا أنّ هناك الجمهور الذي تفاعل معها تحت التأثير المحدود في الزمن.

ثالثاً: مراحل تطوّر مفهوم جمهور وسائل الإعلام.

إنّ مفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام الرياضي لم يتكون طفرة واحدة إنما مرّ بمراحل تاريخية ساهمت كل واحدة في إضافة عناصر جوهرية جديدة وإدخال تعديلات شكلية وخصائص أخرى تبعاً للتطوّر التاريخي العام وتطوّر تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص ويمكن تلخيص هذه المحطات التاريخية فيما يلي:

المرحلة الأولى:

أهم ما ميّز هذه المرحلة هو اختراع الطباعة على يد "جوتنبرج" 1394-1468 في القرن 15، حيث ظهر في هذه المرحلة ما يعرف بجمهور القراءة بعد التمكن من طبع المطبوعات وتوزيعها على نطاق واسع مما أدى إلى تكوين مفهوم أولي لما يعرف الآن حالياً بـ "الجمهور العام" كتيار فكري أو رأي يربط بين عدد غير محدود من النّاس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة النّاس تبعاً لمستوى تعليميهم وتطلعاتهم وهو ما أشر لظهور طبقة مثقفة تتطلع لواقع أفضل.

المرحلة الثانية:

أهم ما يميز هذه المرحلة والذي كان له تأثير بالغ في تشكيل مفهوم الجمهور هو الإفرازات الاجتماعية للثورة الصناعية، حيث أعطت دفعا قويا للطباعة مما ساعد على انتشار الصحافة على نطاق واسع خاصة الصحافة الشعبية الموجهة لأفراد المجتمعات الجماهيرية وفي هذه المرحلة أخذت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري¹.

¹ - على قياسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم الإعلام والاتصال، ص 66.

المرحلة الثالثة:

أهم ما ميز هذه المرحلة وساهم مساهمة كبيرة في صياغة مفهوم الجمهور ورسم معالمه الحديثة هو ظهور الإذاعة في عشرينيات القرن الماضي والتلفزيوني في خمسينياته إذا أصبح الجمهور قادر على التواجد في أي مكان، كما باعد البث الجديد من أفراد الجمهور وبين المرسل أو القائم بالاتصال ومن هنا ظهر شكلان من أشكال الجمهور وهما الجمهور المتسع والجمهور المشاهد، حيث لم تعد الحواجز الطبيعية أو الأمية تحولات دون وصول الرسالة إليه.

المرحلة الرابعة:

العنصر التاريخي الرابع الذي أثرى مفهوم الجمهور هو تبني مبادئ الديمقراطية السياسية والتي من أهم مظاهرها حرية الصحافة والحق في الإعلام وهو ما انعكس على وعي المجتمع بأهمية الإعلام، فلم يعد الجمهور مجرد قارئ أو مستمع أو مشاهد بل أصبح إلى جانب ذلك يعبر عن أصوات في العملية الإنتاجية ويتضمن مستهلكين واعيين قادرين على التحكم في مصير المؤسسة، كما ظهرت مصطلحات جديدة أثرت ادبيات الجمهور ومن المصطلحات الوافدة مع التطورات التكنولوجية نجد جمهور الناخبين وجمهور السوق¹.

المرحلة الخامسة:

أهم ما ميز هذه المرحلة التاريخية التي مرّ بها جمهور وسائل الإعلام هو انتشار البث المباشر غير الوسائل رافقة التوسع في استعمال شبكة الأنترنت هذه المرحلة التي يمكن أن تطلق عليها "ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة"، فظهرت مصطلحات جديدة أعطت للجمهور أبعادًا جديدة تجاوزت الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية للبلدان منها، مستخدمي الأنترنت، جمهور اللوالب، جمهور على الخط أو خارج الخط والجمهور ذو القدرة على التواجد في كل مكان وزمان أنّ أنه يملك صفة التواجد الكلي الذي لا يحده مكان جغرافي

¹ - على قساسييه، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

معين في زمن معين، فهو المتلقي للرسائل الإعلامية وفي نفس الوقت القائم بالاتصال أو المرسل¹.

رابعاً: خصائص البنية الظاهرية للجمهور.

يتضمن جمهور وسائل الإعلام بما فيها الجمهور التلفزيوني مجموعة من الخصائص الظاهرية التي تميزه عن باقي الأشكال الأخرى من الجماعات، حيث يمكن تعيين هذه الخصائص فيما سبق وحده "Maquail" ماكويل سنة 1984 في دراسته حول الجمهور وهي كالتالي:

- 1- **الحجم الواسع Large size**، حيث يتخذ شكل "الجماهير" حجماً أوسع بكثير من الأشكال الأخرى.
- 2- **التشتت "Dispersion"** إذ يتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- وخاصة الأنترنت إكتسب الجمهور بعدا كونيا Global جعله غير محدد في المكان عليه صفته التواجد الكلي في كل مكان في نفس الزمن Ubiquitous.
- 3- **عدم التجانس Heterogeneity**، فأفراد الجمهور غير متجانسين الأمر الذي يجعلهم متميزين في احتياجاتهم وإدراكهم ومصالحهم واهتماماتهم والتالي في سلوكهم الاتصالي.
- 4- **عدم التعارف أو المجهولية Anonymity**، فعناصره غير معروفين بذواتهم ومجهولون لدى بعضهم البعض من جهة ولدى القائم بالاتصال من جهة أخرى.
- 5- **غياب التنظيم الاجتماعي Lack of social organization**، حيث أن تباعد عناصره وعدم معرفة بعضهم البعض يفقدهم القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفاتهم كأفراد الجمهور.

¹ - على قساسيه، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين، دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية في الجزائر، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 23.

6- وجود اجتماعي غير مستقر في الزمن والمكان كون أفراد الجمهور يختلف مكان وزمان تلقيهم للمضامين التلفزيونية المختلفة¹.

خامساً: مستويات جمهور الإعلام الرياضي التلفزيوني.

الإعلام الرياضي التلفزيوني من حيث كونه إعلام متخصص ينتجه متخصصون ويكون موجهاً إلى مهتمين ومتابعين والجمهور العريض الذي يتشكل من مستويات متنوعة من المتلقين ويجدر بنا التمييز بين هذه المستويات كالتالي:

1- المحترفون:

يتطلب المستوى الاحترافي أسلوباً رفيعاً من المخاطبة والإعلام والتقييم النقدي ومعرفة بأسلوب الفن الرياضي وتقنيات اللعبة، ودراسة السوق الرياضية مثل الموازنات المالية للأندية والاتحادات وأثمان المحترفين والمخصصات الحكومية لتشجيع الرجافة وثن انتقال اللاعبين إلى ناد آخر.

2- الهواة:

ويشكلون الاتجاه الأوسع من متتبعي أخبار الرياضة والفرق والإبطال واللاعبين والناشئين ويتركز الفن الإعلامي الرياضي هنا على أسلوب التفسير والتشجيع وإعطاءه النصح التقييمي الذي يفيد الهواة واللاعبين وتوفير مادة التربية على حب الفنون الرياضية وشروط اللعبة وأساليبها ونجومها.

3- الناشئة:

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

¹ - على قسايسية، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المترجمين إلى المبحرين الافتراضيين، ص 31-32.

4-المهتمون: وهي الفئة الناقدة التي تهتم بالحدث الرياضي أو بالفريق الذي تناصرته وتتطلب عملية إرضائهم تقديم عمليات وواسعة أن أخبار ونشاطات كلّ فريق وكل لاعب وكل ناد¹.

سادسًا: مؤسسات أبحاث الجمهور.

ظهرت أبحاث الجمهور الميدانية مع وسائل الإعلام الإلكترونية الإذاعة في الثلاثينات والتلفزيون في الخمسينات في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ثم تلتها فرنسا بعد إدخال الإعلام التجاري في التلفزيون سنة 1968. وعلى العموم هناك ثلاثة أنواع من المؤسسات التي تقوم بأبحاث الجمهور لأهداف تجارية سياسية أو علمية وهي:

1- وسائل الإعلام:

تقوم وسائل الإعلام بأبحاث لمعرفة جمهورها في محاولة لتلبية رغباته أو إتباع احتياجاته للإعلام والتسلية والترفيه التي تختلف من جمهور إلى آخر وخاصة لزيادة مبيعاتها ومداخلها من الإشهار والمؤسسات الإعلامية الكبرى تتوفر على دوائر وأحياناً على مؤسسات متخصصة مثل (ال BBC) مهمتها متابعة حجم الجمهور واحتياجاته ولا تكاد تخلو مؤسسة جديدة من مصلحة تهتم بجمهورها.

2- مكاتب الدراسة:

تنجز مكاتب الدراسات الخاصة والعمومية دراسات مسحية عند طلب الجهة التجارية في المجتمعات الإعلامية، حيث تشكل هذه المكاتب سوق اقتصادياً مزدهرة إلا أنها تكاد منعدمة في المجتمعات المتخلقة إلا في حالات خاصة أو على مستوى هيئات رسمية.

¹ - جورج كلاس، ميشال سبع، "الإعلام المتخصص"، فنون وتقنيات دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، دط، بيروت، 2009، ص 97.

3- مؤسسات علمية:

تتمثل في معاهد الاجتماعية أو معاهد متخصصة لأهداف بيداغوجية أو أكاديمية بهدف الحصول على درجة علمية أو مهنية وتقوم المؤسسات الجماعية بأبحاث عند الطلب لجهات صناعية أو تجارية أو سياسية، وقد يكون الأكاديميون فرق بحث خاصة لمشروع معين تموله جهة معينة لأهداف تخصصها¹.

¹ - جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين، ص 103.

المبحث الثاني

نظريات تأثير الإعلام الرياضي

أولاً: نظرية التأثير أو قصر المدى.

ثانياً: التأثير على المدى الطويل أو التراكمي.

ثالثاً: تغيير المعرفة الرياضية.

رابعاً: نظرية التأثير على مرحلتين.

خامساً: نظرية تحديد الأولويات.

سادساً: نظرية حارس البوابة.

سابعاً: نظرية الاستخدامات والإشباع.

المبحث الثاني: نظريات تأثير الإعلام الرياضي.

أولاً: نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى.

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

ومعنى ذلك أن مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفزيون أو عند قراءته عنها في صحيفة رياضية، فإنه بالضرورة بناء على هذه النظرية سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته، ويسمى هذا المنحى في دراسته تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة¹.

ويمكن لنا تلخيص هذه النظرية في أنّ الرسالة الإعلامية بمختلف أنواعها والتي تبث عن طريق وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي ولها تأثير مباشر كما لو أنه حقن بالإبرة أو أطلقت عليه رصاصة.

ثانياً: نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي.

حسب هذا الاتجاه فإن تأثير ما تعرفه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر أثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات الرياضية وليس على التغيير المباشر الأنّي لسلوك الأفراد. فالإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وكذا طريقة تعامله مع الأشياء المرجوة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضية إلى أفكار وقيم رياضية تختلف وأسلوب حياته التي إعتاد عليها، يؤدي به إلى تبني

¹ - محمد عبد الرحمن الخصيف، تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكين، الرياض، 1994، ص ص 16-19.

بعض الأفكار والقيم الرياضية ويغير في أسلوب حياته متأثراً بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد لآخر حسب تركيبته الشخصية واحلته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منها. ووفقاً لهذا الأسلوب فإن استمرار تعرض الفرد إلى المادة الإعلامية التي تنبذ مثلاً العنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية بكل صوره وأشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين وإظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من قبل الإعلام الرياضي يؤدي إلى قلة ظهور حوادث العنف هذه وبالتالي يمكن القضاء عليها على المدى الطويل.

ثالثاً: تغيير المعرفة الرياضية.

أشتق اسم هذه النظرية وفكرتها في الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض، فالجرعات المتتالية من المفاهيم والقيم الرياضية التي يتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي تلحق بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير على أجسامنا فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهدة العنف والجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلاً يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها¹.

فهذه الحالة السلبية تجاه الأشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاءت نتيجة الحقن المنظم لعقول هذه الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية ما يولد حالة من اللامبالاة والبلادة تجاهها وهذا بسبب حقن الجمهور بثقافة رياضية سلبية غير سوية.

رابعاً: نظرية التأثير على مرحلتين.

يقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين، فحسب هذه النظرية فإن تأثير وسائل الإعلام الرياضي على الجمهور يكون بشكل غير مباشر ويمر لمرحلتين هما:

¹ - محمد عبد الرحمان الخصيف، مرجع سبق ذكره، ص ص 21.

1- المرحلة الأولى:

هي ما تبثه وتنشره وسائل الإعلام في المجال هي ما تثبته وتنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور، فالذي تنقله وسائل الإعلام قد يؤثر فينا كثيرًا بل قد لا نعيه أدنى إهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبمجرد تلقينا لتلك الرسائل تنتهي المرحلة الأولى.

2- المرحلة الثانية:

يبدأها من يسميهم علماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع، كالتجمعات الأصدقاء والزملاء في النادي أو الفريق أو الأقارب، قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقاءنا أو أصحابنا أو ذوي الرأي فينا. فالذي يحدث في هذه المرحلة هو أن قادة الرأي هؤلاء الذين شاهدوا نفس الشيء أو قرأوا نفس الذي قرأناه فيبدووا بالحديث عنه بطريقة تنبهننا إلى أشياء لم نكن نتفطن لديها، وبأسلوب أكثر إقناعًا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام. وقائد الرأي قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كليهما، مما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسائل الإعلامية، مما يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون الرسالة¹.

خامسًا: نظرية تحديد الأولويات.

تم أحد اسم هذه النظرية من فكرة حبط الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات وفكرة النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف نناقش بناء على أهميتها كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة

¹ - خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998، ص 45-46.

نفسها أي له جدول أعمال خاص على أساس ترتب الموضوعات وفقا لدرجة أهميتها والأهم تم الأقل أهمية¹.

سادسًا: نظرية حارس البوابة.

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة، فيدخل من بشاء وغالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس والنظرية من حيث استخدامها في تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من أن الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي، يتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلامية.

إنّ هذا التدفق في المواد الإعلامية يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم محددا ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه.

ويكون تأثير هذه النظرية مزدوج بحيث أنّ حارس البوابة يختار أن ينشر للجمهور شيئا ويحرمهم من شيئا آخر، فإن دوره الإعلامي مؤثر في الجمهور من الناحيتين:

الأولى: من خلال ما يعرضه عليهم بالاستناد على اعتبارات شخصية بحثه، قد تكون تلك الاعتبارات الشخصية سياسية إعلامية مقصودة، براد من خلالها إحداث تغيير ثقافي أو اجتماعي بالجمهور المستهدف وقد تكون تلك الاعتبارات وجهة نظر أملتتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية ومهما كانت تلك الاعتبارات فإنها قد تكون لها علاقة بمصلحة الجمهور من قريب أو بعيد.

الثانية: يكون تأثير حارس البوابة الإعلامي في الجمهور فيما يحججه عنهم، فإذا سمح بمرور الرسائل الإعلامية المعنية فإنه بالتأكيد قد منع عنهم أخرى قد يكونوا في حاجة إليها أكثر من التي عرضت عليهم وهنالك مقولة إعلامية تقول "إلا كثر أهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل ما لم يتم عرضه".

¹ - محمد عبد الرحمان الخصيف، مرجع سبق ذكره، ص 26.

سابعًا: نظرية الاستخدامات والإشباع.

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة، وفي هذه النظرية، الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي تتلقاها بل إن استخدام الجمهور تلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي.

لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه مثال ذلك الشخص الميال للعنف والمغامرات تستهويه مشاهدة أحداث العنف التي يشاهدها في الملاعب الرياضية من خلال التلفزيون أو قراءة تفاصيلها من الصحف والمجالات، فيسعى جاهداً إلى استخدامها لإشباع هذا الميل، فنظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي)، الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقة تفكيره¹.

¹ - محمد عبد الرحمان الخصيف، مرجع سبق ذكره، ص ص 27 - 28.

المبحث الثالث

أنواع تأثير الإعلام الرياضي

أولاً: تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي.

ثانياً: تغيير المعرفة الرياضية.

ثالثاً: التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.

رابعاً: الإثارة الجماعية.

خامساً: الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي.

سادساً: صياغة الواقع.

المبحث الثالث: أنواع تأثير الإعلام الرياضي.

يمكن للإعلام الرياضي أن يحدث عدّة أنواع من التأثيرات على الجمهور تتمثل فيما يلي:

أولاً: تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي.

ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو لشخص ما وشعوره تجاهه وتبنيه ل هذا الموقف يبني الإنسان حكمه على الأشخاص أو القضايا التي يصادفها ويمكن لهذا الموقف أن يتغير سلبياً أو إيجابياً، رفضاً أو قبولاً، حباً أو كرهاً وهذا حسب المعلومات التي تقدم للإنسان حول الشخص أو القضية والإعلام الرياضي، ومن خلال ما يبثه من معلومات رياضية لديه القدرة على تغيير النظرة الضيقة للبعض حول الرياضة كونهم يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص أو القضايا الرياضية. ويمكن للإعلام الرياضي أن يغير موقف الجمهور من حال العداء إلى المودة أو العكس، فمثلاً حين يمدنا بعشرات الأحداث والمواقف عن إحدى الفرق الرياضية وما يظهره أعضاؤها من عنف داخل الملعب كالاعتراض على قرارات الحكام والاعتداء عليهم وعلى باقي لاعبي الفريق الآخر وغير ذلك من مظاهر العنف تغير نظرة وموقف الجمهور حول هذا الفريق إلى الكره وهذا للاقتران الدائم لاسمه بكل أحداث العنف وأيضاً يؤثر ذلك على انتقال لاعب من نادي إلى آخر وهذا حسب ما يقدمه الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريدة النادي¹.

ومن خلال ماس سبق ذكره بين لنا ضرورة ألا يستقي الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من زاوية أو وجهة نظر واحدة والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب كرف آخر².

¹ - ياسين فصل ياسين، الإعلام الرياضي، طبعة مزيّة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 92.

² - محمد عبد الرحمان الخصيف، مرجع سابق ذكره، ص 30.

نظرًا للتأثير الكبير الذي يحدثه الإعلام الرياضي على الجمهور وقدرته على تغيير مواقفه واتجاهاته الرياضية يجدر بالبرامج التلفزيونية الرياضية نقل وبث الأخبار الرياضية بكل مصداقية وشفافية مهما كانت السياسة التي تنتجها.

ثانيًا: تغيير المعرفة الرياضية.

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية لدى الفرد وتشمل المعتقدات والقيم والآراء والمواقف التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، وبذلك فهي أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه وذلك نظرًا لكون التفسير في الموقف تغيير طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو يعيد الجذور يتم بعملية تحوّل بطيئة تستغرق زمنًا طويلاً فالإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى، فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلاً منها هذا ما يؤدي إلى تحول قناعات ومعتقدات الفرد الرياضية، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي يكتسبها الفرد والإعلام الرياضي له إمكانية تحديث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع توقيف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضة وتشكيله الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يجعل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده¹.

ثالثًا: التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.

هناك عدة مؤسسات في المجتمع لها دور في تنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضيًا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيًا ورياضيًا بالإضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي

¹ - ياسين فصل ياسين، مرجع سابق ذكره، ص 94.

تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات المنزل، المدرسة، المراكز الدينية، المؤسسات الرياضية كمراكز الشباب وغيرها، ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي أصبح عاملاً هاماً وموتراً في عملية التنشئة بحيث دخل كل بيت وخاطب الشيء والشباب والكبار واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة وقد تضائل دور المصادر الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي تستخدم أعظم ما توصل إليه العقر البشري من التكنولوجيا في الاتصال مستهدفاً العقل والوجدان وتأثير الإعلام الرياضي لا ينحصر في الترفيه فقط أو لنشر الأخبار الرياضية بل كل ما نسمعه ونراه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها إيجابية وترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي، فتلك القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراه في المجال الرياضي، فتلك القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراه الشخص وهو يشاهد ما يعتقد أنه تسلية أو ترويح بل تلك القيمة هي التي تتسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفاً أو اتجاهها من التعصب، فالفرد أقل تجاوباً مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلاً أن التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية بل تم تقبل هذا الرأي حين تم عرضه عليه خلال التمثيلية، فإنه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام وتمس الأمن القومي ووحدة الشعب، وهذا حتى لا يحدث تناقض بين ما تقدمه هذه الأجهزة وما يحدث في واقع الفرد كي لا تحدث بلبله ونوع من التشتت في فكر وسلوك هذا الفرد¹.

¹ - خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 46 - 47.

رابعًا: الإثارة الجماعية.

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا وجها من الأوجه الرياضية للإعلام الرياضي إلا أنّ الوجه السلبي له يتمثل في سوء استخدام هذه الخاصية بحيث يقوم الإعلام الرياضي في البطولات الرياضية بمهمة حشد الجماهير لمؤازرة فرقها الوطنية ويعمل على استنهاض الحس أو الشعور الوطني للجماهير وهذا لدفعها للالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

وتكون عملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام أنجح في وقت الأزمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق خاصة الفرق القومية وخروجها من البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم، كما حدث في كأس العالم 2014 بالبرازيل، حيث خرجت إسبانيا في الدور الأول ما خلق أشياء وغضب جمهورها الذي كان بالنسبة له حلما لكن نتيجة للتقصير الواضح في أداء اللاعبين والأخطاء الفادحة في الشكليات في وقف ما كانوا أقرب إلى الفوز من الفرق الأخرى.

فحسن التصرف في هذه الأزمات والقدرة على التعامل مع هذه الظروف يسمى فن إدارة الأزمات ويدخل في فن توضيح الإعلام الرياضي للتأثير في الجمهور وتحريكه للتكيف مع ظروف هذه الأزمة¹.

ولتجنب هذه الأزمات لابد من تميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقييمه للمادة الإعلامية وعدم المبالغة في الأمور ووضعها في نصابها الصحيح وبالعامل على تهيئة الجمهور لمثل هذه الأزمات على أساس أنّ الرياضة فوز وخسارة².

¹ - ياسين فضيل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 95.

² - بورغداد عقبة، دور الإعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، 2011 - 2012، ص 26.

خامسًا: الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي.

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرًا مهمًا في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملابس الرياضية مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف إظهار قدراتهم وإبداعهم الرياضي ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسبها سواء كان لاعبًا ومشاهدًا أو مدربًا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتده يتصرف بطريقة متقنة مع النظام القائم ملم بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة بعد القطر عن رضاه أو قناعته بذلك في ضل عدم رؤية الحكم إذا كان لاعبًا أو مدربًا أو في ظل غياب الأمن بالنسبة للجمهور وللضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة أنواع هي:

- 1- **عرف المجتمع الرياضي وتقاليده:** ويتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد والأعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه مثل ضبط النفس.
- 2- **الضبط الاجتماعي الداخلي:** هو مرتبط بالقيم الرياضية للشخص وقناعته بها، يتحقق على ضوء القيم الرياضية التي يلزم بها الفرد نفسه.
- 3- **الضبط الاجتماعي الخارجي:** هو متعلق بقبول الآخرين وموافقتهم ويتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتعرف بها الآخرون، حيث لا يستطيع الفرد أن يخالف هذه الطريقة وإلا اعتبر خارجًا من التقاليد والأعراف.

سادسًا: صياغة الواقع.

يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور، كما هو ويقصد بالواقع هو ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي، حيث يبدو كأنه واقعي وطبيعي ومعبّر عن الحقيقة، وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي، ولكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع، فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من

الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما، ولكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطي انطباعًا مختلفًا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة¹.

¹ - خير الدين على عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 52.

المبحث الرابع

تكوين الرأي العام الرياضي

أولاً: مفهوم الرأي العام.

ثانياً: أنواع الرأي العام.

ثالثاً: أركان الرأي العام.

رابعاً: قوانين الرأي العام.

خامساً: عوامل تشكل الرأي العام.

سادساً: وظائف الرأي العام.

سابعاً: أساليب تغير الرأي العام.

المبحث الرابع: تكوين الرأي العام الرياضي.

قبل أن نشرع ونقف على عديد مراحل تكوين الرأي العام الرياضي يجدر بنا فك المبهم فيما يتعلق بماهية الرأي العام.

أولاً: مفهوم الرأي العام.

اختلف المختصون في العلوم الإنسانية المتنوعة في تقديم تعريف شامل وجام للرأي العام، ويعود ذلك لاختلاف وجهات النظر الناتج من تنوع اختصاصاتهم. فقد اتفق عالما الاجتماع السياسي الأمريكيان (جيمس برايس وليونارد دوب) على تعريف الرأي العام على أنه "اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يبين بها الناس المنتمون إلى الجماعة الاجتماعية نفسها إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة¹.

كما عرفه عالم النفس الاجتماعي "فلوريد ألبرت" بأنه تغيير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس للموافقة أو التأييد، أو المعارضة لمسألة من المسائل أو حالة معينة أو شخص معين، أو اقتراح محدد له أهمية واسعة الانتشار سواءاً من ناحية العدد أم القوة أم الدوام مما يترتب عليه احتمال القيام بعمل مباشر، أو غير مباشر، يتعلّق بالموضوع الذي يدور حوله بما يضمن تحقيق الهدف المطلوب².

أمّا خبراء الإعلام العرب فقد قدموا تعريفات عديدة متكافئة المفهوم ولو اختلفت شكلاً تلك التعريفات المرتبطة بالرأي العام، ومن بينها تعريف إبراهيم أمام "بأنه الفكرة السائدة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمام الناس أو تتصل بمصالحهم المشتركة³.

¹ - رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، دط، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012، ص 23-24.

² - حميدة سميم، نظرية الرأي العام، ط1، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1962، ص ص 110-111.

³ - علي عواد، الإعلام والرأي، ط1، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، بيروت، 2008، ص 56.

أما الدكتور محمد عبد القادر في كتابه الرأي العام والدعاية حدد نقاط عدّة لوجود الرأي العام... وهو الجدل والمناقشات بشأن قضية تهمة أغلبية الجمهور، وتكون القضية المطروحة من جوانبها المتعددة بواسطة وسائل الإعلام والمنابر الحكومية والمنظمات المتخصصة بهذا الشأن فضلاً عن وجود انسجام بين ما يعتقده الجمهور وبين القضية المطروحة لكي تكون موضع اهتماماتهم ونقاشاتهم وحواراتهم اليومية عن طريق وسائل الإعلام¹.

ويصف الدكتور صادق الأسود، الرأي العام على أنه ظاهرة اجتماعية متحركة تتفاعل فيما بينها بحكم العوامل المحيطة المؤثرة بطريقة معقدة وتبعث بالرأي العام إلى الوجود بواسطة الجدل بين هذه العوامل التي مبنها السياسة الاقتصادية والثقافية².

ثانياً: أنواع الرأي العام.

تعددت وتتنوع الاتجاهات حول أنواع الرأي العام، إذ يتم تحديدها طبقاً لعدد من المعايير ويذهب عدد من الباحثين إلى تقسيم الرأي العام لتصنيفات مختلفة ومن أبرز هذه التقسيمات ما عرضه الدكتور "حامد ربيع" وجاء فيه أن الرأي العام ينقسم إلى تصنيفات عدّة من بينها:

1- التصنيف الجغرافي للرأي العام:

هو ذلك الرأي الذي يسود بين أفراد يجمعهم الانتماء الجغرافي ويقاس بالموقع والنطاق وينقسم إلى ما يلي:

أ- رأي عام وطني قومي: ويرتبط هذا الرأي بالوطن أو الدولة الكائن بها وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز هذا الرأي بما يلي:

¹ - محمد عبد القادر، الرأي العام والدعاية، نظريات وتجارب، دط، د.د.ن، د.س.ن، ص 124.

² - صادق الأسود، مديرية التوجيه المعنوي في وزارة الدفاع العراقية، ط1، ب.د.ن، بغداد، 1990، ص 303 - 31.

- **التجانس:** رغم الخلافات الداخلية التي قد تصل إلى حد الصراع الحزبي والتطاحن الحركي، فإنّ الرأي العام الوطني يمتلك جعبة من التراث والتقاليد فضلاً عن تكاتفه حول مفاهيم معينة واضحة ومحددة.

- **إمكانية التنبؤ به:** وبأبعاده وردود فعله بفضل أجهزة الأبحاث الميدانية سواء كانت أجهزة خاصة كما هو الحال في الدول المتقدمة، أم إدارات تنتمي إلى بعض المصالح كما هو الحال في الدول الأخرى.

- **معالجته للمشاكل القومية:** وبصفة عامة فإنّ المشاكل القومية وأن يكون مضمونه هو إحدى المشاكل الدولية في أغلب الأحيان وعندما يهتم بالمشاكل الدولية يكون رأياً عاماً معيّباً ومصطنعاً.

ب- **أري عام محلي:** ويقصد به نوعية معينة من نوعيات الرأي العام الوطني، وبصفة خاصة عندما يكون متسعاً يشمل الكثير من الفئات والرأي العام المحلي يعكس جميع صفات الرأي العام القومي وبدرجة أكثر نوعية، فهو يهتم بالمشكلات المحلية ويدون في أبعاد وتوترات ذاتية، وهذا عندما يسود الرأي العام في مقاطعة محافظة أو وحدات الحكم المحلية¹.

ج- **الرأي العام الخارجي:** ويدل هذا الأخير الرأي العام الخارج عن النطاق القومي والوطني... والذي يندرج ضمن الرأي الخارج عن قضايا وظواهر وموضوعات خاصة بالوطن.

د- **الرأي العام العالمي:** وهو توجهات الرأي التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد أو التي تعكس توافقاً في المواقف بين أكثر من وحدة سياسية واحد وقد أصبح هذا الرأي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر وهو الرأي الذي يسود غالبية شعوب العالم في فترة معينة أو قضية معينة يحتدم حولها الجدل وتمس مصالح الشعوب أو قيمها.

¹ - حامد رابع، نظرية الدعاية السياسية، مكتبة القاهرة الحديثة، دط، القاهرة، 1972، ص 13.

هـ- **الرأي العام الإقليمي:** هو ذلك الرأي السائد بين مجموعة الشعوب المتجاورة جغرافياً كالدول العربية أو دول المغرب الكبير أو دول أوروبا حول قضية يحتدم فيها في فترة معينة وتمس مصالح الشعوب أو قيامها الأساسية بصورة مباشرة. بما في ذلك المصالح المشتركة والارتباط التاريخي وتقارب العادات والتقليد... والمعتقدات¹.

2- **التصنيف النوعي للرأي العام:** وهو الرأي الذي يسود بين طائفة معينة من شعب بعينة أو من مجموعة من الشعوب في قضية معينة، هذه الأخيرة تهم الطائفة أو الفئة وهو كالتالي:

أ- **الرأي العام الطبيعي:** هو الرأي العام الذي يعبر عن مصالح طبقية، كما هو الحال في طبقة "البروليتارية" في المجتمعات الشيوعية أو طبقة الرأسمالية في المجتمعات المختلفة.

ب- **الرأي العام المعادي:** وهو الرأي العام الذي يقف موقف العداوة الصريحة من مجتمع آخر.

ج- **الرأي العام الموالي:** وهو الرأي العام المؤيد لقضايا ومصالح مجتمع آخر.

3- التصنيف الزمني للرأي العام:

وهو الرأي العام المرتبطة بالامتداد الزمني ويقاس بمدة الاستمرارية وينقسم لما يلي:

أ- **الرأي العام اليومي:** ويعبر هذا الأخير عن الرأي العام المتغير الذي يظهر حينما يعبر الأفراد عن انطباعاتهم، أحاسيسهم بالكلمات، الرموز أو الإشارات حول موضوع معين وهنا يكون الرأي العام سريع وواضح وتسهم في تشكيلة حملات الهمس والشائعات.

ب- **رأي عام مؤقت:** هو نوع محدد يعامل الزمن والمكان... وتمثله منظمات معينة كالأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة، أجل هذا الرأي إذا تغير أحد هذه العوامل.

¹ - محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، دار المعارف، دط، مصر، 1964، ص 31.

ج- رأي عام دائم: وهذا النوع أكثر رسوخاً يرتكز على أسس تاريخية، ثقافية، دينية، إذ يتأثر هذا النوع أكثر على الناس ويمتاز بالاستقرار والثبات على مر العصور، ويتخذ أشكال العادات والتقاليد¹.

4- التصنيف وفق درجة وقوة التأثير:

ويندرج هذا الأخير تحت متغير التأثير وشدته وفئاته المختلفة، وفيما يلي نصنف هذا الأخير في ثلاثة أوجه متباينة:

أ- **الرأي العام المسيطر:** ويطلق عليه الرأي العام النشط أو القائد ويمثل رأي العام النخبة وصوفة المجتمع من رجال السياسة والمال والنخبة الإعلامية الثقافية، ويتصف أفرادهم بقدرتهم في التأثير، إذ يستعمل هؤلاء عديد الطرق للتأثير والتسويق لأرائهم لتغير قناعاتهم إزاء الموضوعات².

ب- **الرأي العام المثقف:** وينشأ هذا النوع من الرأي العام عن طريق اتفاق بين الطبقة المثقفة المتعاملة الواعية ويتباين وزنها في المجتمع تبعاً لحجم التعليم فيه ومن سماتهم عدم تأثرهم بوسائل الإعلام والإشاعات تأثيراً مطلقاً بل يخضع للمستوى الثقافي للأفراد وتتباين درجة التأثير تبعاً لمستوى الفرد الثقافي ويطلق عليه الرأي العام الواعي والمستنير...³.

ج- **الرأي العام المنقاد:** ويمثل هذا النوع من الرأي العام عامة الشعب والأغلبية ويميز رأي هؤلاء بعدم امتلاكه القدرة على حمل مشاكله والحوار بشأنها وتصل نسبة أفراد هذا الجمهور إلى أكثر من 60% وتتميز بسرعة تأثرها وسائل الإعلام، وعدم إخضاعها إلى حدود النقاش فلا يتفاعل مع أزمات والمشكلات، إذ يوصف بالجمهور السلبي⁴.

¹ – Morris Janouetiz, Paul. M, Hitach, Reader in public apmion and mass communication, 3rd London the free press, P 44.

² – كامل خورسيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة، ط2، عمان، 2012، ص 82.

³ – نزار مهيوب، الرأي العام الأكاديمية السوري، دط، د.س.ن، ص 31.

⁴ – جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة الجامعية، دط، الإسكندرية، 2007، ص 43.

5- التصنيف وفق حجم الجمهور:

إذ يمثل هذا التصنيف للرأي العام حسب اتساع وضيق الجمهور المشكل أو الذي يتبنى رأي حول قضية أو مسألة ما.

أ- رأي الأغلبية: وهو ذلك الرأي العام الذي يسود بين معظم أفراد من طبقات أو فئات اجتماعية بغض النظر عند إنمائها وولائها وأحياناً يمثل رأي الأغلبية... التي تكون نشطة فتأثر في الأغلبية التي تتسم بالاستقبال والكسل ... لتدير الأقلية شؤونها والشرط في هذا النوع يتعدى الرأي العام بنسبة 51%¹.

ب- رأي الأقلية: ويكون هذا النوع من الرأي أقل من نصف الأغلبية ويشار إلى وزنها بأنه يساوي 49%، فما تحت ويميز هذا النوع من الرأي العام بوجود روابط قوية بين أفرادها مع انسجام وشعور بالانتماء إلى الأقلية².

ج- الرأي الائتلافي: ويمثل من الرأي اتفاق مجموعة من الائتلافات المتنوعة في اتجاهاتها لكنها تتفق في وقت معين إزاء قضية محددة ويزول الرأي الائتلافي بمجرد زوال أسبابه والعوامل المؤثرة فيه، حيث يأثر في تشكل هذا النوع من الرأي العام "الشخصية المؤثرة" وينشأ الرأي العام الائتلافي في الطوارئ والأحداث المفاجئة مثل الأزمات والكوارث³.

د- الرأي العام الساحق: الرأي العام الساحق الرأي العام الساحق يتجسد من خلال الرضا العام، وهو حصول إجماع شبه كامل يفوق رأي الأغلبية ويقترّب من الإجماع، وهذا النوع من الرأي العام لا يخص الأحداث وإنما القضايا التي تمس العقائد⁴.

¹ - كمال خور سيد، مصدر سبق ذكره، ص 149.

² - محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال، الدار العالمية للتوزيع، دط، القاهرة، 2003، ص 279.

³ - محمد بن مسعود، نظريات التأثير الإعلامي، غيناء لدراسات والإعلام، دط، الرياض، 2004، ص 61.

⁴ - Chei Sian Lee, New Media and Society, Originally published online, 25 September, 2011, P 137.

6- تصنيف وفق الرأي العام وفق درجة الوضوح:

ويندرج هذا الأخير في شكل باد علني ووجه يخالف الأول، إذ يكون ضمنياً وفيما يلي نحدد هذا التصنيف.

أ- **الرأي العام الظاهر:** ينشأ هذا الرأي العام حين تتوفر ظروف مناسبة لحرية التعبير عن الآراء بشكل صريح وعلني من دون خوف ولا تردد من السلطات ويتولد هذا الرأي من خلال ما تنشره وسائل الإعلام المتنوعة من موضوعات المناقشة المباشرة أو لقاءات مع الجمهور لنقل آرائهم إزاء القضايا¹.

ب- **الرأي العام الكامن:** ويطلق عليه اسم الرأي العام الغير ظاهر ويظل التعبير عنه في الانتخابات مثلاً والممارسات التي يستطيع فيه الفرد التعبير والإدلاء برأيه من دون ملاحظة ذلك².

ثالثاً: أركان الرأي العام.

للرأي العام خمسة (05) أركان لا بد من توفرها حتى يتسنى لنا القول على أنه رأي عام، فمجموع هذه المتغيرات الخمسة هي التي تحدد الرأي العام وهذا الأخير حددها الخبراء كالتالي:

1- الأغلبية السائدة:

تتولد الأغلبية السائدة في المجتمع نتيجة الحوارات والنقاشات التي بين أفراد المجتمع إزاء قضية ما، فأراء الجمهور تتفاعل فيما بينها وتتباين وجهات النظر... بشأن قضية ما

¹ - صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، دط، بغداد، 1991، ص 127.

² - كامل خورشيد مراد، مصدر سابق ذكره، ص 81.

وتتبنى كل فئة رأياً معيناً، ووجهة النظر التي تتبناها الأغلبية هي التي تمثل إرادة الجمهور وهي التي تشكل الرأي العام السائد¹.

حتى ولو يصعب تحديد الأغلبية في أحيان كثيرة لعدم امتلاك القدرة على تحديد النسبة في موضوعات المطروحة للنقاش لكن يمكن تحديد ذلك بالانتخابات والاستطلاعات التي تجرى من قبل المعاهد المختصة².

2- زمن محدد:

يعتبر الزمن من العوامل المهمة التي من خلالها تحدد اتجاهات الرأي العام إزاء الموضوعات التي تهم الجمهور، إذ يكشف الوقت تفاصيل بشأن قضية إزاء الموضوعات التي تهم الجمهور، إذ يكشف الوقت تفاصيل لتتبنى وجهات نظر جديدة، فالزمن يلعب دور مهم في بناء الآراء انتشارها بين أفراد مجتمع ما³.

3- قضية تهم المجتمع:

لابد من وجود قضية تهم الجمهور وتشغل حيزاً من وقتهم وتتعلق بانشغالاتهم توجهاتهم ومصيرهم، حيث يتشكل رأي الأفراد عبر الحوارات والنقاش، وقد يصل بهم الأمر في بعض الأحيان إلى الجدال بشأن قضية محددة مع احتفاظهم بآراء الخصية إزاء قضايا أخرى لا تهم الصالح العام⁴.

4- النقاش والحوار:

لا يمكن للرأي العام أن يتشكل بمجرد وجود قضية عامة تهم الجمهور بل لابد من توافر حوار ونقاش وجدال بشأنها بين أفراد الجمهور وفئاته المتعددة وتتأثر هذه النقاشات بعناصر القوة التي يمتلكها بعضهم فقادة الرأي، والنخب الاجتماعية والسياسية والاقتصادية

¹ - هثم هادي الهيثي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012، ص 34.

² - المرجع نفسه، ص 36.

³ - محمد عبد القادر، الرأي العام والدعاية، مصدر سبق ذكره، ص 132.

⁴ - شاهيناز طلعت، الرأي العام، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر 1986، ص 159.

يأثر بشكل واضح في نتائج النقاشات ومن منطلق الحوارات والنقاشات يتبنى الأفراد بعضها ويبتعدون عن الآخر، فالنقاش والحوار وعن لا مستغنى عنه بالرأي العام¹.

5- تحقيق الصالح العام:

إتباع وتبني وجهات نظر والرأي دون أخرى ينبع من إرادة تحقيق الصالح العام، وهذا الأخير يبقى نسبياً، لأن رأي الأغلبية يحقق صالح العام الأغلبية فقط في حين ترى الأقلية أن رأيها هو ما يحقق الصالح العام وهذا الأخير يصنع رؤى متباينة إزاء الموضوعات والقضايا المعروضة للنقاش وتبيان فهم الصالح العام يتصل اتصالاً مباشراً بوجود أهداف عامة متباينة بين فئات المجتمع ويبدو هذا الأمر جلياً في المجتمعات يختلف نسقها².

رابعاً: قوانين الرأي العام.

قام "هادلي كانتريل" بدراسة ضمنها مجموعة من القوانين التي من خلالها يمكن للمشتغلين والخبراء في حقل الإعلام والرأي العام محاولة فهم سيكولوجية الجماهير ويمكن أن نجمل هذه القوانين في النقاط التالية:

- 1- إن الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للحوادث المهمة.
- 2- أن الأحداث الاستثنائية قد تحول الرأي العام من النقيض إلى النقيض بصفة مؤقتة كما قد تحوله من أقصى اليمين إلى أقصى الشمال حتى تتضح الأمور أمام الجماهير.
- 3- الرأي العام يتأثر بالأحداث الأكثر من تأثره بالأقوال، إلا إذا تم تفسير هذه الأقوال على أنها أحداث.
- 4- التصريحات الشفهية تصبح بالغة الأهمية، عندما يكون الجمهور قابلاً للاستهواء.
- 5- الرأي العام لا يتوقع الحوادث الطارئة مقدماً ولكن يستجيب لها من خلال رد الفعل.

¹ - شاهيناز طلعت، مصدر سبق ذكره، ص 171.

² - عطا الله الرحامين، دراسة الرأي العام وتكوينه في المجتمع العربي، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، والطباعة، دط، دمشق، 2003، ص 125.

6- يتحرّر الرأي العام من الناحية النفسية على أسس من المصالح الذاتية وبالتالي فإنه من الصعب تغيير الآراء أو تبديلها.

7- لا يبقى الرأي العام بشأنه شأن الرأي الفردي قد تلونه الرغبة والهوى أكثر من صدق المعلومات.

8- إذا تم تزويد الناس في المجتمع الديمقراطي بالمعلومات الصحيحة وفرص التعليم والوقوف دائماً على الحقائق¹.

خامساً: عوامل تشكل الرأي العام.

عديدة هي العوامل التي تساهم في تشكيل الرأي العام وفيما يلي نستعرضها.

1- **العوامل السياسية:** يؤثر المناخ السياسي وطبيعته في تشكيل الرأي العام وتزايد فعالية العوامل السياسية في الدول الديمقراطية أكثر منها في الدول الأخرى التي تتسم بالنظام الديكتاتوري، ففي البيئة الديمقراطية تنشأ الأحزاب، الجمعيات وجماعات الرأي، مما يسهم في ارتفاع وتيرة التعامل وتدفق وتباين الآراء².

2- العوامل الاقتصادية:

العوامل الاقتصادية تشاهم وبشكل فعال في تشكيل الرأي العام... فالأمور والقضايا الاقتصادية يؤدي إلى تعزيز النقاش والحوار بشأنها، حيث تنطلق حوارات الجمهور عن طريق منافذ عدة من خلال ما تعرضه وسائل الإعلام وتفاعل الجمهور معها. فضلاً عن بروز الإعلام الجديد من شركات التواصل الاجتماعي... التي تتيح... فرصة مشاهدات

¹ - حسن محمد خير الدين، مقدمة للعلوم السلوكية، مكتبة عين الشمس، دط، مصر، 1971، ص 64.

² - هاني الرضا رامي عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 1998، ص 33-34.

الملايين والتكاثف، أو رفض مساندة أو معارضة للقضية التي يتشكل من خلالها الرأي العام¹.

3- العوامل الثقافية الاجتماعية:

يعتبر النسيج الاجتماعي والثقافة من المحددات الرئيسية في تشكيل الرأي العام، لأنَّ الفرد يقع تحت تأثير الثقافة والتقاليد التي تحكم البيئة التي يعيش فيها، فمتغير الثقافة والحلقة الاجتماعية ليس من السهل أن يتغير بوسائل الإعلام، فالتغيير الذي تحدثه هذه الوسائل يتوافق نسبيًا مع أفكار ومعتقدات المجتمعات، فمجموع الأفكار والآراء هي التي تشكل الرأي العام².

4- العوامل الطبيعية:

يشير هذا العامل إلى كون الطبيعة تأثر تأثيرًا بالغًا، فالمناخ يشكل نقطة فارق، فهناك رؤية تذهب إلى أنَّ المناطق التي يتميز طقسها بالابتدال، يميل مواطنوها إلى التفكير الهادئ وحل مشكلاتهم بعدًا عن التأزم والتعقيد في حين يتميز سكان المناطق الحارة بمزاج حاد... وانفعالا دائمًا ويبعدون تحكيم العقل والمنطق. لذا ... يتأثر الرأي العام بطبائع السكنة الذي يتأثر بدوره بطبيعة التي يعيش فيها الأفراد³.

سادسًا: وظائف الرأي العام.

يمكن للرأي العام أن يؤدي وظائفه بقدر ما ينشأ هذا الأخير في بيئة ديمقراطية، وبناءً على ذلك فإنَّ الرأي العام يستطيع أن يأخذ على عاتقه أداء الوظائف التالية:

¹ - دانيال كاتز وآخرون، الإعلام والرأي العام، ت. محمد كامل الحمامي، الجمعية المصرية للنشر المعرفة، دط، مصر، 1982، ص 123 - 127.

² - محمد محمد البادي، مدخل إلى دراسة الرأي العام، منشورات جامعة المنصورة، ط2، ب.ب.ن، 2006، ص 66.

³ - هاني الرضا، رامن عامر، مصدر سابق ذكره، ص 54.

1- يصدق على القوانين:

إذ أنّ القوانين دون تأييد ومساعدة الرأي العام تصبح حبر على ورق لأنّ الرأي العام هو الذي يصنع القوانين للأمم والمجتمعات، فليس القانون في المجتمعات الحديثة الديمقراطية إلاّ تعبيراً عن رغبات الرأي العام وضماناً للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع، ويسعون إلى تحقيقها والمحافظة عليها.

2- الرأي العام سند للهيئات والمؤسسات:

ذلك أنه بدون مساندة الرأي العام للهيئات الاجتماعية وتجنيده لأعمالها في ظل الديمقراطية فإنّ تلك الهيئات يكون نشاطها محدوداً هذا إذ لم يتوقف تماماً فإن أرادت مؤسسة عامة أو خاصة أن تؤدي وظيفتها باسم الديمقراطية فإنها يجب أن تحظى بقدر من النوايا الواضحة والرضا العام، فحتى المؤسسات الربحية تسمى إلى وقوف الرأي العام في صفها.

3- الرأي العام يدعي المثل الاجتماعية في الخلقية:

يقوم الرأي العام إلى جانب القوة والعادات والتقاليد والعقل يصنع المثل الاجتماعية، ذلك أن الرأي العام هو أقوى سند للأخلاق نظراً لضخامة كتلة الجمهور فهو شيء جار وموجود دائماً ويعمل في نفس المكان... الذي تنتهك فيه حرمة الأخلاق وهو لا يستمع إلى أنّه حجج بل يقر العقوبة في الحال، فالرأي العام يبدي إخلاله أو تحقيره هما اللّغة التي يدمغ بهما الرأي العام السلوك غير السوي.

ويعلي المثل الخلقية وهما اللذان يرفعان أو يحطان من قدر المرء وشخصيته.

4- الرأي العام ينفخ في الروح المعنوية لأفراد الجماعة وملؤها حيوية:

الروح المعنوية هي تعبير يتردد على الألسنة في أكثر من مناسبة وأول خطر على الروح المعنوية هو التطرف، وانقسام الرأي العام إلى رأيين متخاصمين في عنف شديد وجعل المصالح الشخصية فوق المصلحة العامة ولهذا فإنه من الأجدر أن تسعى إلى بث روح

التعاون والتضامن الاجتماعي وإشباب العدل... فرغم اختلاف الدارسين والباحثين حول تقديم معنى للروح المعنوية إلا أنها تلتقي باهتمام أفراد الجماعة وحماسهم والرأي المحبب إلى النفوس الذي تعتقه أية جماعة عن القيم السائدة هو الذي يخلق الروح المعنوية¹.

سابعاً: أساليب تغيير الرأي العام.

تختلف أساليب تغيير الرأي العام من مجتمع إلى آخر حسب طبيعة هذا المجتمع والعوامل التي تؤثر فيه.

1- أسلوب التكرار والملاحقة:

يعتقه البعض من الباحثين أنّ أسلوب التكرار والملاحقة والمتابعة لمواضيع محددة أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام بدلاً من الجدل والمناقشة من غير تركيز ومتابعة كونها تعمل على تشتت الرأي العام، فطرح موضوع واحد عدّة مرات بصيغ مختلفة وملاحقته بصيغ أخرى أجدى من طرح مواضيع عدّة بدون متابعة وملاحقة. وكانت الدعاية الألمانية تقنين هذا الأسلوب ويأمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، وصفة "جوبلز" قائلاً إنّ سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط وتوجيه أذان الناس وإبصارهم إليها مراراً وتكراراً².

2- أسلوب الإثارة العاطفية:

ينجح هذا الأسلوب في الأمم المتخلفة حضارياً ونقصد بالتخلف الحضاري البعد عن أسلوب التفكير المنطقي، حيث يسهل تغيير الرأي العام وتسهيل قيادته بمجرد إثارة عواطف طافية على السطح.

¹ - علي السلمة، مقدمة في العلوم السلوكية، دار المعارف، ط2، القاهرة، 1969، ص 183.

² - مختار التهامي وعاطف العيد، الرأي العام والحرب النفسية، ط2، دار المعارف، القاهرة، 1979.

وهذا لا يعني أننا نذكر ما للعاطفة من دور في تغيير الرأي العام شريطة أم لا يتم استغلال العاطفة والانفعال لأغراض غير منطقية بل بتوظيفها لأغراض نبيلة لذلك نجد الإسلام لا يحاول إثارة العاطفة إثارة سطحية بل يحاول بنايتها وجعلها أساسية في التفكير وفي اتخاذ المواقف المتينة التي لا تتأثر بالأهواء الخاصة والأغراض الشخصية.

وكان هتلر يعتقد أن استجابة الجماهير تكون دائماً استجابة عاطفية أكثر مما هي عقلية، لذلك نجد "جولبلز" كان يدعو إلى أن نتيجة الدعاية إلى العواطف وخاصة عاطفة الحقد وأسهل السبل إلى إثارة الحقد التشهير وتوجيه التهم، وهو ما يعني تسوية سمعة الناس وتزييف الحقائق ولا صلة بين الدعاية والحقائق، فالدعاية حر في أن يكذب طالما أو صلة ذلك إلى تحقيق غرضه ومن ثمّ الدعاية يجب أن تتسم بالبساطة وتنزل إلى أدنى المستويات العقلية للجماهير وأيضاً الحرص على كتمان أصوات المعارضين ومنع وصول آراء مختلفة أو دعاية مضادة¹.

3- أسلوب عرض الحقائق:

ويعتمد هذا الأسلوب أساساً على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أنّ الحقائق الملموسة أقوى أثراً وأبقى على مر الزمان من الأكاذيب والإشاعات ويتبع هذا الأسلوب من احترام عقلية الجماهير وحققها الديمقراطي في حكم نفسها بنفسها ومن أبرز العوامل التي تحقق نجاح هذا الأسلوب التربية السياسية الواعية للجماهير عن طريق الشرح المناقشة والاقناع.

وأسلوب عرض الدقائق أسلوب جيد ونظيف من أساليب تغيير الرأي العام من الحالة الأردأ إلى الحالة الأجود ويحتاج أيضاً هذا الأسلوب إلى جهود مكثفة لزرع ثقة الإنسان بالنظام السياسي وكذا إلى قناة اتصال جيدة قادرة على توصل الحقائق بأمانة وصدق.

¹ - مختار التهامي وعاطف العبد، مرجع سبق ذكره.

4- أسلوب تحويل انتباه الأمة:

قد يصعب أحياناً معارضة الرأي العام الجماهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين ذلك أن معارضة تيار خارف من الرأي العام بين تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ بل ربما نجم انفعال عكسي نتيجة محاولة طرح فكر مخالف لما استقر عليه ضمير الجماهير حتى ولو كان الفكر المستقر يتنافى مع الحقائق الموضوعية يتجه السياسيون وأجهزة الدعاية في مثل هذه الأحوال هو تحويل الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار أو ربما أكثر أهمية منه وهذا الأجدى¹.

5- أسلوب البرامج الإيجابية المحددة:

للبرامج والتعريفات الإيجابية المحددة أثرها الكبير على الرأي العام، فكلما كانت هذه البرامج بمختلف مبادئها متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به تضاعف تأثيرها لأن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحملها في طياتها من سلبية وهدم. ويمكن استمالة الأمة بأسلوب البرامج الإيجابية المحددة في البناء والاستثمار في محاولة هادفة لتغيير اتجاهها، ومن ثم فإنه يلاحظ أن الدول المختلفة تطرح برامج لكسب رضا الأمة وهذا الأسلوب يمكن وسائل الإعلام من تقوية الرأي العام وإعطائه مزيداً من النفقة بنفسه.

6- أسلوب الن وادال:

الن وادال من العمليات العقلية اللاشعورية التي يلجأ إليها العقل ومعناه أن الحالة الانفعالية إذ وجدت عائقاً في موضوع ما فإنها تتحول إلى موضوع آخر يقلب وأن يكون به بعض الشبه أو الصلة بالموضوع الأول وعملية الن وادال لا تتم على نطاق الفرد فقط وإنما تتم أيضاً على نطاق الجماعة.

¹ - مختار التهامي وعاطف العبد، مرجع سبق ذكره.

7- أسلوب الإسقاط:

عملية الإسقاط هو تفسير العقل لأعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا ومن شأن الإسقاط أو عملية الإسقاط هذه انعدام النظرة الموضوعية للأمور وكذا الترويج للعديد من الإشاعات التي لا أساس لها من الواقع¹.

¹ - مختار التهامي وعاطف العبد، مرجع سبق ذكره.

الإطار التطبيقي

- 1- التعريف بالقناة الأمازيغية الرابعة.
- 2- بطاقة تقنية للتعريف بالقناة.
- 3- التعريف ببرنامج "ثحاواشت ن وادال".
- 4- بطاقة تقنية للتعريف بالبرنامج.
- 5- عرض وتحليل نتائج فئات "المضمون".
- 6- النتائج الجزئية لفئات "المضمون".
- 7- عرض وتحليل نتائج فئات "الشكل".
- 8- النتائج الجزئية لفئات "الشكل".
- 9- النتائج العامة.

1- التعريف بالقناة الأمازيغية الرابعة:

قناة الأمازيغية الرابعة (TV4) قناة جزائرية حكومية، رباع قناة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري تأسست سنة 2009، وهي عبارة عن قناة ناطقة بالأمازيغية بمختلف لهجاتها القبائلية الشاوية، التارقية، الشنوية والميزابية.

تتمركز القناة بالمقر الرئيسي للتلفزيون العمومي الجزائري في شارع الشهداء، المرادية، الجزائر العاصمة.

الجدير بالذكر أنّ أول ظهور للقناة كان في مارس 2009 وقد انطلق بث القناة أرضيا مكان قناة "كنال ألجيري" كان البث في سنتها الأولى ست ساعات في اليوم، وفي سنة 2016 تمّ إطفاء ساعتين، وفي سنة 2012 تم إضافة ساعتين أخرى ليصل البث إلى عشر ساعات في اليوم أما حاليا فهي تبث 24/24 ساعة.

كانت شبكتها البرمجية في الآونة الأولى تعتمد على الأخبار ودبلجة الأفلام والمسلسلات والعروض المسرحية التي صنف منها خلال السنوات الماضية باللهجة الجزائرية من خلال التلفزيون الجزائري إلى اللغة الأمازيغية وبعد ذلك توسعت القناة في محتوى برامجها، فأصبح شامل ومتنوع يمس العديد من الميادين والتخصصات، أما فيما يخص المهما، فلا تختلف القناة الرابعة، فمهام قناة الأم حيث يتضمن بالدرجة الأولى تقديم خدمة المهنية للمساهمين، كما أنّها لها نفس الشروط أي أنها قناة إعلامية تقنية وترفيهية¹.

¹ - الموقع الإلكتروني للتلفزيوني الجزائري العمومي: www.entv.dz

2- بطاقة تقنية للتعريف بالقناة:

¹.

الاسم:	الأمازيغية الرابعة (TV4)
تاريخ التأسيس:	18 مارس 2009
المؤسس:	التعريف الجزائري العمومي
المدير العام:	يوسف عثمان
الشعار التجاري:	قناة كل الجزائريين
شبكة البرامج:	برامج متنوعة
لغة البث:	ناطقة باللغة الأمازيغية
مناطق البث:	شمال إفريقيا
التردد:	القمر الصناعي نابل سات 11679 أفقي 27500.
مقرها الرسمي:	الجزائر (الجزائر العاصمة)
موقعها الإلكتروني:	www.entv.dz ¹

¹ - نفس المرجع السابق.

3- التعرِيف ببرنامِج "تحاوِشْت ن وادل":

هو برنامِج رياضي يعتمد على المادَة التلفزيونية المسجلة، يشغل 60 دقيقة من البث التلفزيوني للقناة الأمازيغية الرابعة التابعة للتلفزيون العمومي الجزائري.

تم بث أول عدد له في أوائل سبتمبر سنة 2013 وذلك من إعداد وتقديم الصحافية الرئيسية للبرنامج "شريفِي مليكة" وهي أيضا صاحبة فكرة "تحاوِشْت ن وادل".

كونها رياضية وإعلامية في آن واحد خلق دافعا تسعى به إلى تسليط الضوء على الميادين الرياضية المختلفة خاصة تلك المعزولة عن الإعلام الرياضي الجزائري.

ففيه تقوم باستضافة العديد من الرياضيين ذو الألقاب الوطنية والعالمية من مختلف الاختصاصات مانحة لهم بذلك فرصة التعبير عن مسيراتهم واختصاصاتهم الدولية والعامة ومختلف التحديات والصعوبات التي تعيق الرياضي والرياضة في الجزائر كونها هي لم تحضي بهذه الفرصة في مسيرتها الرياضية.

ولا يقف البرنامج عند هذا الحد بل يرافق الممارسين والرياضيين في صالات التدريب وقاعات المنافسة من أجل تغطية الأحداث واتباع كل جديد يخص الرياضي الجزائري معطية لهم فرصة الظهور من شاشة التلفزيون بإظهار إنجازهم داخل وخارج الوطن.

فتصل بذلك إلى الهدف الأساسي للبرنامج ألا وهو التعريف بالرياضات المهمشة وفك العزلة عنهم إعلاميا¹.

¹ - نفس المرجع السابق.

4- البطاقة التقنية لبرنامج "تحاوشث ن وادل":¹

عنوان البرنامج: "تحاوشث ن وادل".
قناة البث: القناة الأمازيغية الرابعة.
لغة البرنامج: الأمازيغية.
دورية البرنامج: برنامج أسبوعي.
العمر الزمني: 60 دقيقة.
يوم البث: الإثنين / إعادة: الثلاثاء.
ساعة البث: 19:00 سا / إعادة: 12:15 سا / 12:20 / 12:30.
الفئة المستهدفة: الجمهور الرياضي.
إعداد وتقديم: شريفي مليكة.
الإخراج:
موقعها الإلكتروني: www.entv.dz.

¹ - نفس المرجع السابق.

5- عرض وتحليل نتائج فئات المضمون:

الجدول رقم (02): يمثل الموضوع والرياضات التي بثت في برنامج "تحاوشث ن وادال"

الرياضات	التكرار	النسبة
جيدو	02	14.28%
ملاكمة	02	14.28%
كرة اليد	02	14.28%
كرة الطائرة	01	7.14%
كرة الطائرة لذوي الصمم	01	7.14%
تنس الطاولة لذوي الهمم	01	7.14%
العدو	01	7.14%
الكاراتي دو	01	7.14%
التيكواندو	01	7.14%
كسك بوكسنق	01	7.14%
كونقفو	01	7.14%
المجموع	14	100%

الجدول رقم (02): يبرز الرياضات التي تم تناولها ببرنامج "تحاوشث ن وادال" الرياضي وهذا وفق العينة البحثية المختارة والتي تمثلت في ثلاثة أعداد من الأشهر الأربعة من عما 2023 (جانفي، فيفري، مارس، ماي) حيث يمكننا القراءة من خلال الجدول أعلاه أن المرتبة الأولى تتقاسمها كل من رياضة (الجيدو، الملاكمة وكرة اليد) بنسبة 14.28% المتكررة 03 مرات لنيلها المترتبة الثانية التي تجمع جل الرياضات الأخرى المتبقية بنسبة 7.14% النسبة التي تكررت ثماني (08 مرات) وهذا لكل من رياضة.

كرة الطائرة لذوي الصمم، رياضة تنس الطاولة لذوي الاحتياجات الخاصة، العدو، الكاراتي دو، التتكوندو، كايك بوكسين ورياضة الكينغفو.

ومن خلال القراءة الكمية ثم التحليلية للنسب "فئة الموضوع" أو الرياضيات المتضمنة ببرنامج "ثاواشت ن وادل" يظهر مدى اهتمام البرنامج بتنوع وتسلط الضوء على الرياضات باختلافها الفردية منها والجماعية، فلم تتكرر نفس الرياضة إلا في القليل والتكرار لا يتجاوز المرتين وهذا إذا ما دل على شيء فإنما يدل على محاولة برنامج (ثاواشت ن وادل) فتح المجال لإبراز كل الرياضات والرياضيين ... أما الرياضات المتكررة فتحاكي الواقع الرياضي الجزائري فرياضة (الجيدو، الملاكمة، وكرة اليد...) تحظى بشعبية أكبر وكذا دورات تنظيم الألعاب الرياضية الخاصة بهذه الأخيرة تكون أكثر من غيرها وهذا لا ينفي تسلط الضوء على الرياضات الأخرى، بما فيها رياضات الفنون القتالية باختلافها ورياضات ذوي الهمم لإزالة كل الفوارق الممكنة من رياضة فردية، وخاصة الأشخاص سلمي البنية أو طوي الاحتياجات، الأكثر أو الأقل جماهيرية.

الجدول رقم (03): يمثل فئة القيم التي نقلها برنامج "ثاواشت ن وادل"

القيم	التكرار	النسبة
التميز الرياضي	12	25%
المنافسة الرياضية	12	25%
الاستمرارية والإصرار	12	25%
الروح الرياضية	12	25%
المجموع	48	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أنّ البرنامج الرياضي "ثاواشت ن وادل" يسعى من خلال مجموع الأعداد المدروسة في العينة البحثية أي الأعداد (12) تعتمد على إبراز ونشر

مجموعة من القيم والتي دائماً تتكرر في جميع الأعداد والتي تمثلت في التميز الرياضي بنسبة 25% المنافسة الرياضية بنسبة 25% قيمة الاستمرارية والإصرار بنسبة 25% كما نجد الروح الرياضية بنسبة 25% فمن قراءة الجدول نرى أن القيم الأخلاقية الأربعة دائماً ما تتكرر بكل الأعداد التلفزيونية لبرنامج "ثحاواشت ن وادال" الرياضي.

يتضح من خلال الجدول أعلاه وبعد قراءة الأرقام وربطها بتحليل كيفي نجد أنّ البرنامج "ثحاواشت ن وادال" ينشر عديد القيم الأخلاقية تلك التي تتكرر في كل الأعداد دون اغفال أحدهم فدائماً ما نلتبس التميز الرياضي بعديد الضيوف من رياضيين باختلاف رياضتهم، ومدى تميزهم بالساحة الوطنية أو الدولية وكيف يضيفون أسماء رياضية باختلاف الأعمار الفئات المجموعات وكذا النوادي الرياضية التي ينتمون إليها، وكذلك القيمة الخلقية التي تتجسد في المنافسة القانونية الشرعية التي تسير الرياضة، فلا يمكن الحديث عن الرياضة الاحترافية لوم المنافسة تلك التي تخضع لقواعد، أسس ومبادئ، ففي الأعداد (الاثني عشر 12) نلتبس المنافسة تلك التي يسرد تفاصيلها الرياضية المتفوقين المتميزين، فلا يمكن أن نقول رياضي تميز أو لحرز مرتبة ما دون أن ينافس مثيله سواءً بشكل مباشر أو غير مباشر. كما نجد قيمة أخرى تمثلت في "الاستمرارية" فالرياضيين المسلط عليهم الضوء ببرنامج "ثحاواشت ن وادال"، يعكسون من الإصرار ما يكفي لظفر بنتائج جد مهمة في الرياضات التي يزاولونها، فإصرارهم على التفوق والاستمرارية رغم عديد العوائق والصعاب يتجلى في المشاركات المستمرة في البطولات، الألعاب، والتظاهرات الرياضية كل سنة مهما اختلفت النتائج لنجد بعدها القيمة الجوهرية الضمنية التي تترجمها حصة "ثحاواشت ن وادال" ويعكسها الرياضيون الذين تستضيفهم هي القيمة الخلقية (الروح الرياضية) التي يسرد من خلالها الرياضيون تجاربهم من بعض التعثرات ثم كذلك الحس البالغ للمسؤولية في ممارسة الرياضة بأخلاقية بما تسلم به الأبدان والعلاقات البينية بينهم ومنافسهم ليأتي تعبها العمل التنافسي للتميز.

الجدول رقم (04): يمثل فئة الشخصيات الفعالة.

النسبة	التكرار	الفاعل
36.36%	24	الرياضيين
18.18%	12	مقدم البرنامج
18.18%	12	محلل رياضي
15.15 %	10	وفود التخصصات
7.57%	05	التدريب
4.54%	03	رؤساء الجمعيات
100%	66	المجموع

الجدول أعلاه يبرز لنا الشخصيات الفعالة في البرنامج الرياضي "ثاحواشت ن ودال" حيث نجد في المرتبة الأولى الرياضيين 36.36% ثم تأتي بعدها شخصية مقدم الحصة والمحلل الرياضي بنسبة 18.18% لكل منهما لتحل بذلك المرتبة الثانية فيما نجد وفود التخصصات الرياضية في المرتبة الثالثة بنسبة 15.15% وتلي المربية الثالثة المرتبة الرابعة بنسبة 7.57% تلك بالمدربي الرياضيين فيما نجد في المرتبة الخامسة الأخيرة لرؤساء الجمعيات بنسبة 4.54%، حيث نلاحظ تفاوت وتباين النسب تلك المتعلقة بالشخصيات الفعالة ببرنامج "ثاحواشت ن ودال" الرياضي.

ومن خلال النتائج الكمية يمكننا الوقوف في التحليل على حقيقة كون البرنامج الرياضي "ثاحواشت ن ودال" يسلط الضوء على الرياضيين، فبالتالي التركيز يكون على الشخصيات الرياضية أكثر منه من الفواعل الأخرى فدائماً ما يستظيف البرنامج رياضيين.

للحديث حول المسيرة، التفوق والتميز الرياضي المحقق من قبلهم فيما تكون مهمة مقدم البرنامج وكذا المحلل الرياضي الدائم الحضور بالبرنامج يهدف للتواصل والتفاعل مع الشخصية الرياضية بالنقاش المحادثة، الحوار وكذا التوجيه والتحليل من قبل المحلل الرياضي، لذا نجد إستحواذهم على المرتبة الثانية أمر واقعي أما وفود التخصصات الرياضية أو المسؤول عن الفرق الرياضية التي ينتمي إليها الرياضي المستضاف فنجد النسبة المؤوية وكذا المرتبة الثالثة الي تحتلها تدل أن مسؤولي الرياضي ليسو بدائمي الحضور وهذا نسبة للمسؤوليات التي تقع على عاتقهم، أما المرتبة الرابعة فتعود للشخصية الفعالة في البرنامج ألا وهي المدرب فمرات يكون إلى جانب الرياضي ومرات لا وهذا حسا قائمة وبرنامج الإلتزامات التي تسير جدول أعمالهم الرياضية فحين نجد تردد الجمعيات الرياضية أو مسؤولي الجمعيات تكرر لـ 03 مرات وبنسبة 4.54 من المئة وهذا ربطا بطبيعة وأصناف الرياضات المتناولة بالبرنامج والجمعيات الرياضية. تكررت قليلاً تلك التي مثلت رياضات ذوي الهم والمهارات الخاصة عكس الرياضات الأخرى التي أكتفت بالوفود المتخصصة رياضية أو "النوادي" ويتضح لنا من خلال الجدول أرقامه نسبه وتحليلها أي الشخصيات الفعالة مهما اختلفت في النسب وتكرار الظهور إلا أنها ترجمت واقع الرياضية واستجابت لهدف البرنامج في نقل الرياضة بما فيها للمشاهد وجسدت الفواعل ترجمة الواقع الذي تنشط فيه عديد الرياضات والرياضيين الجزائريين.

الجدول رقم (05): يمثل فئة الأهداف التي يسعى لتحقيقها برنامج "تحاوشث ن وادال"

الأهداف	التكرار	النسبة
إبراز الرياضة والرياضيين	12	37.50%
الإعلام والأخبار	12	37.50%
جذب انتباه المسؤولين	04	12.50%
تنمية الثقافة الرياضية	04	12.50%
المجموع	32	100%

يمثل الجدول رقم (05) أهم وأبرز الأهداف التي يسعى البرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" لإيصالها فاحتل هدف "إبراز الرياضة والرياضيين" وكذا "الإعلام والأخبار" المرتبة الأولى بنسبة 37.50% التي تكررت لمرتين ليأتي بعد ذلك كل من هدف جذب انتباه المسؤولين وهدف "تنمية الثقافة الرياضية" في المرتبة الثانية بنسبة 12.50% لمرتين على التوالي بتكرار 04 مرات لكلا منهما، ومن خلال القراءة العددية الكمية نخلص إلى التحليل التالي: أنّ الهدف الأساسي والرئيسي الذي يسعى إليه البرنامج هو إبراز الرياضة والرياضيين وكذا الإعلام والأخبار، فالبرنامج يضع استضافة الرياضيين الحديث المنافسة والمحادثة معهم في أول اعتبار، كما يخص الرياضيين الحديث المناقشة والمحادثة معهم في أول اعتبار، كما يخصص وقت لنشر وبث جديد الرياضة المحلية الوطنية والعامة منها بمشاركة الرياضيين الجزائريين. أمّا فيما يخص الصنفين المتبقين التمثيلين في جذب إنتباه المسؤولين وهدف تنمية الثقافة الرياضية يأتيان في المرتبة الثانية حيث أنّ هناك من الأعداد المختارة للدراسة بين العدد الكلي المتمثل في 12 عدد من أرتكز على جذب انتباه المسؤولين النخب الرياضية لإعادة النظر في بعض الشخصيات الرياضية التي لا تحظى بالأهمية التي

تستحقها مثلما هو الحال لرياضة كرة اليد لذوي الصمم، وكذلك هو الحال لرياضة تنس الطاولة لذوي الصمم والاحتياجات الخاصة، فنجد أنّ هدف البرنامج في هذه الأعداد طغى عليها طابع النداء ولفت انتباه المسؤولين لتشجيع هذه الرياضات وتوفير المناخ المناسب لها، لنجد كذلك هدف تنمية الثقافة الرياضية إذ يتجسد هذا الأخير بنسبة أكبر في بعض الأعداد المقارنة بغيرها وهذا عند استضافة رياضيين يزاولون ويمارسون أصناف رياضية أقل جماهيرية وشعبية ومعرفة لدى الجمهور المتلقي لذا نجد أنّ الهدف من التعريف بالرياضة والقوانين والقواعد المسيرة لها تستحوذ على باقي الأهداف الأخرى، فيصبح هدف تنمية الثقافة الرياضية أكثر بروزاً من الأهداف الأخرى.

كل هذه الأهداف التي سطرها برنامج "تحاوشث ن وادال" يسعى إلى تجسيدها في زمن وعمر البرنامج المقارب للساعة فلو تباينت النسب وبرزت أحدهما على الآخر لا ينفي وجوده ولو نسبياً فكل الأعداد تسعى لإبراز الرياضيين وكذا الإخبار والإعلام، ولا تقوت فرصة جذب انتباه مسؤولي التخصصات الرياضية ونشر وتنمية الثقافة الرياضية هذه الأهداف التي يسعى القائمون عليه تجسيدها ضمن الأعداد المبرمجة كل أسبوع.

جدول رقم (06): يمثل فئة الاتجاه من المواضيع المطروحة في برنامج "تحاوشث ن وادال"

الاتجاه	التكرار	النسبة
إيجابي	12	12%
سلبي	/	/
المجموع	12	100%

الجدول رقم (06) يمثل اتجاه البرنامج من حيث المواضيع المطروحة المتناولة وكذا اتجاه الأفراد الفعالين بالحصّة، فمن قراءة الكمية للأرقام نجد أنّ الجانب الإيجابي جاء بنسبة 100% بنسبة العاملة في حين أنعدم الجانب السلبي أو الاتجاه السلبي.

ومن نتائج القراءة الكمية وفي تحليل والقراءة الكيفية نجد أنّ الاتجاه الإيجابي الذي طبع كل الأعداد المختارة للدراسة يترجم محتوى البرنامج الذي يرمي ويسعى من خلال جميع متغيراته يعمل على بث ونشر محتوى الرياضة بالشكل الذي يليق به من إيجابية تامة في تفصيل دور الرياضيين والرياضة في شكلها العام، فمن الطبيعي أن يبرمج كل ما هو قيمة مضافة للمجال الرياضي... والجدول يعكس انعدام الاتجاه السلبي، فيخلو برنامج "ثحاواشت ن وادال" من السلبية أو معاكسة دعائم وأساسيات هذا البرنامج الذي لا يمكن أن يحذو لعكس ما أسسه.

الجدول رقم (07): يمثل فئة الجمهور المستهدف ببرنامج "ثحاواشت ن وادال"

الجمهور	التكرار	النسبة
خاص	12	12%
المجموع	12	100%

يمثل الجدول أعلاه الجمهور الذي وجه له برنامج "ثحاواشت ن وادال" حيث يترجم الجدول وكذا النسبة الـ 100% للجمهور الخاص.

أما تفسير النتائج أو بالأحرى الأرقام والنسب، فيمكن القول أنّ طبيعة البرنامج ومحتواه يعكس النسبة، فالبرنامج الرياضية تملك من الجمهور ذلك الذي يتابع وينتظر المحتوى الرياضي مهما اختلفت أصنافه وانقساماته ما دون ذلك من الموضوعات والتي تعتبر عن الرياضة لا يمكن أن توصل وتربط بالجمهور الرياضي فبرنامج "ثحاواشت

ن وادل" تستهدف الجمهور الرياضي وهو جمهور خاص له من المميزات، السمات والصفات تلك التي توضع صوب الأعين عند محاولة بناء أو صنع محتوى إعلامي رياضي هادف

6- نتائج الجزئية لفئات المضمون:

– تتنوع وتعدد المواضيع أو الرياضات المطروحة عبر البرنامج الرياضي "ثحاوشت ن وادل" في الأعداد المختارة للدراسة، ثم التطرق إلى صنف من الرياضات ألا وهي "الجيدو" بتكرار مرتين، "الملاكمة" بتكرار مرتين هو الآخر، كرة اليد بذات التكرار "كرة الطائرة" لذوي الصمم، "تنس الطاولة" لذوي الصمم، "رياضة العدو"، رياضات الفنون القتالية من "الكاراتيه دو"، "التايكواندو"، "الكيك بوسكن" والكونفو" بتكرار واحد، كما جاءت بنسبة متفاوتة نسبية ليدل ذلك على كون البرنامج الرياضي محل الدراسة يسلط الضوء على عديد الرياضات ولا يميل لرياضة دون الأخرى.

– تعدد القيم المتصنعة بالبرنامج، حيث تمثلت في أربعة قيم ألا وهي التميز الرياضي، المسافة الرياضية، الاستمرارية والإسرار، الروح الرياضية كلها جاءت بنفس النسبة فوجود القيمة الأولى يفرض وجود القيم الثلاثة الأخرى فلا تميز رياضي بدون منافسة ولا منافسة دون الاستمرارية والإسرار ولا استمرارية وإسرار دون روح رياضية فهي قيم متكاملة ومكملة لبعضها البعض.

– البرنامج الرياضي اعتمد على عديد الأشخاص لتفعيل والتفاعل مع المواضيع المطروحة وتتمثل الفواعل في الرياضيين، مقدم البرامج، المحلل الرياضي، وفوز التخصصات الرياضية، المدربين وكذا رؤساء الجمعيات حتى ولو اختلفت النسبة إلا أنه لكل دور لبلوغ أهداف البرنامج.

– البرنامج الرياضي "ثحاوشت ن وادل" سعى إلى بلوغ 04 أهداف أساسية ألا وهي إبراز الرياضة والرياضيين، الإعلام والإخبار جذب انتباه المسؤولين، تنمية الثقافة الرياضية، قد

- يبرز أحد هذه الأهداف في عدد من الأعداد أكثر من غيره غير أنه كل الأعداد ترجمت وجسدت هذه الأهداف وبروز أحدها لا يلغي ظهور الأهداف الأخرى.
- يتضح أيضا من خلال التحليل أن برنامج "تحاوشث ن وادال" موجه للجمهور الخاص ألا وهو الجمهور الرياضي المتلقي للمضامين الرياضية.
- اتجاه برنامج "تحاوشث ن وادال" إيجابي ويتجسد ذلك عبر الأهداف التي يسعى لتحقيقها البرنامج سواء على المدى القصير أو البعيد، ثم كذلك القيم الإيجابية الطاهرة منها والضمنية، فرسالة البرنامج في غايتها إيجابية تجاه المواضيع الرياضية.

7- عرض وتحليل نتائج فئات الشكل:

جدول رقم (08): يمثل فئة زمن برنامج "تحاوشث ن وادال"

العدد	التكرار	النسبة
295 /1	53 د	8.15%
297 /2	56 د	8.61%
298 /3	56 د	8.46%
300 /4	55 د	8.46%
301 /5	53 د	8.15%
302 /6	53 د	8.15%
303 /7	54 د	8.30%
304 /8	52 د	8%
305 /9	55 د	8.46%
306 /10	55 د	8.46%
308 /11	53 د	8.15%
309 /12	55 د	8.46%
المجموع	650 د	100%

الجدول رقم (08) يمثل المدة الزمنية للأعداد التلفزيونية لبرنامج "تحاوشث ن وادال" حيث استغرق كل من العدد (2 و3) المختار للدراسة مدة 56 دقيقة ليحتل بذلك المرتبة الأولى بنسبة 8.61% لنجد بعد ذلك نسبة 8.46% في المرتبة الثانية التي تترجم المدة الزمنية الممثلة بـ 55 دقيقة تلك التي استغرقت في 04 أعداد مختارة للدراسة، وهو كل من الأعداد (4، 9، 10، 12). أما المرتبة الثالثة فتجسدت بنسبة 8.30% بمدة زمنية مثلت 54 دقيقة العمر الزمني الذي استغرقه العدد (07). أما المرتبة الرابعة فكما اتضح عبر الجدول فمثلت بنسبة 8.15% بزمان 53 دقيقة الزمن المستغرق بالأعداد الأربعة رقم (01، 05، 06، 11)، أما المرتبة الخامسة والأخيرة تمثلت في 08% بزمان تمثل في 52 دقيقة الزمن الذي استغرقه العدد رقم (08).

ومن خلال القراءة العددية الكمية للجداول يتبين تفاوت المدة الزمنية المستغرقة بكل عدد وهذا لما يفرضه كل عدد وطبيعة الرياضة وكذا الضيوف المستقبليين بالبلاطو، غير أن التباين الزمني لا يتعدى 04 دقائق بين المدة الزمنية الأقصر 52 دقيقة والأطول 56 دقيقة فطبيعة الضيوف أو الرياضيين بين المسترسل في الحديث وبين المتحفظ لدرجة ما، يمكن أن يضع فارق لبعض دقائق.

فمثلما هناك تكرار في بعض الأعداد ببرنامج "تحاوشث ن وادال" يُمدد مدة عمر البرنامج لبعض دقائق لمراعات الضيوف وإتمام الرسائل والكلمات خاصة منها الختامية، وهذا إذ دل على شيء فإنما يدل على مراعات جانب الاتصال وإتمام الرسالة الاتصالية لذا يتم تكيف عمر البرنامج حسب الموضوع والضيوف شريطة ألا يتجاوز 60 دقيقة. وفي المعتمد عمر برنامج "تحاوشث ن وادال" هو 52 دقيقة.

الجدول رقم (09): يمثل فئة اللغة المستخدمة ببرنامج "تحاوشث ن وادال"

اللغة	التكرار	النسبة
اللهجة القبائلية	12	%44.44
اللغة الأمازيغية	12	%44.44
اللغة العامية	03	%11.11
المجموع	27	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل فئة اللغة المستخدمة بالبرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" أنّ اللغة الأمازيغية واللهجة القبائلية احتلت المرتبة الأولى بنسبة %44.44، ثم تليها اللهجة العامية بنسبة %11.11.

ومن خلال القراءة العددية للجدول يتضح أنّ اللهجة القبائلية واللغة الأمازيغية هي الأكثر استعمالاً وهذا نسبة للبرنامج عينة الذي ينطق بالأمازيغية ويبتث بالقناة الرابعة الأمازيغية بالتلفزيون العمومي وتجسد ذلك بنسبة %44.44.

وهذا كون اللغة الأمازيغية هي لغة التقديم واللهجة القبائلية لغة استرسال أغلب الضيوف، ورغم كون البرنامج يبتث وينطق بالأمازيغية لم يمنع من استعمال اللهجة العامية وهذا نزولاً عند مطلب الضيوف.

الجدول رقم (10): يمثل فئة القوالب الفنية المستعملة ببرنامج "تحاوشث ن ودا ل"

النسبة	التكرار	القوالب الفنية
40.38%	42	حديث الشخصية
34.61%	36	أخبار رياضية
13.46%	14	تقارير
11.53%	12	المقدمات الافتتاحية
100%	104	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه فئات القوالب الفنية المستعملة حيث نجد فئة حديث الشخصية هو المستحوذ على باقي القوالب الفنية الأخرى، وهذا باحتلاله المرتبة الأولى بنسبة 40.38% لتأتي بعدها الأخبار الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة 34.61% وبتكرار 36 مرة. أما المرتبة الثالثة فتأتي بنسبة 13.46% لفئة التقارير وبتكرار 14 مرة، أما المرتبة الرابعة والأخيرة فكانت للمقدمات الافتتاحية بنسبة 11.53% بتكرار 12 مرة.

من خلال النتائج الكمية التي يملها الجدول أعلاه يتبين أنّ البرنامج الرياضي "تحاوشث ن ودا ل" يعتمد وبشكل كسر على حديث الشخصية أي تلك المحادثة والمقابلة الحرة بين المقدم والرياضيين ومختلف الوجوه التي تنشط بالشق الرياضي باعتباره الأسلوب والقالب الفني الأحسن للتعريف بالشخصية الرياضية عن قرب وتقديم الوقت والظروف اللازمة للتعامل مع الشخصية الرياضية وهذا لما تحتويه المحادثة الرياضية الحرة من تلقائية واتصال مباشر فعال ويخلق نوع من الألفة بين الرياضي ومقدم البرنامج.

أما الأخبار الرياضية فهو قالب وجنس فني آخر يعتمد عليه برنامج "تحاوشث ن ودا ل" بما فيه نقل ورصد لجديد الرياضة وجمع حوصلة أسبوعية أو حصاد أسبوعي لمجريات برامج بطولات مسابقات، وتظاهرات رياضية تعرض على شكل أخبار في فقرة

يرصد فيها الصوت، الصور، والفيديوهات لوقائع رياضية وهذا طبقاً لطبيعة تركيبة البرنامج عليه.

وفيما يخص التقارير الإخبارية فجاءت في المرتبة الثالثة حيث اعتمدت بشكل وبصفة تتماشى وطبيعة المواضيع الرياضية المتناولة، ففي المتوسط يمكن القول أنّ كل عدد تضمن تقرير وهذا لتكراره 14 مرة.

وهناك من الأعداد ما

تضمنت تقريرين وغالباً ما تكون التقارير على أحد الأحداث الرياضية البارزة بالأسبوع، فالتقارير تنقل الخبر بنوع من التفصيل ورصيد أوفر من المعلومات بالمقارنة بالخير الذي قد يجب على الخمسة الأسئلة لا أكثر.

في حين نجد المقدمات الافتتاحية تحتل المرتبة الرابعة والأخيرة، وهذا نسبة لتكرارها 12 مرة وهو رقم الأعداد المدروسة، فهذا الأخير متعلق بمقدم البرنامج مباشرة، حيث تكون المقدمات الافتتاحية عبارة عن نظرة أو مختصر لما يتطرق إليه بالعدد بشيء من التفصيل كما يضع مقدمات للضيوف والرياضيات التي سيتم تناولها بالعدد، فمن الطبيعي أن تكون الأقل تكراراً بالمقارنة مع القوالب الفنية الأخرى.

في الأخير نخلص إلى حقيقة كون جل القوالب الفنية المستعملة متكاملة ومكملة لبعضها البعض، أما بنسبة الاستعمال هذه القوالب تفرضها طبيعة البرنامج الأهداف المرجوة.

الجدول رقم (11): يمثل فئة المؤثرات الصوتية ببرنامج "ثحاواشت ن وادال"

المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة
الأصوات الخارجية	26	65%
موسيقى	14	35%
المجموع	40	100%

يمثل الجدول أعلاه فئة المؤثرات الصوتية، فقد احتلت الأصوات الخارجية المرتبة الأولى بنسبة 65% وتكرر 26 مرة، أما المرتبة الثانية فترجمت المؤثر الصوت المتمثل في الموسيقى بنسبة 39%.

من خلال نتائج تحليل الكمي يتبين أن البرنامج الرياضي "ثحاواشت ن وادال" اعتمد على مؤشرين صوتيين أساسيين ألا وهما الأصوات الخارجية ويتجسد هذا عند فقرة الأخبار الرياضية والتقارير، حيث نلتبس الأصوات الخارجية التي تضفي الحيوية والواقعية والمصادقية للخبر أو التقرير بما يجذب المشاهد والمتلقي للمضامين الإعلامية للبرنامج. فعند نقل المسابقات الرياضية، الفعاليات، والألعاب الدورية نلتبس أصوات الرياضيين وكذا الجمهور المتفاعل معهم الشيء الذي يجعل المشاهد عند التلقي يندمج مع الصوت والصورة والطابع الحي للفيديوهات.

أما المؤثرات الصوتية المتعلقة بالموسيقى فنجد نسبتها تساوي إلى 35% بتكرار 14 مرة، وهذا مرتبط مباشرة بعدد التقارير وتكرارها بالبرنامج. وما يستلزمه هذا الأخير من موسيقى لسد الصمت والفراغ الذي قد يصاحب النص الإعلامي فتداعيات تركيب الصوت والصورة لتشكيل التقارير يشترط إضافة بعض المقاطيع الموسيقية التي قد تدل تارة على

الإسرار وأخرى تحفيزية والعديد الآخر هذا الأخير يضفي جمالية على التقارير بما يتناسب والموضوع المتناول وكذا المتلقي والمستقبل لها أو المادة الإعلامية.

وفي الأخير نخلص إلى حقيقة القول أن فئة المؤثرات الصوتية لها دلالة ضمنية حيث يندمج من خلالها المتلقي للمادة الإعلامية مع الموضوع المطروح، فلذا يجب الاستعمال الأنسب والمدرّوس لهذه الأخيرة لتقادي جعلها مصدر تشويش وإزعاج للمتلقي.

الجدول رقم (12): يمثل فئة المؤثرات البصرية من حيث الإضاءة ببرنامج "ثحاواشت ن ودال".

الإضاءة	التكرار	النسبة
متوسطة	40	76.92%
قوية	12	23.07%
المجموع	52	100%

يتضح لما من خلال قراءة الجدول أعلاه رقم (12) المترجم لفئة المؤثرات البصرية من حيث الإضاءة أن البرنامج يعتمد في غالبية على الإضاءة المتوسطة وهذا بنسبة 76.92%، أما الإضاءة القوية فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 23.07% بتكرار 12 مرة.

من خلال نتائج التحليل الكمي للنسب والأرقام نرى اعتماد وارتكاز برنامج "ثحاواشت ن وادال" على الإضاءة المتوسطة، حيث يتجسد هذا الأخير في قالب نقل الأخبار وكذا التقارير، فيعتمد في هذا الأخير عنصر الإضاءة المتوسطة بنسبة لنقل الأحداث الرياضية في أغلب الأحيان في إضاءة طبيعية ونفس الحال بالنسبة للتقارير، فتعتمد في غالب

الأحيان على الإضاءة المتوسط التي تترك انطبعا لواقعية الأحداث الرياضية ومحاكتها لمتغيرات البيئة محل حدوثها أو عين المكان.

أما المرتبة الثانية كما نلاحظ في الجدول تخص الإضاءة القوية التي تعتمد بالبلاطو أو الأستوديو حيث تسجل الأعداد بالبلاطو بإضاءة قوية ما يطلبه التصوير والإضاءة الداخلية. فنجد اعتماد قوة الإضاءة بكافة الأعداد المدروسة وكذا الأخرى منها، فالإضاءة القوية تصنع أجواء مشابهة بتلك المتمسة بالمنزل... فتظفي التعارف والألفة.. بين المقدم والضيوف المستقبل، وكذا بين البرنامج ككل ومتتبعيه، فالإضاءة القوية تجعل من الصورة الفيديو المركب أفضل جودة وأكثر اتضاح.

وأيسر استقبالا بصريا من تلك المموهة والخاصة التي قد تبعث برسائل ضمنية التي قد تقوم مقامًا معاكسًا لأهداف البرنامج الذي يهدف للوضوح الصدق والشفافية.

ما يستلزمه البرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" من نماذج وأمثلة رياضية يقتدى بها. فتسليط الضوء وعامل الإظهار التام أمر يهدف إليه البرنامج.

في الأخير المؤثرات البصرية لها من الدلالة ما يكفي لدعم وتعزيز الرسالة الإعلامية لذا نجد حسن انتقاء واختيار شدتها يلعب دورًا هامًا وغير مستغنى عنه.

الجدول رقم (13): يمثل فئة المؤثرات البصرية من حيث طبيعة الديكور ببرنامِج "تحاوشث ن وادال".

الديكور	التكرار	النسبة
ثابت	12	%100
متغير	/	/
المجموع	12	%100

الجدول رقم (13) يبين ويترجم الأرقام والنسب المئوية تلك المتعلقة بالديكور، فنجد أن نسبة الديكور الثابت استحوذت على النسبة الكلية ألا وهي 100% في حين انعدمت النسبة لفئة الديكور المتغير.

حيث يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه وبعد قراءة الأرقام والمعطيات نخلص إلى استنتاج أن برنامج "تحوشث ن وادال" حافظ على ديكور واحد وثابت ما يجعل من البلاطو التلفزيوني الذي يبيث من خلاله البرنامج بمثابة منزل للرياضيين ويصنع عنصر الألفة لدى المشاهد... كما يضع التركيز على الضيوف والرياضيين ولا يشئت الانتباه بمحاولة فرز كل عنصر جديد في الواجهة والديكور للمشاهد. فانعدام نسبة الديكور المتغير لم يأتي بطريقة عشوائية بل له من الدلالات ما يكفي لجعل البرنامج زاوية شديدة البساطة في المظهر ليرتكز المشاهد على المحتوى أكثر من الشكليات، وهذا لا يمنع من تغير طفيف يصاحب الرياضيين من ميداليات، شهادات، كؤوس توضع على الطاولة لإبراز نجاحاتهم وتألقيهم.

الجدول رقم (14): يمثل فئة طبيعة بث برنامج "ثحاواشت ن وادال".

طبيعة بث البرنامج	التكرار	النسبة
مباشر	/	/
مسجل	12	%100
المجموع	12	%100

الجدول رقم (14) يمثل طبيعة بث برنامج "ثحاواشت ن وادال" الرياضية، فنجد أن جل الأعداد أو الأعداد الاثنا عشر (12) المختارة للدراسة تم اعتماد التسجيل في تصويرها، فتكرار (12) يعبر عن عدد الأعداد التلفزيونية" للبرنامج الرياضي المدروس وترجمت نسبة %100 كل الأعداد مسجلة في حين يندعم متغير "المباشر".

يتضح من خلال المعطيات الكمية أنّ برنامج "ثحاواشت ن وادال" تعتمد البث المسجل في عرض محتواه وهذا بنسبة لطبيعة البرنامج وما يطلبه من تحضير وإعداد ... كما يتعلق الأمر بالضيوف والرياضيين المستقبليين بالبرنامج فالتزامات والأجندة التي تنظم نشاطهم الرياضي لا يتيح فرصة الاستضافة إلاّ بدارسة عامل الزمن الذي يساعد كل الأطراف الرياضية بما فيها الرياضيين، الوفود المتخصصة، المدربين ومسؤولي الجمعيات الرياضية فبرنامج "ثحاواشت ن وادال" اعتمد على التسجيل لعديد المتغيرات التي تستجيب لطبيعة موضوع الفكرة التي يسير وفقها البرنامج.

الجدول رقم (15): يمثل أنواع اللقطات حسب حجم الصور ببرنامج "ثحاواشت ن وادال".

أنواع اللقطات	التكرار	النسبة
لقطة قريبة	300	65.78%
لقطة متوسطة	96	21.78%
لقطة طويلة	60	13.15%
المجموع	456	100%

الجدول رقم (15) يمثل أنواع اللقطات المعتمدة حسب حجم الصور، حيث وكما نلاحظ من قرارة الجدول أعلاه أن اللقطات القريبة تحتل المرتبة الأولى بنسبة 65.78% بتكرار 300 لقطة في الأعداد (12) عشر المدروسة. أما المرتبة الثانية فتعود للقطات متوسطة بنسبة 21.78% بتكرار 96 مرة أما في المرتبة الثالثة والأخير نلاحظ فيما يليه الجدول اللقطة الطويلة التي جسدت بنسبة 13.15% بتكرار 60 مرة.

ومن خلال الجدول يتضح لنا أنّ النوع الأكثر اعتماداً في التصوير ببرنامج "ثحاواشت ن وادال" يتركز على اللقطات القريبة أكثر من غيرها. وهذا بنسبة 65.78% وهذا كون البرنامج يستضيف الشخصيات الرياضية ويسلط الضوء عليها، فنجد أن أغلب اللقطات مقربة لتركيز نظر المشاهد على الشخصية المستضاف بدون غيرها وهذا لإبراز الشخصية بكل تفاصيلها وملامحها، فهذا النوع من التصوير يقترب بالضيف للمشاهد حيث يعطي انطبعا بقرب الشخص وأنّ وجوده أكبر أمر يفرض النظر والتركيز عليه دون غيره وهذا هو هدف البرنامج من الأساس.

أما اللقطات المتوسطة، فنجدها هي الأخرى معتمد إلى حد ما في نقل المادة الإعلامية للمتلقى والغرض منها توزيع الحقل البصري للمشاهد للإمام بشخصيتين في نفس اللقطة أو الشخصية الرياضية ومقدم البرنامج وبعض الأحيان الشخصية المستضاف وخلفية الشاشة المعبرة أو المظهرة لنجاحاته أعماله وغيرها فاللقطة المتوسطة تعطي انطبعا ببع

الشخص نسبياً على إتمام الشاشة ويكون هذا قصدياً لإتمام الصورة بفكرة أو رسالة يود المخرج إبلاغها المشاهد.

أما اللقطات الطويلة (أو البعيدة) فهي الأخرى استعملت البرنامج الرياضي "ثحاوشت ن وادال" ولو قلت نسبتها مقارنة يسابقتها، إذ ترجمت بنسبة 13.15%، حيث أغلب هذه اللقطات تجمع بين كل الحضور بالبلاطو والأستوديو وهذا الإعادة وضع المشاهدين بين الحين والآخر في الصورة الكلية للبرنامج وإعادة بناء فكرة جمع الحضور في لقطات قصدية لغرض التذكير بالشكل الكلي بالمستقبلين والرياضيين ثم كذلك تكون هذه اللقطات للانتقال بالمشاهد من فكرة لأخرى أو فقرة لأخرى أو حتى من ضعيف لآخر، فعنسة الكاميرا تحاكي عين المشاهد مترجمة بذلك الحركة الطبيعية للعين التي ينتقا لها من شخص لآخر تجمع الحقل البصر المحاط بها.

في الأخير اختبار اللقطات المناسبة للصور لا يكون بمحض الصدفة التركيب بطريقة اعتباطية بل كل لقطة يجب أن تحاكي وتترجم فكرة للصورة دلالة لنقل أهمية عن الأقوال والألفاظ لا وبل تكون أصدق تعبيراً.... لذا يجب الاستعمال الصائب لها لتخدم الموضوع المدروس...

الجدول رقم (16): يمثل أنواع زوايا التصوير ببرنامج "ثحاوشت ن وادال".

أنواع الزوايا	التكرار	النسبة
زاوية مستوى النظر	82	43.61%
زاوية مائلة	40	21.27%
زاوية منخفضة	40	21.27%
زاوية مرتفعة	26	13.82%
المجموع	188	100%

الجدول التالي يمثل أنواع زويا التصوير تلك المستخدمة ببرنامج "ثحاواشت ن وادال" حيث نجد من خلال قراءة الجدول أنّ زاوية تصوير مستوى النظر هي التي تمثل المرتبة الأولى بنسبة تعادل 43.61% في حين نجد أن المرتبة الثانية يقسمها كل من الزاوية المائلة والزاوية المنخفضة بنسبة 21.27% لكل منها وهذا بتكرار 40 مرة. أمّا المرتبة الثالثة والأخيرة فتعود لزاوية التصوير المرتفعة وهذا بنسبة 13.82%.

ومن خلال قراءة الجدول الكمية المترجمة للنسب والأرقام يتبين لما أنّ زوايا مستوى النظر في التصوير هي الأكثر اعتمادا ببرنامج "ثحاواشت ن وادال" فزاوية التصوير الأفقية المباشرة التي تكون فيها عدسة الكمرة صوب وجه الشخصية المستضاف تستحوذ على النسبة من زوايا التصوير وهذا بطبيعة الحال الشكل الذي تتخذه المحادثات المتوسطة منها والمطولة، فالزاوية تعكس اعتدال الشخصية وطبيعة الموضوع المناقش الذي يحمل البساطة الجديدة وأسلوب الاسترسال في الإلقاء فزاوية مستوى لنظر تضع الشخص الذي تقع عليه الكامرا في وضعية مريحة تمكنه من الحديث بطلاقة اريحية وتلقائية دون شعوره بالمراقبة والتعقيد، فتعتمد هذه الزوايا أكثر في البلاتوهات والطويلات المستديرة للمحادثة والنقاش.

أما الزاوية المائلة والمنخفضة فاستعملت هي الأخرى في تصوير برنامج "ثحاواشت ن وادال" وأكثرها تلك الملتقطة بالميدان فالقاعات الرياضية، الهواء الطلق، وهذا عند نقل الأخبار الرياضية وكذا بناء التقارير التلفزيونية الرياضية فيلفت نسبة استعمال هذه الزوايا 21.27%. فالزوايا المائلة تلك التي تأخذ من الجانب عند السباقات، المباريات، المنزلات وغيرها للجمع بين الرياضي وكذا الرياضة التي يمارسها بما تختلف الزاوية من جمع بين الفاعل والعفل، أما الزاوية المنخفضة أو الغطسية فاعتمدت لنقل الصورة الكلية للملاعب أو أروقة السباق للدلالة على فخامة الحدث الرياضي وإبراز الرياضيين بحجم أصغر وهذا ليس لغرض تصغير أو التقصير من القدرات بل الدلالات على ضخامة الحدث الرياضي والدلالة على نسبة المشاركين وعددهم الكبير.

أما زوايا التصغير المرتفعة فتجسدت بنسبة 13.82% وهي الزاوية التي تستعمل للتقطيع وإبراز الرياضيين بكبر حجمهم أي الارتفاع بالعدسة لدلالة قوة مكانة وحنكة الرياضي فتتكرر الزاوية عند بداية المسابقات وكذا عند تقليد الرتب والأوسمة للمتفوقين والفائزين.

من خلال ما سبق نخلص القول كون برنامج "ثحاواشت ن وادال" يستخدم زوايا التصوير بما يتناسب وأهداف البرنامج وبما ينقل الفكرة دون تشويه تضليل أو تأويل.

8- النتائج الجزئية لفئات الشكل:

- تفاوت المدة الزمنية المخصصة للأعداد التلفزيونية من برنامج "ثحاواشت ن وادال" فعمر البرنامج أنه دائما ما يجتاز متوسط 52 دقيقة وهذا بنسبة للمواضيع والرياضات محل الحديث وكذا الضيوف المستضافين بالبرنامج.
- اعتماد برنامج "ثحاواشت ن وادال" على اللهجة الأمازيغية العامية بنسبة أكبر وهذا اختزاناً بالضيوف وكذا كون البرنامج ناطق بالأمازيغية وكذا الأمازيغية الفصحى كونها لغة التقديم وهذا لا يمنع استعمال العامية العربية للاتصال مع ضيوف البرنامج.
- برنامج "ثحاواشت ن وادال" يعتمد على الأصوات الخارجية عند الحديث على المؤثرات الصوتية، وهذا لما تعود به الأخبار من أصوات خارجية الطبيعية وبالقاعات الرياضية من جماهير رياضيين وغير ذلك، أما الموسيقى فاستعملت في تركيب التقارير.
- إعتاد الإضاءة المتوسطة في الدرجة الأولى برنامج "ثحاواشت ن وادال" في المؤثرات البصرية وهذا عند نقل الأخبار الرياضية المصور في غالب الأحيان بإضاءة طبيعية كذلك التقارير التي تعتمد اعتدال الإضاءة، أما الإضاءة القوية فتستعمل بالبلاطو عند التسجيل مع الضيوف، كما تم اعتماد الديكور الثابت في حل الأعداد المدروسة.
- كل أعداد برنامج "ثحاواشت ن وادال" تم تسجيلها لأغراض إخراجية إنتاجية ومراعات للضيوف وجداول أعمالهم.

- أكثر القوالب الفنية المعتمدة في برنامج "تحاوشث ن وادال" هو قالب حديث الشخصية كون البرنامج يستضيف العديد من الفواعل الرياضية للحديث المناقشة، والعوان.
- يعتمد برنامج "تحاوشث ن وادال" على اللقطات القريبة أكثر من الأنواع الأخرى، وهذا لتقريب المحتوى الإعلامي للمشاهد بينما في ذلك الشخصيات المستضافة، الأخبار وعديد التظاهرات، المسابقات التي تستحوذ فيه الصور والمشاهد المصورة عن قرب أكثر من غيرها.
- زاوية مستوى النظر هي أكثر زوايا التصوير اعتمادا ببرنامج "تحاوشث ن وادال" وهذا كون البرنامج برنامج المحادثة والحوار فراوية مستوى النظر هي الأكثر جدارة تحقيق وبلوغ البرنامج.

9- النتائج العامة للدراسة:

من منطلق تحليل مجموع بيانات الجداول وبعد القراءة والتفسير توصلنا استخلاص النتائج أدناه:

- تناول برنامج "ثحاواشت ن وادال" عديد الأنواع والأصناف الرياضية، وتم معالجتها بالحوار والنقاش، حيث سلط هذا الأخير الضوء على عديد الرياضات الأقل جماهيرية الفردية منها والجماعية، وكذا الرياضات الفنون القتالية الهجومية منها والدفاعية حيث تمثلت هذه الأخيرة في كرة الطائرة لذوي الصمم، تنس الطاولة لذوي الصمم، التكوندو، كيك بوكسينق، كونغفو، وهذه الرياضات نجدها جماهيرية أقل وتغطيات إعلامية محدودة مقارنة بالرياضيات الأخرى.

- قدم البرنامج عديد الشخصيات الفاعلة التي ساهمت في تفعيل محتوى البرنامج لبلوغ الأهداف التي يقوم من أجلها فكل بتخصصه، خبرته، ومجاله ومسؤولية سعوا من أجل نقل المادة الإعلامية والرسالة الاتصالية الرياضية بالوضوح والمصادقية والشفافية سواء تعلق ذلك بالرياضيين، وفود التخصصات الرياضية، المدربين أو مسؤولي الجمعيات الرياضية. كل ساهم بدوره في نقل معلومات، أفكار، مبادئ، آراء متعلقة بموضوع واحد ألا وهو الرياضية وهذا دون إغفال الدور البالغ للقائم بالاتصال (المقدم) وكذا المحلل الرياضي، الشخصيتان الدائماتان الحضور في توجيه إيضاح وتعزيز الرسالة الاتصالية من جهة ثم التحليل والاستشارة من جهة أخرى.

- تبنى برنامج "ثحاواشت ن وادال" الاتجاه الإيجابي المحض في تناول عديد المواضيع الرياضية سواء الإيجابية المعلن عليها، المباشرة من خلال استضافة الضيوف وما يميز الرسالة الاتصالية وطبيعتها عند الحوار وتبادل أطراف الحديث والنقاش معهم حيث نتلمس ... التأييد، التشجيع، التفاعل من طرف القائم بالاتصال لتقابلها، التلقائية الاسترسال وكسر الحواجز الاتصالية من طرف الضيوف الرياضيين، فهنا تظهر إيجابية

الرسالة الاتصالية. أما الاتجاه الإيجابي في شكله الضمني الغير معلن عنه فكرة البرنامج التي تعبر أساسا بإيجابية الرياضة ورفع من مكانتها إلى جنب الرياضيين، ثم كذلك أهداف البرنامج التي تعبر عن اتخاذ النهج الإيجابي في نقل الرسالة الإعلامية، الرياضية كما يظهر الاتجاه الإيجابي للبرنامج من منطلق القيم التي يطرحها البرنامج، من روح رياضية المنافسة الرياضية النزيهة الإسرار والاستمرارية لبلوغ الأهداف، التميز الرياضي كلها قيم إيجابية تعكس الاتجاه الإيجابي للبرنامج.

- اعتمد البرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" على اللغة الأمازيغية كونها اللغة التي يبيت بها البرنامج عبر القناة الرابعة الأمازيغية. وكذا اللهجة القبائلية على حد سواء من منطلق الضيوف الذين تم استضافتهم بالبرنامج الناطقين بالأمازيغية بالأغلبية الساحقة. كما أن البرنامج موجه للجمهور الرياضي في شكله العام، ثم متابعي برنامج "تحاوشث ن وادال" لئما فيه من قابلية لفهم محتوى واستقبال الرسالة الإعلامية الرياضية الأمازيغية.

- ركز برنامج "تحاوشث ن وادال" في استخدام المؤثرات البصرية من حيث الديكور على البلاطو الثابت لجعله مكانًا مألوفًا للضيوف والشخصيات الرياضية المستقبلية في البرنامج، وكذا للجمهور الرياضي المتابع للبرنامج، أما من حيث الإضاءة فاعتمد البرنامج على الإضاءة المتوسطة وهذا نسبة للنقل للأحداث الرياضية التي تكون مجرياتها في إضاءة طبيعية وكذلك هو الحال التقارير التلفزيونية التي تعتمد على الإضاءة المتوسطة لجعل المادة الإعلامية حية في شكلها الطبيعي الذي يقترب للواقع المعاش أكثر واقع الأحداث الرياضية، أما الإضاءة القوية فكانت بالبلاطو... لما يشترطه التصوير والإخراج وكذا عنصر إبراز صورة الرياضيين والضيوف بوضوح.

- استخدم برنامج "تحاوشث ن وادال" نوع اللقطات القريبة أكثر من غيرها من اللقطات الأخرى كون البرنامج يعتمد قالب المحادثة الشخصية الذي يسلط الضوء على شخصية أو حالة أو ضيف، ما يستدعي تقريب لقطات التصويرية كون هذا الأخير محل الاهتمام

والتركيز. كما اعتمد البرنامج زاوية تصوير مستوى النظر لنفس الغرض أي أن البرنامج يهدف للقاء القائم بالاتصال مع الشخصيات المستضاف فالمقابلة وجه لوجه تستدعي وتفرض محاكاة عدسة الكاميرا لوضعية المصورين والتي في صلبها لا تحمل رسالات ضمنية من غير التركيز على الشخصية المتحدثة.

خاتمة

خاتمة:

الرياضة إحدى أبرز المجالات التي ينشط فيها الفرد، حيث تجسد الخصائص الفكرية النفسية والثقافية للمجتمعات، كما تعكس مدى التزامها بتحقيق معايير المجتمعات المعاصرة تلك التي تعكس من القدرات والامكانيات، الميزانيات، الطاقات والمواهب الرياضية في صالح التطوير من اقتصاداتها واستقرار سياستها وعديد المتغيرات التي تشكل النسق الكلي للنظم والجسر الناقل لفعليات هذه الأخيرة يكمن في الوسائل الاتصالية الإعلامية التي تنصدر المرتبة الأولى بدود منازع في نقلها الى قاعدة جماهيرية غير محمودة لذا نجد الإعلام الرياضي قطع أشواطاً كبيرة نظراً لتعدد الوسائط الإعلامية وكذا القنوات القضائية المتخصصة في المجال الرياضي لمواكبة كل ما هو متعلق بالشأن الرياضي.

ولقد حاولنا من خلال دراستنا الوقوف على دور البرامج التلفزيونية في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية وذلك بالتركيز على البرنامج محل الدراسة والعينة المختارة البرنامج التلفزيوني "ثحاواشت ن وادال" ومن خلال الأعداد الأثن عشر (12) المدروسة تم التوصل إلى عديد الحقائق المعبر عنها كمياً تلك المترجمة لواقع برنامج "ثحاواشت ن وادال"، إذ يقف قائمي البرنامج على تخطيط الأعداد والبناء المحكم لجل الأعداد بدءاً من المواضيع والأصناف الرياضية المختارة التي تميزت بالتنوع ولم تبقى حكراً للرياضات التي تحظى بإقبال واسع من الجمهور الرياضي الجزائري، ثم كذلك الشخصيات الفعالة بالبرنامج فنجد أن هناك عناية خاصة بالشخصيات المستضاف بالبرنامج، وهذا بتوجيه الدعوة لكل الفواعل الرياضية إثراء المحادثات الحوار والنقاش دون تغيب أي طرف

وهذا لتجسيد الحيادية في طرح المواضيع بغية بلوغ الشفافية والمصادقية في المعلومات المستقى منهم كما نجد الاتجاه الإيجابي جلياً في كل الأعداد المدروسة بتبني إيجابيه الفكرة الرياضية والعمل على إبراز مكانه الرياضة والرياضيين الجزائريين وكون هذا

الأخير الهدف الأساسي من البرنامج في التعريف بالرياضيين، انجازاتهم، طموحاتهم، آمالهم والاستماع ونقل انشغالاتهم.

كما نجد "ثحاوشت ن وادال" يجسد عديد السمات الشكلية مكنت من الوصف الكمي والقياسي العددي لهما مثلما هو الحال لزمن وعمر البرنامج الذي يستمر لقراءة ساعة ما يتلاءم والبرامج الحوارية التي تتيح المجال لضيوفها في إيصال الرسائل الاتصالية دون ضغط في الوقت وفيما يتعلق بالقوالب الفنية نجد أن البرنامج الرياضي محل الدراسة يركز على حديث الشخصية ويدعم ذلك بالمقدمات الافتتاحية والتقارير الصحفية ما يمكن نقل الرسالة الإعلامية الرياضية بعديد الأوجه التي تلبي أذواق الفئات المتباينة للجماهير، كما يقدم البرنامج المؤثرات البصرية من ناحية الديكور ديكورا ثابتا لخلق ألفة بإضاءة متوسطة تحاكي الاضاءة الطبيعية الحية علاوة على ذلك زاوية تصوير مستوى النظر واللقطات المقربة التي وإن دلت على شيء فإنما هو مدى محاولة تقريب المحتوى للمتلقي وإبراز جل تفاصيل المحادثة بوضوح دون تعميم التعميم الذي قد يخلق هفوات التأويل الرسالة الإعلامية. من مجمل ما وقفنا عليه من خلال الدراسة يمكن القول إن البرنامج الرياضي "ثحاوشت ن وادال" الذي يتم بثه عبر القناة الرابعة (TV4) يعير اهتماما بالغاً لإبراز الرياضات عامة والأصناف الرياضية الأقل جماهيرية على وجه الخصوص وهذا باستحضار كل المتغيرات والإمكانيات اللازمة دون ادخار أي جهد من قبل كل الساهرين على قيام هذا البرنامج، وهذا بالوقوف على كل المراحل التي تسبق البث من إعداد تصوير تركيب، إخراج تقديم والعديد من المحطات الأخرى التي يوجهها التنسيق وجمعها التكامل.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

1. ابراهيم إمام، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة الإذاعية والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994
2. أحمد بدر، أصول البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
3. أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، طرح دار الورسم، شارع الإمام البخاري، العتبة، الجزائر 2012.
4. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
5. إخلص محمد عبد الحفيظ مصطفى حسين باهي، الاجتماع الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2001.
6. إسماعيل حامد عثمان، التحديات التي تواجه الدورات الأولمبية في القرن الحادي والعشرون، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
7. أمين أنور الخوري، أصول التربية البدنية والرياضية، دط، دار الفكر الغربي، دون بلد النشر، 1996.
8. بورتسكي الصحافة التلفزيونية، دط، ترجمة نصور أديب، دمشق، 2001.
9. بولناجي، صدوق الأصناف البرمجية، دط، ترجمة سيموني سبيليو وفاتن فرادي كوبيام، روما، 2008.
10. جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.

11. جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص، فنون وتقنيات، دط، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، بيروت، 2009.
12. حامد رابح، نظرية الدعاية السياسية، دط، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، مصر، 1972.
13. حميدة سميم، نظرية الرأي العام، ط1، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1962.
14. خندفي نواف عبد الجبار حنفي، مناهج البحث العلمي منظور تربوي، معاصر، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
15. خير الدين علي عويس، عطا حسين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، دط، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر 1998.
16. دانيال كابر وآخرون، الإعلام الرأي العام، ت، محمد كامل الحمامي، دط، الجمعية المصرية للنشر المعرفة، مصر، 1982.
17. الرابع الأصفهاني، المفردات في عريب القرآن، دط، د.د.ن، د.ب.ن، د.س.ن.
18. رجاء وحيد دويري، البحث العلمي أساسيات النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2000.
19. رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخسنة، دط، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012.
20. رمضان ياسين، علم النفس، ط1، دراسات أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2007.
21. سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، دط، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، الرياضي 1985.
22. سمير محمد حسين الإعلام والاتصال بالجماهير، دط، عالم الكتب القاهرة، مصر، 1984.

23. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دط، عالم الكتب للنشر والتوزيع القاهرة، مصر.
24. سهيل دياب، مناهج البحث العلمي، دط، دون دار النشر، فلسطين، 2003.
25. شاهناز طلعت، الرأي العام، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1986.
26. شرف عبد العزيز، فن التحرير الإعلامي، دط، الهيئة المعرفية للكتاب، القاهرة، مصر، 1978.
27. صادق الأسود، مديرية التوجيه المعنوي في وزارة الدفاع العرافة، ط1، بدون نشر، بغداد، 1990.
28. ضيل ديلو، تاريخ وسائل الإعلام، ط4، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.
29. عامر قتديجي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دط، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
30. عبد الحميد عثمان الحنفي، عقد احتراف لاعب كرة القدم، دط، كلية الحقوق، الكويت، 1995.
31. عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1965.
32. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الإتصال دط، دار الفكر العربي، مصر، 1996.
33. عدلي العيد عاطف، زكي أحمد دعلي، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993.
34. عطا الله الرحامين، دراسة الرأي العام وتكوينه في المجتمع العربي، دط، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، 2003.
35. علي عبد الفاتح كنعان، الإعلام والمجتمع، دط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

36. علي قسايسة، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المتفرجين الافتراضيين، دراسة نقدية لأبحاث تلقي الرسائل في المجتمعات الانتقالية في الجزائر، دط، دار الورسم للنشر والتوزيع الجزائر، 2011.

ثانيًا: المجالات.

1. عاشور قي، إقتصاديات وسائل الإعلام المرئية المسموعة، سلسلة بحدث ودراسات إذاعية، العدد 74، تونس 2012.
2. عبد العزيز بن سعيد، عبد العزيز العفلي، موقات إدارة الاحتراف بالأندية دوري الاحتراف لكرة القدم بالمملكة العربية السعودية، كلية التربية، جامعة أم القرى، 2014.
3. رضا النجار، البرمجة والشبكة البرمجية، مقارنة نظرية مجلة الاذاعات العربية، العدد 01، إتحاد إذاعات الدول العربية، 2007.
4. زينب بلعوج. تقنيات البرمجة التلفزيونية الجزائرية الخاصة، قراءة في توجهات البرمجة التلفزيونية لقناة الشروق TV الموسم 2017-2018، مجلة علوم الانسان والمجتمع، ج2، ع المجلد 07. العدد 27، الجزائر، 2018.
5. مريم هلا، كيف تناولت السينما العالمية في صدد الثورة الرقمية، محلة دبي الثقافية، العدد 68، ديسمبر 2010.
6. نصر الدين العباسي، قراءة في توجهات البرمجة التلفزيونية العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، اتحاد الإذاعة، الدول العربية، 2007.
7. خصور أديب، الإعلام الرياضي، دراسة عملية للتحليل الرياضي في الصحافة الإذاعية والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994.

ثالثًا: القوامس والمعجم.

1. ابن منظور، قاموس لسان العرب.
2. قاموس المعاني الجامع، الإلكتروني almaany.com.

رابعاً: الأطروحات والرسائل الجامعية.

1. بور غداد عقبة، دور الإعلام الرياض المسموع في نشر الثقافة الرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية 2011-2012.
2. راجي حا، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الرياضة لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012.
3. علاء طاهر مبارك، الاذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضة في عصر التجديد، رسالة ماجستير، منشورة الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، 2007.
4. علي جرمون. محاولة لاقتراح خطة لبرنامج التلفزيون الرياضي كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، مذكرة مكملة لنيل شهادة 3 الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضة، تخصص إعلام رياضي، عين الدفلى، 2007-2008.
5. عيسى الهادي، البرامج التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2007-2008.
6. لعجوزي سمية، دور الكفاءات الإدارية في تسير المؤسسات السمعية البصرية العمومية في الجزائر، أطروحة دكتورا غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
7. مبروك ابراهيم، دور الإعلام الرياضي المرئي المسموع في ضع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012-2013.

8. نعمة واكد، البرمجة التلفزيونية وتحديات التكنولوجيا الحديثة، دراسة وصفية تحليلية للبرمجة في التلفزيون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

خامسًا: المراجع باللغة الأجنبية.

1. Cheisionlee New media and Society, Originally Online, 25 September, 2011.
2. E. Lavocat et A. Werss, La production audiovisuelle et cinematographique, Hexacon, 2007.
3. L. Benzoni et M. Bourreau, La qualité des programmes de télévision, Tero, Aed, Paris.
4. Morris Mass communication, 3rd London, The free Press.

سادسًا: المواقع الإلكترونية.

1. سارة أبو عرب، أنواع الإعلام الرياضي، الموقع الإلكتروني mawdoo3.com.
2. هديل سلس، أنواع الرياضة، الموقع الإلكتروني mawdoo3.com.
3. ياسمين صلاح، بحث عن الرياضة، الموقع الإلكتروني <https://www.masoah.com>.
4. الموقع الإلكتروني للتلفزيوني الجزائري العمومي: www.entv.dz.

الملاحق

صورة بعيدة طويلة لبلاطو برنامج "ثحاواشت ن وادال"



صورة مقربة زاوية تصوير مستوى النظر لضيوف برنامج "ثحاواشت ن وادال"



ملحق رقم (03):

صورة مقربة ثنائية زاوية مستوى النظر لكل من مقدمة البرنامج، المحلل الرياضي
لبرنامج "ثحاواشت ن وادال"



ملحق رقم (04):

صورة مقربة للمحلل الرياضي "محمد زمور" زاوية مستوى النظر



صورة مقربة لمقدمة برنامج "ثحاوشت ن وادال"
"مليكة شريفي" زاوية مستوى النظر



ملحق رقم (06):

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري

إستمارة تحليل المضمون بعنوان:

دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في إبراز الرياضات الأقل جماهيرية
- دراسة وضعية تحليلية لبرنامج
"ثحاواشت ن وادال" في القناة العمومية الرابعة الناطقة بالامازغية (TV4) -

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص سمعي بصري حول دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في إبراز الرياضات الأقل
جماهيرية وقع اختيارنا على البرنامج التلفزيوني "ثحاواشت ن وادال" التي تبث عبر قناة
الجزائرية الناطقة بالأمازيغية (TV4).

تحت إشراف الأستاذ:

- صديقي عبد القادر

إعداد

كاهينة ابوحي.

السنة الجامعية: 2022 / 2023

I- المحور الأول: البيانات العامة.

- إسم البرنامج 1 أ ب ج
- تاريخ العدد 2
- المدة الزمنية 3
- القناة التي يبث فيها البرنامج 4
- وقت البث 5
- الأعداد المدروسة 6

II- المحور الثاني: فئات المحتوى "ماذا قيل؟".

1- فئة المواضيع والرياضات:

- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17

2- فئة القيم:

18

19

20

21

3- فئة الشخصيات الفعالة:

22

23

24

25

26

27

4- فئة الأهداف:

28

29

30

31

5- فئة اتجاه البرنامج من المواضيع المطروحة:

32

33

6- فئة الجمهور المستهدف:

34

35

III- المحور الثالث فئات الشكل (كيف قيل؟)

1- فئة الزمن:

36

37

38

39

40

2- فئة اللغة المستخدمة:

41 أ  ب 

42

43

3- فئة القوالب الفنية:

44

45

46

47

4- فئة المؤثرات الصوتية:

48

49

5- فئة المؤثرات البصرية:

50 أ  ب  ج 

51 أ  ب 

6- فئة طبيعة بث البرنامج:

52

53

7- فئة أنواع لقطات التصوير:

54

55

56

8- فئة أنواع زوايا التصوير:

57 ☐

58 ☐

59 ☐

60 ☐

ملحق رقم (07):

فك الترميز:

1- فئات المضمون

1- المواضيع

تشير المربعات (07- 08 - 09 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17) إلى فئة المواضيع المتناولة في البرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" أي الأصناف الرياضية المختارة للدراسة حيث يشير المربع 07 إلى رياضة "الجيدو" أما المربع 08 فيرمز لرياضة "الملاكمة"، المربع 09 يرمز لكرة "اليد"، أما المربع 10 فيرمز لرياضة "كرة الطائرة"، أما المربع 11 فيرمز لرياضة "كرة الطائرة لذوي الصمم" في حين يرمز المربع 12 إلى رياضة "تنس الطاولة لذوي الصمم" والمربع 13 يرمز لرياضة "العدو" أما المربع 14 فيرمز لرياضة "الكارتى دو" في حين يشير المربع 15 إلى رياضة "التايكواندو"، أما المربع 16 فيشير إلى رياضة الكايك "بوكسينف" في الأخير المربع 17 يشير إلى رياضة "الكونقفوا".

2- القيم:

يشير كل من المربع (18، 19، 20، 21) إلى القيم الاجتماعية الأخلاقية المجسدة من خلال البرنامج الرياضي محل الدراسة "تحاوشث ن وادال" حيث يمثل المربع 18 "التميز الرياضي"، أما المربع 19 فيمثل ويشير إلى سمة وصفة "المنافسة الرياضية" في حين يشير المربع 20 إلى قيمة "الإستمرارية والإسراء"، في الأخير يرمز المربع 12 إلى "قيمة الروح الرياضية".

3- الشخصيات الفعالة:

كل من المربعات (22، 23، 24، 25، 26، 27) إلى الشخصيات الفعالة والمؤثرة ببرنامج "تحاوشث ن وادال"، حيث يشير المربع 22 إلى الرياضيين، أما المربع 23 فيرمز "لمقدم البرنامج"، في حين يرمز المربع 24 إلى "المحلل الرياضي"، أما المربع 25 فيشير ويرمز "لوفود التخصصات الرياضية".

أما المربع 26 فيرمز للشخصية الفعالة المتمثلة في "مدربين"، أما المربع 27 فيرمز لـ"رؤساء الجمعيات".

4- فئة الأهداف:

تشير المربعات (28، 29، 30، 31) إلى مجموع الأهداف التي يسعى ويصبوا إليها برنامج "تحاوشث ن وادال" حيث يشير المربع 28 إلى "إبراز الرياضة والرياضيين"، أما المربع 29 فيرمز "لهدف الإعلام والاعخبار"، في حين يشير المربع 30 إلى هدف "جذب انتباه المسؤولين"، أما المربع 31 والأخير من فئة الأهداف فيرمز لهدف "تنمية الثقافة الرياضية".

5- فئة إتجاه البرنامج من المواضيع المطروحة:

يشير كل من المربع 32 و 33 إلى إتجاه البرنامج إلى عديد المواضيع أو الرياضات المطروحة. إذ يشير المربع 32 إلى الإتجاه الإيجابي أما المربع 33 فيرمز ويشير للإتجاه السلبي.

6- فئة الجمهور المستهدف:

حيث يشير كل من المربعين (34، 35) إلى الجمهور الذي يوجه له برنامج تحاوشث ن وادال فالمربع 34 يشير إلى "الجمهور العام"، أما المربع 34 يشير "للجمهور الخاص".

II- فئات الشك:

7- فئة الزمن:

ترمز المربعات (36، 37، 38، 39، 40) إلى الزمن الذي أستغرقه كل عدد برنامج "تحاوشث ن وادال" حيث يشير المربع 36 إلى العددين اللذان استغرقا 56 دقيقة، أما المربع 37 يشير إلى الأعداد 4 الي استغرقت 55 دقيقة في حين يشير المربع 38 إلى العدد من برنامج "تحاوشث ن وادال" الذي إستغرق 54 دقيقة، أما المربع 39 فيشير ويرمز للأعداد الأربعة التي استغرقت 53 دقيقة، أما المربع 40 فيشير للعدد الذي إستغرق 52 دقيقة.

8- فئة اللغة المستخدمة:

يشير كل من المربع (41، 42، 43) إلى اللغة المستخدمة بالبرنامج الرياضي "تحاوشث ن وادال" حيث يشير ويرمز المربع 41 إلى اللغة الأمازيغية، أما المثلث أ وب فيمثلان أ- اللغة الأمازيغية الفصحى، أما المثلث فيمثل اللهجة الأمازيغية أو العامية الأمازيغية، أما المربع 42 فيمثل العامية العربية، أما المربع 43 فيشير ويرمز للغة الأجنبية.

و- فئة القوالب الفنية المستخدمة:

يشير مجموع المربعات الأربعة إلى القوالب الفنية والأحباس المستعملة المربع (44، 45، 46، 47) هي مجموع القوالب الفنية المستعملة بالبرنامج الريا في "تحاوشث ن وادال" حيث يشير المربع 44 إلى "حديث الشخصية"، أما المربع 45 فيرمز لقالب "الأخبار الرياضية"، أما 46 فيشير إلى قالب التقارير، أما المربع 47 والأخير في فئة القوالب الفنية فيرمز للمقدمات الافتتاحية.

10- فئة المؤثرات البصرية:

حيث تشير المربعات الثلاثة (48، 49، 50) إلى المؤشرات الصوتية حيث يشير المربع 18 إلى "الأصوات الخارجية"، أما المربع 49 يشير إلى "الموسيقى" في حين يشير المربع 50 إلى "الأغاني".

11- فئة المؤثرات البصرية:

تشير المربعات (51 و 52) إلى "المؤشرات البصرية"، حيث يشير المربع 51 إلى الإضاءة، أما المثلثات (أ، ب، ج) فيمثلون: أ - الإضاءة المتوسطة / ب- الإضاءة القوية / ج- الإضاءة الخافتة. أما المربع 52 فيمثل المؤشرات البصرية المتعلقة بالديكور، أما المثلثين أ وب فيمثلان أ/ الديكور الثابت، ب/ الديكور المتغير.

12- فئة طبيعة بث البرنامج:

يمثل كل من المربع 53 و 54 فئة طبيعة بث البرنامج، حيث يشير ويرمز المربع 53 إلى البث المباشر أما المربع 54 فيرمز للبث المسجل.

13- فئة أنواع اللقطات:

اللقطات حسب بدل كل من المربع (55، 56، 57) على أنواع اللقطات حسب حجم الصور برنامج "ثحاواشت ن وادال" حيث يمثل المربع 55 اللقطة القريبة في حين يرمز المربع 56 إلى اللقطة المتوسطة، أما المربع 57 فيشير إلى اللقطة الطويلة أو (البعيدة).

14- فئة أنواع زوايا التصوير:

تدل المربعات (58، 59، 60، 61) على زوايا التصوير المعتمدة ببرنامج ثحاواشت ن وادال " الرياضية حيث يشير المربع 58 إلى زاوية مستوى النظر، أما المربع 59 فيشير إلى الزاوية المائلة أو الجانبية في حين يرمز المربع 60 إلى الزاوية المنخفضة أو الغطسية أما المربع 61 فيشير إلى الزاوية المرتفعة.

فهرس المحتويات

كلمة الشكر .

إهداء .

ملخص الدراسة.

خطة الدراسة.

مقدمة أ

الجانأ الأول

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة..... 01
- 2- أسباب إختيار الموضوع 02
- 3- أهداف الدراسة 03
- 4- أهمية الدراسة 04
- 5- نوع الدراسة 05
- 6- منهج الدراسة..... 05
- 7- أدوات جمع البيانات 06
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة..... 14
- 9- حدود الدراسة..... 17
- 10- تحديد المفاهيم والمصطلحات 18
- 11- الدراسات السابقة..... 24

الإطار النظري

الفصل الأول: الاعلام الرياضي التلفزيوني

- المبحث الأول: مدخل عام للإعلام الرياضي 33
- المبحث الثاني: ماهية البرامج التلفزيونية..... 41
- المبحث الثالث: البرمجة التلفزيونية الرياضية بالقنوات العامة 50
- المبحث الرابع: التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية الرياضية..... 63

الفصل الثاني: النشاط الرياضي والاحترافية

- المبحث الأول: ماهية الرياضة 74
- المبحث الثاني: الطبيعة الاجتماعية للرياضة 81
- المبحث الثالث: الرياضة والاحترافية 87
- المبحث الرابع: علاقة الرياضة بالمجالات الأخرى 96

الفصل الثالث: الإعلام الرياضي: الجمهور والتأثير.

- المبحث الأول: جمهور الاعلام الرياض 102
- المبحث الثاني: نظرية تأثير الاعلام الرياضي 111
- المبحث الثالث: أنواع تأثير الإعلام الرياضي 117
- المبحث الرابع: تكوين الرأي العام الرياضي 124

الإطار التطبيقي

- 1 - التعريف بالقناة الأمازيغية الرابعة..... 141
- 2- بطاقة تقنية للتعريف بالقناة 142
- 3- التعريف ببرنامج 'ثحاواشت ن وادال' 143
- 4- بطاقة تقنية للتعريف بالبرنامج 144

145	5- عرض وتحليل نتائج فئات المضمون
153	6- نتائج الجزئية لفئات المضمون
154	7- عرض وتحليل نتائج فئات الشكل
167	8- النتائج الجزئية لقنات الشكل
169	9- النتائج العامة للدراسة
173	- خاتمة
176	- قائمة المراجع
183	- الملاحق
198	- فهرس المحتويات
201	- فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل العينة المختارة للدراسة	17
02	يمثل فئة الموضوع أو الرياضات التي بثت بالبرنامج	145
03	يمثل فئة القيم	146
04	يمثل فئة الشخصيات الفعالة	148
05	يمثل فئة الأهداف	150
06	يمثل فئة الاتجاه من المواضيع المطروحة	151
07	يمثل فئة الجمهور المستهدف	152
08	يمثل فئة الزمن	154
09	يمثل فئة اللغة المستخدمة	156
10	يمثل فئة القوالب الفنية المستعملة	157
11	يمثل فئة المؤثرات الصوتية	159
12	يمثل فئة المؤثرات البصرية من حيث الإضاءة	160
13	يمثل فئة المؤثرات البصرية من حيث طبيعة الديكور	162
14	يمثل فئة طبيعة بث البرنامج	163
15	يمثل أنواع اللقطات حسب حجم الصور	164
16	يمثل أنواع زوايا التصوير	165