



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة
الموضوع:

خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية

دراسة مسحية لأراء طلبة جامعة قالمة حول التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم

إشراف الأستاذ:

عبد العزيز بوصفط

إعداد

☞ أيوب تريكي

☞ زكرياء مشيغل

☞ سامي حسني

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة
رابح نامامشة	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
عبد العزيز بوصفط	أستاذ محاضر "أ"	مؤطرا
عبد الحميد حملاوي	أستاذ محاضر "أ"	ممتحن

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وعرفان

نشكر الله ونحمده سبحانه حمداً يليق بجلاله وعظيم سلطانه على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم وعلى توفيقه.

والشكر الجزيل للأستاذ المشرف " عبد العزيز بوصفط على إشرافه الذي كان لنا نعم المرشد وسراجاً منير بنصائحه وتوجيهاته المقدمة لنا وكانت حافزاً لنا في إتمام هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر لأعضاء اللجنة المناقشة الأستاذ: نمامشة والأستاذ: حملاوي الذين حملناهم عناء مراجعة هذا البحث، وكل الأساتذة المحترمين بقسم الاعلام والاتصال.

وإلى كل من قدم لنا يد العون قريباً كان أو بعيداً.

نهدى ثمرة جهدا....
إلى الوالدين الكريمين أطل الله في عمرهما
إلى الأخوة والأخوات
إلى كل الأحباب
إلى الزملاء والزميلات.....
إلى من ساعدنا في بحثنا من قريب أو بعيد

فهرس المحتويات	
-	شكر وعرهان
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
أ	مقدمة
02	الإشكالية
02	تساؤلات الدراسة
03	فرضيات الدراسة
03	أهمية وأهداف الدراسة
04	أسباب اختيار الموضوع
04	مفاهيم الدراسة
06	الدراسات السابقة
الفصل الأول: الإعلام الرياضي	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي
12	المبحث الثاني: عوامل ظهور الإعلام الرياضي
13	المبحث الثالث: عناصر الإعلام الرياضي
14	المبحث الرابع: أهمية الإعلام الرياضي
16	المبحث الخامس: أهداف الإعلام الرياضي
17	المبحث السادس: خصائص الإعلام الرياضي
17	المبحث السابع: أنواع الإعلام الرياضي
19	المبحث الثامن: الإعلام الرياضي وكرة القدم في الجزائر
21	الخلاصة
الفصل الثاني: التعليق الرياضي	

23	تمهيد
23	المبحث الأول: تعريف التعليق الرياضي
24	المبحث الثاني: نشأة وتطور التعليق الرياضي
25	المبحث الثالث: أنواع التعليق الرياضي
26	المبحث الرابع: عناصر التعليق الرياضي
26	المبحث الخامس: أهمية التعليق الرياضي
27	المبحث السادس: شروط المعلق الرياضي التلفزيوني
29	المبحث السابع: مهام ومسؤوليات المعلق الرياضي
29	المبحث الثامن: طرق ومراحل تغطية الصحفي للمقابلة الرياضية
31	المبحث التاسع: نموذج التعليق الرياضي
34	الخلاصة
الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: مفهوم القائم بالاتصال
37	المبحث الثاني: الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال
38	المبحث الثالث: خصائص القائم بالاتصال
39	المبحث الرابع: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال
40	المبحث الخامس: علاقة القائم بالاتصال بالجمهور
41	المبحث السادس: نظرية المسؤولية الاجتماعية
43	المبحث السابع: نظرية القذيفة السحرية
46	المبحث الثامن: نظرية الاستخدامات والإشباع
49	خلاصة
الإطار التطبيقي	
52	مجالات الدراسة
52	منهج الدراسة
53	مجتمع وعينة الدراسة
54	أدوات جمع البيانات

55	تفريغ تحليل البيانات
74	النتائج العامة
76	خلاصة
77	الخاتمة
79	قائمة المراجع
	لملاحق
	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
55	الجنس	1
55	المستوى الجامعي	2
56	اهتمام بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية	3
56	استهواء افراد العينة للتعليق على أطوار المباريات أثناء مشاهدتها	4
57	دوافع جذب التعليق على المباريات في مختلف القنوات لأفراد العينة	5
58	مستوى التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية	6
59	أراء المبحوثين حول ما إذا كان التعليق في القنوات العربية يحتاج إلى تطوير	7
60	ردود المبحوثين حول جوانب تطوير التعليق الرياضي	8
61	رغبة المبحوثين في متابعة التعليق عبر قنوات بيين سبورت	9
61	رأي المبحوثين حول اتجاه التعليق عبر بيين سبورت	10
62	مقارنة المبحوثين لقنوات بيين سبورت لغيرها من القنوات	11
64	صفات المعلق المرغوب لدى المشاهدين	12
65	إجابات المبحوثين حول معلقهم المفضل بقنوات بيين سبورت	13
66	إقتراحات المبحوثين حول أفضل المعلقين	14
67	ردود المبحوثين حسب صفات المعلق المفضلة لديهم	15
68	رأي المبحوثين حول كون المعلق مشجعا لإحدى الفرق بالمباراة	16
68	إجابات المبحوثين حول مشاهدتهم مباراة كرة القدم دون تعليق	17
69	أهمية التعليق بالنسبة للمبحوثين أثناء مشاهدتهم للمباريات	18
70	ردود المبحوثين حول المشاكل التي قد تنجم عن بعض المعلقين	19
71	ردود المبحوثين حول المظاهر السلبية التي نجمت عن بعض أنواع التعليق الرياضي في الوطن العربي	20
72	رأي المبحوثين حول العراقيين التي تقلل من كتابعي التعليق عموما	21
73	اقتراحات أفراد العينة في تحسين مردودية المعلقين في القنوات العربية	22

مقدمة

تعرف الرياضة في ظل هذا التطور المואكب لتطور التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية تحولا كبيرا نحو تعزيز مكانتها، وعلى ضوء هذا التطور الحاصل عرفت الرياضة الأكثر انتشارا وشهرة في العالم - كرة القدم- اهتماما كبيرا، على الساحة الإعلامية، حيث تم التوصل من خلال عدة دراسات سابقة إلى أن هناك اهتمام كبير بمباريات كرة القدم من خلال وسائل الإعلام خاصة القنوات التلفزيونية حيث تعرف اقبالا كبيرا من قبل المشاهدين، وذلك لخصوصيتها الجماهيرية مما يزيد من هذا الاهتمام الذي يوليه المشاهدين لمباراة كرة القدم، هو عنصر التعليق الرياضي بالإضافة إلى الامتيازات والمعلومات التي يقدمها المعلق الرياضي في أنماط صوتية مميزة، حيث أصبح التعليق ملح المباريات وقمة التشويق، وفي أيامنا هذه صار المعلقون يتمتعون بشهرة كبيرة تفوق شهرة العديد من لاعبي كرة القدم في بعض الأحيان، وأصبح المعلق كلاعب كرة القدم ينتقل من قناة إلى أخرى بعقود مالية معتبرة، وهذا بسبب الأهمية التي يوليها الجمهور للمعلق الذي له القدرة على أن يقود الرأي العام بخصوص فريق أو لاعب ما، بصفته قائم بالاتصال انطلاقا من استعماله لبعض نظريات الاتصال، كمنظريّة المسؤولية الاجتماعية وهي نظرية جاءت لوضع ضوابط أخلاقية للصحافة، بالإضافة لنظرية القذيفة السحرية وهي غرس فكرة معينة في جمهور من المتلقين فتكون فاعلة إلى درجة أنه يبدأ الإيمان القوي بها، نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي نظرية تلعب دور رئيسي في تفسير العلاقة بين المرسل والقائم على الوسيلة والجمهور وتعمل إلى النظر الجمهور باعتبارهم ينتقون ما يريدون مشاهدته بناءً على حاجتهم النفسية والاجتماعية.

وبالعودة إلى مدارس التعليق نجد المدرسة الجنوب أمريكية التي تميزت بالصراخ العالي والحماس والانفعال الحاد، والمدرسة الأوروبية تميزت بالهدوء والتركيز على المعلومات، والمدرسة العربية والتي هي مزيج بين المدرسة الأوروبية والمدرسة الجنوب أمريكية.

وسنحاول في دراستنا هذه ان نسلط الضوء على

- خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية.
 - دراسة مسحية لآراء طلبة جامعة قلمة حول مستوى التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم.
- ومن أجل تحقيق دراستنا قمنا بتقسيم البحث إلى جملة من الفصول منها الخاص بالنظري ومنها الخاص بالتطبيقي أما فيما يخص الإطار المنهجي فهو متضمن لإشكالية البحث إلى جملة من الفصول منها الخاص بالنظري ومنها الخاص بالتطبيقي أما فيما يخص الإطار المنهجي فهو متضمن لإشكالية البحث مع الفرضيات والأسباب الموضوعية لاختيارنا لهذا البحث وأهدافه وتحديد المصطلحات الخاصة بالبحث والدراسات السابقة. في الفصول النظرية ثلاثة فصول معتمدين على خطة بحثية كالتالي: حيث تناولنا في الفصل الاول: الاعلام الرياضي الذي يضم ثمانية مباحث حيث تحدثنا فيه على مفهوم الاعلام الرياضي وعناصره وأهميته وأهدافه وخصائصه وأنواعه والاعلام الرياضي وكرة القدم في الجزائر.

أما في الفصل الثاني فقد تناولنا التعليق الرياضي الذي يضم تسعة مباحث تحدثنا فيه عن تعريف التعليق الرياضي ونشأة وتطور التعليق الرياضي وأنواعه وعناصره وأهميته وشروط المعلق الرياضي ومهامه وطرق ومراحل تغطية الصحفي للمقابلة الرياضية ونموذج عن التعليق الرياضي

أما في الثالث فقد تناولنا القائم بالاتصال الذي يضم ثمانية مباحث تحدثنا فيه عن مفهوم القائم بالاتصال والشروط الواجبة توفرها فيه وخصائصه والعوامل المؤثرة على القائم بالاتصال وعلاقته مع الجمهور وبعض النظريات التي يقوم عليها القائم بالاتصال كنظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية القذيفة السحرية ونظرية الاستخدامات والإشباع.

الإطار المنهجي

الإشكالية

مفاهيم الدراسة

أهمية وأهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

يشكل الاعلام الرياضي عنصراً أساسياً من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الاعلام الرياضي لا يعدو أن فرعاً من ظاهرة اكبر واشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

والاتصال هو العملية التي يمارسها الانسان مع الآخرين لتشير الى تفاعله معهم بواسطة العلاقات والرموز وقد تكون هذه الرموز حركات أو صوراً أو شيء آخر كمنبه للسلوك من أجل احداث تأثير معين فيه. ومما سبق يمكن ايجاز العلاقة بين الاعلام الرياضي والاتصال في أن الاعلام الرياضي فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الناس.

وللإعلام الرياضي انواع متعددة من بين هذه الانواع هو الاعلام الرياضي المرئي المسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد كالتعليق الرياضي.⁽¹⁾

ويندرج التعليق الرياضي من الاعلام الرياضي الذي هو جزء من الاعلام المتخصص ويعتبر احد الفنون الاعلامية التي تعتمد على خاصتي السمع والبصر في آن واحد.

بات التعليق الرياضي جزءاً أساسياً في متابعة كرة القدم عبر التلفزيون، حتى وصل في بعض الاحيان الى متعة تفوق حضورها من على المدرجات، وما يشكله التعليق الرياضي من ركيزة الرياضة والاعلام الرياضي، وذلك لفائدته الكبيرة في ايصال المعلومة السريعة، ووصف الاحداث الرياضية ببساطة وبمتعة وبصورة مفهومة وواضحة.⁽²⁾

وتختلف انواع واساليب التعليق الرياضي من بلد الى بلد آخر، حتى اصبحت له مدارس متعددة في العالم وتختلف من دولة الى أخرى حسب الثقافة والعقلية والجمهور أهمها: المدرسة الاوروبية والمدرسة الامريكية اللاتينية والمدرسة العربية، وهذا راجع الى الاهتمام الكبير بالرياضة في سائر دول العالم.

2- تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

ما مدى اهتمام طلبة جامعة قلمة ورضاهم على تعليق القنوات العربية على مباريات كرة القدم؟

التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تعرض الطلبة للتعليق في القنوات العربية الرياضية؟
- ما واقع التعليق في القنوات العربية الرياضية؟
- ما هو مستوى التعليق في القنوات العربية الرياضية في الوقت الحالي؟

(1) - علي عبد الفتاح كنعان، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص10.

(2) - فنون التعليق الرياضي جمالية أسرت المشاهد العربي، <https://www.enabbaladi.net/archives/239841>، 2022/02/29

3- فرضيات الدراسة:**الفرضية الرئيسية:**

لدى طلبة جامعة قالمة اهتمام كبير بالتعليق على مباريات كرة القدم في القنوات التلفزيونية العربية، كما يساهم في نشر الثقافة الكروية للجمهور بمختلف الأساليب الإقناعية مما يكسب المعلق رضى الجماهير وثنائها.

الفرضيات الفرعية:

- يتعرض اغلبية الطلبة عادة لتعليق في القنوات العربية الرياضية وذلك من خلال اهتمامهم بكرة القدم بشكل كبير.
- أصبح التعليق يشكل عنصرا أساسيا في الإعلام الرياضي بصفة عامة والقنوات العربية التلفزيونية بصفة خاصة.
- مستوى التعليق في القنوات العربية الرياضية تطور بشكل ملحوظ لكن لا يزال يفتقر لبعض الاحترافية.

4- أهمية وأهداف الدراسة:**أهمية الدراسة:**

من خلال دراستنا الحالية نسعى للتطرق لأحد اهم الموضوعات في وقتنا الحاضر، كما تكتسي هذه الدراسة أهميتها من كونها تأتي في وقت أصبح فيه التركيز بشكل كبير على التعليق في القنوات الرياضية العربية، ويمكن اختصار اهمية هذه الدراسة في ما يلي:

- محاولة كشف وإبراز دور واهمية الإعلام الرياضي العربي في تشجيع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية.
- يعد التعليق الرياضي ركيزة اساسية من الإعلام الرياضي.
- التعرف على أن التعليق الرياضي أنه ركن وجزء اساسي ومن الضروري لا يجب الاستغناء عنه اثناء متابعة كرة القدم عبر التلفزيون.
- يساعد التعليق الرياضي على نضج وتطور الحياة الرياضية واهميتها في المجتمع.

أهداف الدراسة:**تهدف دراستنا إلى:**

- التعرف على ايجابيات وسلبيات التعليق الرياضي.
- محاولة التعرف على المكانة التي يحظى بها التعليق الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية.
- التعرف على شروط ومهام وصفات المعلق الرياضي.
- التعرف على أنواع التعليق الرياضي والمدارس المتعلقة به.

- معرفة الدوافع التي تجذب التعليق على المباريات في القنوات التلفزيونية.

5-أسباب اختيار الموضوع:

قبل اختيار كل طالب لموضوع دراسته لابد من وجود عدة أسباب دون غيرها تدفعه لدراسة موضوع معين دون غيره من المواضيع المطروحة أمامه، ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية نذكر منها:

الاسباب الذاتية:

- كوننا ننتهي إلى فئة الطلبة المهتمين بالجانب الرياضي للإعلام.
- رغبتنا الشخصية في التعرف على مدى تعرض طلبة جامعة 8ماي 1945 لوسائل الإعلام الرياضي.
- سعينا لمعرفة جميع جوانب التعليق الرياضي.
- رغبتنا في اثراء الرصيد المعرفي والثقافي حول التعليق بصفته جزء من الإعلام الرياضي.
- رغبتنا في الخروج من المؤلف ومعالجة مواضيع جديدة لم يتم التطرق إليها.

الاسباب الموضوعية:

- الالهية البالغة للموضوع الذي يتطلب دراسة عملية جادة.
- السعي الى ايجاد دراسات متخصصة في مجال الاعلام الرياضي.
- ضرورة ابراز اهمية التعليق الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية.
- دور التعليق الرياضي العربي في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو الاختصاص الرياضي.
- انتشار ظاهرة ردود الفعل للجمهور المشاهد تجاه التعليق الرياضي.

6- مفاهيم الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة العديد من المصطلحات والمفاهيم التي لابد من تحديدها والتعريف بها لإزالة الغموض ووضع الظاهرة حيز الدراسة وقد قمنا في بحثنا هذا بضبط المصطلحات التالية:

1- الاعلام الرياضي:

أ- اصطلاحا: هو عملية نشر المعلومات الحقائق الرياضية، وهي شرح القواعد الرياضية للجمهور، يهدف الى نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الاعلام الخاص، لكونه اعلاما خاصا يهتم بقضايا واخبار الرياضة والرياضيين.⁽¹⁾

ويرى محمد الحمامي بأن الاعلام في المجال الرياضي بعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال، وبغرض تفسير القواعد والمبادئ التي تنظم الالعاب والرياضات المختلفة،

(1) - جلال صلاح الدين، معوقات حرية التعبير في الاعلام الرياضي بالجزائر من وجهة نظر اساتذة الاعلام بجامعة المسيلة، مجلة الابداع الرياضي، جامعة المسيلة - الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2022، ص 637.

وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم توضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية.⁽¹⁾

ب- التعريف الاجرائي:

هو عبارة عن عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والانشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعيهم الرياضي.

2- التعليق الرياضي:

أ- لغة: هو عملية تفكيك الشيء الى عناصر

ب- اصطلاحاً: التعليق هو الدراسة الموضوعية والتركيبية للنص ولا يمكن القيام بعملية التعليق إلا اذا سبقتها مرحلة التحليل، وهو نوع صحفي فكري، مستقل متميز، يهدف أساساً الى تقديم راي صحيح وواضح ومحدد ومعلن، ازاء حدث رياضي هام، يقدم الادلة والحجج والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الراي، محاولاً بذلك تقديمه مغزى ومعنى وقائع الحدث، وايضاح علاقته المترابطة، وسياق تطوره واسبابه، وتقديمه بشكل متماسك عضويًا وجعله يترسخ هكذا في ذهن المتلقي.⁽²⁾

ج- التعريف الاجرائي: هو الكلام الذي يضفي على الحدث المنقول فائدة ومنتعة، ومن هذا الكلام لكل شعب تعليق ولغة ونكهة يتفاعل بها ومعها، وكان المعلقون الرياضيون عاملاً هاماً في الوسيلة الاعلامية (الاذاعة - التلفزيون) بين جاذب بها او منفر عنها.

3- التلفزيون:

أ- لغة: هو جهاز لاستقبال الصور والاصوات المذاعة بالأموال الكهرومغناطيسية.⁽³⁾

ب- اصطلاحاً: التلفزيون (Télévision) اصل الكلمة يوناني يتكون من مقطعين الاول (Télé) ومعناه من بعيد. (Vision) ومعناها الرؤيا اي يكون المعنى المتكامل الرؤيا من بعيد.

ان التلفزيون من الناحية التقنية هو نظام بث للإشارات واستقبالها، فهو وسيلة بث شبه فورية تتابع فيه 25 صورة في الثانية في حركة منتظمة متعاقبة، ويتحقق البث التلفزيوني بفضل وجود كاميرا ونظام بث الصورة على

⁽¹⁾ - حشروف اسامة، لعجال يحي، عراقيل استخدام الاعلام الرياضي كمصدر لتمويل اندية كرة القدم المحترفة بالجزائر، مجلة علوم الرياضة والتدريب، جامعة الجزائر 3، المجلد 04، العدد 01، 2022، ص 48.

⁽²⁾ - عبد الوهاب زواوي، اثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم 2010، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 21.

⁽³⁾ - مليكة حاسي، شرارة حياة، التلفزيون وعلاقته بمشكل النطق عند الاطفال، مجلة الرواق، جامعة مستغانم - الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2018، ص 128.

الشاشة (نظام المسح) ومولد اشارات متزامنة للصوت والصورة وجهاز بث وجهاز استقبال.⁽¹⁾

ج- التعريف الاجرائي:

نقصد به في هذه الدراسة هو نوع من انواع الوسائل الجماهيرية (الاتصال البصري) التي تقوم بإنتاج المواد والمضامين في مختلف المجالات، كما انه الجهاز الاكثر مشاهدة وتفضيلا من طرف فئة الاطفال.

4- الرضا:

يعرف كمال دسوقي الرضا بأنه "حال الحس الشعوري البسيط الذي يصحب بلوغ اي هدف وهو حالة مسرة وهناك تأليه للوصول إلى هدف".⁽²⁾

5- الاهتمامات:

تعرف الاهتمامات interests بشكل عام بأنها حالة شعورية تنبع من ميل الفرد نحو موضوع معين تجعله في حالة استغراق او انهماك، وهذه الحالة قد تكون بصفة مؤقتة أو دائمة ومستمرة، والعنصر الاساسي لهذه الحالة مبني على فصول أو حب استطلاع فطري مشروط بالخبرة.⁽³⁾

6- القنوات الفضائية:

هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية والسياسية، بصرف النظر عن الظروف المكانية والعوائق الطبيعية وبعد المسافات.⁽⁴⁾

7- الدراسات السابقة:

إن عملية استعراض الدراسات السابقة والبحوث العلمية لها أهمية كبيرة بالنسبة للباحث، حيث تساعده على تشكيل القراءات وتمكنه من الوقوف على جانب النقص بها من حيث المضمون، كما أن هذه الدراسات تعطي له كل المعايير والمفاهيم الإجرائية اللازمة للقيام بعملية وجب التطرق إليها وهذا ما سنستعرضه في دراستنا الحالية الا وهي استخلاص نتائج الدراسات السابقة مع دراستنا الحالية.

الدراسة الأولى : مذكرة موسومة بعنوان: «دور الصحافة الرياضية الجزائرية المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين»، للطالب مريشيش خالد، مذكرة من بين متطلبات نيل شهادة الماجستير في

⁽¹⁾ - بوعموشة نعيم، البرامج التلفزيونية وأثرها على المراهق، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة جيجل - الجزائر، المجلد 03، العدد 01، 2020، ص 243-244.

⁽²⁾ - بن عباد فتحي، كريمة امينة، مستوى الرضا عن التكوين الأولي لدى المتكويين، مجلة متون، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية - جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة - الجزائر، المجلد 10، العدد 01، 2018، ص 107.

⁽³⁾ - أسامة سعد ابو سريع، محمود محمد ابراهيم، هلال بن زاهر النبهاني، اهتمامات طلبة جامعة السلطان قابوس، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس - عمان، المجلد 02، العدد 05، 2014، ص 85.

⁽⁴⁾ - محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2015، ص 47.

نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص: الإعلام والاتصال الرياضي، معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله-زرالدة، جامعة الجزائر، (2010-2011).

تمحورت الإشكالية الرئيسية في هذه الدراسة حول: الدور الذي تلعبه الصحافة الرياضية المكتوبة المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي في الوسط الجامعي بين نشر روح التعصب القبلي اتجاه الفرق الرياضية وبين محاولتها انتقاء ما تنشره من أجل نبد روح التعصب الفردي والجماعي دون أن ننسا دورها في تشكيل آراء متزنة بعيدة عن التعصب للرأي في الوسط الجامعي... إلخ، ومن بين أهم ما توصل إليه الباحث في هذه الدراسة يتمثل في النقاط التالية:

أن الصحافة الرياضية المتخصصة بمثابة سلاح ذو حدين حد سلمي يتمثل في تغذيتها لروح التعصب الرياضي خاصة القبلي منه ويظهر ذلك في استعمال الأسماء القبلية للفرق ومنه يظهر اتجاه قبلي للطلبة وحب زائد للانتماء للقبيلة على حساب الانتماء الوطني(القبائل، الشاويين العاصميون، السنافر...) وذلك راجع لضعف مستوى الصحفيين خاصة من الجانب الأخلاقي.. إلخ.

مقدرة الصحافة الرياضية على توجيه الطلبة نحو السلوكيات الإيجابية البعيدة عن أشكال التعصب خاصة وقدرتها على بث المبادئ السامية للروح الرياضية لدى فئة الطلبة وانكارها لأحداث العنف والشغب الرياضي، ونقلها للأفكار المتزنة للرياضيين الذين يمثلون القدوة الحسنة للطلبة، بالإضافة الى نشر توضيحات خاصة حول اسباب خسارة الفرق الرياضية الأمر الذي يساهم بتخفيف التشنجات العصبية وهذا هو الهدف الأسمى الذي يجب ان تتحلى به وتعممه كل الصحف الرياضية.

ساهمت هذه الدراسة في معرفتنا بجانب الإعلام الرياضي وكذا استعمال العينة وهي الطلبة بالإضافة التشابه من ناحية المنهج المسحي وأخيرا أداة الدراسة المتمثلة في أداة الاستبيان، في حين انها اختلفت في تركيز الباحث على الصحافة الرياضية في الجزائر في الحد من التعصب الرياضي، بينما دراستنا تجلت في الاعلام الرياضي بصفة عامة والتعليق الرياضي بصفة خاصة في اطار اهتمام وارئ الطلبة حول التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية التلفزيونية.

الدراسة الثانية: مذكرة موسومة بعنوان: «اثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على جمهور المنتخب الوطني لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم 2010» للطلاب عبد الوهاب زاوي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضة، معهد التربية البدنية والرياضة (سيدي عبد الله)، جامعة الجزائر3، 2010-2011.

تمحورت الاشكالية في هذه الدراسة: حول مدى تأثير التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على متابعة الجمهور لمباريات المنتخب الوطني خلال نهائيات كأس العالم 2010 بين مدى الاستقطاب لجمهور المنتخب

الوطني ومدى المنافسة التي تعرض لها التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري من القنوات الرياضية العربية والأجنبية، وإن كان بحاجة إلى المزيد من التطوير لتلبية لرغبات الجمهور، وتوصل الباحث إلى نتائج مفادها: التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري لا يستهوي نسبة معتبرة من الجمهور الجزائري لأسباب تتعلق بالمعلق حد ذاته، لنقص مستواه الثقافي والرياضي وصوته، ولغته غير السليمة وغير الواضحة. للجانب التقني في مؤسسة التلفزيون العمومي لا يواكب التطور التكنولوجي في مجال السمعي البصري من حيث تحديد تقنياته ووسائله خصوصا ما تعلق الأمر منها بتقنيات الصورة والصوت. الأمر الذي أدى إلى عزوف مشاهدي التلفزيون الجزائري على متابعته، والتوجه إلى القنوات العربية والأجنبية، في ظل غياب قطاع خاص في هذا المجال.

كما ساهمت هذه الدراسة في تزويد دراستنا بجوانب عدة ابرزها في التعليق الرياضي والمعلق كقائم بالاتصال في حد ذاته وبعض النظريات تأثيرها في استعمال نفس المنهج وهو المنهج المسحي كما كان التشابه في أداة جمع البيانات وهي الاستبيان.

أما فيما يخص بعض جوانب الاختلاف حيث قام الباحث بدراسة موضوع التعليق الرياضي من جانب التلفزيون الجزائري بصفة خاصة خلال نهائيات كأس العالم 2010، أما دراستنا كانت من ناحية القنوات العربية التلفزيونية بصفة عامة. أما الباحث اختار عينة من متابعي التعليق في التلفزيون الجزائري أما فيما يخص دراستنا اخترنا عينة من طلبة المتابعين للتعليق في القنوات العربية.

دراسة الثالثة:

مذكرة موسومة بعنوان «اقتراح خطة إعلامية للصحافة الرياضية لإدارة الأزمات الرياضية» للطلبة جوادي صفاء، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة المسيلة، سنة 2018-2019.

تمحورت الاشكالية في هذه الدراسة أن علم ادارة الأزمات أحد العلوم الإنسانية الحديثة التي ازدادت أهميتها في عصرنا الحاضر والذي شهد العديد من المتغيرات المتكاثفة.

ساهمت في بحثنا بشكل معتبر على العوائق والمشاكل التي قد تحدث في مجال الإعلام الرياضي، كما اختلفت دراستنا عن موضوعنا، كما تقوم هذه الدراسة السابقة على اقتراح خطة إعلامية للصحافة الرياضية من أزمات مع اقتراح حلول لإدارتها، أما من جهة الموضوع الذي قمنا بمعالجته الذي يمثل أهمية التعليق الرياضي في القنوات العربية الرياضية.

الفصل الأول: الإعلام الرياضي

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي

المبحث الثاني: عوامل ظهور الإعلام الرياضي

المبحث الثالث: عناصر الإعلام الرياضي

المبحث الرابع: أهمية الإعلام الرياضي

المبحث الخامس: أهداف الإعلام الرياضي

المبحث السادس: خصائص الإعلام الرياضي

المبحث السابع: أنواع الإعلام الرياضي

المبحث الثامن: الإعلام الرياضي وكرة القدم في الجزائر

الخلاصة

تمهيد:

تاريخ الإعلام يعود إلى بداية وجود الإنسان، فالإنسان اجتماعي بطبعه يسعى إلى تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين بفطرته إلا أن وسائل التبادل هي التي تغيرت مع مر العصور حتى وصلنا في يومنا هذا إلى الأقمار الصناعية وأجهزة الاتصال المصنوعة من البلازما والفضائيات الناطقة بكل اللغات. وكون الإعلام مكون أساسي لبنية المجتمع، وبالنظر لمكانة الرياضة في المجتمع فإن الإعلام الرياضي هو محور مركزي لنقل الحياة الرياضية بكل موضوعية وشمولية مع أخذ بعين الاعتبار التطورات الناتجة عن الواقع المعاش سواء في تقنيات وسائل الإعلام أو في الحقل الرياضي من خلال الحركة الرياضية التي يعرفها المجتمع وتنوع الاستخدامات الرياضية لأفراد المجتمع فالنشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والعقلي والتربوي للفرد، والإعلام الرياضي ضرورة تملئها رغبة وحاجة الأفراد لإشباع رغبات المعرفة وبناء الأفكار الرياضية وتبادلها مع الآخرين وتحصيل حاصل لتطور الرياضة وانتشارها بين أفراد المجتمع والترغيب في ممارستها بالطرق الحديثة.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام من الوسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المرئي والموجه في أسلوب تكوين وتطور لثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع. وان اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي، والذي له ادوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية، ويذكر أن الإعلام الرياضي هو جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع⁽¹⁾.

والإعلام الرياضي كما يعرفه أديب حضور هو عملية نشر المعلومات والأخبار والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، والصحافة كما يقول من أبرز الوسائل الإعلامية، فهي تمثل عنصر جذب وإستقطاب للنشئ والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية، فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل⁽²⁾.

ويعد أيضاً ظاهرة اجتماعية لأنه أحد فروع الإعلام ذات التأثيرات اللاحدودة لاسيما مع التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال إذ يعمل على تلبية حاجات الجمهور والرياضيين عن طريق معرفة الأحوال والظروف كلها التي تحيط بهم أولا بأول. نشرات الأخبار الرياضية وغير ذلك من أشكال عرض المعلومات ثم إرسالها بشكل يخدم اشباع هذه الرغبة عبر بثها ونشرها. ويعرف الإعلام الرياضي بأنه عبارة عن مجموع من الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع. فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجارهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بإمكانيات عظيمة حولتها الى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء. وإذا كانت كلمة الإعلام مشتقة من (أعلمه بالشيء) فهي تعني تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتين بقدر ما يكون الإعلام

(1) - حسين عمر سليمان الهروتي، التعرض لوسائل الإعلام الرياضي، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص24-25.

(2) - حنون نزهة، الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة العنف الرياضي، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، المجلد04، العدد 01 (2021)، ص34.

سليما قويا، وسواء أكانت الوسائل الإعلامية مقروءة أو مرئية أو الكترونية فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مساهمته الروح العصر والفاعلية الموضوعية والابعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملائم فيه ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموما إيجابا وسلبا في الأساس على ضوء هذا المفهوم.⁽¹⁾

المبحث الثاني: عوامل ظهور الإعلام الرياضي:

إن تاريخ الإعلام يعود إلى بداية وجود الإنسان، فالإنسان اجتماعي بطبعه يسعى إلى تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين بفطرته، إلا أن وسائل التبادل هي التي تغيرت مع مر العصور، والإعلام مكون أساسي لبنية المجتمع، وبالنظر لمكانة الرياضة في المجتمع فإن الإعلام الرياضي هو محور أساسي لنقل الحياة الرياضية بكل موضوعية وشمولية، فيظل تطور تقنيات وتكنولوجيات وسائل الإعلام خصوصا في الميدان الرياضي من خلال الحركية الرياضية التي يعرفها المجتمع وتنوع الاستخدامات الرياضية لأفراد المجتمع، فالنشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والعقلي والتربوي للفرد، والإعلام الرياضي ضرورة تملئها رغبات وحاجات الأفراد لكسب المعرفة وبناء الأفكار الرياضية وتبادلها مع الآخرين، والرياضة تستمد شعبيتها من التغطية الهائلة التي تحظى بها بفضل وسائل الإعلام والاتصال، فهذه الأخيرة ألغت الحدود ومزجت بين الثقافات، فحدود شعبية الرياضة تجاوزت حجم الانتماءات والعصبيات بالعودة إلى المجال الأكاديمي فالظاهرة الرياضية غالبا ما تدرس في المستويات الاجتماعية والآثار السوسولوجية التي قد تفرزها الرياضة في المجتمع.⁽²⁾

يمكن إنجاز أبرز العوامل التي أدت إلى ظهور الإعلام الرياضي التربوي في ما يلي:

● يعكس الإعلام الرياضي عموما الوزن الحقيقي للرياضة في مجتمع ما، في مرحلة ما من تطوره. وتحتل الرياضة في المجتمع، داخل المنظومة الإعلامية العامة لهذا المجتمع المكانة ذاتها التي تحتلها الرياضة داخل المجالات والفعاليات الأخرى، في هذا المجتمع.

وأدى بروز الرياضة في مرحلة ما من مراحل تطورها في المجتمع، إلى أن تلعب دورا متميزا، وإلى أن تتمتع بقدر من الاستقلالية على الصعيدين النظري والعملي وإلى أنتصبح نشاطا واسعا ومعقدا. تبدلت نظرة المجتمع للرياضة في سياق التطور العام للمجتمع المعاصر. النظرة الفقيرة المحدودة للرياضة كحدث، وكحركة وكمنافسة، وكنسائج، لم تعد كافية. تحولت الرياضة في المجتمع الحديث إلى مجال واسع وغني وهام يشكل واحدا من الدعامات الهامة التي تشكل الملامح الأساسية لهذا المجتمع. أصبحت الرياضة سياسة وثقافة واقتصادا وتربية وصحة وذوقا وأخلاقا... إلخ. وأصبح لها تراثا نظريا غنيا. أصبح لها نظريات ومدارس وأدبيات كأى علم من

⁽¹⁾ - مصطفى محمد محسن، دور الإعلام الرياضي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد العراقي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة القادسية، العراق، 2018، ص 23-24.

⁽²⁾ - عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 04 العدد 03، تاريخ النشر 2013، ص 133.

العلوم. وكانت هذه الحقيقة أيضا واحدا من الأسس التي قامت عليها وانطلقت منها الصحافة الرياضية المتخصصة.

• لم تعد الرياضة المعاصرة محصورة في عدد محدود من الاختصاصات الرياضية. فقد تعددت وتنوعت. فالرياضات ذات الطابع العالمي توطدت وإنشرت وازدهرت. والرياضات العامة، الجماعية منها والفردية أيضا ترسخت ونمت. والرياضات ذات الطابع المحلي الخاص، أيضا وجدت مكانا لها على الساحة الرياضية. هذا كله أدى إلى ازدياد غنى، ونضج وتعقيد الخارطة الرياضية. وكان ذلك أساسا جديدا لظهور وتطور الإعلام الرياضي.

• الجمهور الرياضي لم يعد تلك الحفنة المحدودة العدد من الشباب الباحث عن الترفيه، بل اتسع وتنوع وتبدل جذريا كما ونوعا. وكان ذلك منطلقا جديدا لظهور الإعلام الرياضي. تحول الرياضة إلى صناعة وازدياد طابعها الاقتصادي وبرز سماتها التجارية (في بعض الأنظمة)، زاد من أهمية الوصول إلى القارئ (أو المستمع أو المشاهد).⁽¹⁾

وزاد من تنوع وأهمية الرسالة الإعلامية المطلوب إيصالها في وقت معين وبمستوى معين وبشكل معين.

• ظهور وسائل إعلامية جديدة تمتلك خصوصية تكنولوجية معينة وتمتلك بالتالي لغة تعبيرية مختلفة وآلية إيصال وتأثير مختلفة ونوعية مختلفة من الجمهور، هذا كله أوجد فرصة ظهور وانتشار إعلام رياضي متخصص يتناسب ويتلائم مع هذه الوسائل الجديدة.⁽²⁾

المبحث الثالث: عناصر الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي أربعة عناصر وهي:

1. المرسل: وهو صاحب الرسالة الإعلامية، أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة نادي، أو اتحاد، أو لاعب، أو مدرب، أو غيره.

2. المستقبل: هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كانت فرد أم جماعة.

3. الأداة أو الوسيلة: هي ما تؤدي به الرسالة سواء كانت صحيفة أم إذاعة أم تلفازا أم غير ذلك.

4. الرسالة أو المضمون: وهو ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل، ومدى اعتماده على الحقائق، والأرقام ومسائره لروح العصر والشكل الفني والملائم لمستوى الجمهور من حيث أعمارهم، وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابياً أو سلبياً على ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي

(1) - عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبر، المجلد 1، العدد 11، تاريخ النشر 2017، ص 96-97.

(2) - نفس المرجع السابق، ص 98.

تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتستحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنيت نظرية الاتصال، وتفسيراتها السيكلوجية الإعلام الرياضي.⁽¹⁾

المبحث الرابع: أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي وله تعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلاً عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحقة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمراً صعباً فأقل ما يوصف به هذا العصر هو (عصر المعلومات) نتيجة التقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وانتشار شبكة المعلومات (الإنترنت) ومن هنا تبرز أهمية الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.⁽²⁾

تؤدي الرياضة دورها المجتمعي من خلال فعالية نظامها وآلياتها وكل ما يتبع بناءها العام. ويسهم في ذلك كوادرها العاملة وإمكاناتها المادية والبنية الاجتماعية والثقافة السائدة على أن ما يدعمها ويدفع برسالتها ويهيئ لها أجواء صحية للعمل هو قدرة الاجهزة الإعلامية وفهمها لواجبها والذي من خلاله تبرز أهميتها وتتجلى في الآتي:

- استكمال دور المؤسسات الرياضية وربط الجمهور بالرياضة عبر نشر مفاهيمها وتقديم الخبرات اللازمة لذلك.
- رفع مستوى الثقافة الرياضية والتعريف بأهميتها في الحياة بديناً واجتماعياً وصحياً.
- التعريف بحضارات الشعوب وثقافتها عن طريق الألعاب والانشطة الرياضية المختلفة.
- التعريف بالأحداث الرياضية وتطوراتها والإسهام في تدفق المعلومات من مصادرها.

(1) - مصطفى محمد محسن، مرجع سابق، ص 12.

(2) - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 129.

- دراسة المؤثرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها على الرياضة واستنباط السبل للتكثيف الامثل لكل هذه المؤثرات ايجابيا .
- التحليل والتفسير العلمي للظواهر المستجدة في المجال الرياضي باتجاهاتها المختلفة.
- التوجيه السليم خاصة فيما يتعلق بالمشاعر وضبط السلوك.

➤ الأهمية الاجتماعية للإعلام الرياضي:

ويمكن أن تحدد أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط الآتية:

- ✓ للإعلام الرياضي أثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة الموضوعات التي لم يتبلور عنها الرأي العام بعد.
- ✓ الإعلام الرياضي يلعب دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكاملها بما يقوم به من ازالة لما بينها من فوارق طبقية.
- ✓ الإعلام الرياضي يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة ويزيل سوء الفهم الناجم عن تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة.
- ✓ يستطيع الإعلام الرياضي أن يؤدي دورا فاعلا في خلق الحافز لإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم إلى مستويات البطولة وتحقيق الانجازات الرياضية.⁽¹⁾

يشير آخرون إلى أن الإعلام هو "سبيل الأمة لتأكيد هويتها فما انتشرت ثقافة أمه في عصرنا الحاضر ولا قيمها إلا بقوة إعلامها وإرادة إعلاميها وسعة افقهم وما تراجعت ثقافة إلا يضعف وسائلها الإعلامية.⁽²⁾"

يشهد العالم اليوم تطورات عديدة في مجالات عدة ومن هذه المجالات الإعلام الذي أخذ حيزاً واضحاً، وأصبح للإعلام أهمية بالغة في الحياة اليومية، وما تحتويه من علاقات اجتماعية، كما أصبح له دور فعال في بناء مجتمع متحضر مبني على أسس علمية بحتة ، يرتبط ويتأثر إلى حد ما بالنظم الاجتماعية وسلوك البشر في مختلف أعمارهم وهذا ما أبرزه علماء الاجتماع في هذا الصدد. وتعددت الآراء في الدور الحقيقي لوسائل الإعلام؛ فيرى فريق أنه يبدأ عندما يصل الطفل لمرحلة الإدراك والتمييز، بينما يرى فريق آخر أن هذا الدور يسبق هذه المرحلة بكثير، إذ يبدأ منذ مرحلة تعليم وتنقيف الوالدين حول كيفية إنجاب طفل معافي ورعاية هذا الطفل حتى يصبح شابا، وتلعب وسائل الإعلام دورا في كيفية رعاية الشباب وتعليمهم، ولا ينكر أحد دور الإعلام الإذاعي وتوجيهه للشباب في هذه المرحلة، فالشباب درع الوطن وحصنه الحصين، وشاب اليوم رجل الغد، وبسواعد الشباب يبني الوطن وينمو ويتقدم ويزدهر ويضاهي أرقى الأمم. وتبرز أهمية الإعلام من خلال إبراز حاجات المجتمع عموما الاجتماعية والجنسية والنفسية وغيرها، فهذا يدعو إلى وضع برامج إعلامية

⁽¹⁾ - عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، الصحف الرياضية ودورها في تشكيل الرأي العام الرياضي، وتعزيز الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة بولاية

الخرطوم، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير التربية البدنية والرياضة في الإعلام الرياضي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014، ص 27-28.

⁽²⁾ - المرجع السابق، ص 29.

متخصصة على أسس نفسية وعلمية الأمر الذي يحتم منذ البدء إعداد الكادر الإعلامي المتخصص والمدرّب للعمل، حيث أصبح جزءاً لا يتجزأ من وجودنا وحضارتنا وتراثنا وذلك لتوظيف الإمكانيات الإعلامية في خدمة المجتمع. ويزداد أثر وسائل الإعلام المختلفة أهمية في المجتمع بما تقدمه من معلومات وحقائق وأفكار وبرامج تخدم فئات المجتمع بلا استثناء، وتلبي حاجاته وخاصة الضرورية منها. وحقق الإعلام بذلك تنسيقاً في الجهود بين الأفراد والشعوب. فالإعلام ظاهرة اجتماعية، يضرب بجذوره في جميع مراحل التطور الإنساني، متطوراً معها، مجدداً في وسائله محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية.⁽¹⁾

المبحث الخامس: أهداف الإعلام الرياضي:

- هناك العديد من الأهداف التي يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيقها ومن هذه الأهداف نذكر منها:
- 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، إذ أن لكل مجتمع نسقا قيميا يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع .
 - نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاء الفرصة لإتخاذ ما يراه مناسباً من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والعالمي.
 - الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.⁽²⁾
 - تكوين رأي عام سليم التوجهات، مزوداً بالوعي الكافي لما يدور من أحداث.
- وجملة الأهداف المذكورة توضح ومن خلال مفرداتها أن مجالها التطبيقي ولكي ما يحدث التحول الاجتماعي المطلوب يقتضي الركون إلى العمليات العلمية والإعدادية والتأهيلية للقوى والكوادر البشرية العاملة بالمؤسسات الإعلامية والمعنية بالشأن الإعلامي الرياضي.⁽³⁾

(1) - سالم فالخ العجمي، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي، رسالة مقدمة لنيل شهادة

الماجستير تخصص إعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص 27_29

(2) - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 130.

(3) - عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، مرجع سابق، ص 27.

المبحث السادس: خصائص الإعلام الرياضي:

يحظى الإعلام الرياضي بجملة من الخصائص نذكر أبرزها:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الإختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلاً برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا.
- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ويخاطبه قطاعات كبيرة من الجماهير.
- الإعلام الرياضي في سعيه لإجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس بإستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين.⁽¹⁾
- الإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة المجتمع.
- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة إجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها.⁽²⁾
- يتصدى ويعالج جوانب كثيرة من الأخبار والأحداث الفنية والإدارية والقانونية والتنظيمية.
- وهو إعلام مفتوح على الجميع ما لم يوجه لقطاعات بعينها.⁽³⁾

المبحث السابع: أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالي:

1. **الإعلام الرياضي المقروء:** وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.
2. **الإعلام الرياضي المسموع:** وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.
3. **الإعلام الرياضي الثابت:** وهي التي يتوجه إليها الناس لإطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.
4. **الإعلام الرياضي المرئي:** وهي التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو، وشبكة المعلومات (الإنترنت أو الاستخدامات) وأحياناً يطلق عليها إسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

⁽¹⁾ - نشوى إمام إبراهيم، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية للبنات بالقاهرة، جامعة حلوان، 2003، ص14.

⁽²⁾ -على عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص13.

⁽³⁾ -عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، مرجع سابق، ص31.

بينما ذهب جمهور من الباحثين آخرين إلى ذكر الإعلام الإلكتروني كنوع آخر من الإعلام مضيفاً الأنواع الأربعة سالفة الذكر موضحاً أنه مجموعة تكنولوجيات الإتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.⁽¹⁾

➤ أنواع تأثير الإعلام الرياضي:

لتأثير الإعلام الرياضي على أفراد المجتمع المتلقين لرسائله عدة أوجه، يمكن أن نذكر منها حسب أهمية التأثير في:

- **تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:** ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخصية ما وشعوره تجاهه وعلى هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها. والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية علي تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرته علي تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة.
- **تغيير المعرفة الرياضية:** المعرفة الرياضية هي الرصيد المعرفي من المعلومات الرياضية التي لدي الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف والاتجاه، فالتغير المعرفي هو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً، فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة الأمد باعتباره مصدراً من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة للقصة الرياضية أو موضوع رياضي أو مجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها. فطريقة تفكيرنا وتقييمنا للأشياء تتأثر تبعا لما نتلقاه من معلومات رياضية من طرف الإعلام الرياضي التي تتحول فيما بعد إلى قناعات ومعتقدات تشكل زادنا المعرفي.
- **التنشئة الاجتماعية في المجال المعرفي:** التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع مهمة تلقى على عاتق الكثير من مؤسسات المجتمع بدءاً بالأسرة والمدرسة والمساجد وغيرها لتعديل سلوك الأفراد نحو الاتزان، ولا تختلف المؤسسات الرياضية عن هذا المبتغى فالأندية الرياضية ومراكز الشباب وغيرها تهدف أيضا إلى زرع ثقافة رياضية إيجابية في عقول أفراد المجتمع.⁽²⁾

(1)-حسين عمر سليمان الهروي، مرجع سابق، ص30.

(2)- مرشيش خالد، دور الصحافة الرياضية الجزائرية المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين، مذكرة من بين متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2010، 2011، ص22.

وهنا يظهر الدور الأضخم في عصرنا الحالي للإعلام الرياضي باعتباره عامل مهم ومؤثر في هذه العملية، فما تخطيه لكل البيوت بما فيها صغارا وكبارا واقتحامه لكل الميادين الرياضية المختلفة مرورا بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي إلى دليل علي قوة تأثيره.

- **الإثارة الجماعية:** من الميزات الايجابية لإعلام الرياضي، وصوله لشريحة كبيرة من أفراد المجتمع وهي ميزة ذات حدين، فالنظرة السلبية لها تكمن في سوء استخدام هذه الميزة فإثارة شريحة ضخمة من المجتمع عن طريق الشحن الزائد أثناء الأزمات الرياضية يؤدي إلى سخط الجماهير وعدم التحكم في سلوكياتهم، ولعللى المثال الأوضح لذلك الأزمة الرياضية بين الجزائر ومصر.
- **الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:** من المتداول أن عملية الضبط الاجتماعي هي عملية موكلة للقوات الأمن العمومية والمؤسسات الاجتماعية الأخرى، إلا أن هذه النظرة أثبتت محدوديتها، لأن هذه المؤسسات لا تتدخل إلا بعد فوات الأوان وانفلات الوضع وتبقي نتيجتها نسبية ومحدودة، فطريقة استباق الأحداث وصيرورة السلوكيات وفق القوانين والقواعد خصوصا في المنافسات الرياضية يتطلب تدخل مفهوم له القدرة الهائلة في عملية الضبط هو الإعلام الرياضي فبإمكانية تأثيره الايجابي والفعال في الجمهور واللاعبين يحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود.
- **صياغة الواقع:** حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو، ويقصد بالواقع هو ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والوقائع والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع.⁽¹⁾

المبحث الثامن: الإعلام الرياضي وكرة القدم في الجزائر:

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما في الحياة الاجتماعية، بحيث سهلت هذه الوسائل عملية الإتصال والتواصل بين المجتمعات وبين الثقافات ومن بين أهم المجالات التي أصبحت تعكس وتجدد واقع الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمعات نجد المجال الرياضي الذي أضحي علماً قائما بذاته له نظرياته ومناهجه العلمية بل وأصبحت الشؤون الرياضية تحتل مرتبة أكثر أهمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافة والأخلاقية للمجتمعات، وباعتبار الإعلام الرياضي فرع من منظومة الإعلام ككل له دور كبير في رسم الصورة الجديدة للحركة الرياضية في البلد سواءً كان على الصعيد الداخلي أو الخارجي وإسهامه الكبير في إبراز أهمية الرياضة.

حيث أن الرياضة من القطاعات التي تشهد تطورا سريعا في مختلف دول العالم والتي تسعى إلى الإرتقاء بمستوى إنجازاتها وتحقيق أهدافها، إذ أصبحت الرياضة عصب الحياة ومقياس لتطور المجتمعات في عصرنا الحديث ومحركات إقتصادياً وثقافياً وسياسياً في العالم.

(1) - المرجع السابق، ص23.

ولأن الإحتراف الرياضي عامة وإحتراف في كرة القدم بصفة خاصة يعتمد في تطبيقه على عدة ميكانيزمات وآليات يجب أن تتوفر جميعها من بينها الإعلام الرياضي الذي يعتبر أحد الركائز الأساسية لخدمة الإحتراف ومن خلال العمل على التعريف به وبقوانينه ولوائحه وأسسهِ واستراتيجياته وتوضيح إيجابياته وسلبياته.⁽¹⁾

ومع دخول الجزائر عالم الإحتراف الرياضي، الذي عرفته بطولتنا المحلية لأول مرة منذ الإستقلال في سنة 1995 بموجب الأمر رقم 95/09، رغم أن الأندية الجزائرية واجهت صعوبات وتحديات مطلع سنة 2010 مع اعتماد الاتحادية الجزائرية لكرة القدم الدخول الفعلي للإحتراف وفق مجموعة من الإجراءات واللوائح والقوانين، وهذا من أجل الرفع من مستوى الرياضة كرة القدم " الأكثر شعبية في بلادنا، وأصبح من الضروري على مختلف وسائل الإعلام الرياضية السمعية والبصرية والمكتوبة وحتى الصحافة الرياضية الإلكترونية في الجزائر ان تكون كإحدى البدائل الإتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت أواخر القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين، حيث اتجه إليها الجمهور الجزائري نظراً لمميزاتها وخصائصها عن باقي الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى في تناولها للإحتراف الرياضي، وفق مفهوم الإعلام الرياضي الجديد.

الصحافة الرياضية الإلكترونية الجزائرية أسهل وأقرب للقارئ المتصفح المواقع الصحافة الرياضية الإلكترونية على الانترنت ومنه فتحت عصر جديدة في حقل الاعلام، رغم أن واقع الصحافة الرياضية الإلكترونية في الجزائر لا تزال في بدايتها، إلا أنها تلعب دور مهما في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي في الجزائر ولقد أصبحت اليوم الصحافة الرياضية الإلكترونية في الجزائر أكثر من أي وقت مضى، واحدة من أهم الوسائل الاعلامية الصحفية التي تساهم في إرضاء وتلبية حاجات ورغبات وميولات الجمهور خصوصا في ظل ظهور الصحافة الرياضية والإعلام الرياضي الإلكتروني المتخصص، وبأحدث الوسائل الإعلامية والاتصالية وتكنولوجيا ذات جودة عالية في الصوت والصورة، وبما أن الجمهور الجزائري ينتقي ما يتماشى مع رغباته وميولاته واحتياجاته وتطلعاته وأفكاره، وما يليق به في ظل الاحتراف الرياضي في كرة القدم في كل المنافسات والتظاهرات الرياضية رغم المنافسة القوية والشرسة بين وسائل الإعلام الإلكترونية الرياضية العربية والأجنبية لتقديم أفضل المعلومات عن تجاربها مع الاحتراف الرياضي.⁽²⁾

⁽¹⁾ - نور الدين فوجيل، سعاد حليمي، دور الإعلام الرياضي في تعزيز الفكر الاحترافي لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر، مجلة التحدي، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، المجلد 11، العدد 1، 2019، ص117.

⁽²⁾ - عبد الوهاب زاوي، دور الصحافة الرياضية الإلكترونية في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، العدد 19، 2016، ص47.

الخلاصة:

من خلال دراستنا لموضوع الإعلام الرياضي وعلاقته اتضح لنا أن الإعلام بشكل عام والرياضي بشكل أخص يملك قدرة فائقة على صناعة الحدث الرياضي في ظل عصر الرقمية والتكنولوجيا ويمكن له تشكيل الرأي العام الرياضي وصياغة توجهاته والتأثير في وعي وثقافة الجماهير، فهو يؤثر بشكل كبير في النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي وذلك من خلال إبراز دور الرياضة في الحياة العامة والخاصة والانفتاح على العالم الخارجي عبر تغطية المنافسات والفعاليات الرياضية الكبرى التي يشارك بها أعداد هائلة من الرياضيين وكذا الفرق والمنتخبات الرياضية سواء على المستوى القاري أو العالمي، إن الرياضة الاحترافية كانت المحطة الطبيعية لتطوير الرياضة التقليدية إلى رياضة حديثة، وأصبحت الدول المتقدمة تنظر للرياضة الحديثة كواجهة لرقيتها وتقدمها وتعكس ثقافتها بالإضافة إلى كونها من الدعامات الأساسية في الاقتصاد الدول من خلال الاستثمار فيها وذلك عبر عقود مختلفة تتعلق بالمنافسة الرياضية كالعقود الدعاية والاعلان والنقل التلفزيوني وما ينتج عنها من أرباح.

كما أن الرياضة المحترفة تحتاج إلى إعلام رياضي بجميع عناصره ووسائله سواء المرئية والمقروءة والمسموعة والإلكترونية، حيث يقوم الاعلام الرياضي بالمساهمة في تطوير الرياضة وذلك من خلال تغطية الأحداث الرياضية عبر تقديمه للأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة للناس بكل موضوعية وحيادية والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية.

الفصل الثاني: التعليق الرياضي

تمهيد

المبحث الأول: تعريف التعليق الرياضي

المبحث الثاني: نشأة وتطور التعليق الرياضي

المبحث الثالث: أنواع التعليق الرياضي

المبحث الرابع: عناصر التعليق الرياضي

المبحث الخامس: أهمية التعليق الرياضي

المبحث السادس: شروط المعلق الرياضي التلفزيوني

المبحث السابع: مهام ومسؤوليات المعلق الرياضي

المبحث الثامن: طرق ومراحل تغطية الصحفي للمقابلة الرياضية

المبحث التاسع: نموذج التعليق الرياضي

الخلاصة

تمهيد:

يعتبر التعليق الرياضي من الفنون الإعلامية، ولارتباط شريحة كبيرة من المجتمع العربي بالرياضة بشكل عام وكرة القدم بشكل خاص، فقد اهتمت القنوات العربية المختلفة بنقل المباريات الرياضية، وأنشئت قنوات متخصصة بالرياضة وألعابها وأحداثها المختلفة، مما أضفى اهتماماً أكبر بالمعلقين ولغتهم. ويعد من أهم موضوعات الصحافة الرياضية وبالتالي فلا بد من التعرف على ماهية التعليق الرياضي واصوله وقواعده وكيف يكتب؟ وماهي عناصره؟ وماهي أهم الأدوات التي يجب ان تتوفر فيه؟ وما هي مكوناته؟ حتى يمكن من الاسهام في وضع لبنة مهمة في بناء قواعد وأصول التعليق الرياضي بما يساهم في نجاح المنافسات الرياضية في كل ميادينها. تعريف التعليق الرياضي لقد عرفه البعض بأنه: الصدق والأمانة والموضوعية وهذا التعريف يتحدث عن الجانب الاخلاقي للتعليق. وقد عرفه أمين ساعاتي بأنه: الدراسة الواعية لكل المؤثرات التي تحيط بالمباراة والتي تتضمن بالضرورة تحليل ادوار كل من يساهم في صناعة المباراة وإخراجها من إداريين وجمهور وارض وتحكيم وإعلام. ويعد هذا التعريف أفضل التعريفات لأنه يتعرض للجانب العلمي والمهني في مجال الصحافة وحتى يمكن فهم ماهية التعليق الرياضي وطرق كتابته بما يسهل ممارسة كتابة هذا التعليق.

المبحث الأول: تعريف التعليق الرياضي:

التعليق: "التعليقة جمع تعاليق وهو ما علق على حاشية الكتاب أو هامشه من شرح ونحوه".
التعليق الرياضي: وصف أحداث ومجريات المنافسات الرياضية المختلفة المتلقي.
هناك عدة تعريفات للتعليق الرياضي، فقد عرفه البعض بأنه: "الصدق والأمانة والموضوعية"، وعرفه المؤرخ الرياضي السعودي (د. أمين ساعاتي) بأنه: "الدراسة الواعية لكل المؤثرات التي تحيط بالمباراة، والتي تتضمن بالضرورة تحليل أدوار كل من يساهم في صناعة المباراة وإخراجها، من إداريين وجمهور وأرض وتحكيم". ويمكن تعريفه بأنه: (وصف تحليلي لمجريات المباريات الرياضية عبر الراديو أو التلفزيون بطريقة تعطي المتلقي صورة كاملة عن أحداث اللقاء، مدعمة بالمعلومات والإحصائيات مع الحيادية في الوصف).

ومن هنا يتبين لنا دور المعلق الرياضي في إنجاح تغطية الأحداث الرياضية عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، بقيامه بوصف وتحليل المباريات، وتزويد المتلقي بالمعلومات لكي يعيش أجواء المباراة.⁽¹⁾
هو نوع صحفي فكري، يهدف إلى تقديم رأي صريح، واضح، محدد ومعلن إزاء حدث رياضي هام ويقدم الأدلة والحجج والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي، محاولاً بذلك تقديم مغزى ومعنى وقائع الحدث، وإيضاح علاقاته المترابطة وسياق تطوره وأسبابه وتقديمه بشكل متماسك عضويًا، وجعله يترسخ في

(1) - علي محمد الزعلوك، لغة التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 5، 2017، ص 248-249.

ذهن القارئ، وهو الدراسة الواعية لكل المؤثرات التي تحيط بالمباراة والتي تتضمن بالضرورة تحليل أدوار كل من يسهم في صناعة المباراة وإخراجها من إداريين و جمهور و أرض وتحكيم وإعلام.⁽¹⁾

يقوم فن التعليق الرياضي على شرح و تفسير ونقل وتحليل المباريات الرياضية فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب السلبية والإيجابية في أداء كل فريق من الفرق المنافسة.⁽²⁾

التعليق الصحفي هو مادة صحفية معبرة عن حكم الصحافي الشخصي وهذا عكس الخبر الذي يكون مقيداً بالموضوعية بشكل حربي، التعليق هو الشرح والتقدير وإصباح المعاني الكاملة على الأخبار في إطار وجهة نظر محددة.⁽³⁾

المبحث الثاني: نشأة وتطور التعليق الرياضي:

تشير بعض المصادر بأن أول ظهور للتعليق الرياضي كان عبر الكتابة في منتصف القرن التاسع قبل الميلاد، حينما كتب (هوميروس) وصفا لمنافسات المصارعة اليونانية وبعض الأنشطة الرياضية الأخرى في ذلك الوقت، وفي العصر الحديث كانت البداية عبر صحيفة (نيويورك) الأمريكية من خلال كتابات (بنيامين فرانكلين) الذي كتب عن رياضة السباحة وغيرها من الألعاب سنة 1790 .

وعلى المستوى العربي كانت مصر سباقة في ذلك سنة 1885 عندما تم تشكيل أول فريق مصري لكرة القدم ولعب أمام فريق الجيش البريطاني.

وبالنسبة للتعليق على مباريات كرة القدم فقد بدأ مع ظهور المذياع (الراديو) وانطلاق بث أحداث المباريات على الهواء في الإذاعات مع منتصف العشرينيات من القرن الماضي في قارتي أوروبا وأمريكا الجنوبية، وقصت الإذاعة المصرية شريط النقل المسموع عربياً منتصف الثلاثينيات.⁽⁴⁾

(1) - فندوشي حمزة، مكانة الصحافة الرياضية الإلكترونية و المطبوعة لدى الجمهور الرياضي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص120.

(2) - غازي زين عوض الله، الصحافة الرياضية النشأة والتطور، الطبعة 2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، 2006، ص58.

(3) - عبد الوهاب زواوي، أثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على جمهور المنتخب الوطني لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم 2010، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضة سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 83.

(4) - علي محمد الزعلوك، مرجع سابق، ص 248.

المبحث الثالث: أنواع التعليق الرياضي:

ينقسم التعليق الرياضي إلى ثلاثة أنواع وهي:

1- التعليق المسموع:

وهو النقل عبر الأثير من خلال الإذاعة المسموعة (الراديو)، ويحرص فيه المعلق على الوصف الدقيق لمجريات المباراة، وتنقل الكرة من منطقة إلى أخرى، ومتابعة أدق التفاصيل، والتذكير بالوقت والنتيجة من حين لآخر، حتى يعيش المستمع المباراة ويرسمها في مخيلته وكأنه يشاهدها.

2- التعليق المرئي:

مع اختراع التلفزيون أصبح النقل الرياضي أكثر توهجا بوجود الصورة على الشاشة الصغيرة، وأعفى ذلك المعلق من تقديم تفاصيل تجسدها الصورة، وأعطاه بعدا آخر لكي يطور نفسه ويصقل أداءه في جوانب أخرى، منها البحث عن المعلومات والإحصائيات.

3- التعليق الداخلي:

المقصود به وصف المباراة داخل الملعب أو القاعة الرياضية للمتفرجين والحضور، ويكون نطاقه محصوراً بالمكان.

• مدارس التعليق الرياضي:

تنوع مدارس التعليق الرياضي في العالم وتختلف من دولة إلى أخرى حسب الثقافة والعقلية وتركيبات الشعوب وتعاطيهم لكرة القدم، حيث ينسجم التعليق الرياضي مع حرارة الشعوب وواقعها الاجتماعي، ويمكن تقسيم مدارس التعليق الرياضي إلى النحو التالي:

• المدارس الأوروبية:

نشأت في إنجلترا وفرنسا على وجه التحديد، واعتمدتا على اشتراك معلقين في وصف المباراة وتحليلها فنيا، بصوت مريح وانفعالات طبيعية بلا صراخ ولا تصنع ويشوبها الهدوء والتركيز على المعلومة.⁽¹⁾ ولكن يختلف الوضع لدى المعلقين في إيطاليا وإسبانيا، فالإيقاع أسرع بدون ضجيج، مع الاهتمام بإعطاء الإحصائيات والمعلومات والأرقام، وهناك انفعال وصراخ مع الهدف بطريقة ملائمة. ويشبه التعليق الرياضي في دول ألمانيا وهولندا وكرواتيا وروسيا وأغلب الدول الأوروبية التعليق الإنجليزي مع هدوء نسبي، وفترات توقف من حين لآخر.

(1) - علي محمد الزعلوك، مرجع سابق، ص 250 .

• المدرسة الأمريكية الجنوبية:

وتمثلها البرازيل والأرجنتين، وتعلو فيها درجة الانفعال بنسبة كبيرة ومد الكلمات وتطويلها، ويطغى عليها الصراخ والمبالغة وينفجر المعلق مع كل هدف، وقد يستمر صراخه بالهدف لمدة دقيقة كاملة (قوووول .. قول قول).

• المدرسة العربية:

تعتبر المدرسة العربية خليطاً بين المدرستين السابقتين، ولا توجد مدرسة مستقلة الضوابط، فمنهم من يتبع الأسلوب الأمريكي اللاتيني ومنهم من ينساق مع الهدوء الأوروبي، وقد نجد اختلافاً بين معلقين نفس القطر العربي حسب ميول كل معلق .

والملاحظ أن المدرسة الخليجية تسلك مسلك أمريكا الجنوبية في التفاعل الكبير مع إحراز الأهداف، ويغلب الهدوء على التعليق في بلدان (سوريا والأردن ولبنان وفلسطين)، ويغلب الطابع الأوروبي على الدول العربية في إفريقيا مع الاختلاف في درجة الانفعال.

وفي ليبيا بدأ التعليق بشكل عفوي وبلهجة عامية، قبل أن يتحول للفصحى والتركيز على المعلومات مع بعض الانفعالات، وفي الآونة الأخيرة أصبح يميل للصراخ. ومع انتشار القنوات الرياضية المتخصصة أصبح التعليق الرياضي العربي ذو نكهة لاتينية.

المبحث الرابع: عناصر التعليق الرياضي:

يقوم التعليق الرياضي على أربعة عناصر أساسية وهي:

- 1- المرسل: ويتمثل في المعلق الرياضي الذي يقوم بوصف المباراة وينقل أحداثها المختلفة للجمهور الرياضي.
- 2- المستقبل: وهو المتلقي (المستمع أو المشاهد) الذي يتابع المباراة، وينتظر إلى تقديم الإضافة ونوع من المتعة والإثارة من المرسل (المعلق) .
- 3- الأداة (الوسيلة): وهي الإذاعة أو القناة الناقلة، وترتبط بالكاميرا وناقل الصوت وجهاز البث والإرسال وكل ما يتعلق بإيصال الصوت أو الصورة .
- 4- الرسالة (المضمون): وهي المادة المنقولة (صوتية أو مصورة) وما تحويه من مضمون هدفه الأول خدمة وإفادة المتلقي ووضعه في قلب الحدث.⁽¹⁾

المبحث الخامس: أهمية التعليق الرياضي:

أصبح التعليق الرياضي الصحفي واحداً من الأنواع الصحفية الهامة والمستخدمة على نطاق واسع في الصحافة الرياضية، والمكتوبة والمسموعة والبصرية وهو يدور أساساً حول حدث يثير اهتمام الجمهور، ومن أبرز العوامل التي أدت إلى تزايد أهمية التعليق الرياضي في الصحافة الرياضية كما يلي:

⁽¹⁾ - علي محمد الزعلوك، مرجع سابق، ص 249-251.

- 1- تطور الاهتمام بالرياضة في سائر دول العالم .
- 2- ازدياد تعقد وتشابك الأحداث والظواهر والتطورات على الساحة الرياضية وظهور مدارس رياضية متخصصة .
- 3- تعرض الجمهور المشاهد (المستمع) القارئ إلى سيل قوي من الأخبار الرياضية.
- 4- مقدرة التغطية الإخبارية بسبب اعتبارات المنافسة والسرعة في الساحة الرياضية.
- 5- تزايد نضج وغنى الصحافة الرياضية، كانعكاس مباشر لنضج أو تطور الحياة الرياضية وتزايد أهمية الرياضة في المجتمع.⁽¹⁾

المبحث السادس: شروط المعلق الرياضي التلفزيوني:

إن الإدراك السليم لحقيقة العلاقة ما بين الكلمة والصورة، هو الصواب الذي تقوم عليه عملية التغطية التلفزيونية المباشرة للمباراة الرياضية، وعليه فالمعلق الرياضي ضروري وجوده من خلال النقل المباشر بجميع الشروط والصفات التي نذكر منها:

- 1- يجب على المعلق المذيع التلفزيوني الرياضي أن يتقن أن مهمته الأساسية حين ينقل مباراة رياضية نقلا حيا ومباشرا هي أساساً تفسير وشرح وتعليق وتوضيح وتحليل، وليس وصف بحث، كما يجب أن يعلم أن الوصف تقدمه الكاميرا، وأنه مطالب أن يقول مالا تستطيع الصورة التعبير عنه من دون الإخلال بالنقل المباشر للمباراة، كما يقوم بتفسير ما يصعب على المشاهد فهمه على ضوء قوانين اللعبة، ويتم كل هذا بالإيجاز الواضح الحذر.
- 2- يجب أن يكون المذيع التلفزيوني ذو ثقافة رياضية عامة، وعلى علم بقوانين اللعبة، أشمل وأعمق من نظيره العاملين في الوسائل الإعلامية الأخرى، مما يجبره على بذل المزيد من الجهد في مرحلة الاستعداد لتقديم التفسير المناسب للحدث المناسب، لأن الشاشة لا تمنح مجالاً للخطأ عن نقص المعرفة، فالمباشر يكشف عيب نقص المعرفة لدى المذيع التلفزيوني.
- 3- عدم الخوف من لحظات الصمت حينما تغني الصورة عن التعليق، التي تواجه المشاهد وجها لوجه.⁽²⁾
- 4- السيطرة المطلقة على اللغة فبدونها يعجز المعلق الرياضي عن التعبير بدقة وبسرعة عن الفكرة التي يريد إيصالها إلى المشاهد، فالمباراة حدث حركي يتميز بإيقاعه السريع، وبتغييره في كل لحظة، وبصعوبة التنبؤ باللحظة التالية، الأمر الذي يفرض على المخرج المزيد من اليقظة في متابعة الحدث وتصويره لقطاته، كما يستعد المذيع التلفزيوني للإجابة عن كل أسئلة تخص تطور الحدث، وتفسيرها فور وقوعها.

(1) - عبد الوهاب زواوي، مرجع سابق، ص 83.

(2) - زعيمين سميرة، الإعلام والتغطية الرياضية السمعية البصرية (التلفزيون)، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية المدينة الجديدة سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2008، ص 99.

5- التحكم الكامل بالصوت، قوة الصوت، طرق الأداء، التغيرات الريتمية في نبرات الصوت، سرعة الحديث، التوزيع في الصوت، مع الحرص على دقة التعبير السليم ونطقه، وكل هذا يتم على ضوء المستجدات خلال المباراة وتطورها السريع والمتغير، الأمر الذي يتطلب من المذيع التلفزيوني التحكم بصوته، ومن ثم اللغة التعبيرية، وعليه فالمعلق مجبر على تغيير طبقات صوته والإسراع في لهجة إلقائه، وفقاً ما يقتضيه المشهد الرياضي.

6- القدرة على الارتجال وهذا يأتي على الشروط السابقة، كما يجب أن يتقن المذيع التلفزيوني في التعامل الواعي من الواقع المتغير على أرض الملعب، وعلى أن يعرف كيف يفهم ويستوعب هذا الواقع المتغير، وأن يقدمه وينقله بشكل عفوي وطبيعي ومقنع إلى المشاهد.

7- القدرة على السيطرة على المواقف، والثوق في النفس بأنه سيكون مصدر للمشاهد حين يصعب عليه فهم ما كان غامضاً في سير المباراة وظروفها.

8- يجب أن يدرك ويثق المعلق الرياضي بتواجد وقدرات الكاميرا، وتأثير ذلك على متابعة مشاهدة المباراة، كالتصوير البطيء (الإعادة)، ومن خلالها تعطي للمشاهد فرص ثمينة للمشاهدة لفهم ما سبقه من أحداث وتقويمه والحكم عليها، كما أن يتمتع بأكثر حظوظ في المشاهدة القريبة والسليمة والمؤمنة من المخاطر ضياع الفرصة خلال المشاهدة، مما يكون عليه الحال حينما يكون حاضر الملعب في المدجات.⁽¹⁾

9- لا يعمل المعلق الرياضي بمفرده بل يعمل في إطار فريق متكامل يتكون من مخرجين، مساعدين، مصورين...، الأمر الذي يجب أن يقوم فيه المعلق الرياضي بالتنسيق مع أفراد الطاقم، من خلال جهاز المراقبة المونيتور لأجل متابعة المباراة ومشاهدة

ما تنقله الكاميرات للمشاهد وكذا ليرى توافق تعليقه مع المشاهدة المنقولة، ولا يتم هذا كله إلا بعد أن يتفق المخرج والمعلق على خط واحد.

10- استعداد دائم لدى المعلق الرياضي للتدخل عندما يتم مفاضلة ترك الصورة تعبر عن نفسها واقعية النقل الحي (المباشر) .

11- يجب الإدراك على أن النقل الحي يخفف إن لم نقل ينهي من دور المعلق كوسيط بين الحدث والمشاهد، أي أن المشاهد يرى الحدث أمامه مباشرة ويتفاعل معه، وبذلك التفاعل وزيادة الشحنة العاطفية، كما ترتفع لدى المشاهد الرغبة في الاعتماد على النفس في المشاهدة من دون وساطة، هذه الأمور تصعب من دور المعلق الذي يبقى دوره رهن أدائه.

12- يحرص المعلق أن يكون موقعه بعيد عن أسباب التأثير أو التأثير، كالبعد عن الجمهور، اللاعبين، والحكام... إلخ.

⁽¹⁾ -زعيمين سميرة، مرجع سابق، ص 100.

13- يجتهد ويحرص المعلق الرياضي من خلال كامل الألفاظ، والمحتويات الدلالية للعبارات التي ينطقها إلى نقل موضوعي لمجريات المباريات والأحداث الرياضية سعياً منه من خلال الانتقاء المميز في الكلمات والنغمات مع النبرات إلى نقل الجو العام للحدث الرياضي عامة والمباراة الرياضية والتنافسية الجارية في حينها.

14- يحرص المعلق على ألا يعيش أوقات الأحداث الرياضية من خلال تعليقه كما يعيشها المتفرج في المدرجات، بل يسعى من جهته إلى نقل مثل تلك الحماسة من خلال تعليقه للأجواء داخل البيت أو المشاهد وراء الشاشة، مع المحافظة على رتبة ألفاظه وينتقي دلالاتها وتنغماتها في إطار نبرات صوتية مواتية. (1)

المبحث السابع: مهام ومسؤوليات المعلق الرياضي:

بشكل عام ، تتطلب وظيفة المعلق القيام بما يلي من المهام والمسؤوليات الوظيفية التالية:

- التعليق أثناء البث الرياضي تعليقاً مباشراً على المباريات.
- استخدام اللغة المعارضة حتى أثناء التحدث عن أحداث تاريخية ماضية.
- التعليق الصوتي الذي يتناسب مع الصورة المعروضة على شاشات المشاهدين وأصوات حركات اللاعبين التي يمكن سماعها في الخلفية.
- التعليق على أنواع مختلفة من الألعاب أو الاختصاص في التعليق على نوع واحد فقط مثل: كرة القدم أو كرة السلة أو التنس.
- تقديم الإحصاءات الرياضية وتحليل البيانات التاريخية أمام الجماهير لإغناء ثقافتهم ومعرفتهم حول الفرق المشاركة في المباراة.
- الحيادية وعدم إبراز الميول الشخصية أو الفريق الذي يشجعه المعلق.
- دراسة ومراجعة المعلومات المتعلقة بالفرق الرياضية المشاركة، ومعلومات عن اللاعبين كذلك.
- تلخيص أحداث ومجريات المباراة بشكل سريع.
- اللعب مكتئباً من غرف التعليق أو من الملاعب. (2)

المبحث الثامن: طرق ومراحل تغطية الصحفي للمقابلة الرياضية:

عادة ما يكون الصحفي على علم بما في مكان وزمان محددين، وبالتالي فهي إخبار متوقعة ويجب على الصحفي التنقل إلى مكان وقوعها (المباراة الرياضية) ليقوم بنفسه بتغطيتها حتى يتمكن من نقل صورة حية عنها عبر الوسيلة الإعلامية (التلفزيون).

(1) - زعيم سميرة، مرجع سابق، ص 101، 102.

(2) - الوصف الوظيفي لمعلق رياضي، <https://www.for9a.com>، 17:45، 2022-04-23.

1. مراحل تغطية المقابلة الرياضية:

- 1- يبدأ الصحفي (المعلق الرياضي) بإعداد البطاقة الفنية للمقابلة .
- 2- يتابع المقابلة من بدايتها باهتمام وفي تعليقه الرياضي يبدأ بتقديم وصف دقيق لانطلاق المقابلة وخاصة التركيز على الربع الأول من المقابلة وهذا طبعاً بعد تقديم البطاقة الفنية عن المباراة، ذكر الملعب، الجو، الجمهور، التشكيلتين، التحكم ... إلخ .
- 3- يحاول تصوير ونقل ووصف أحداث اللقاء بين الشوطين وهفوات وأخطاء اللاعبين ومحاولات التهديف وزمن وقوعها بالضبط ... إلخ.
- 4- أن ينفرد بمدربي الفريقين قبل المقابلة أو أثناءها أو بعدها وحتى اللاعبين ونجوم الفريق لأنه يعلم مسبقاً مكان وزمان إجراء المقابلة الكروية أي يقوم بتغطية تمهيدية ليقدمها للجمهور⁽¹⁾.

2. مهام الصحفي الرياضي (المعلق الرياضي):

- إعداد البطاقة الفنية للمباراة ووصف عام للأجواء التي تميزها.
- أن يكون حاضراً في الملعب وشاهد على الحدث الرياضي.
- لا بد أن يدرك جيداً أنه مسؤول عن نقل وقائع الحدث الرياضي باحترافية كبيرة للمستمع أو المشاهد أو القارئ، أي وكان الفرد (الجمهور) حاضر في الملعب.
- أثناء انطلاق المقابلة الرياضية على الصحفي إن تابع باهتمام كبير لأنه سينقلها بصوته وجوارحه ولسانه إذا كان يعمل في التلفزيون أو الإذاعة، أما إذا كان في الجريدة ينقلها بلسان قلمه.
- يسجل وينقل الأخطاء المرتكبة وزمن وقوعها.
- أن يكون عارفاً وملماً بأسماء اللاعبين وأرقامهم المبنية على لباسهم الرياضي ويتجن ذكر الأرقام فقط بل الأسماء ضرورية.
- أن يكون عارفاً بالمواقع والخطوط التي يلعب فيها اللاعبون.
- يجب أن يفرق بين كلمة الهدف والإصابة لأن كلمة هدف يعبر عنها في لقاءات كرة القدم أما كلمة إصابة يعبر عنها في كرة اليد، الملاكمة، المصارعة.
- يجب عدم تكرار المصطلحات الوصفية في المباراة وهو مطالب بالتنوع.
- يجب أن لا تفوته أي كبيرة أو صغيرة عن المباراة (قبلها، أثناءها، بعدها).
- يجب أن يقدم وصفاً موضوعياً لأجواء المباراة وينقلها دون زيادة ولا نقصان.
- أن لا ينحاز إلى فريق معين دون الآخر بل يلتزم الموضوعية.

(1) - عبد الوهاب زاوي، مرجع سابق، ص 85.

- يجب عليه البحث في الكواليس ويدرج ما توصل إليه وجمعه في تعليقه الرياضي⁽¹⁾.

3. فنيات التعليق الرياضي في التلفزيون والإذاعة:

إن التعليق الرياضي في التلفزيون والإذاعة، هو فن إعلامي له أساسياته وتقنياته فالمعلق الرياضي للتلفزيون والإذاعة قد لا يختلف عمله عن عمل المراسل (الصحفي الرياضي) في الصحف الإخبارية الرياضية، إلا في الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها في نقل وقائع الحدث الرياضي، أي يكن النقل إما مكتوباً غير مباشر أو بالصوت أو الصوت والصورة على الهواء مباشرة.

ومنه يمكن أن نحدد لفرق بين مهام الصحفي الرياضي في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون كما يلي:

- 1- نقل الحدث الرياضي - مباراة كرة القدم - في الصحيفة المكتوبة يكون بلسان القلم، وعقب المباراة تلخص.
- 2- نقل الحدث الرياضي في الإذاعة يكون بالصوت.
- 3- نقل الحدث الرياضي في التلفزيون عبر الصوت والصورة.
- 4- الحدث الرياضي ينقل في الصحيفة المكتوبة بالضرورة خارج زمن وقوعه.
- 5- الحدث الرياضي ينقل على المباشر في الإذاعة والتلفزيون.⁽²⁾

المبحث التاسع: نموذج التعليق الرياضي:

المباراة تبدأ بالإداري وتنتهي بالتحكيم أي تنتهي بصفارة الحكم للاعبين يهينون نفسياً من أجل استلهاهم طرق وخطط اللعب والمدربون يصممون استراتيجيات اللعب ويوظفون هذه الاستراتيجيات على قدرات اللاعبين وليس العكس . والجمهور يساند أو يؤيد الاجراءات الصحيحة ويشجب الاجراءات الملتوية والتحكيم يخرج المباراة في أزهى صورها أو العكس. ولترجمة هذا الكلام الى تعليق رياضي متكامل فإنه يمكن بناء نموذجاً تتفاعل في داخله معطيات التعليق الرياضي. ومن خلال ما سبق يمكن ان نستنتج ست محاور هي: الاداريون، المدربون، الجمهور، الملعب، التحكيم، الإعلاميون هذا بالإضافة إلى ثلاثة عناصر هي: استراتيجيات اللعب، مواهب اللاعبين، المساواة. إن دراسة المحاور الستة التي تتقاطع مع العناصر الثلاثة تعطينا صورة واضحة عن التطورات والفعاليات التي وقعت في المباراة. وبقدر ما يكون المعلق قادراً على استخدام هذه المحاور وتلك العناصر بقدر ما يكون تعليقه جيداً. وتدور أحداث أي مباراة في فلك هذه المحاور وتلك العناصر بحيث تشكل في مجموعها أحداث المباراة منذ الإعداد لها حتى انتهاء وقتها الرسمي.⁽³⁾

(1) - عبد الوهاب زواوي، مرجع سابق، ص 87.

(2) - المرجع نفسه، ص 87، 88.

(3) - خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الطبعة 1، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1998، ص 188-189.

إجزاء التعليق الرياضي:

إن التعليق الرياضي كسائر فنون الإعلام الأخرى ينقسم إلى:

(١) مقدمة.

(٢) نص.

(٣) خاتمة.

حيث يبدأ المعلق بكتابة المقدمة الاجابة المباشرة على الشقيقات السبع والتي سبق الاشارة إليها.

فمثلا: لكتابة مقدمة عن مباراة حاسمة بين قطبي الكرة في مصر الزمالك والأهلي في الدوري العام يمكننا ان نكتب مقدمة من خلال طريقة الهرم المقلوب فنقول:

ماذا: اسفر لقاء القطبين الزمالك والأهلي عن فوز الزمالك بنتيجة 0/2 سجل أحمد الكاس هدف فريقه الأول في الدقيقة 75 وسجل أيمن منصور هدف فريقه الثاني في الدقيقة 80 من المباراة .

متى: أمس . لماذا: في الأسبوع الـ ٢٥ من الدوري .

أين: على ملعب استاد القاهرة الدولي .

كيف: الزمالك لديه 58 نقطة وترتيبه الأول والأهلي 57 نقطة وترتيبه الثاني. من: حضر المباراة السيد رئيس الجهاز التنفيذي للمجلس الأعلى للشباب والرياضة ورئيس اتحاد الكرة وأعضاء مجلس إدارة الناديين وحكم المباراة طاقم حكام من فرنسا. وليس بالضرورة ان يكون الترتيب السابق هو الترتيب الذي يجب ان يتبع في كتابة المقدمة. فهذا يترك وفقا لطبيعة وظروف كل مباراة ودرجة أهميتها وحدتها. حيث يمكن للمعلق ان يقدم أو يؤخر وفقا لما يشاء حسه وفكره ودرجة أهمية العنصر هذا بالإضافة الى إمكانية إضافة بعض الجمل الى المقدمة التي تجسد الأهم في المباراة. وقد يلجأ المعلق الى تزيين المقدمة باستخدام طريقة التوازن التحريري مشيرا إلى تصريحات المسؤولين عن الفريقين المتباريين التي ادلوا بها قبل المباراة ويقابل هذه التصريحات مع بعضها البعض في صورة تحديات متبادلة تعطى التعليق أثارة أكثر. والمقدمة الناجحة هي التي تستطيع أن تعطى القارئ فكرة اوضح وأعمق عن محتويات التعليق. حيث في احيان كثيرة يرجئ القارئ التعليقات المطولة إلى ما بعد عودته من عمله أو مدرسته أو جامعته ويكتفى بقراءة العناوين والمقدمات.

وقد يلجأ المعلق الى تزيين المقدمة باستخدام طريقة التوازن التحريري مشيرا إلى تصريحات المسؤولين عن الفريقين المتباريين التي ادلوا بها قبل المباراة ويقابل هذه التصريحات مع بعضها البعض في صورة تحديات متبادلة تعطى التعليق اثارة أكثر.⁽¹⁾

والمقدمة الناجحة هي التي تستطيع أن تعطى القارئ فكرة اوضح وأعمق عن محتويات التعليق. حيث في احيان كثيرة يرجئ القارئ التعليقات المطولة إلى ما بعد عودته من عمله أو مدرسته أو جامعته ويكتفى بقراءة

(1)-خير الدين عويس، عطا حزين عبد الرحيم، مرجع سابق، ص192-193.

الفصل الثاني: التعليق الرياضي

العناوين والمقدمات. والمحرف الرياضي الجيد هو الذي يستطيع أن يملأ رأس قارئه بأكثر التفاصيل في المقدمة بحيث يستطيع ان يجعل قارئه محيطا بالتعليق المفصل أكثر من قارئ صحيفة أخرى.⁽¹⁾

وبعد ان ينتهي المعلق الرياضي من كتابة المقدمة يبدأ في مليء النموذج وبذلك يكتب النص الذي من خلاله يوضح درجة التفاعل بين العمود الرأسي والعمود الأفقي فيجب على المعلق الرياضي ان يجمع موضوعات المباراة من خلال الملاحظات التي يكتبها اثناء سير المباراة فبعض المعلقين يعتمدون على الذاكرة في تغطية نموذج التعليق . وهذا خطأ فلا بد من رصد الملاحظات من واقع المباراة وبصورة متسلسلة حتى يستطيع الكاتب أن يعالج التعليق بالتسلسل الطبيعي الذي وقع للمباراة. فإذا كانت وظيفة المقدمة اعطاء القارئ أهم الحقائق بسرعة وباختصار فإن نص التعليق يركز على اجابات (كيف؟ ولماذا؟ وكم؟) والتعليق يكون تأثيره أكبر إذا استخدم المعلق الرياضي بعض المعايير والاحصاءات والأرقام لتقييم اللاعبين مثال: أحمد الكاس 10/9، اسماعيل يوسف 10/9، خالد الغندور 10/8 أو رسدا لعدد. وهناك بعض الاسئلة التي يجب على المعلق الرياضي ان يضعها في اعتباره قبل البدء في التعليق وهي: أ- من الذي يهيمه التعليق؟ ب- لماذا يهيمه التعليق؟ ج- والى مدى سيكون اهتمامه بالتعليق؟ لاشك أن الاجابة على هذه الاسئلة تتعلق بالقارئ . فالمعلق الرياضي يجب الا يعزل نفسه عن القارئ . فالقارئ هو العنصر الاساسي لنجاح المعلق الرياضي.⁽²⁾

الشكل يوضح أجزاء التعليق الصحفي الرياضي في قالب هرمي معتدل



المصدر: خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص196.

(1)-خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم مرجع سابق، ص193.

(2)- نفس المرجع، ص194.

الخلاصة:

إن التطور المذهل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الرياضي وظهور القنوات الرياضية بشكل ملفت للانتباه، وان صح التعبير كالفطريات وتنافسها ودخولها في حلبة الصراع من اجل كسب غنيمة ثمينة اسمها الجمهور وتسخيرها لإمكانيات ضخمة من اجل شراء حقوق البث، وجلب أحسن الوجوه التلفزيونية (المعلقين ومقدمي الحصص الرياضية واهم المحللين والشخصيات الرياضية) لجمهايرها وتقديم أحسن خدمة لهم سواء كانت تكنولوجية من خلال جودة الصورة والصوت، مما لا يترك مكانا للتلفزيونات الكلاسيكية التي تعيش في زمن غير زمنها، وتأتي أن تساير الركب ومنه وجب على التلفزيون الجزائري أن يختار بين هذين النموذجين، نموذج الحداثة والاحتراف المهني وكسب اكبر شريحة من الجمهور، أو النموذج الكلاسيكي المنطوي على نفسه ومنه خسارة جمهوره المكتسب فردا، فردا لصالح نموذج الحداثة.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال

رؤى وأبعاد مفاهيمية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم القائم بالاتصال:

المبحث الثاني: الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:

المبحث الثالث: خصائص القائم بالاتصال

المبحث الرابع: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

المبحث الخامس: علاقة القائم بالاتصال بالجمهور

المبحث السادس: نظرية المسؤولية الاجتماعية

المبحث السابع: نظرية القذيفة السحرية

المبحث الثامن: نظرية الاستخدامات والإشباع

خلاصة

تمهيد

لقد أصبح التخصص *Specialization* وتقسيم العمل الداخلي *Internal Fragmentization* أحد الخصائص الأساسية في تنظيم المؤسسات الإعلامية والاتصالية. ويحتاج إلى العشرات من الأفراد الذين يطلق على كل منهم القائم بالاتصال ، ويطلق المفهوم أيضاً على المجموع في علاقته بالمنتج النهائي وهو الرسالة الإعلامية، وحيث لا ينفرد أي منهم بمسؤولية الإنتاج.

وأصبح القائم بالاتصال ينتظم مباشرة في شبكة أكبر من العلاقات الداخلية من خلال التنظيم الذي يحدد الواجبات والمسؤوليات والأدوار والمواقع والذي ترسمه المؤسسة في إطار أهدافها وسياساتها وعلاقتها مع المؤسسات الأخرى في المجتمع.

وبما أن القائم بالاتصال عنصر أساسي في الممارسات الإعلامية التي تخضع لمجموعة من القواعد والنظريات ومن بين هذه النظريات نظرية المسؤولية الاجتماعية وهي مجموعة من الوظائف التي يجب أن تلتزم بتأديتها الصحافة أمام المجتمع في مختلف مجالاته بحيث يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة-الموضوعية-التوازن - الشمول، والتي يجب أن تعكس الأوضاع التاريخية والحضارية على المستويين المحلي والدولي، شريطة أن تتوافر للصحيفة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة امام القانون والرأي العام.

المبحث الأول: مفهوم القائم بالاتصال:

وردت العديد من التعريفات لمفهوم القائم بالاتصال في أدبيات الإعلام، منها من عد القائم بالاتصال هو المصدر الاتصالي أو المرسل، ومنها "هو الطرف الاتصالي الذي يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو أشخاص عديدين، وقد يكون شخصاً عادياً أو مؤسسة أو شركة أو وزارة وغيرها ..".
وتعريفات أخرى عدت القائم بالاتصال هو "شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الإقليمية من أجل تكوين رأي عام وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر".

والقائم بالاتصال هو "المرسل" وأول أطراف العملية الاتصالية وقد يكون فرداً كما في الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي أو قد يكون أكثر من فرد كما في الاتصال الجماهيري. وكثيراً ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير أن ما يجدر التنويه له إن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فالمندوب قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، في هذه الحالة وجدنا بعض الدراسات الاتصال تذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر قائم بالاتصال، وإن اختلف الدور، في حين يذهب نوع آخر من الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو المحرر فقط، أي أنه في حين يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر تضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.⁽¹⁾

المقصود بالقائم بالاتصال في هذه الدراسة هو الموظف بالمؤسسة الإعلامية بصفة دائمة كمحرر أو مراسل أو كاتب عمود أو كاتب مقال أو مندوب. بعبارة أخرى الطاقم البشري الذي يسهر على تحرير الأخبار وكتابة المادة التحريرية في المؤسسة الإعلامية أو مجموعة من الناس الذين يشاركون في جمع ومعالجة الأخبار وتحرير وصناعة الرسالة الإعلامية لمؤسستهم. وبذلك فإن هذه الدراسة لا تشمل رسامي الكاريكاتور والمصورين والمشرفين على المكتبة والفنيين، والمهندسين بمختلف أنواعهم وغيرهم ممن لا دخل لهم في عملية تجميع المعلومات وتحريرها. وتجدر الإشارة إلى أن مسميات صحافيون، القائمون بالاتصال، رجال الإعلام، الإعلاميون وممارسو مهنة الصحافة قد استعملت في هذه الدراسة أو بأخرى للتعبير عن نفس المعنى.⁽²⁾

المبحث الثاني: الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:

- توافر مهارات الاتصال، وهي خمس: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.

⁽¹⁾ - إسرائ جاسم فلحي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة، دار أجد لل نشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان - الأردن، 2018، ص 35.

⁽²⁾ - محمد قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، الطبعة 1، كبة الفلاح للنشر والتوزيع، الشارقة - الإمارات، 2006، ص 56.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.⁽¹⁾
- مستوى معرفة المصدر وتخصص بالموضوع الذي يعالجه يؤثر على زيادة فعاليته.
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة الأدوار التي يؤديها، والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.⁽²⁾

المبحث الثالث: خصائص القائم بالاتصال:

لاشك أن خصائص وسمات القائم بالاتصال تتشابه في جوانب عديدة وتختلف بدورها من مستمع إلى آخر، ومن فترة زمنية إلى فترة أخرى، وقد توصلت دراسات متعددة أن القائم بالاتصال ينتمي بصفة عامة إلى الطبقة المتوسطة. وقد ركز محمد عبد الحميد على قيام خصائص وسمات أساسية للقائم بالاتصال تؤثر في قدرته على الإقناع والتأثير:

1- الموضوعية والمصدقية Objectivity & credibility: ويعتمد قياس موضوعية القائم بالاتصال على عدة عناصر أساسية:

أ- القائم بالاتصال بالبحث عن المعلومات ونشرها: يتطابق مفهوم الحقيقة في كثير من الكتابات مع مفهوم المعلومات، وقد تبنت وسائل الإعلام الغربية نموذج التركيز على المعلومات The information centered model كميّاً من خلال توفير كم كبير من المعلومات، ونوعياً من خلال توفير معلومات لها معنى وأهمية بالنسبة للمجتمع ككل والمتلقي كفرد.

ب - الاعتماد على مصادر معلومات متعددة: يفضل أن يعتمد القائم بالاتصال على عدة مصادر تساعده في تقديم بيانات ومعلومات وافية ومتكاملة ومن هذه المصادر: المصادر الرسمية الحكومية، أو الرسمية في المؤسسات الخاصة.

ج- الفصل بين الرأي والخبر: وذلك من خلال تقديم صفحات أو فقرات مخصصة للأخبار، وأخرى مخصصة للرأي، ويرى كثير من النقاد أنه إذا انهارت الحدود بين الخبر والرأي يتزايد الاتهام بالتحيز.

د - الحياد وعدم التحيز: أي عدم ميل القائم بالاتصال إلى أحد جانبي الخلاف أو النزاع⁽³⁾. وقد قدم ميريل عدة أشكال للتحيز: التحيز في إصدار الأحكام. التحيز في استخدام الصفات. التحيز في إسناد المعلومات. التحيز في زاوية التصوير الفوتوغرافي أو الفيلمي. التحيز في اختيار ضيوف البرنامج.

(1) - حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الطبعة 1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص 76.

(2) - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2012، ص 252.

(3) - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية للنشر، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 39.

الفصل الثالث:القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

هـ - التوازن: إن طبيعة العمل الإعلامي تقوم بشكل أساسي على النجاح في الوصول إلى المتلقين، ولتحقيق ذلك يفترض بوسائل الإعلام توجيه القائمين بالاتصال العاملين لديها نقل جميع وجهات النظر، بحيث يتاح لجميع الاتجاهات السياسية والفكرية في المجتمع الوصول إلى الجمهور.⁽¹⁾

2- الجاذبية: attractiveness

نظراً لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعياً، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل والمودة وكذلك الحب وذلك بناء على الفرض القائل بأن المصدر أو القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيراً عن الشخص المحايد أو الذي ليس له الجاذبية في عملية الاقتناع

أ - نحن ننجذب إلى الأشخاص الذين يشبهونا ونتأثر بهم عن الأشخاص الذين يختلفون عنا. وهناك عنصران للكشف عن التشابه أو التماثل، التشابه في الخصائص الديموغرافية وكذلك في الخصائص الفكرية أو العقائدية.

ب - وكذلك تزيد المودة من التفاعل بين الأشخاص مما يدفعهم إلى أن ينجذبوا إلى بعضهم

ج - ومن جانب آخر فإن التشابه والمودة يقودان إلى الحب، حيث نجذب من يشبهنا ونكره من يعاقبنا، والقائم بالاتصال الذي يشبهنا يصبح جاذباً لنا.⁽²⁾

المبحث الرابع: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

1- قيم المجتمع وتقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

2- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً مهماً مثل: النوع، والعمر والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.⁽³⁾

3- المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

فهذا الأخير يتعرض إلى مجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وتتضمن هذه المعايير المهنية: سياسة الوسيلة الإعلامية، مصادر الأخبار المتاحة، علاقات الصحفي بزملائه، ويمكن التفصيل في هذه الأمور على النحو التالي:

(1) - نفس المرجع السابق، ص 40.

(2) - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة 3، مكتبة عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 159-160.

(3) - نائل محمد تلاحة، حراسة البوابة الإعلامية والفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 52.

أ- السياسة الإعلامية للمؤسسة :

وهي بمثابة مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي، وتخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها، فلكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة بما سواء صرحت بها أم لم تصرح بها وقد تظهر هذه السياسة في اختيار بعض الموضوعات على حساب أخرى، والصحفيون يكتسبون ويتعلمون هذه السياسة عن طريق الاستيعاب التدريجي لأساليب العمل والاستفسار عنها من زملائه. (1)

ب- مصادر الأخبار: أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره، حيث إن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادره، عملية شاقة جداً خصوصاً وأن هذا الأخير في قيامه بعملية تكوين مصادره الخاصة يتطلب منه وقتاً وجهداً كبيرين، ونتيجة ذلك ستظل المعلومات المنشورة موجهة وروتينية لخدمة أطراف بعينها، حيث تتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية من خلال توجيه الانتباه إلى أخبار معينة بطرق عديدة.

ج- علاقات العمل وضغوطاته:

إذ يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال الذي يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً، وتظهر أهمية هذه العلاقات في أن وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها فكل صحفي يهدف إلى تحقيق السبق الصحفي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية إلا أنه يظل لكل منهم معايير الخاصة. (2)

المبحث الخامس: علاقة القائم بالاتصال بالجمهور:

يعد الجمهور عنصراً مهماً من عناصر العملية الإعلامية، فهو ليس مجرد عدد من الأفراد، ولكنه يعني جماعة ما تجمع بين أفرادها خبرات وظروف حياة معينة، وإن كانت هناك اختلافات كثيرة بين أفراد الجمهور سواء من حيث الفروق الشخصية (السن، والجنس، والمستوى التعليمي، والمهنة، وغيرها...)، أو الفروق الاجتماعية (الانتماءات الطبقية والسياسية والإيديولوجية والمعتقدات الدينية...). ولكي يستطيع القائم بالاتصال إقامة علاقة اتصالية ناجحة ومؤثرة في الجمهور، لابد أن يكون هناك تناسب بين الإطار المرجعي للقائم بالاتصال والإطار المرجعي للجمهور، وهذا يتم عن طريق معرفة القائم بالاتصال بجمهوره ومدى ما يمتلكه من معلومات حول هذا الجمهور وخصائصه الثقافية الاجتماعية والشخصية ومستوياته واستعداداته وحاجاته. فلم يعد الجمهور

(1) - مكيري مالة، حراسة البوابة الإعلامية "مقاربة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية" جامعة الجليلي بونعامة-خميس مليانة، 2018، ص410.

(2) - نفس المرجع السابق، ص411.

الفصل الثالث:القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

متلقي سلبي للمضامين الإعلامية وانما يمارس عملية تأثير معاكسة على القائمين بالاتصال عن طريق التأثير في قراراتهم الإعلامية.⁽¹⁾

أكدت الدراسة أن المبرر الذي يطرح دائما لوصول الصحفي إلى النخبة هي شهرته لدى الجمهور وذلك في ضوء الاجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما هي حقيقة اهتمام الصحفي بالجمهور الذي يتوجه اليه؟

- ما مدى تعرفه على طبيعة هذا الجمهور؟

- ما هي حدود علاقة التأثير والتأثر بين الصحفي وقراءه؟

وأشارت الدراسة إلى أن معرفة الصحفي لجمهوره هي معرفة مشوهه حيث انه يعتبر الجمهور مصدرا ثانويا لشرعية النخبة.⁽²⁾

وفي العمل الصحفي كما يرى "د. عبد الستار جواد" أن هناك نظرتان للجمهور من قبل القائم بالاتصال وتؤثر في أسلوب كتابة المادة الصحفية:

1. **النظرة الأولى:** تتضمن انطباعات مفادها أن الجمهور هم مجموعة من الأذكياء والمتابعين للشؤون الخارجية وأصحاب هذا الانطباع أغلبهم من مراسلين الجرائد الغربية الكبرى ، ونظرتهم للجمهور الذي يتابع موضوعاتهم بأنه النخبة في المجتمع، يتمثلون برجال الدولة والقادة وأساتذة الجامعات ورجال الدين وكبار المحررين.

2. **النظرة الأخرى:** الجمهور فيها مجموعة مواطنين عاديين تعليمهم متوسط وغير متخصصين ولا يتابعون الشؤون الخارجية ويشكلون غالبية الجمهور، ومعظم أصحاب هذه النظرة من العاملين في وكالات الأنباء ومراسلين الشبكات والمحررين في الجرائد العامة. وفي الوقت الذي يَكُون فيه القائم بالاتصال انطباعات عن الجمهور فإن الجمهور أيضاً يكون انطباعات عن القائم بالاتصال عن طريق جوانب عدة منها المركز الاجتماعي للقائم بالاتصال، إذ يميل الجمهور إلى الاستماع إلى نصائح الشخص الذي يتمتع بمكانة اجتماعية عالية، وأن يكون قادراً على التأثير في الجمهور، ويرجع هذا إلى الميل إلى المحاكاة والثقة، بمعنى أن الجمهور يميلون الى محاكاة الأشخاص ذوي المكانة العالية ويثقون في قراراتهم، كذلك مدى المصادقية التي يتصف بها القائم بالاتصال تحدد انطباعات الجمهور عنه.⁽³⁾

المبحث السادس: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

قبل أن نتطرق إلى أبرز نظريات الاتصال لا بد وأن نشير إلى جملة من التعريفات النظرية وعلى رأسها تعريف النظرية العلمية أولاً ثم النظرية الاتصالية ثانياً.

(1) - إسرائ جاسم فلحي الموسوي، مرجع سابق، ص 47.

(2) - عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، الطبعة 1، كلية الإعلام للنشر، جامعة القاهرة، 1992، ص 87.

(3) - إسرائ جاسم الموسوي، مرجع سابق، ص 49.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

فالنظرية هي كل شيء وأهم شيء في العلم لأن مداها أبعد من المعارف المجموعة أو المنقولة وهي ضرب من الاقتصاد الذهني يسهل جمع المعارف والاستغناء أحياناً عن بعضها. وتشير المصادر المتخصصة بالبحث العلمي والإعلامي معاً بأن مصطلح النظرية درج على السنة الناس بأنها البرج العاجي أو الشيء الحقيقي أو الشيء ذو القيمة العملية الحقيقية.⁽¹⁾

يمكن تصورها بأنها طائفة من الآراء التي تحاول تفسير الوقائع العلمية أو الظنية أو البحث في المشكلات القائمة على العلاقة بين الشخص والموضوع أو السبب والمسبب وتعني النظرية في الدراسات الإنسانية التصورات أو الفروض التي توضح الظواهر الاجتماعية والإعلامية والتي تأثرت بالتجارب والأحداث والمذاهب الفكرية والبحوث العلمية التطبيقية والنظرية عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديد العلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بتلك الظاهرة، بهدف تفسير تلك الظاهرة والتنبؤ بها مستقبلاً. والنظرية Theory لها عدد من المعاني المختلفة باختلاف الفرع التي تستخدم به هذه الكلمة بشكل عام، تكون النظرية نوعاً من التفسير لشرح كيفية حدوث ظاهرة طبيعية.⁽²⁾

والنظرية بشكل عام: هي مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عالٍ من التجديد والتي يمكن أن تولد الافتراضات التي يتم اختبارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات عن السلوك.⁽³⁾

وهي نظرية حديثة ذات أبعاد قديمة تتعلق بالبلاغة، والمنطق، وفن المناظرة والمجادلة، وقد نشأت في المحاورات السياسية والقضائية عند اليونان، وتمثلت عند العرب في البلاغة، وارتبطت تلك النظرية ارتباطاً وثيقاً بالجمتمع، كما ارتبطت بحقل السياسة في التاريخ القديم والحديث، لأنها ذات أبعاد سياسية، فالإتصال بث معلومات وتحقيق مقاصد، وهدفه البحث عن وسائل الإقناع الممكنة، والإقناع أهم مقاصد الخطاب السياسي، ورجال السياسة هم أحرص الناس على نجاح اتصالاتهم بالجمهور، وإقناعهم بمقاصدهم.⁽⁴⁾

ركزت نظرية المسؤولية الاجتماعية على حرية الصحافة والقضايا التي تضمنتها الصحافة ومساعدة الجمهور في إرسال الأخبار إليهم دون تدخل الحكومة والسيطرة على وسائل الإعلام والحفاظ على المصلحة العامة.

حيث دعت لتحقيق عدة مبادئ أولها إنشاء مجلس الصحافة والالتزام بمعايير المهنية للصحافة وكذلك إصدار ميثاق أخلاقية مهنية حيث إنها تعتبر دستوراً للصحفيين الذي يتضمن مبادئ حقوق الصحفيين وتهدف هذه الميثاق إلى تنمية التضامن داخل الجماعة المهنية والحفاظ على مكانة المهنة وزيادة مصداقيتها وحماية أفراد الجمهور المتلقي إضافة إلى رفع مستوى الوعي وكذلك تطوير التواصل بين الإعلاميين والجمهور وتشجيع البحث

(1) - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 142.

(2) - عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة 1، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 8.

(3) - بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص 144.

(4) - محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، الطبعة 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2005، ص 8.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

العلمي في مجال الإعلام والعمل على زيادة معرفة الإعلاميين ووعيهم وتحسين قدراتهم المهنية بالتعلم والتدريب وإن تلتزم الصحف بنشر التصحيحات في مكان بارز ونشر الآراء المؤيدة و المعارضة في كل القضايا العامة وكذلك نشر خطابات المواطنين الى المحرر والتوسع في صفحات منابر الرأي.

ومن خلال ذلك نجد ان نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تعتبر نظرية إعلامية بل هي توجه نظري للصحافة الحرة⁽¹⁾.

وكذلك يلخص (ما كويل) المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي:

- 1) على وسائل الإعلام المبادرة لتنظيم نفسها ذاتيا
- 2) يتوجب على وسائل الإعلام تجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية وكذلك عليها الامتناع عن توجيه أية إهانة إلى الأقليات.
- 3) على الصحافة احترام التعددية فيها وعليها أن تعكس تنوع الآراء وتحترم حق الرد.
- 4) للمجتمع حق على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- 5) إن التدخل العام يمكن أن يكون مبررا لتحقيق المصلحة العامة.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالالتزامات معينة تجاه المجتمع فمفهوم الحرية في هذه النظرية يعني مسؤولية الإعلام اتجاه المجتمع قبل أن تكون أي شيء آخر فالمسؤولية الاجتماعية هنا تحل محل حرية الصحافة.⁽²⁾

المبحث السابع: نظرية القذيفة السحرية

• تعريف نظرية القذيفة السحرية:

تعرف بنظرية الرصاص (الحقنة تحت الجلد) أو (القذيفة السحرية) أو (الإبرة): ظهرت في أربعينيات القرن الماضي متأثرة بالنظرية النفسية السائدة المتعلقة بالمنبه والاستجابة التي تفترض أن لكل فعل رد فعل، واعتبرت هذه النظرية وسائل الإعلام منبها تتعرض له الجماهير وتستجيب له بشكل أو بآخر.⁽³⁾

إن الدراسات الأولى لوسائل الاتصال بنيت على أساس النظرية القائلة بأن تأثيرات وسائل الاتصال والإعلام على حياتنا مباشرة وقوية.

ولقد انطلقت هذه النظرية من الافتراض القائل بأن الغليان الاجتماعي المصاحب للتصنيع أضعف كثيراً حصانة الناس، ولهذا كان من السهل استمالتهم وتزويدهم بخبرات جديدة والتأثير عليهم بواسطة وسائل الاتصال

(1) - ميرال صبري، المسؤوليات الاجتماعية في الممارسات الإعلامية المحددات السياسية-الاجتماعية-الاقتصادية-الثقافية لحرية الصحافة، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013، ص17.

(2) - ناصر جرادات، عزام ابو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، إثناء للنشر والتوزيع، الاردن، الصفحة، ص217-218.

(3) - كمال الحاج، مرجع سابق، ص85.

الفصل الثالث:القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

والإعلام، والسبب في هذا التأثير هو أن عملية التصنيع عطلت وظائف الجماعات القديمة الأكثر استقراراً والتي توفر للناس الإحساس بالولاء والانتماء لكن هذه العملية فشلت في إيجاد بديل وظيفي لتلك الجهات. ومن جهة أخرى فإن المصدر الثاني لهذه النظرية استمد من المدرسة السلوكية النفسية التي ظهرت في السنوات الأولى من القرن الماضي وترى هذه المدرسة أن الفعل الإنساني يصاغ وفقاً لانعكاسات شرطية لمثيرات محيطية خارجية تشكل نماذج سلوك مستقرة يمكن تمييزها، ومن هنا فإن الفعل الاجتماعي ليس اختيار شخصي مبني على معارف ومعتقدات مختلفة. (1)

وتعود التمهيدات التاريخية لنظرية القذيفة السحرية إلى الحرب العالمية الأولى في محاولة استخدام وسائل الإعلام والاتصال كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكاتهم ومما عزز أيضاً فكرة تأثير وسائل الإعلام ما خلفه برنامج إذاعي عام 1983، قدمه أورسون ويلز بعنوان "غزو من المريخ" وكان نتيجة هذا البرنامج خوف الملايين من الأمريكيين وإصابتهم برعب حقيقي، وبذلك ظهر اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الإعلام في التأثير. (2)

2- مضمون نظرية القذيفة السحرية:

تقوم نظرية القذيفة السحرية على وجهة النظر التي ترى بأن لوسائل الاتصال تأثيراً كبيراً وقويماً على الاتجاهات والسلوكيات حيث تكون الرسائل الاتصالية كرسالة تصل فوراً إلى عقول المستقبلين أو كما تسمى أيضاً بالقذيفة السحرية، أين تسحر المستقبلين مباشرة وتؤثر فيهم، وظهر ذلك في دراسات "هارولد لاسويل" حول آثار الدعاية ودراسة كانتريل وألبرت حول التأثير السيكولوجي للراديو. فمضمون هذه النظرية يرى أن علاقة الأفراد بالوسائل هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، الذي يتعرض لأية وسيلة إعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة، سينما أو تلفزيون يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة فمثلاً إذا ما شاهد الإنسان في التلفزيون مشهد قتل أو عنف فإنه سوف يحاكيها في الواقع لتأثره بها. (3)

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون الوسيلة الإعلامية هي علاقة تأثر مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لهذه الرسائل يتأثر بمضمونها مباشرة و خلال فترة قصيرة، هذا المنحى في دراسة مضمون وسائل الإعلام بنظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد، وتجدر الإشارة إلا أن الدراسات الأولى التي قامت عليها هذه النظرية استشهدت بالحادثة التي وقعت سنة 1939 في الو.م. الأمريكية حينما تعرض المستمعون لبرنامج إحدى الإذاعات في ولاية نيو يورك والمسمى حرب الكواكب إلى حالة من الذعر والفرع بعدما اعتقدوا أن هناك غزواً قادماً من المريخ فتدافعوا بالآلاف إلى الشوارع.

(1) - بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص 174-175.

(2) - لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2009، ص 24.

(3) - لامية صابر، مرجع سابق، ص 25.

الفصل الثالث:القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

تأسست هذه النظرية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى على افتراض أساسي مفاده أن الرسائل الإعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع بطريقة متشابهة وأن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة التعرض لهذه الرسائل، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء أو المستمعين أو المشاهدين، وهذه الجماهير مهياة دائما لاستقبال الرسائل التي تصلها. بحيث تمثل كل رسالة منبها قويا ومباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال، ومن الوجهة التي ترى أن الأفراد معزولون، مجهولون ومنفصلون ويعيشون في المجتمعات كذرات وحيدة فان استجابتهم حيال الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها تذهب إلى أبعد بكثير من تجاربهم الواقعية وتستند إلى عوامل لا تتطابق بالضرورة مع القواعد السائدة في المجموعة التي ينتمي إليها الفرد الأمر الذي يفسر جزءا كبيرا من الأهمية التي كانت توليها هذه النظرية للقدرة التلاعيبية لوسائل الإعلام الجماهيرية التي كانت سائدة آنذاك.⁽¹⁾

3-إفتراضات نظرية القذيفة السحرية:

تفترض النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوي مثل تأثير الحقنة التي تأخذ تحت الجلد، وأهم الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية:

- أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.
- أن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد بقوة.
- أن هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد أن تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة، ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة.
- أن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط.
- أن رد الفعل أيضاً فردي ولا يعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم.⁽²⁾
- تفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين (تأثرت بفكر فرويد).
- وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي.
- تفترض هذه النظرية أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.
- أن ردة الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فردي ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.

⁽¹⁾ - يصرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2006/2007، ص 47-48.

⁽²⁾ - خضرة عمر المفلح، الاتصال بالمهارات النظرية وأسس عامة، الطبعة 1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 66.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافترض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة. أهميتها أنها كانت بداية بحوث تأثير الإعلام.⁽¹⁾

المبحث الثامن: نظرية الاستخدامات والإشباع

1- مفهومها:

نشأ مفهوم الاستخدامات والإشباع في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال مع جمهور المتلقين ويعرف بأنه دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.⁽²⁾

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور. ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته، وما هو صيانة معادة معدودة الجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يتولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرز بها الناس انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الإشباع يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام. ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك.

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " تأليف كاتز ويلومر 1974م، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.⁽³⁾

تنظر هذه النظرية للعلاقة بين مستقبل الرسالة الإعلامية ووسائل الإعلام بطريقة مختلفة، مؤداها أن الجمهور يستخدم الوسيلة الإعلامية لإشباع رغباته الذاتية، فإن تيسرت من خلال وسيلة معينة (العنف في التلفزيون)، فإنه يكتفي بها، وإلا ذهب للبحث عنها من خلال وسائل أخرى (الفيديو مثلاً). وتعتمد هذه النظرية على أن الإعلام سوق مفتوحة ينهل الإنسان منها ما شاء بحسب حاجته الشخصية ووقته وإمكاناته المادية، وبالتالي فإن التعرض هنا للإعلام اختياري، في ظل سوق مفتوحة للأفكار منطلقة من فلسفة مادية بحتة.⁽⁴⁾

(1) - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الطبعة 1، دار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص246-247.

(2) - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص254.

(3) - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص214.

(4) - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص135.

2-فروض النظرية:

قامت نظرية الاستخدامات والإشباع على عدد من الفروض العلمية التي أخضعتها دراسات المتخصصين للبحث والتحليل، ولعل الفروض الخمسة التي ذكرها (كاتز وزملاؤه) هي من أفضل ما ذكر في التراكم النظري، ويمكن تلخيصها في الآتي :

1. أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته. فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليس العكس.⁽¹⁾
4. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة ، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
5. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.⁽²⁾

3- بناء العلاقة بين الاستخدام والاشباع :

اهتم كاتز وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها من بين البدائل المختلفة ومنها وسائل الاعلام ومحتواها . وذلك في المقالة التي نشرها أكثر من مرة بعنوان استخدامات الأفراد لوسائل الاعلام وفي استعادتهم للبحوث السابقة ركزوا على بحث أجرى في السويد عام 1968 اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية اساسية تتمثل في الآتي :

1. إن جوهر الفرض الخاص بالاستخدام هو اعتبار المتلقي ايجابيا ونشطا في سلوكه الإتصالي مع وسائل الاعلام.
2. الاختيار يكون في يد الأفراد من المتلقين بناء على الحاجة إلى الاشباع .
3. تتنافس وسائل الاعلام مع المصادر الأخرى لإشباع الحاجات وبناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الافراد لوسائل الاعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الافراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة

⁽¹⁾ - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الطبعة 1، دار العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014، ص124.

⁽²⁾ - مصطفى يوسف الكافي، مرجع سابق، ص215.

الفصل الثالث: القائم بالاتصال رؤى وأبعاد مفاهيمية

الثقافية الأخرى فهو يرى أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد⁽¹⁾.

4- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1. محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
2. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباعات.
3. تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
4. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
5. معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباعات.⁽²⁾

⁽¹⁾ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 282.

⁽²⁾ - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 93.

خلاصة:

من خلال كل ما ورد نستخلص أن القائم بالاتصال هو جوهر العملية الاتصالية بحيث يقوم بدور رئيسي في صناعة الرسالة الإعلامية في مكانة استراتيجية تؤهله لتكوين الرأي العام وتوجيهه وفق ما يقدمه للجمهور من خلال مخرجات وسائل الإعلام، وبرغم من كل الضغوط والعوامل البيئية لطبيعة العمل التي يتعرض لها خلال أداء دوره والتي تنعكس سلباً على أداءه لذا وجب الاهتمام به من حيث الظروف المادية والبيئية لظروف العمل المحيطة به.

الإطار التطبيقي

مجالات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع وعينة الدراسة

أدوات جمع البيانات

تفريغ وتحليل البيانات

نتائج الدراسة

الجانب التطبيقي:

تمهيد:

بعد ما تطرقنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصل السابق التي لها علاقة بموضوع دراستنا "أهمية التعليق الرياضي في ظل نظريات القائم بالاتصال" وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى مناقشة وتحليل البيانات التي جمعت من طرف طلبة جامعة 08 ماي 1945 حول مجموعة من الأسئلة المتعلقة بخصائص التعليق الرياضي في القنوات التلفزيونية.

• مجالات الدراسة:

يقصد بها النطاق الذي أجري فيه مجال البحث ويتقسم عادة إلى ثلاث مجالات وهي.

1-المجال الزمني:

ويقصد به المدة التي استغرقها البحث الميداني منذ بدايته وحتى نهايته، حيث انجزت الدراسة خلال السداسي الثاني من الموسم الجامعي 2021/2022، خصصنا بدايتها للجانب النظري أين قمنا بجمع المعلومات والمراجع اللازمة للدراسة، لتليها بعدها الدراسة الميدانية والتي وزعنا فيها استمارات الاستبيان على طلبة جامعة 8 ماي 1945 ب قالمة والتي قدر عددها ب 100 استمارة وزعناها في مدة 5 أيام من 17 إلى 23 من شهر ماي، حيث وزعنا 20 استمارة في كل يوم واستلمناها من كل طالب بعد الانتهاء من ملئها مباشرة، لتأتي بعدها عملية تفرغ البيانات وتحليلها وتفسيرها ومن ثم استخلاص نتائج الدراسة.

2-المجال المكاني:

يقصد بالمجال المكاني المنطقة التي أجري فيها البحث، حيث أجرينا دراستنا في جامعة 8 ماي 1945 بقالمة، والتي إلتقينا فيها مع المبحوثين الذين وزعنا عليهم استمارة الاستبيان. وتعرف جامعة 8 ماي 1945 نسبة لمجازر 8 ماي وتضم الجامعة عدة كليات من بينها كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وكلية الآداب واللغات، كلية العلوم والتكنولوجيا وكلية الحقوق والعلوم السياسية.

3-المجال البشري:

وهم الافراد الذين يعيشون في المجال الجغرافي ويتمثل المجال البشري للدراسة في مجتمع البحث والذي من خلاله يمكننا جمع مختلف المعلومات اللازمة عن طريق اداة البحث، حيث تمثل مجتمع بحثنا في طلبة 8 ماي 1945، أما عينة بحثنا فكانت عبارة عن العينة الصدفية والتي تكونت من مئة مفردة بين 54 من الذكور و 46 من الإناث.

• منهج الدراسة:

يعتبر المنهج من الأساسيات التي يعتمد عليها أي باحث في دراسته العلمية، فالمنهج هو جملة من الخطوات العلمية المنظمة التي تهدف إلى حل المشكلة، والتي يتعين على الباحث أن يلتزمها في بحثه، فهو جملة من الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وبذلك فقد عرف المنهج بأنه "مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة، في العلم أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة".⁽¹⁾

إذن فالمنهج هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية الدراسة، كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو الميل والرغبة من قبل الباحث في منهج دون الآخر، بل إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج

(1) - عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الطبعة 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص99.

الذي سيتبعه الباحث، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا والتي جاءت تحت عنوان " خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية-دراسة مسحية لآراء طلبة جامعة قلمة حول التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم- على المنهج المسحي التحليلي، الذي يهدف إلى الوقوف على الظاهرة من خلال إعطاء وصف شامل عنها. حيث حاولنا من خلال المسح أن نصور ونوثق الآراء أو الاتجاهات الحالية حول التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم، وهذا يعني أن نقف على ما هو موجود في هذه الآونة والتعرف على مختلف ما يدور حول هذه الدراسة، أما التحليلي فحاولنا من خلاله وصف وشرح المعلومات التي جمعناها من عينة الدراسة وإعطاء تفسيرات لها.

كما سعينا أيضا من خلال هذا المنهج والذي يعرف " بأنه طريقة البحث العلمي القائمة على جمع البيانات والمعلومات عن ظاهرة معينة ومن ثم تحليلها للتعرف عليها وتحديد وضعها ومختلف جوانبها".⁽¹⁾ إلى جمع معلومات وبيانات دقيقة عن الظاهرة المدروسة انطلاقا من استمارات الاستبيان التي وزعناها على عينة الدراسة ومن ثم تحليلها والربط بين مدلولاتها، من أجل تفسيرها والوصول إلى استنتاجات عامة حول خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية.

• مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة " بأنه المجتمع الاحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل انواع المفردات مثل: الاشخاص، السيارات، الشوارع، الخ.⁽²⁾ ويعتبر حصر مجتمع البحث من أهم الخطوات التي يقوم بها البحث أثناء معالجة موضوع ما، وذلك قصد تحديد اتجاه دراسته واختيار العينة منه التي تمثل مجتمع بحثه.

وبما أن دراستنا تهدف إلى التعرف على خصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية، فقد اشتمل مجتمع الدراسة على طلبة جامعة 08 ماي 1945 بقلمة

2. عينة الدراسة:

العينة هي اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها.

وبما أننا لا نستطيع إجراء دراستنا على كافة أفراد مجتمع البحث قمنا باختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع وهي العينة الصدفية والتي يختار فيه الباحث أفرادها بالصدفة، أي دون ترتيب لهم، حيث وزعنا استمارة الاستبيان على كل من صادفناه من مجتمع البحث المتمثل في طلاب جامعة 08 ماي 1945 بقلمة لتكون لنا عينة مقدارها مئة مفردة.

(1) - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000، ص193.

(2) - محمد سرحان علي الحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، دار الكتب للنشر والتوزيع، صنعاء، اليمن، 2019، ص126.

• أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث، فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث، لأن الاختيار الصحيح والامثل للأداة التي سيعتمد عليها في جمع البيانات يساعد في تسهيل جمع البيانات بأكبر قدر ممكن.

ويتوقف اختيار الباحث لأدوات جمع البيانات على مجموعة من العوامل كطبيعة البحث أو مجتمع وعينة، وعلى هذا الأساس تم الاعتماد على اداة استمارة الاستبيان والتي يمكن تعريفها "بأنها مجموعة من الأسئلة المتنوعة، والمترتبة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الاهداف، التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه".⁽¹⁾

حيث قمنا بإعداد استمارة الاستبيان، وفقا لمحاور تحددها تساؤلات الدراسة والمدخل النظري المعتمد، وقد تم صياغة اسئلة الاستمارة صياغة علمية قسمت إلى ستة محاور:

المحور الأول: وقد خصص لجمع البيانات الشخصية للمبحوثين وتمثل في اسئلة حول: الجنس، المستوى الجامعي، ومدى اهتمام المبحوثين بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية.

المحور الثاني: تضمن واقع التعليق في القنوات الرياضية وقد احتوى على 5 اسئلة، (من السؤال رقم 4 إلى السؤال رقم 8).

المحور الثالث: تضمن تقييم مستوى التعليق في قنوات bein sports وقد احتوى على 3 اسئلة، (من السؤال رقم 9 إلى السؤال رقم 11).

المحور الرابع: فقد تضمن صفات المعلق المفضل الذي احتوى على 5 اسئلة، (من السؤال رقم 12 إلى السؤال رقم 16).

المحور الخامس: والذي تضمن آراء الطلبة حول الآثار المحتملة للتعليق على المباريات على الجمهور المتابع الذي الذي احتوى على 4 اسئلة، (من السؤال رقم 17 إلى السؤال رقم 20).

المحور السادس: حيث تضمن آراء الطلبة حول صعوبات مهمة التعليق على المباريات الذي احتوى على سؤالين، (من السؤال رقم 21 إلى السؤال رقم 22).

وبعد اعادة الاستمارة في شكلها الأولي وضبط الاسئلة المطلوبة والضرورية القابلة للتعديل، تم عرضها على الاستاذ المشرف لتصحيح الأخطاء وإعطاء بعض الملاحظات حول الاسئلة وكيفية صياغتها وترتيبها، وبعد جمع هذه الملاحظات تم اعادة تعديل بعض الاسئلة وحذف أخرى، وبعد حصولنا في الأخير على الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، قمنا بتوزيعها، وعددها مئة وذلك بهدف جمع اكبر عدد ممكن من المعلومات.

⁽¹⁾ -محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 126.

2/ تفرغ و تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة التطبيقية تم توزيع الاستبيانات على عينة قدرها 100 طالب جامعي وتناولت 23 سؤال وفيما يلي نعرض أهم نتائج هاته التساؤلات.

بعد جمع الاستمارات على الطلبة جاءت نتائج الاستبيان كما يلي:
اولا: البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يوضح خصائص العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	54	54%
أنثى	46	46%
المجموع	100	100%

يظهر من خلال الجدول رقم (01) الذي يبين توزيع الأفراد حسب الجنس، أن إجمالي الردود المتحصل عليها 100 رد من أصل 100 مفردة أي العدد الإجمالي لأفراد العينة. حيث قدر تكرار الذكور 54 بنسبة 54% أما تكرار الإناث فكان أقل من تكرار الذكور فقدر ب 46 بنسبة 46%.

من خلال دراستنا لمعطيات الجدول أعلاه اتضح أن أغلبية المبحوثين ذكور، وذلك راجع إلى هوس الذكور بالرياضة ومتابعتهم لأخبارها بشكل كبير. كما جاءت نسبة الإناث بشكل متقارب من الذكور، ما يدل على ان الإناث أيضا لديهم اهتمام بالجانب الرياضي عبر وسائل الإعلام. وهذا راجع إلى قدرة وسائل الإعلام على جذب العنصر الانثوي إلى المجال الرياضي.

الجدول رقم 02: يوضح خصائص العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	40	40%
ماستر	58	58%
دكتوراه	2	2%
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول (02) توزيع الأفراد حسب المستوى الجامعي، و يوضح أن إجمالي الردود المتحصل عليها هي 100 رد من أصل 100 مفردة، أي الإجمالي لأفراد العينة.

حيث قدر تكرار طلبة الماجستير بـ 58 طالب بنسبة 58% وهي أكبر نسبة للأفراد، ثم طلبة الليسانس 40 طالب بنسبة 40%، أما تكرار طلبة الدكتوراه كان الأقل بتكرار 2 ونسبة قدرت بـ 2%.

ومنه اتضح لنا أن أكبر عدد من الاجابات كان لفئة طلبة الماجستير مقارنة بالمستويات الاخرى ويعود ذلك لاختلاف الجدول الزمني الدراسي لكل مستوى بالإضافة إلى نظام الدفعات فإن أغلبية الطلبة كانوا من طلبة الماجستير اثناء فترة توزيعنا للاستمارة ومنه اتضح ان اغلبية في تلك الفترة كانوا من طلبة الماجستير.

الجدول رقم 03: يوضح مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
غالبًا	38	38%
أحيانًا	50	50%
أبدًا	12	12%
المجموع	100	100%

يظهر لنا من خلال الجدول رقم (03) الذي يوضح مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية حيث كانت إجابات المبحوثين أحيانًا بـ 50 تكرار وبنسبة قدرت بـ 50% ثم تليه إجابات الذين غالبًا يهتمون بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية بتكرار قدر بـ 38 أي بنسبة 38% أما إجابات المبحوثين الذين ليس لديهم اهتمام بمباريات كرة القدم والذين أجابوا أبدا قدرت بـ 12 تكرار بنسبة 12% ومنه تبين لنا أن أغلبية المبحوثين يهتمون بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية لأنها تستعمل اللغة العربية في التعليق وتحليل المباريات، مما يجعل المتلقي يفهم وصف المعلق للحدث الرياضي.

أما الذين لا يتابعون مباريات كرة القدم في القنوات العربية قد يرجع السبب في ذلك أن العديد من القنوات العربية لا تنقل جميع المباريات وأن المنقول منها مدفوع الاشتراك (أي بمقابل مالي) مما قلل من اهتمام أفراد العينة بمتابعتها بشكل مستمر.

ثانيا: واقع التعليق في القنوات الرياضية العربية:

الجدول رقم 04: يوضح مدى استهواء افراد العينة للتعليق على اطوار المباريات أثناء مشاهدتها.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
غالبًا	38	38%
أحيانًا	46	46%
أبدًا	16	16%
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول رقم(04) الذي يوضح ما إذا كان التعليق على أطوار المباريات يستهوي المبحوثين حيث كانت إجابات المبحوثين الذين أجابوا أحيانا ما يستهويهم التعليق على أطوار المباريات ب 46 تكرار ونسبتها 46% ثم يليها الذين أجابوا غالبا ما يستهويهم التعليق ب 38 تكرار ما يعادل 38% كما تليها الذين أجابوا بأن التعليق على أطوار المباريات لا يستهويهم أبدا فكان تكرارها 16 وقدرت نسبتها ب 16%.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن معظم المبحوثين أحيانا ما يستهويهم التعليق على المباريات لأن هناك أساليب من التعليق لا تستهوي الجمهور وهناك جوانب أخرى في مباريات كرة القدم يركز عليها الجمهور مثل أداء اللاعبين و جودة الصورة.

أما الذين غالبا ما يستهويهم التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم لأن التعليق عنصر أساسي في مباريات كرة القدم وله تأثير على المتلقي فهو يمنحه الحماس والمتعة والإثارة حيث لا تكتمل متعة المشاهدة بدون وجود التعليق الرياضي وهناك فئة لا تهتم بالتعليق ولا يستهويهم أبدا وهذا راجع إلى ان هذه الفئة تستهويهم الأجواء داخل الملاعب.

الجدول رقم 5 يوضح جذب التعليق على المباريات في مختلف القنوات لأفرد العينة

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
فريقك المفضل	56	41.17%
تمسكك بالقناة	40	29.41%
التعليق المتميز	22	16.17%
جمالية الفرحة والملاعب	14	10.29%
كرة القدم بحد ذاتها	4	2.94%
المجموع	136*	100%

(* المجموع فاق عدد المبحوثين لتعدد الإجابات

من خلال الجدول رقم (05) يتبين لنا أن هناك من أجاب بفريقك المفضل بتكرار 56 ونسبة 41% وفي حين أجاب آخرون تمسك بالقناة بتكرار 40 ونسبة 29.41% نجد في المقابل من كانت إجابته بالتعليق المتميز بتكرار 22 ونسبة 16.17% أما هناك من قال جمالية الفرحة والملاعب بتكرار 14 ونسبة 10.29% في حين كانت إجابات أنه يجذب كرة القدم بحد ذاتها بتكرار 4 ونسبة 2.94%.

من خلال تحليلنا لبيانات الجدول الموضح أعلاه نجد أن هناك من المبحوثين من يرى أن ما يجذبه في التعليق هو متابعة فريقه المفضل فلكل فرد منا فريق يشجعه. وتكتمل متعة المشاهدة والحماس والإثارة والانجذاب سواء للمباراة ككل أو للتعليق أو من يلعب داخل أرضية الملعب فيستمتع الفرد بالمباراة الجيدة والتعليق الممتع مع الفريق المفضل وفي مختلف القنوات التي تعرض هذه المباريات بوجود جيدة.

أما فيما يخص تمسك بالقناة فالقناة هي الأساس الاوّل الذي من خلاله تعرض هذه المباريات تختلف القنوات الرياضية كما تختلف هذه المباريات هناك قنوات مشهورة تحصد نسب مشاهدة عالية فنجد الجمهور لا يتفرج أي مباراة من غير هذه القنوات فيصبح مدمن عليها وذلك لما تعرضه هذه القناة المباريات كرة القدم أو كرة اليد أو كرة السلة وغيرها، التعليق فيها جيد الصورة واضحة وجيدة الصوت مسموع والمعلقين نجدهم من المشاهير فهذا دافع للمشاهد للتمسك بهذه القناة التي تجذبه المشاهدة فيها.

كما هناك من المبحوثين من يقولون ان دافع لجذبي هذه القنوات والتعليق المميز يلعب التعليق الدور أكثر من اساسي في المباريات فنحن لا نتخيل مباراة من دون تعليق او تعليق من دون مباراة يبعث التعليق الجيد لدى المشاهد نوع من السرور ويخلق طاقة الحماس وحب المشاهدة يجعل المشاهدة ممتعة والوقت قصير لا يشعر المتفرج بالملل بالعكس يخلق عنده دافع قوي للمشاهدة.

أما فيما يخص المبحوثين الذين كانت إجابتهم ب جمالية الفرحة والملاعب الملعب الجيد والفرحة الممتعة تخلق نوع من الراحة النفسية وعدم القلق وتحسن من مزاجية المشاهد هذا ما نراه في المباريات كرة القدم في الدول الغربية أو مباراة كأس العرب في قطر أكبر مثال على ذلك إقبال الجمهور الكبير على المشاهدة في مباريات مثل هذه الملاعب وغيرها

أما فيما جاء عن الانجذاب لكرة القدم من منا لا يجب كرة القدم ولا يشاهد مباريات كرة القدم خاصة الدولة أو العربية أو العامية.

الجدول رقم 06: يوضح نظرة المبحوثين لمستوى التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
مقبول جداً	42	42%
متوسط	54	54%
ضعيف	4	4%
المجموع	100	100%

يظهر من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح لنا نظرة المبحوثين لمستوى التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية حيث كانت أغلبية الردود بالمستوى متوسط قدرت ب تكرار 54 ونسبة 54% تليها مباشرة نسبة مقبول جدا والتي قدرت ب تكرار 42 ونسبة 42% أما فئة الضعيف فمثلت تكرار 4 ونسبة 4% من خلال قراءة استطلاعية لبيانات الجدول أعلاه حيث تبين لنا حكم المبحوثين على التعليق في القنوات العربية كانت أكبر نسبة مثلت مستوى التعليق متوسطة أي أن التعليق تحسن مقارنة بما كان عليه سابقا وأن المعلقين واكبو التطور الفني والتقني كما يلعب التعليق في الدول العربية دورا إيجابيا في تقدم مستوى كرة القدم أو بقية

الرياضات الأخرى وكذلك ما حسن من مستواهم في عصرنا الحالي ووصولهم إلى هذا المستوى وجود قنوات متخصصة في الرياضة.

أما بالنسبة للمبشرين الذين كانت إجاباتهم ب مقبول جدا فيرون أن مستوى التعليق أصبح به وزن في عالم الرياضة عامة وكرة القدم خاصة وذلك تطور مستوى المعلقين العرب مع تطور الوسائل التكنولوجية فلمعلق العربي أصبح يتابع معلقين إنجليزيين أو فرنسين أو برازيليين أو حتى معلقين هرب آخرين وهذه المتابعات ترفع من مستوى التعليق عندهم كما أنهم واكبوا التطورات الحاصلة في كرة القدم فهم لم يكتفوا بالمجال الدوري فقط بل إلى أعلى مستوى من ذلك فأصبحوا يشاركون في البطولات العربية والإفريقية وحتى العالمية. فالمعلق العربي حسن من مستواه وطور من نفسه ليحظى بالمستوى الجيد.

أما فيما يخص ما جاء به بعض المعلقين وكانت أصغر نسبة وهي المستوى الضعيف لا ننكر أنه ومهم تطور التعليق في الدول العربية يبقى فيه بعض الضعف من جانب أن التعليق لم يعد يقوم بدوره بالشكل المطلوب كما أن هناك معلقين يعملون على غاية الكسب الشخصي أو على حساب التلفزيون.

الجدول رقم 07: يوضح آراء المبحوثين حول ما إذا كان التعليق في القنوات العربية يحتاج إلى تطوير.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	92	92%
لا	8	8%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول أعلاه والذي يبين أن إجابات المبحوثين حول التعليق في القنوات العربية يحتاج إلى تطور كانت النسبة الأكبر أجابت ب نعم بتكرار 92 ونسبة 92% أما من كانت إجاباتهم ب لا فقدت بتكرار 8 ونسبة 8%

فنجد من خلال الجدول أن حسب رأي المبحوثين التعليق في الدول العربية ضعيف ولم يصل إلى المستوى المطلوب فهو يحتاج إلى تطور فيجب أن تتسع ثقافة المعلق وان يكون له أسلوب خاص لتعليق وان يكون نزيها وان لا يميل لفريق على حساب فريق آخر أن يتلقى المعلق العربي تدريبات خاصة تحسن من مستوى تعليقه ويتطور المستوى التعليق العربي

أما فيما يخص الإجابات التي كانت ب لا فهم يرون أن التعليق في الدول العربية جيد ولا يحتاج إلى تطور وان هناك من المعلقين العرب الذين لديهم مستوى عالي من التعليق ويجعلون المشاهد يشعر بالمتعة والحماس أثناء مشاهدته للمباريات وخاصة كرة القدم فتجدهم يبدعون في قدراتهم ويعملون على تطوير مستواهم أكثر فأكثر.

الجدول رقم 08: يوضح ردود المبحوثين حول جوانب تطوير التعليق الرياضي.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
تقنيات التعليق وأساليبه	24	26.08%
اختيار لغة التعليق المناسب	14	15.21%
تقنيات الصوت والصورة	18	19.56%
مهارات التعليق	10	10.86%
إجابة (كل ما سبق ذكره)	26	28.26%
المجموع	92	100%

يظهر لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح إجابات المبحوثين حول جوانب تطوير التعليق الرياضي حيث كانت إجابات المبحوثين بتقنيات التعليق وأساليبه قد قدرت ب 24 تكرار بنسبة 26.8% ثم تليها تقنيات الصوت و الصورة 18 تكرار ونسبة 19.56% كما تليها مباشرة اختيار لغة التعليق المناسبة والتي كان تكرارها 14 بنسبة 15.21% أما فيما يخص مهارات التعليق فكان تكرارها 10 و قدرت نسبتها ب 10.66% من خلال بيانات الجدول اعلاه تبين لنا أن اختيار المبحوثين للجوانب التي ساعدت في تطور التعليق الرياضي فاختلفت الإجابات هناك من كان اختياره بتقنيات التعليق واساليبه لأن التعليق الجيد واللغة المستعملة والصوت الذي يسمعه المشاهد والأدوات التي يستعملوها المعلق أثناء تعليقه على الأحداث الرياضية أو المباريات كلها تساعد من تطوره وتحسن أسلوبه لانها تعمل على جذب المشاهد وايصال الفكرة إلى ذهنه كما أنها تلقى إقبال وتقبل من قبل الجمهور المشاهد.

ويشاهدها بكل أريحية وهي واضحة والصوت جيد دون تشويش أو انقطاع كما أنها لها تأثيرات على نفسية المشاهد تجعله يرتاح ولا يشعر بالقلق أو التوتر.

أما في ما يخص اختيار لغة التعليق المناسبة نحن نعرف أن اللغة تتغير من بلد إلى آخر ومن مكان إلى مكان فلمعلق هنا يختار لغة جيدة يفهمها المشاهد.

وتصل الفكرة إلى ذهنه ليعشر بنوع من الرضى فترتفع نسبة المشاهدة وهذا يجعل التعليق يسير نحو الأفضل عكس إذا كان المعلق يعلق على المباريات الرياضية بلغة لا يفهمها المتفرج أو عدم اتقانه بأسلوب التعليق تنخفض المشاهدة ويشعر المتفرج بالقلق ويسقط مستوى التعليق.

وينجذب إليها ويخلق في نفسه نوع من الحماس وحب المشاهدة ويرفع من مستوى جودة المباراة فلمعلق الجيد يجعل المشاهد ينتظر بداية المباراة بفارغ الصبر عكس ما نجده عند بعض المعلقين وعدم إتقانهم لتعليق حتى ولو كان المباراة قوية تنقص من جودتها طريقة التعليق الجيدة هنا يتضح لنا أن التعليق له دور فعال في تطور التعليق الرياضي.

ثالثاً: تقييم مستوى التعليق في قنوات bein sports

الجدول رقم 09: يوضح رغبة المبحوثين في متابعة التعليق عبر قنوات بين سبورت.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	84	84%
لا	16	16%
المجموع	100	100%

حسب الجدول أعلاه اتضح لنا أن اغلبية كانت بنعم بتكرار 84 ونسبة 84% واجابات اخرى تمثلت في عدم رغبة المبحوثين في المشاهدة والتي مثلت بلا بتكرار 16 ونسبة 16%.

ومن خلال قراءة وتحليل الجدول يتبين لنا ان قنوات بين سبورت تحظى بإقبال الجمهور المشاهد عليها لأنها تزفر له الراحة من خلال التعليق الجيد والإثارة والحماس وجودة الصورة ونقل المباراة بدقة عالية ووضوح الصوت وتتوفر فيها المباريات التي لا تعرضها القنوات الأخرى اما في ما يخص التعليق فنجد فيها معلقين خبراء وذات كفاءة عالية في هذا المجال ومن مشاهير المعلقين الذين يلقون استحباب كبير من عند الجمهور.

أما في ما يخص المبحوثين الذين كانت اجاباتهم بلا فنجدهم يتابعون التعليق في قنوات أخرى اما لي عدم معرفتهم بالقناة او انهم يفضلون استخدام قنوات يجيدون فيها متعة المتابعة عكس يجدونه في البين سبورت، او أن المعلقين الذين يتابعونهم لا يعرض تعليقاتهم على هذه القناة.

ومنه نستنتج أن التعليق الرياضي في البين سبورت الأكثر جماهيرية مقارنة بالقنوات العربية الأخرى.

الجدول رقم 10: يوضح رأي المبحوثين حول اتجاه التعليق عبر قنوات بين سبورت.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
الحياد والموضوعية	غالباً	28
	أحياناً	22
	نادراً	12
التحيز والذاتية	غالباً	8
	أحياناً	20
	نادراً	10
المجموع	100	100%

يبين لنا الجدول رقم (10) ان إجابات المبحوثين التي كانت بالحياد والموضوعية غالباً قدرت ب 28 تكرار بنسبة 28%، وأحياناً ب 22 تكرار بنسبة 22%، تليهم الفئة التي أجابت ب التحيز والذاتية أحياناً

ب20 تكرار بنسبة 20%، ثم تأتي الفئة التي كانت إجابتها بالحياد والموضوعية نادرا بعدد قدر ب 12 تكرار أي ما يعادل 12%، وفي الأخير تأتي الفئة التي كانت ردودها ب التحيز و الذاتية نادرا ب 10 تكرارات بنسبة 10% ونفس الاحتمال ب غالباً ب 8 تكرارات بنسبة 8%.

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن اتجاه التعليق عبر بين سبورت يتسم بالحياد والموضوعية وهذا يعود إلى أن اغلبية المعلقين يتسمون بروح المساواة وعدم الانحياز إلى أي الفرق مهما كانت النتيجة، وهذا يدل على أن نسبة كبيرة من المبحوثين من المتتبعين للتعليق عبر قنوات بين سبورت، وعلى علم بمستوى المعلقين بها. فالحياد هو ألا يميل المعلق برأي أو فعل إلى طرف دون الآخر، بسبب انتماء أو هوى أو مصلحة شخصية.

ومقتضى الحياد هو الحرية في التعبير وتغليب الحق على الهوى أو الانتماء. كما ان نسبة قليلة من المبحوثين ترى ان اتجاه التعليق عبر بين سبورت يتسم بالتحيز والذاتية، وهذا يرجع إلى أن هناك بعض من المعلقين من ينحاز أحيانا إلى أحد الطرفين وفي الغالب يكون هذا أثناء مباريات المنتخب الوطنية، حيث تغلب المعلق روحه الوطنية أثناء تعليقه على فريق وطنه ومحاولته لتحسيس جمهور منتخبه خاصة عندما تكون مباراة مهمة.

ف نجد أن تعليقاته تتراوح بين الغضب الواضح اذا لم ينصف الحكم فريقه وبين الفرح الهستيري اذا سجل فريقه هدفا وتشعر بصوته ينخفض حتى بالكاد لا تسمعه اذا قبل فريقه هدفا او انهزم دون ذكر المدح الزائد عن حده الذي يتكرم به على لاعبي فريقه المفضل والمطالبة المتكررة بوجوب دعوتهم للمنتخب الوطني والتقليل من شأن اللاعبين المنافسين من الفرق الاخرى حتى ولو كانوا من اللاعبين الدوليين.

ومن هنا يمكن القول أن التعليق عبر قنوات بين سبورت يتسم عادة بالحياد والشفافية والموضوعية ولكنه لا يخلو من التحيز في بعض الأحيان.

الجدول رقم 11: يوضح مقارنة المبحوثين لقنوات بين سبورت بغيرها من القنوات.

النسبة	التكرار	الإجابات
14.70%	20	مستوى المعلقين
14.70%	20	تقنيات الصورة عالية الدقة
29.41%	40	تقنيات الصوت
7.35%	10	المكونين والخبراء
33.82%	46	إجابة (كل ما سبق ذكره)
100	*136	المجموع

(* المجموع فاق عدد المبحوثين لتعدد الإجابات

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات العينة المدروسة جاءت في صالح كل ما سبق ذكره بعدد من الإجابات قدرة ب 46 تكرر وبنسبة 33.82% في حين قدرة إجابات من يرون أن قنوات البين سبورت تتفوق بتقنيات الصوت قدر ب 40 تكرر بنسبة 29.41% أما من يرون أنها تتفوق بمستوى المعلقين قدر ب 20 تكرر وبنسبة 14.70% وكذلك تكرر إجابة تقنيات الصورة عالية الدقة قدر ب 20 تكرر بنسبة 14.70% أيضا أما اجابات أفراد العينة التي كانت بالخبراء والمكونين كانت ب 10 إجابات أي بنسبة 7.35%.

ومنه فإن أكبر نسبة من المبحوثين أجابوا أن قنوات بين سبورت تتفوق على غيرها في كل ما سبق ذكره من إجابات معا أي في كافة النواحي من مستوى المعلقين وتقنيات الصوت وتقنيات الصورة عالية الدقة والمكونين والخبراء.

وفيما يخص أفراد العينة الذين أجابوا أن قنوات البين سبورت تتفوق بتقنيات الصوت وذلك لاعتقادهم أن جودة الصوت لها دور كبير على أداء المعلقين وتجذب نسبة عالية من المشاهدين. وفي الواقع أن قنوات البين سبورت لها تقنيات عالية تعتمد عليها في جودة الصوت مما يساعد المشاهد من الإنصات إلى المعلق بكل وضوح.

كما نلاحظ في إجابات افراد العينة الذين يعتقدون أن مستوى المعلقين هو ما يجعل القناة مميزة عن غيرها باعتبارهم من أفضل المعلقين في الأداء والتعاطي مع أحداث المباريات. وهذا ظاهر في قنوات البين سبورت حيث ان اجود المعلقين وأفضلهم ينتمون إلى باقة البين سبورت وبعدد كبير من المعلقين حيث نرى في قائمة مبارياتها أن الجماهير تسأل عن المعلق لكل مباراة أي لكل معلق شعبيته وهذا ما يجعل القناة مميزة عن غيرها من القنوات الأخرى.

وبعد ذلك تأتي إجابات افراد العينة الذين يرون أن ما يميز القناة هو تقنيات الصورة عالية الدقة ربما يرجع ذلك لتصوير البطيء والإعادة لإعطاء المشاهد فرصة لفهم ما سبقه من أحداث وتوفر حظوظ المشاهدة القريبة والسليمة وعملية الإنتاج والإخراج بالإضافة لتوفرها على تقنية HD عالية الجودة.

أما إجابة أفراد العينة التي كانت بالمكونين والخبراء جاءت في الترتيب الأخير وذلك راجع للأهمية التي توليها أفراد هذه العينة للإجابات السابقة مقارنة بإجابة الخبراء والمكونين في تفوق قنوات بين سبورت على غيرها وما يظهر حاليا حسب تحليلنا أن هذا التميز راجع إلى مدى تحقيق الإمكانيات الكبيرة التي تتوفر عليها قنوات بين سبورت في تحقيق رغبات الجمهور و إشباع حاجاته المتنوعة.

رابعاً: صفات المعلق المفضل :

الجدول رقم 12: يوضح صفات المعلق المرغوب فيه لدى المشاهدين.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
حماسة تعليقه	12	12%
لغته الجذابة	6	6%
حياديته وعدم التحيز	6	6%
تشجيعه للعب الأفضل	4	4%
ثقافته الرياضية الواسعة	2	2%
سرده الجيد لمجريات اللقاء	4	4%
إجابة (كل ما سبق ذكره)	66	66%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح ما قد يجعل المعلق مرغوب فيه لدى المشاهدين أن إجابات المبحوثين كانت بكل ما سبق ذكره من إجابات بتكرار قدر ب 66 إجابة بنسبة 66%. في حين قدرت الإجابات بحماسة تعليقه ب 12 مفردة وبنسبة 12%، أما إجابات المبحوثين بلغته الجذابة فقد قدرت ب 6 تكرارات أي بنسبة 6%. وفيما يخص إجابات المبحوثين بحياديته وعدم التحيز فقد قدرت ب 6 تكرارات وبنسبة 6%، وجاءت الإجابات بتشجيعه للعب الأفضل ب 4 تكرارات ما يعادل نسبة 4%. أما الذين أجابوا بثقافته الرياضية الواسعة فقد قدر ب 2 تكرار أي بنسبة 2%.

من خلال دراستنا لمعطيات الجدول اتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن المعلق المرغوب فيه هو من تكون فيه كل الصفات التي تتمثل في حماسة تعليقه ولغته الجذابة، وكذا حياديته وتشجيعه للعب الأفضل بالإضافة إلى ثقافته الرياضية الواسعة، هذا ما يدل على أن المعلق المتكهن يجب أن تتوفر فيه كل شروط التعليق لكي يكسب شريحة معتبرة من الجماهير، فالمعلق يجب أن يكون على درجة كبيرة من المعرفة والاطلاع، ويكون جيداً في القراءة و متمكناً من اللغة جيداً ، و تكون مخارج ألفاظه سليمة و صحيحة ، فلا يمكن للمعلق أن يكون لديه عيوب في نطق الحروف. وهذا ما نراه حالياً متوفر عند أفضل المعلقين في القنوات العربية التلفزيونية والذين يشكلون قاعدة جماهيرية كبيرة.

أما إجابات المبحوثين حول حماسة تعليقه فهم الفئة التي ترى أن جوهر المعلق يكمن في حماسه وهذا راجع إلى أن المعلق الذي يرغبون فيه هو ذلك الذي يتميز أسلوبه بالإثارة والحماس ولديه نبرة صوت قوية مما تزيد المباراة متعة وحيوية، حيث نرى في بعض الأحيان أن المعلق هو من يتحكم في أجواء المباراة.

وكذا في تشجيعه للعب الأفضل ففي الغالب ما نرى أن المعلقين هم مشجعين في نفس الوقت لكن ليس لفريق واحد طيلة المباراة بل لمن يلعب أفضل لكن في ظل الحياد وعدم التحيز فيمكن للمعلق أن يعبر عن إجابته بمهارات اللاعبين ولكن لا يمكنه أن ينحاز للفريق طيلة المباراة.

كما أن الأقلية من المبحوثين من أجابوا بثقافة المعلق الواسعة، وهذا يعني وجود فئة قليلة من الجماهير التي يلفت المعلق انتباههم ويجذبهم من خلال تزويدهم بالمعلومات المشوقة باكتسابه ثقافة شاملة حول أسماء اللاعبين والأندية، فبعض المعلقين أثناء بداية المباراة بين فريقين نراه يحدثنا عن عدد ألقابهم وتاريخهم الكروي وعدد اللقاءات التي لعبها الفريقين ضد بعضهم البعض وعدد المباريات التي فاز فيها فريق على آخر، لكن قليل من المعلقين من يمتلكون هذه الثقافة والمعلومات حول الفرق التي يعلقون على مبارياتها.

الجدول رقم 13 : يوضح إجابات المبحوثين حول معلقهم المفضل بقنوات بين سبورت.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	72	72%
لا	28	28%
المجموع	100	100%

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد المبحوثين الذين أجابوا بأن لديهم معلق مفضل أو أكثر بقنوات بين سبورت يستمعون إليه قدر ب 72 إجابة وبنسبة قدرت ب 72% أما الذين أجابوا بأن ليس لديهم معلق مفضل أو أكثر بقنوات بين سبورت يستمعون إليه قدرت ب 28 تكرار وبنسبة 28%

وتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن أغلبية المبحوثين لديهم معلق يفضلون وجدوه خلال مشاهدتهم للمباريات ومن خلاله يستمتعون بأطوارها فمنهم من يفضل له جمال صوته ومنهم من يفضل خشونة الصوت والبعض الآخر يحب صوته المرتفع فلكل مشاهد سبب جله يفضل المعلق من خلاله. أما فيما يخص المبحوثين الذين ليس لديهم معلق مفضل فهم من الفئة القليلة من الذين يهتمون بمتابعة فريقهم المفضل ولا يهتمون من يكون المعلق فيها.

ومن هنا نستخلص معظم مشاهدي قنوات بين سبورت لهم معلق خاص يفضلونه ويستمتعون بمشاهدة المباراة بتعليقه وهذا ما يدل على أن التعليق ركيزة أساسية لا نستطيع التحلي عنها في القنوات التلفزيونية الرياضية.

الجدول رقم 14: يوضح اقتراحات المبحوثين حول أفضل المعلقين.

الإجابات	التكرار	النسبة
حفيظ دراجي	72	33.96%
عصام الشوالي	64	30.18%
رؤوف خليف	64	30.18%
فهد العتيبي	8	3.77%
فارس عوض	4	1.88%
المجموع	212*	100

(* المجموع فاق عدد المبحوثين لتعدد الإجابات

يبين لنا الجدول رقم (14) الذي يوضح إجابات العينة المدروسة حول أفضل ثلاثة معلقين حيث كانت إجابات المبحوثين "حفيظ دراجي" بتكرار قدره 72 أي بنسبة 33.96% يليه مباشرة بتكرار قدره 64 أي بنسبة 30.18% اما الذين أجابوا بـ "رؤوف خليف" قدر عددهم بـ 64 تكرار بنسبة 30.18% أما الذين أجابوا بـ "فهد العتيبي" قدر بـ 8 تكرارات بنسبة 3.77% يليها الذين أجابوا بـ "فارس عوض" بـ 4 تكرارات بنسبة 1.88%.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا تفوق "حفيظ دراجي" على المعلقين الآخرين وذلك يعود لأن أفراد العينة الذين اختاروا "حفيظ دراجي" لديهم نفس الانتماء الجغرافي له لذلك ربما معظم هذه الإجابات كانت عاطفية لكن هذا لا ينقص من قيمته كأحد أفضل المعلقين في الوطن العربي. ثم يليه مباشرة "عصام شوالي" الذي يتميز بلهجته ذات اللحن التونسي التي عادت ما يستعملها أثناء تعليقه واستخدامه لبعض العبارات الطريفة على بعض اللقطات ووصفه البسيط والارتجالي على أحداث المباريات. أما إجابات العينة الذين يرون بأن "رؤوف خليف" من أفضل المعلقين لأن نبرة صوته ومدته الطويل في الكلمات أبرز ما يجعله متميز لدى جماهيره الخاصة في حين إجابات الخاصة بـ "فهد العتيبي" تعود لأسلوبه الخاص حيث ينخفض ويرتفع رتم التعليق حسب اللقطة ودرجة خطورة هجمات الفريق وجاء "فارس عوض" قد يعود ذلك للأسلوب الذي يعتمده في التعليق لكن تألق وتميز المعلقين الآخرين لم يمنحه الفرصة لإبراز نفسه.

حيث يمكن نسب كل هؤلاء المعلقين إلى المدرسة العربية التي تعتبر خليط بين المدرسة الجنوب الأمريكية والمدارس الأوروبية، ومنه نستنتج أنه قد نجد اختلافًا بين معلقين نفس القطر العربي وأن لكل معلق جمهوره الخاص.

الجدول 15: يوضح ردود المبحوثين حسب صفات المعلق المفضلة لديهم.

الإجابات	التكرار	النسبة
حيوية التعليق	20	27.77%
صوته المرتفع	4	5.55%
معلوماته الوافرة	6	8.33%
انفعاله بالمباراة	14	19.44%
إجابة (كل ما سبق ذكره)	28	38.33%
المجموع	100	100

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح إجابات العينة المدروسة حول صفات المعلق المفضلة لديهم، أن إجابات المبحوثين بالنسبة لجميع الصفات المذكورة معاً بتكرار قدره 28 أي بنسبة 38.33% تليه صفة حيوية تعليقه بـ 20 تكراراً وبنسبة 27.77%، أما صفة انفعاله بالمباراة قدر تكرارها 14 بنسبة 19.44% في حين صفة معلوماته الوافرة كان تكرارها 6 أي بنسبة 8.33% ثم تلتها صفة الصوت المرتفع كانت 4 تكرارات بنسبة 5.55% أما عدد المبحوثين الذين لم يجيبوا كان تكرارهم 14 أي بنسبة 19.44%. ومنه يتبين لنا من خلال هذه النتائج أن معظم إجابات المبحوثين كانت لصالح جميع الصفات المذكورة معاً حيث يرجع ذلك إلى أن هذه الخصائص الموجودة في المعلق كلها تعمل على إعطاء المعلق المزيد من الجماهيرية أي أن هذه الصفات تخدم أداء المعلق من كل الجوانب حيث إذا توفرت هذه الصفات معاً أصبح الجمهور ينتظر زيادة المتعة والإثارة من المعلق.

أما فيما يخص صفة حيوية تعليقه ذلك لأن المعلق الرياضي يسعى لنقل مثل ذلك الحماس إلى الجمهور المتلقي مع الحفاظ على رتبة ألفاظه وينتقي دلالتها في إطار نبرات صوتية مواتية، أما بالنسبة لصفة انفعاله بالمباراة ذلك لأن انفعال المعلق أثناء المباراة جزء أساسي في المعلق الرياضي لأنه لديه أثر إيجابي على الجمهور ويجعله يعيش أطوار المباراة وأن لا تفوته أي كبيرة أو صغيرة، في حين صفة معلوماته الوافرة تحصلت على أقل قدر من الإجابات ويمكن إرجاعه إلى أن كافة المعلقين لديهم نفس المستوى الثقافي الرياضي.

أما في المرتبة الأخيرة جاءت صفة الصوت المرتفع وهو ما يفسر إلى أن أفراد العينة التي لم تختار صفة الصوت المرتفع لديها ميول للمدرسة الأوروبية في التعليق التي تهتم بتقديم المعلومات للجمهور وليس على الصوت المرتفع والانفعال، أما فئة المبحوثين الذين لم يجيبوا قد يعود ذلك إلى أن هذه الفئة لا تعطي أولوية لصفات المعلقين.

ومن خلال هذا التحليل نستنتج أن الجمهور يعجب بصفة أو عدة صفات للمعلقين أو قد لا يعبر أي اهتمام لهذه الصفات.

الجدول رقم 16: يوضح رأي المبحوثين حول كون المعلق مشجع لإحدى الفرق بالمباراة.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم إذا تعلق الأمر بالفريق الوطني	88	88%
لا أقبله مشجعا في غير ذلك	12	12%
المجموع	100	100%

من الجدول رقم (16) الذي يوضح إجابات العينة المدروسة حول رأيهم في أن يكون المعلق مشجعا لإحدى الفرق في المباراة يتبين أن إجابات المبحوثين الذين أجابوا بنعم إذا تعلق الأمر بالفريق الوطني ب 88 تكرار أي بنسبة 88 % تليه إجابات لا أقبله مشجعا في غير ذلك ب 12 تكرار أي بنسبة 12% . من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا اختيار المبحوثين لإجابة نعم اذا تعلق الأمر بفريقه الوطني لأن المعلق إنسان وكل إنسان لديه ميوله الذاتية وعواطف والمعلق يجد نفسه ينحاز لمنتخب بلاده بشكل غريزي أما فيما يخص إجابات لا يقبلوه مشجعا في غير ذلك يعود إلى أن مهنة التعليق تعتمد على الحياد ولا مجال للانحياز لناد أو منتخب على حساب الآخر من أجل إرضاء جمهور كلا الفريقين. ومنه نستنتج من خلال هذه الإجابات أن تشجيع المعلق لمنتخب بلاده في أطوار المباراة أمر عادي وجزء من المهنة باعتباره مرتبط بالوطنية والانتماء.

خامسا: آراء الطلبة حول الآثار المحتملة للتعليق على المباريات على الجمهور المتابع.
الجدول 17: يوضح إجابات المبحوثين حول مشاهدتهم لمباراة كرة القدم دون تعليق.

الإجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	32%
لا	68	68%
المجموع	100	100%

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح إجابات المبحوثين حول مشاهدتهم لمباراة كرة القدم بدون تعليق أن إجابات المبحوثين بأنهم لم يسبق لهم متابعة مباراة كرة قدم دون تعليق بتكرار قدر ب 68 أي بنسبة 68% .

أما الذين أجابوا بأنهم سبق وأن تابعوا مباراة كرة القدم دون تعليق قدر ب 32 تكرار أي بنسبة 32%

ومنه تبين من خلال بيانات الجدول أعلاه إجابات العينة التي لم يسبق لهم متابعة مباراة كرة القدم دون تعليق وذلك راجع لأهمية التعليق الرياضي في إنجاح الحدث الرياضي عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية واعتبار التعليق جزء من ذلك الحدث الرياضي

أما الإجابات التي كانت بخصوص أنهم سبق لهم متابعة مباريات كرة القدم دون تعليق فقد يعود ذلك لأسباب تقنية و فنية في القناة الناقلة أو قد تكون رغبة منهم في متابعتها دون تعليق بما أن ذلك التعليق لا يتوافق مع احتياجاتهم

وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أهمية التعليق من خلال وصف وتحليل المباريات فهو يستهدف تقييم المباراة والكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية لكل فريق.

الجدول رقم 18: يوضح أهمية التعليق بالنسبة للمبحوثين أثناء مشاهدتهم للمباريات.

الإجابات	التكرار	النسبة
تسلية	32	32%
تعليم	8	8%
ثقافة	18	18%
إعلام	14	14%
إجابة (كل ما سبق ذكره)	28	28%
المجموع	100	100

يبين لنا الجدول رقم (18) الذي يوضح أهمية التعليق بالنسبة للمبحوثين أثناء مشاهدتهم للمباريات أن الإجابات كانت التسلية بتكرار قدر ب 32 ما يعادل 32%، ثم فئة أخرى أجابت على كل الاحتمالات قدرت ب 28 تكرار أي بنسبة 28%، أما الثقافة فقد تكرر من طرف المبحوثين ب 18 مفردة أي بنسبة 18%، والإعلام ب 14 مفردة بنسبة 14%، أما التعليم فكان ب 6 تكرارات بنسبة 6%. وهذا يدل على أن أغلبية المبحوثين يرون أن أهمية التعليق في التسلية وذلك راجع إلى أن التعليق ذو طابع ترفيهي بنسبة كبيرة خلال المباراة.

كما يؤكد البعض أن للتعليق أهمية كبيرة لدى الجمهور الرياضي وتشمل كافة الجوانب الترفيهية والثقافية والإعلامية والتعليمية ما يجعله يلفت انتباه هذا الجمهور من خلال أساليب الحماس والانفعال أثناء المباريات مما يجعل المشاهد يعيش الأجواء أثناء مشاهدته للمباراة، وهذا كثير ما يحدث خلال المباريات المصرية. أما فيما يخص الجانب الثقافي نجد في الآونة الأخيرة أن بعض المعلقين في القنوات العربية يتمتعون بمستوى ثقافي عالي، كما أن المعلق في بعض الأحيان يشارك معلومات قيمة حول الرياضة وتاريخها العريق مع جمهور المتابع، مما يجعلهم يتخذون موقفا اتجاه ثقافته.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بالتعليم فهم من الأقلية الذين ينظرون للتعليق بمنظور تعليمي ويكتسبون خبرات ومعلومات جديدة في كل مرة يشاهدون فيها المباريات و في الغالب هم من محبي التعلم، فإن المعلق أحيانا ما يقدم دروسا في اساليب اللعب والتكتيكات لم يسبق لنا ان سمعنا عنها. ومنه نستخلص أن المعلقين يختلف أسلوبهم باختلاف ثقافتهم و توجهاتهم، وأن لكل معلق جمهوره الخاص يميزه عن باقي المعلقين به وذلك يعود إلى أن لكل مشاهد نظرة تجاه أسلوب معلقه.

الجدول رقم 19: يوضح ردود المبحوثين حول المشاكل التي قد تنجم عن بعض المعلقين.

الإجابات	التكرار	النسبة
العنف اللفظي	10	10%
التحيز	32	32%
التصريح الإستفزازي	16	16%
إجابة (كل ما سبق ذكره)	42	42%
المجموع	100	100

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح المبحوثين حول المشاكل التي قد تنجم عن بعض المعلقين أن من أجابوا بجميع الاحتمالات باعتبارها جميعها مشاكل قد تنجم وذلك بتكرار قدر ب 42 ما يعادل 42% أما التحيز فكان ب 32 تكرار بنسبة 32%، ثم التصريح الاستفزازي جاء ب 16 تكرار بنسبة 16%، وفي الأخير يأتي العنف اللفظي ب 10 تكرارات بنسبة 10%.

ومن خلال دراستنا لمعطيات الجدول اتضح أن أغلبية الأفراد يعتبرون ان أبرز المشاكل تتمثل في كل من "العنف اللفظي، التحيز، التصريح الإستفزازي" هي كلها يمكن أن تنجم عن بعض المعلقين في خلال المباراة، وهذا يدل على أن التعليق في القنوات العربية الرياضية لا يخلو من المشاكل وأن هذه المظاهر سبق وأن حدثت خاصة إذا تعلق الأمر بفرق المعلقين الوطنية.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بالتحيز فهم يرون أن التعليق على المباريات في القنوات التلفزيونية العربية لا يتسم بالحياد والموضوعية وهذا يعود إلى أخلاقيات المعلق المهنية ويعد الانحياز في مهنة التعليق شبه جريمة تمس المعلق بجد ذاته وتمس القناة معه.

وفيما يخص إجابات المبحوثين بالتصريح الاستفزازي فهذا يدل على عدم تحكم المعلق في انفعاله وعدم المحافظة على هدوءه خلال المباراة فقد نرى في بعض الأحيان غضب المعلق وتهجمه شفويا على لاعب أو فريق معين وهذا يعود إلى عدم تحكم المعلق بذاته. وقد ينتج عن هذا التصرف غضب الجماهير منه وعدم متابعة المباريات بتعليقه، فالمعلق المحترف هو من يركز كل مجهوداته لإشباع رغبات جمهوره والمحافظة عليهم قدر المستطاع. كما أن إجابة المبحوثين بالعنف اللفظي تعد أقل نسبه وهي من ترى أن المعلق قد يقول كلاماً غير صائباً

حيث قد يقول كلام بذيء أو يهين لاعبا لا يعجبه أدائه وهذه الظاهرة نادرة الحدوث في القنوات العربية لأن معظمها قنوات محافظة وعائلية لا تسمح بحدوث هذا السلوك. ومن هنا يتبين لنا ان التعليق عبر قنواتنا العربية لا يزال يفتقد للاحترافية التامة طالما مازال يعاني من هذه الظواهر الغير مهنية.

الجدول رقم 20: يوضح ردود الباحثين حول المظاهر السلبية التي نجمت عن بعض أنواع التعليق الرياضي في الوطن العربي.

الإجابات	التكرار	النسبة
الانحياز وعدم الحيادية خلال المباريات	24	24%
التسبب في نزاعات سياسية	4	4%
التصريح الاستفزازي	10	10%
لم يتم الإجابة عنها	62	62%
المجموع	100	100

يبين لنا الجدول رقم (20) الذي يوضح المظاهر السلبية التي نجمت عن بعض أنواع التعليق الرياضي في الوطن العربي، حيث أن معظم الباحثين لم يجيبوا على هذا السؤال ب 62 تكرار ما يعادل 62% تكرار وهناك من أجابوا بالانحياز وعدم الحيادية خلال المباريات حيث قدرت ب 24 تكرار بنسبة 24%، أما فئة أجابت بالتصريح الاستفزازي للمعلقين ب 10 تكرارات بنسبة 10%، أما الإجابة بالتسبب في نزاعات سياسية فكانت ب 4 تكرارات بنسبة 4%.

من خلال بيانات الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلبية الباحثين تجاوزوا هذا السؤال، هذا راجع لعدم تعرضهم لمظاهر سلبية عن بعض أنواع المعلقين من قبل.

كما جاءت بعض إجابات الباحثين بالانحياز وعدم الحيادية خلال المباريات، وهذا ما يفسر تعرضهم لمظاهر الانحياز من طرف المعلق خلال إحدى المباريات التي تابعوها.

فالمعلق بحد ذاته لديه فريق يشجعه لكن نادرا ما يبين ذلك لكي لا يعرف المتابعين ميوله الشخصية تجاه فريقه المفضل لكن في بعض الأحيان نرى ذلك في المعلق من خلال تمسسه وتفاعله الزائد تجاه طرف واحد من الفريقين خلال المباراة، هذا من إبراز الاسباب التي تجعله ينحاز لفريق ويفضله على آخر.

فيما يأتي التصريح الاستفزازي كأحد المظاهر السلبية التي قد تكون ناجمة عن المعلق بالنسبة لفئة من المبحوثين الذين تعرضوا لمظاهر التصريح الاستفزازي من خلال مشاهدتهم للمباريات بالتعليق العربي في القنوات العربية، فالمعلق أحيانا ما يتلفظ بعبارات استفزازية موجهة لأحد اللاعبين أو جماهير أحد الفريقين أثناء تأثرهم بخسارة فريقهم مما يجعل المتابع للفريق الخاسر محل استفزاز من طرف المعلق.

كما أن التسبب في نزاعات سياسية يعد نادرا ما يحدث أي أقل نسبة حدوث. وهذا ما يتبين من خلال إجابات المبحوثين التي كانت بنسبة قليلة، أي أن النزاعات السياسية نادرا ما تسببها الرياضة بصفة عامة والتعليق بصفة خاصة.

ومنه نستنتج أن التعليق له جوانب سلبية يمكن أن تؤثر على جمهوره المشاهد وكانت أغلبية هذه الجوانب السلبية تتمثل في الانحياز والاستفزاز وهذا ما حدث فعلا خلال كأس العرب حيث انحاز بعض المعلقين لفريقهم الوطني على سبيل المثال "انحياز عصام الشوالي لتونس" وكذا استفزازه للمنتخب الجزائري مما أثار ضجة إعلامية انتهت بنزاعات رياضية بين المنتخبين التونسي والجزائري وأيضاً بينه وبين زميله في التعليق في قناة بين سبورت الجزائري حفيظ دراجي.

سادسا: اراء الطلبة حول صعوبات مهمة التعليق على المباريات.

الجدول رقم 21: يوضح رأي المبحوثين حول العراقيل التي تقلل من متابعي التعليق عموما.

الإجابات	التكرار	النسبة
صعوبة إرضاء كل الجماهير	48	48%
عدم معرفة بطبيعة المتابعين	12	12%
صعوبة مهمة التعليق أمام الشاشة	14	14%
صعوبة التحرر من الميول الذاتية	16	16%
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (21) أن إجابات المبحوثين بصعوبة إرضاء كل الجماهير تمثلت 48 تكرار بنسبة قدرت بـ 48% تليها صعوبة التحرر من الميول الذاتية قدرت بـ 26 تكرار بنسبة 26% في حين الاجابة بصعوبة مهمة التعليق أمام الشاشة قدرت بـ 14 تكرار ما يعادل نسبة 14% ثم تليها الفئة التي اجابت بعدم معرفة المعلقين بطبيعة المتابعين والتي قدرت بـ 12 تكرار أي بنسبة 12%.

ومن خلال قراءتنا لبيانات الجدول تبين لنا أن أغلبية الإجابات كانت بصعوبة إرضاء كل الجماهير، هذا ما يدل على أن المعلق لا يستطيع إرضاء كل الجماهير وإنما يجد صعوبة في ذلك. وأن المعلق في القنوات التلفزيونية العربية

لم يصل مستوى إرضاء جميع المشاهدين ويجد صعوبة في إقناعهم وذلك يعود لأسلوب المعلق في تغطية أحداث المباراة الذي قد لا يتماشى مع إقناع فئة من المتابعين، أو تكون لغته عامية قد لا يفهمها البعض.

لأن الجمهور المتلقي يختلف من شخص لآخر وليس لديهم نفس الاتجاهات.

كما أن المبحوثين يرون أن صعوبة التحرر من الميول الذاتية تعد عائقا في وجه المعلق ، فالمعلقين أحيانا لا يستطيعون التغلب على ميولهم الذاتية ولا يستطيعون السيطرة عليها، حيث لا يزال المعلق يميل إلى طرف واحد بنسبة كبيرة خلال تعليقه على المباريات وخاصة في المباريات الرسمية.

وهناك فئة معتبرة تجد المعلق يجد صعوبة في التعليق أمام الشاشة، فعندما يقوم المعلق بتغطية أحداث اللقاء فهو محيط بآلاف الجماهير تستمع إلى عباراته لوصف جميع أطوار المباراة وهذا ما يجعله أكثر حرصا على تقديم أداء جيد واختيار الكلمات والعبارات المناسبة خاصة حين تنتقل الكرة من لاعب لآخر أو من الفريق للآخر المنافس فنجد أن بعض المعلقين لا يجدون كلمات معبرة وأحيانا ما يخطؤون في أسماء بعض اللاعبين.

كما يرى بعض المبحوثين أن معرفة طبيعة الجمهور تعتبر من الصعوبات التي يواجهها المعلق لكسب ثقة الجمهور فيه. وهذا راجع إلى أن بعض المعلقين لا يعرفون كيفية التأثير في الجمهور وإشباع رغباتهم أثناء مشاهدتهم للمباراة. وهذا ما يفسر أن التعليق مهمة صعبة يجب عليها الحفاظ على جمهورها مهما كانت الظروف.

الجدول رقم 22: يوضح باقتراحات افراد العينة في تحسين مردودية المعلقين في القنوات العربية.

الإجابات	التكرار	النسبة
التزام بوصف الأحداث	46	23.46%
المنزج بين الانفعال والهدوء	46	23.46%
توظيف المهارات والكفاءات	58	29.59%
استحداث لجنة أخلاقيات التعليق	22	11.22%
التأطير والتكوين المتخصص	22	11.22%
الفصاحة والسرد الجيد للأحداث	1	0.51%
إنشاء قانون خاص بنظام التعليق	1	0.51%
المجموع	*196	100

(*) المجموع فاق عدد المبحوثين لتعدد الإجابات

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول رقم (22) الذي يوضح اقتراحات أفراد العينة لتجاوز هذه الصعوبات وتحسين مردودية المعلقين في القنوات العربية اتضح أن أكبر نسبة كانت توظيف المهارات والكفاءات ب 58

بنسبة 29,59% ويليه كل من الالتزام بوصف الأحداث ب 23,46% والمزج بين الانفعال والهدوء كذلك ب 46 تكرار ما يعادل 23,46% لكلاهما، في حين أن لكل من استحداث لجنة أخلاقيات التعليق ب 22 تكرار بنسبة 11,22% والتأطير والتكوين المتخصص ب 22 تكرار أي ما يعادل 11,22% ، وهناك من قدم اقتراحات أخرى تمثلت في الفصاحة والسردي الجيد للأحداث بتكرار واحد بنسبة 0,51% و هناك من يرى ضرورة إنشاء قانون خاص بنظام التعليق كذلك بتكرار واحد بنسبة 0,51%.

ومن هنا يتبين لنا أن أغلبية آراء المبحوثين كانت توظيف المهارات والكفاءات وهم من يرون أن المعلق بحاجة إلى أن يكون أكثر فعالية ونشاط والتزام، وذلك لجذب المزيد من المتابعين، كما تبين لنا من خلاله ان معظم المعلقين يفتقرون لمهارات السرد والتأثير في الجمهور. كما كانت بعض إجابات المبحوثين متقاربة هذا ما يدل على وجود العديد من السبل والحلول لتجاوز الصعوبات والنهوض بأحسن مردودية.

وأن لتجاوز الصعوبات يجب على المعلق أن يطور من اسلوبه وثقافته ويقوم بتحديث معلوماته من حين لآخر وهذا لكي يتجاوز صعوبة إرضاء الجماهير الذي يعتبر هو جوهر التعليق في القنوات العربية، لذا على المعلق ان يكثف من مجهوداته ومهاراته لتغطية أحداث المباريات بشكل سليم وأن يتحكم في انفعالاته طيلة المباراة لكي لا ينفر الجمهور منه.

نتائج الدراسة :

بعد تحليل جملة المعلومات التي تم التوصل إليها من خلال الاستبيان حول دراستنا المتمثلة في خصائص التعليق الرياضي في القنوات التليفزيونية، توصلنا إلى جملة من النتائج يمكن تحديدها فيما يلي:

- 1- أكدت الدراسة أن أغلبية افراد العينة المقدرة بنسبة 50% أحياناً ما تهتم بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية.
- 2- وأن نسبة 46% ترى بأن المهتمين أحياناً ما يستهويهم التعليق.
- 3- في حين أن معظمهم بنسبة 56% تؤكد أن الفريق المفضل هو ما يجعل المشاهدين يتابعون التعليق على المباريات.
- 4- أن أغلبية افراد العينة يؤكدون وبنسبة 54% أن مستوى التعليق على مباريات كرة القدم متوسط في القنوات العربية.
- 5- بينت الدراسة أن هناك نسبة معتبرة قدرت بنسبة 92% ترى بأن التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية يحتاج إلى تطوير.
- 6- كما أن نسبة 28.26% يؤكدون أن جانب هذا التطوير يكون غالباً في تقنيات التعليق وأساليبه.
- 7- وأن أغلبية الأفراد بنسبة 84% متابعين للتعليق عبر قنوات بين سبورت.
- 8- وأكدت أغلبية افراد العينة بنسبة 28% أن اتجاه التعليق عبر بين سبورت يتسم بالحياة والموضوعية.

- 9- وأن أغلبية الأفراد بنسبة 46% يؤكدون أن قنوات بين سبورت تتفوق على غيرها بكل جوانبها من مستوى التعليق وتقنيات الصوت والصورة ومن مكوّنين وخبراء.
- 10- لقد تبين أن نسبة 66% من افراد العينة يؤكدون أن ما يجعل المعلق مرغوبا لدى المشاهدين هو كل من هماسة تعليقه ولغته الجذابة، حياديته وعدم التحيز وتشجيعه اللعب الافضل، ثقافته الرياضية وسرده الجيد لمجريات اللقاء.
- 11- تبين أن معظم افراد العينة بنسبة 72% يؤكدون أن لديهم معلق يفضلونه في قنوات البين سبورت.
- 12- كما أن أغلبية افراد العينة بنسبة 33.96% يؤكدون أن افضل المعلقين هو حفيظ دراجي.
- 13- في حين أن نسبة 38.33% تأكد أن كل ما سبق ذكره والذي تضمن على عدة إجابات وهي حيوية تعليقه وصوته المرتفع ومعلوماته الوافرة وانفعاله بالمباراة كانت له الحصة الأكبر.
- 14- حيث أن اغلبية افراد العينة بنسبة 88% يرون أن نعم إن كان المعلق مشجعا لإحدى الفرق بالمباراة وذلك إن تعلق الأمر بالفريق الوطني.
- 15- كما يؤكد الأغلبية بنسبة 68% أنهم لم يسبق لهم مشاهدة مباراة كرة القدم بدون تعليق.
- 16- أن أغلبية الأفراد ما يعادل نسبة 32% ترى أن اهمية التعليق تكون في تسلية المشاهدين للمباريات.
- 17- أكدت أغلبية افراد العينة المقدرة بنسبة 48% أهم المشاكل التي قد تنجم عن بعض المعلقين تتمثل في كل من التحيز والعنف اللفظي ومن ثم التصريح الاستفزازي.
- 18- كما أن الأغلبية بنسبة 62% لم يؤكدوا تذكر المظاهر السلبية التي نجمت عن بعض أنواع التعليق في الوطن العربي.
- 19- حيث تبين أن نسبة 48% من افراد العينة يرون أن صعوبة ارضاء كل الجماهير هي أبرز العراقيل التي يمكن أن تقلل من متابعي التعليق عموماً.
- 20- كما تؤكد نسبة 29.59% أن توظيف المهارات والكفاءات هي ابرز الاقتراحات لتجاوز الصعوبات وتحسين مردودية المعلقين في القنوات العربية عموماً.

الخلاصة:

من خلال النتائج التي توصلنا إليها فيما يخص الاستثمارات الموزعة على طلبة جامعة 08 ماي 1945 تبين لنا أن معظم الطلبة لديهم ميول واهتمام كبير تجاه التعليق الرياضي في التلفزيون العربي بشكل عام، وأن إجاباتهم تفسر مدى تعلقهم بالتعليق من خلال متابعتهم له أثناء مشاهدتهم للمباريات.

خاتمة:

من خلال دراستنا لخصائص الإعلام الرياضي في القنوات العربية التلفزيونية، اتضح لنا أن الإعلام بشكل عام والرياضي بشكل متخصص له قدرة فائقة في صناعة الحدث الرياضي ويمكن له تشكيل الرأي العام الرياضي وصياغة توجهاته والتأثير في وعي و ثقافة الجماهير.

كما أن الرياضة بمختلف أشكالها تحتاج إلى إعلام رياضي بجميع عناصره ووسائله (المريئة، المقروءة، السمعية، الإلكترونية)، حيث يساهم التعليق الرياضي في تطوير الرياضة، وذلك بتغطية الأحداث الرياضية عبر تقديمه للأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة للجمهور، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية.

وجاء التطور المذهل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الرياضي وظهور القنوات الرياضية بشكل ملفت للانتباه وتنافسها الشديد لكسب أكبر شريحة من الجماهير من أجل شراء حقوق البث، وجلب أحسن الوجوه التلفزيونية من معلقين ومقدمي الحصص الرياضية واهم المحللين والشخصيات الرياضية لجماهيرها، وتقديم أحسن خدمة لهم سواء كانت تكنولوجية من خلال جودة الصورة والصوت، مما لا يترك مكانا للتلفزيونات الكلاسيكية التي تعيش في زمن غير زمنها.

فقد حاولنا من خلال دراستنا مسح آراء الطلبة حول أهمية التعليق على مباريات كرة القدم باعتباره أحد نماذج الإعلام مبرزين أهمية التعليق الرياضي ودوره الكبير في تشكيل الرأي العام الرياضي بكل موضوعية وحياد، ومن بين النتائج المتوصل إليها نجد أن طلبة جامعة قالمة يتعرضون للتعليق الرياضي في القنوات التلفزيونية العربية بشكل كبير.

وفي الأخير يمكن أن نقول أن الإعلام الرياضي بشتى أنواعه أتاح الفرصة للطلبة ومنحهم مساحات واسعة للتعرض لكافة البرامج والأخبار والحقائق الرياضية ومشاهدة أبرز الأحداث الرياضية بكل وضوح ودقة.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

1. إسرائ جاسم فلهي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة، الطبعة 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
2. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
3. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الطبعة 1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
4. حسين عمر سليمان الهروتي، التعرض لوسائل الإعلام الرياضي، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
5. حمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، الطبعة 1، دار النشر للجامعات، مصر، 2005.
6. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات النظرية وأسس عامة، الطبعة 1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
7. خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الطبعة 1، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1998.
8. رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000.
9. عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة 1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
10. عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الطبعة 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
11. عواطف عبد الرحمن، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية، الطبعة 1، كلية الإعلام للنشر، جامعة القاهرة، 1992.
12. عيسى الهادي، دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع، مجلة الخبير، المجلد 1، العدد 11، تاريخ النشر 2017.
13. غازي زين عوض الله، الصحافة الرياضية النشأة والتطور، الطبعة 2، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، 2006.
14. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية للنشر، الجمهورية العربية السورية، 2020.
15. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الطبعة 1، دار العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014.

16. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة 3، دار الكتب للنشر والتوزيع، صنعاء- اليمن، 2019.
17. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة 3، مكتبة عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
18. محمد قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، الطبعة 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الشارقة، الإمارات، 2006.
19. محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2015.
20. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة 1، دار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
21. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
22. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2012.
23. ميرال صبري، المسؤوليات الاجتماعية في الممارسات الإعلامية المحددات السياسة-الاجتماعية-الاقتصادية-الثقافية لحرية الصحافة، الطبعة 1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.
24. ناصر جرادات، عزام ابو الحمام، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، إثراء للنشر والتوزيع، الاردن.

الأطروحات والمذكرات:

1. نائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
2. زعيمن سميرة، الإعلام والتغطية الرياضية السمعية البصرية (التلفزيون)، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية المدينة الجديدة سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2008.
3. سالم فالح العجمي، تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
4. عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي، الصحف الرياضية ودورها في تشكيل الرأي العام الرياضي، وتعزيز الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة بولاية الخرطوم، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير التربية البدنية والرياضة في الإعلام الرياضي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2014.

5. عبد الوهاب زواوي، أثر التعليق الرياضي في التلفزيون الجزائري على جمهور المنتخب الوطني لكرة القدم خلال نهائيات كأس العالم 2010، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضة سيدي عبد الله، جامعة الجزائر 3، 2011.
6. فندوشي حمزة، مكانة الصحافة الرياضية الإلكترونية و المطبوعة لدى الجمهور الرياضي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
7. لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2009.
8. مرشيش خالد، دور الصحافة الرياضية الجزائرية المتخصصة في الحد من التعصب الرياضي وسط الطلبة الجامعيين، مذكرة من بين متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2010، 2011.
9. مصطفى محمد محسن، دور الإعلام الرياضي في إدارة الأزمات الرياضية في الاتحاد العراقي المركزي لكرة القدم من وجهة نظر المدربين، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة القادسية، العراق، 2018.
10. نشوى إمام إمام إبراهيم، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية، بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية للبنات بالقاهرة، جامعة حلوان، 2003.
11. يصرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة وهران، 2007/2006.

المجلات:

1. بن عباد فتحي، كريمة امينة، مستوى الرضا عن التكوين الأولي لدى المتكويين، مجلة متون، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية - جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة - الجزائر، المجلد 10، العدد 01، 2018.
2. بوعموشة نعيم، البرامج التلفزيونية واثرها على المراهق، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والراي العام، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة جيجل - الجزائر، المجلد 03، العدد 01، 2020.
3. جلال صلاح الدين، معوقات حرية التعبير في الاعلام الرياضي بالجزائر من وجهة نظر اساتذة الاعلام بجامعة المسيلة، مجلة الابداع الرياضي، جامعة المسيلة - الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2022.
4. حشروف اسامة، لعجال يحي، عراقيل استخدام الاعلام الرياضي كمصدر لتمويل اندية كرة القدم المحترفة بالجزائر، مجلة علوم الرياضة والتدريب، جامعة الجزائر 3، المجلد 04، العدد 01، 2022.

5. حنون نزهة، الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة العنف الرياضي، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، المجلد 04، العدد 01 (2021).
6. عبد الوهاب زواوي، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، المجلد 04 العدد 03، 2013.
7. عبد الوهاب زواوي، دور الصحافة الرياضية الإلكترونية في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، العدد 19، 2016.
8. مكيري مالية، حراسة البوابة الإعلامية "مقاربة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية"، جامعة الجليلي بونعامة، خميس مليانة، المعيار 43، 2018.
9. مليكة حاسي، شرارة حياة، التلفزيون وعلاقته بمشكل النطق عند الاطفال، مجلة الرواق، جامعة مستغانم - الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2018.
10. نور الدين قوجيل، سعاد حليمي، دور الإعلام الرياضي في تعزيز الفكر الاحترافي لدى لاعبي كرة القدم في الجزائر، مجلة التحدي، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، المجلد 11، العدد 1، 2019.

المواقع الإلكترونية:

1. علي محمد الزعلوك، لغة التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 5، 2017، ص 248-249.
- الوصف الوظيفي لمعلق رياضي، <https://www.for9a.com>، 17:45، 2022-04-23.
2. علي عبد الفتاح كنعان، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2014. فنون التعليق الرياضي جمالية أسرت المشاهد العربي، <https://www.enabbaladi.net/archives/239841>، 11:48 2022/02/29.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام و الاتصال و علم المكتبات

وثيقة استبيان حول موضوع :

خصائص التعليق الرياضي في القنوات التلفزيونية

"دراسة مسحية ميدانية لعينة من طلبة جامعة قالمة"

لنيل مذكرة تخرج لشهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، تخصص :

ملاحظة : نرجو تعاونكم بإبداء رأيكم ب دقة وصدق و ذلك بوضع علامة X في الخانة المناسبة، مع خالص الشكر والعرفان لكم على مساعدتنا في إنجاز هذه الدراسة.

إشراف الأستاذ:

بوصفط عبد العزيز

إعداد الطلبة

- زكرياء مشيغل

- سامي حسني

- أيوب تريكي

السنة الجامعية: 2022/ 2021

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- المستوى الجامعي: ليسانس ماجستير دكتوراه
- 3- هل لديك اهتمام بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية ؟
 غالبا أحيانا أبدا

ثانياً: واقع التعليق في القنوات الرياضية العربية

- 4- إن كنت مهتماً؛ فهل يستهويك التعليق على أطوارها أثناء المشاهدة:
 غالبا أحيانا أبدا
- 5- ما الذي يجذبك أكثر ويجعلك تتابع التعليق على المباريات عادة في مختلف القنوات :
 فريقك المفضل تمسكك بالقناة التعليق المتميز جمالية الفرجة والملاعب
- أخرى
- 6- كيف تنظر لمستوى التعليق على مباريات كرة القدم بالقنوات العربية حالياً ؟
 مقبول جدا متوسط ضعيف
- 7- هل التعليق على مباريات كرة القدم في القنوات العربية يحتاج إلى تطوير ؟
 نعم لا
- 8- إذا كانت اجابتك بنعم؛ في أي جانب يكون ذلك:
 تقنيات التعليق وأساليبه اختيار لغة التعليق المناسبة تقنيات الصوت والصورة
- مهارات التعليق أخرى

ثالثاً: تقييم مستوى التعليق في قنوات *Bein sports* الناطقة بالعربية

- 9- هل تتابع التعليق عبر قنوات *Bein sports* ؟
 نعم لا
- 10- هل تجد أن اتجاه التعليق عبر البين سبورت يتسم بـ:
 الحياد والموضوعية: غالبا أحيانا نادرا
- التحيز والذاتية: غالبا أحيانا نادرا
- أخرى؛ اذكرها:
- 11- إذا نظرنا من ناحية مقارنة؛ هل تعتقد أن قنوات البين سبورت تتفوق على غيرها بـ:
 مستوى المعلقين تقنيات الصورة عالية الدقة تقنيات الصوت المكونين والخبراء
- أخرى

رابع: صفات المعلق المفضل:

12- بالنظر لمسار متابعتك للمعلقين؛ ما الذي يجعل من المعلق مرغوبا لدى المشاهدين؟

- حماسة تعليقه
- لغته الجذابة
- حياديته وعدم التحيز
- تشجيعه للعب الأفضل
- ثقافته الرياضية الواسعة
- سرده الجيد لمجريات اللقاء

● أخرى.....

13- هل لديك معلق مفضل أو أكثر بقنوات بين سبورت تستمتع بمتابعته؟

نعم لا

14- إذا كانت اجابتك ب نعم ، فمن هم أفضل ثلاث معلقين بالنسبة لك :

-
-
-

15- هل إعجابك به أو بجم راجع إلى :

حيوية تعليقه صوته المرتفع معلوماته الوفرة انفعاله بالمباراة

16- ما رأيك في أن يكون المعلق مشجعا لإحدى الفرق بالمباراة:

نعم إذا تعلق الأمر بفريقه الوطني لا أقبله مشجعا في غير ذلك

في حالة لا؛ لماذا؟

خامسا: آراء الطلبة حول الآثار المحتملة للتعليق على المباريات على الجمهور المتابع:

17- هل سبق وأن شاهدت مباراة كرة قدم دون تعليق؟

نعم لا

18- ما هي أهمية التعليق بالنسبة لك أثناء مشاهدتك للمباريات :

تسلية تعليم ثقافة إعلام

● أخرى.....

19- ما هي أهم المشاكل التي قد تنجم عن بعض المعلقين ؟

- العنف اللفظي
- التحيز
- التصريح الاستفزازي

● أخرى اذكرها

20- هل يمكنك أن تتذكر المظاهر السلبية التي نجمت عن بعض أنواع التعليق الرياضي في الوطن

العربي؟

سادسا: آراء الطلبة حول صعوبات مهمة التعليق على المباريات:

21- في رأيك، ما هي العراقيل التي تقلل من متابعي التعليق عموما؛ و تحد من دورها؛ رتبها حسب

درجة الصعوبة من الأكثر إلى الأقل ؟

- صعوبة إرضاء كل المشاهدين
- عدم المعرفة بطبيعة المتابعين
- صعوبة مهمة التعليق أمام الشاشة
- صعوبة التحرر من الميول الذاتية

● أخرى.....

22- ماهي اقتراحاتك لتجاوز هذه الصعوبات وتحسين مردودية المعلقين في القنوات العربية عموما ؟

- التزام بوصف أحداث المباراة المزج بين الانفعال والهدوء توظيف المهارات والكفاءات
- استحداث لجنة أخلاقيات التعليق التأطير والتكوين المتخصص

● أخرى

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعريف بموضوع الإعلام الرياضي، وكذا تسليط الأضواء على التعليق الرياضي والذي يعد أحد أبرز نشاطات الإعلام الرياضي وفرع من فروعها، باعتبار المعلق هو القائم بالاتصال، حيث يقوم بمهمة تزويد الجمهور المتلقي بكافة المعلومات والأخبار والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي مستخدماً أساليب إقناعية تدفع المشاهد إلى قبول الفكرة والإصغاء إلى تفاصيلها. ميزين من خلاله أهم النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال وكذا الجمهور.

ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات على عينة من المبحوثين والتي تكونت من 100 مفردة، وتم تحكيم الاستمارة من خلال إرسالها إلى ثلاثة أساتذة محكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات.

وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيقي الذي تم من خلاله التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان لجمع البيانات، حيث قسمت إلى خمس محاور كالتالي: المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية، في حين كان المحور الثاني تحت عنوان واقع التعليق في القنوات العربية الرياضية، وجاء المحور الثالث تحت عنوان تقييم مستوى التعليق في قنوات bein sports الناطقة بالعربية، وكان عنوان المحور الرابع تحت صفات المعلق المفضل، يليه المحور الخامس تحت عنوان آراء الطلبة حول الآثار المحتملة للتعليق على المباريات على الجمهور المتابع، أما المحور السادس فكان عنوانه آراء الطلبة حول صعوبات مهمة التعليق على المباريات.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها نجد:

- أغلبية المبحوثين يهتمون بمتابعة مباريات كرة القدم في القنوات العربية.
- معظم الطلبة من المتابعين للتعليق عبر قنوات بين سبورت.
- صعوبة إرضاء كل الجماهير هي أبرز العراقيل التي يمكن أن تقلل من متابعي التعليق عموماً.

Résumé de l'étude:

L'étude vise à introduire le sujet des médias sportifs, ainsi qu'à surligner le commentaire sportif, qui est l'une des activités les plus importantes des médias sportifs et l'une de ses branches, étant donné que le commentateur est le communicateur, où il fournit au public récepteur toutes les informations, les nouvelles et les faits sportifs, et il explique également les règles et les lois des jeux et activités sportives dans le but de diffuser une culture sportive parmi les membres de la société en utilisant des méthodes de persuasion qui poussent le spectateur à accepter l'idée et écouter ses moindres détails, soulignant à travers lui les théories les plus importantes liées au communicateur ainsi qu'au public.

Pour atteindre cet objectif, la méthode du sondage a été utilisée en distribuant une centaine de formulaires individuels à un échantillon des étudiants pour recueillir des données. Le questionnaire a été présenté aux professeurs spécialisés du Département des sciences des médias et de la communication et de la bibliothéconomie,

Notre étude a été divisée en un volet méthodologique, théorique et pratique, à travers lequel les hypothèses ont été vérifiées correctes ou incorrectes. Dans cette étude, nous nous sommes appuyés sur un questionnaire pour recueillir des données qui a été divisé en six axes comme suit

Le premier axe portait sur les données personnelles, tandis que le deuxième s'intitulait la réalité des commentaires dans les chaînes arabes, et le troisième s'intitulait l'évaluation du niveau des commentaires dans les chaînes arabophones de Bein Sport. Quant au quatrième axe, son titre est les caractéristiques du commentateur préféré

Suivi par le cinquième axe, recueillir les avis des étudiants sur les effets possibles des commentaires de matchs sur le public et le sixième axe, qu'il montre les difficultés de la tâche de commenter les matchs

Ainsi, l'un des résultats les plus importants auxquels nous sommes parvenus, nous trouvons

- La majorité des répondants sont intéressés à regarder les matchs de football sur les chaînes arabes
- La plupart des étudiants sont abonnés pour commenter les chaînes Bein Sport
- La difficulté de satisfaire tous les publics est l'obstacle le plus important qui peut réduire les adeptes des commentaires en général