

دور الإعلام الرياضي في التأثير على وجهات نظر المجتمع الرياضي الجزائري.

جامعة سوق اهراس

جامعة سوق اهراس

د. قاسمي فيصل

أ. بن سايح سمير

الملخص:

يمكن القول بان الاعلام الرياضي فرع من فروع الاعلام المتخصص، يقصد به تزويد الجمهور المعنى والمختص والمهتم بكافة الحقائق والاخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الامور على الساحة الرياضية بطريقة موضوعية ودون تحريف من خلال وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية بما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقى للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة من هذه القضايا بما يسهم في تكوين الراى العام الرياضي وتكوين الراى الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات والموضوعات الرياضية المثارة والمطروحة. وعليه يمكننا طرح التساؤل التالي:

هل للإعلام الرياضي لتأثير على وجهات نظر المجتمع الرياضي الجزائري؟

المداخلة:

1- مقدمة و اشكالية الدراسة:

يعد الاعلام الرياضي فرع من فروع الاعلام المتخصص يعني بتزويد الجمهور المعنى والمختص والمهتم بكافة الحقائق والاخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الامور على الساحة الرياضية بطريقة موضوعية وبدون تحريف من خلال وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية بما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقى للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة من هذه القضايا والموضوعات بما يسهم في تكوين الراى العام الرياضي وتكوين الراى الصائب لدى الجمهور في الوقائع والمشكلات والموضوعات الرياضية المثارة والمطروحة والتي تحضى باهتمام و فضول الجمهور الرياضي. فالاعلام الرياضي هو نشاط هادف يقوم على جمع ونقل الاخبار والوقائع والحقائق والافكار والمعلومات الصحيحة والسليمة والثابتة الى جماهير الرياضة بطريقة صادقة وامينة وموضوعية عبر وسائل الاعلام بقصد تنوير هذه الجماهير وتبصيرهم وبما يسهم في تكوين الراى الصائب تجاه الوقائع والقضايا والمشكلات الرياضية بحيث يعبر هذا الراى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير المعنوية والمهتمة بالرياضة او المتخصصة واتجاهاتهم وميولهم، و قد شهد العالم المعاصر في السنوات القليلة الماضية العديد من الأحداث الرياضية والتي برهن الاعلام الرياضي بانه هو الفيصل في تحديد وجهات نظر العديد من الجماهير ، و بما أن الجزائر ليست بمنأى عن هذا العالم ارتئينا ان نقوم بهذه الدراسة لمعرفة موقه الجماهير الرياضية المحلية من الاعلام الرياضي. وعليه يمكننا طرح التساؤل التالي:

هل للإعلام الرياضي بشئ أشكاله تأثيرا على وجهات نظر الجماهير الرياضية الجزائرية؟

2- فرضيات البحث:

1-2- الفرضية العامة: الاعلام الرياضي يؤثر في اتجاهات ووجهات نظر الجمهور الرياضي الجزائري.

2-2- الفرضيات الجزئية:

1- الجمهور الرياضي الجزائري راض بمستوى الإعلام الرياضي المحلي.

2- الجمهور الرياضي الجزائري يتأثر بالإعلام الرياضي المحلي و الأجنبي.

3- أهداف البحث:

- التعرف على الاعلام الرياضي

- أهمية و دور الاعلام الرياضي في النهوض بالرياضة.

- تأثير الاعلام الرياضي على الجمهور المتلقى.

- مدى رضا الجماهير الرياضية بمستوى الاعلام الرياضي المحلي.

4- أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في حداته و قلة الدراسات السابقة التي اهتمت بهذا الجانب من الاعلام و أيضا محاولة تفسير بعض الظواهر التي تحدث عند الجماهير الرياضية تحت تأثير الاعلام الرياضي.

5- مصطلحات البحث:

1- الاعلام: قد نعرفه على أنه " عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محدد و أفكار منطقية. (حسن محمد عبد الرحمن، 2006 : 53)

وكلمة الإعلام تشمل جانباً من كلمة الاتصال، وجانباً من كلمة المعلومات وهو بوجه خاص الاتجاه الجماهيري عن طريق الوسائط وتشتمل وسائل الاتصال الجماهيري على تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من المرسل إلى عدد كبير من الناس وتمثل مقدراتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف، المجلات، الكتب، السينما، الراديو والتلفزيون. (صالح خليل أبو اصبح 2004 : 55)

2- الاعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية و شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي. (علي عويس، 1998 : 22).

3- وجهات النظر: تقصد به آراء و توجهات و حكم الأشخاص في موضوع ما.

الجمهور الرياضي: هم المتلقي والمتأثر بالرسالة الرياضية عن طريق الاعلام الرياضي.

الاطار النظري للدراسة:

1- أهداف الاعلام الرياضي: (علي عويس، 1998 : 24).

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي بشكل و يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ.

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها و التعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي و اعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات و هذه هي أوضاع أهداف الاعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور و تثقيفهم رياضياً من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي و الدولي.

- الترويج عن الجمهور و تسليتهم بالأشكال و الطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

2- دور الاعلام الرياضي: (مجدي احمد شندي 2008 : 6-7)

- نشر الأخبار الرياضية لمختلف الألعاب و الفرق و المهرجانات و المنافسات الرياضية.

- تعريف الجمهور بأنواع الألعاب الرياضية و طرق مزاولتها و نجومها، و ابراز النشاطات الرياضية كأداة لتهديب النفس، و بناء الجسم.

- الحث على ممارسة الرياضة و تحبيب النفوس فيها، لما لها من فوائد، و توجيه الناس لمزاولتها وفق الأسس العلمية السليمة.

- ابراز الجوانب الصحية و الثقافية و الترويجية للرياضة .

- تقديم وصف نقدي و تحليلي للمنافسات الرياضية لمختلف الألعاب وذلك عن طريق نقل وقائع الألعاب الرياضية من على ساحات الملاعب بموضوعية و تجرد.

- رعاية المواهب الرياضية و صقلها و تشجيعها و تقديمها لجمهور الرياضة للتعرف عليها.

- الاهتمام المتوازي بمختلف أنواع الرياضة و ذلك تلبية للاهتمامات المختلفة للجماهير الرياضية.

- التركيز المستمر على أهداف الرياضة، و ذلك في مجال دعم العلاقات بين الشعوب و تقاربها.

- مساندة الجهود الرسمية الرامية الى تطوير الرياضة و توسيع مجالاتها.

- الابتعاد عن التعصب و الأفكار الهدامة التي لا تمت للرياضة بصلة، و العمل المستمر من أجل تعميق الأفكار الرياضية السليمة كالمناصفة الشريفة و الروح الرياضية و روح الفريق و خاصة في الألعاب الرياضية الجماعية.

- الاهتمام بالمناسبات و المنافسات الرياضية المحلية و العالمية.

- التعريف بالقوانين و اللوائح التي تنظم النشاط الرياضي بصفة عامة و أنواع الرياضات بصفة خاصة.

- الاسهام في تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور عن طريق تعريفه بالنشاطات الرياضية المختلفة و تسليط الضوء على ما يجري فيها من أنشطة وعلاقات رياضية مختلفة بما يؤدي الى تماسك المجتمع الرياضي.

- ابراز الإيجابيات و السلبيات التي تظهر في المناسبات و المباريات الرياضية وملاساتها و الحكم عليها بصدق و أمانة و موضوعية، و أن تكون الأحكام مدعمة بالحقائق و الوقائع الثابتة.

3- خصائص الاعلام الرياضي: (نشوى امام ابراهيم، 2003 : 13-14)

- الاعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه و يرغب في الوصول إليه فهذا مثلاً برنامج اذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم، و هذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهكذا....

- الاعلام الرلاضل بللمز بأنه جاهلرل له القدره على تغطله مساحات و بلحاب قطاعات كبلره من الجمالهر.
- الاعلام الرلاضل فل سلعه لاجئذاب عدد من الجمهور بلئوجه إلى نقلة متوسطه افتراضله بلئجمع حولها أكبر عدد من الناس باسئثناء ما بلوجه إلى قطاعات مئدده من الناس كالبرامج الرلاضله للمعوقلن.

- الاعلام الرلاضل بوسائله المئئئله مؤسسه اجئاعله بلئسئبل اللى البئئله الئل عمل فلها بسبب التفاعل القائم بلئنه و بلئن المئئع و حتى بلمكن فهمه لابده أولاً من وسائل إعلامله رلاضله مع القلم و العادات السائدهه فل هذا المئئع، فالإعلام الرلاضل بمئابة المرآه الئل تعكس صوره و فلسفه هذا المئئع.

4- الاعلام الرلاضل و الحاجات النفسله:

لكل بلئئع الاعلام الرلاضل و لكل تحظى الرساله الاعلامله الرلاضله بالقبول و الالهئام لدى الجمالهر لابه و أن تسعى إلى اشباع الحاجات النفسله لهذا الجمهور و تهده إلى تلبله رغباتهم و تحققل فائده ملموسه لدهم فل حلالهم اللومله.

من أهم هذه الحاجات الئل بلمكن للإعلام الرلاضل أن بلشبعها ما بلل: (على عولس، 1998: 76).

- الحاجه إلى المعلومات و المعارف و المفاهلم الرلاضله.
- الحاجه إلى الأخبار اللئله (مشكلات الساعه) فل المبال الرلاضل.
- الحاجه إلى معرفه القواعد و القوانلن و اللوائح المنظمه للهئئات الرلاضله.
- الحاجه إلى اللامم بالقوانلن الخاصه بالألعب الرلاضله المئئئله.
- الحاجه إلى دعم الئئجاهات النفسله نحو الرلاضه و تعزلر المعالبر و القلم و المفاهلم الرلاضله أو تعدللها بما بلوكب التطور العلمل و التكنولولل فل المبال الرلاضل.

5- شروط تأئئر الاعلام الرلاضل: بلمكن أن نلخصها فل ما بلل: (مئءل أحمد سئئله 2008: 12)

- شروط لها علاقه باللئئه المبلئله (المبلط الاجئاعل): - قادة الرأل و أصحاب المكاله الاجئاعله فل المبال الرلاضل - الحاله الئل علها المئئع
- شروط لها علاقه بمصدر الرساله الاعلامله الرلاضله: - خبره المصدر - المصدقله - و سلله الاعلام الرلاضله - الجمهور
- شروط لها علاقه بالجمهور: - نوع الجمهور - الموقع الاجئاعل للفرد - معئئدات الجمهور
- شروط لها علاقه بمضمون الرساله: - قضله تسغل الرأل العام الرلاضل. - تكرر عرض الرساله الاعلامله. - طرلقه عرض و صباعه الرساله الاعلامله الرلاضله.

6- أنواع الاعلام الرلاضل: لقه تعددت أنواع الاعلام الرلاضل و تعددت أشكاله و بلمكن تصئلف هذه الأنواع كالئالل: (على عولس، 1998: 91)

- الاعلام الرلاضل المقروء: و هل الئل تعتمد على الكلمه المكنولبه مثل الصحف و الكئب و المبال و النشرات و المصقات.
- الاعلام الرلاضل المسموع: و هل الئل تعتمد على سمع اللئسان مثل الرلادلو و أشرطه التسجل و وكالات الأنباء.
- الاعلام الرلاضل المرئل: و هل الئل تعتمد على بصر اللئسان مثل السلئنا و التلفلزلون و الفلئءلو و شبكه المعلومات (الانئرنئ) و أاللنا بلئلق اسم الاعلام الرلاضل المرئل المسموع لأنها تعتمد على حاسئل السمع و البصر فل آن واهده.
- الاعلام الرلاضل الثابئ: و هل الئل بلئوجه للناس للاطلاع علها مثل المعارض و المؤئمرا و المسارح.

7- تأئئر الاعلام الرلاضل:

لقه أصبح تأئئر الاعلام الرلاضل على الجمهور مبالاً ضئلاً قائماً بذاته له نظلرلته و أبلئائه الخاصه و سنئناول فل ما بلل أنواع تأئئر الاعلام الرلاضل نفهم من خلاله كلل بلئأئر الجمهور الرلاضل بلجاباً أو سللباً من الاعلام الرلاضل.

أنواع تأئئر الاعلام الرلاضل فل الجمهور:

هناك أنواع عبلده من التأئئرا بلمكن أن بلئئها الاعلام الرلاضل فل الجمهور و ذلك كالئالل: (الحضلف، 1994: 30-35)

أ- **تفلئر الموقف أو الئئجاه الرلاضل:** و بلقصه بالموقف رؤله اللئسان لقضله أو شئص ما و شعوره ئجاهه و على هذا الموقف بلئل اللئسان على أساسه حكمه على الأشئاص اللئل بلصافهم و القضايا الئل بلئعرض لها، هذا الموقف بلئغر سللباً أو بلجاباً رفضاً أو قبولاً، حباً أو كرهاً و ذلك بناء على المعلومات و اللئئئات الئل ترسل لللئسان. و الإعلام الرلاضل لده القدره من خلال ما بلئنه من معلومات رلاضله على تفلئر النظره الضبلقه من البعض للرلاضه حلث بلئبرونها مضلعه للوقت من خلال قدرته على تفلئر مواقفهم ئجاه بعض الأشئاص الرلاضللن و القضايا الرلاضله فلئئغر بالئالل حكمهم على هؤلاء الأشئاص و تلك القضايا.

ب- **تفلئر معرفه الرلاضله:** معرفه الرلاضله هل مئمع كل المعلومات الرلاضله الئل لدى الفرد و تشمل القلم و المعئئدات و المواقف و الآراء الئل ئئص المبال الرلاضل و كذلك السلوك الرلاضل فهل بذلك أشمل و أعم من الموقف أو الئئجاه، فالإعلام الرلاضل بما بللكه من امكائئات بلئسئطبل ان بلئئد تفلئر فل معرفه الرلاضله له الجمهور مئل اسئطاع أن بلوظف بعض المئغلرا كشئصله اللئسان و خبرته فل بلئئنه الاجئاعله و الرلاضله و تشكله

الثقافى و نفوذ قوى الضغط و يوجها على ايقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذى يريد سواء ضد ما هو قائم و مناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له. (أمين الخولى، 1983 : 33، 32)

ج- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: لقد تضاعف دور مصادر المعلومات و فرق التلقى الأخرى أمام طوفان الرسائل الاعلامية للإعلام الرياضى التى استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشرى من تكنولوجيا في مجال الاتصال استهدفت بأسلوب جذاب العقول و الوجدان فى المقابل استسلم الانسان و سلم أطفاله لهذا المرى الذى صار يقوم بدور الأب و الأم فى بعض الأحيان. كثير من الناس يتعامل مع الاعلام الرياضى على أنها مجرد أداة للترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر، إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة اذ ليس هناك ترفيه برىء و لا أخبار محايدة إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه فى الاعلام الرياضى لا يخرج عن ازالة قيمة من القيم السلبية فى المجال الرياضى و تثبيت أخرى محلها ايجابية و ترسيخ شىء قائم و التصدي لآخر قادم و هذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى.

د- الإثارة الجماعية: من خصائص الإعلام الرياضى قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور و هذا يمثل وجهه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضى إلا أن الوجه السلبي له يتمثل فى اساءة استخدام ذلك، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الاعلام الرياضى بمهمة الحشد الجماهيرى لضمان مؤازرة فرقها الوطنية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطنى للجماهير لدفعها الى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية. و التى يمكن أن تحدث فى أى وقت لكنها أنجح ما تكون فى وقت الأزمات كالسخط الجماهيرى الذى يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق، و خاصة الوطنية و خروجا من احدى البطولات الدولية كتصفيات كأس العالم لكرة القد و الذى يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير. و عليه فيجب على الاعلام عدم المغالاة و المبالغة فى المادة الاعلامية، أيضا تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات.

ه- الاستثارة العاطفية: الانسان فى موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التى تواجهه يتنازعه أمران: المشاعر و العواطف أو المنطق و العقل، و نستطيع الحديث عن عقل و منطق واحد لكن هناك عدة مشاعر و عدد من العواطف هناك الحب و الكراهية- الحزن و السعادة- الرضا و الغضب- و غيرها من المشاعر فالعقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الانسان من مثيرات و انما يخضعها الى حسابات دقيقة يقدر فيها الرخ و الخسارة، و العواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره فى السيطرة عليها و كثيرا ما يحدث ذلك لان الانسان ممها بذل من جهد لا يستطيع السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله، و الاعلام الرياضى يتمتع بقدره فائقة فى التعامل مع عواطف الانسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من امكانات تخاطب الفكر و الوجدان فمثلا يستطيع الاعلام الرياضى أن يجعلنا تتعاطف مع الضحية بل و نبكى معها حينما تعرض لنا مشاهد المعاناة و الألم التى تعرضت لها كاتداء الجمهور على حكم احدى المباريات بما أودى بحياته، أو كالتى حدثت فى كولومبيا عندما قام أحد أفراد الجمهورية بإطلاق النار على أحد الاعبين لإهداره ضربة جزاء كانت سببا فى خروج فريقه من كأس العالم 1994.

و- الضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى: و يقصد بها السلطة الغير مرئية التى يحسب الفرد حسابه سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء اجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم من قواعد و قوانين منظمة للعبة بغض النظر عن رضاه او قناعته بذلك فى ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب او فى ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور.

ز- صياغة الواقع: حيث يقوم الاعلام الرياضى بصياغة الواقع الرياضى و يقدمه للجمهور كما هو، و هذا ما يجب أن يكون عليه الاعلام الرياضى، و بالتالى تجنب التلاعب بمشاعر الجمهور، و هذا كأن تبدي له بأن فريقك الوطنى لا يهزم أو يقهر و هو فى الواقع غير ذلك فيفقد بذلك ثقته فى المجتمع الرياضى.

الجانب التطبيقي للدراسة:

إجراءات الدراسة:

منهج البحث: إن طبيعة المشكلة التى طرحناها تقتضى استخدام المنهج الوصفى التحليلى فقد قمنا بصياغة أسئلة فى استمارة جمعت معلوماتها عن طريق المقابلة و هذا على مجموعة من الجماهير الرياضى بولايات عنابة، سوق أهراس، تبسة، قالمة، الطارف.

فالتطورات الأولى فى هذا البحث قد حدثت فى ميدان الوصف و الأسئلة التى طرحت كانت تحمل فى مجملها تضمينات وصفية للبحث و كلها تبحث فى تحديد التغيرات التى لحقت سلوكيات و وجهات نظر الجمهور الرياضى نتيجة تأثرهم بالإعلام الرياضى. و المنهج الوصفى مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية و ما زال هو الأكثر استخداما فى الدراسات الإنسانية حتى الآن و ذلك نتيجة لصعوبة استخدام المنهج التجريبي فى المجالات الإنسانية.

وسائل جمع البيانات و المعلومات:

استخدمنا فى بحثنا طريقة المقابلة كونها تعتبر أنجح الطرق للتحقق من الإشكالية التى قمنا بطرحها فى موضوع بحثنا و أيضا تعتبر المقابلة مناسبة لمختلف مستويات الجماهير الرياضية و هذا ما جعلنا نلجأ إليها فى موضوع بحثنا.

3-المعالجة الإحصائية:

و هي طريقة تستعمل لدراسة عينة من العينات، و إثر حصولنا على أجوبة للأسئلة المطروحة على العينة و قصد تحليلها و ترجمتها اعتمدنا على طريقة الإحصاء بالنسبة المئوية بالطريقة الثلاثية المعروفة و ذلك عن تحليل الجدول:

الطريقة الثلاثية:

-النسبة المئوية = $\frac{\text{ن}}{\text{ك}} \times 100$

ن: يمثل عدد الإجابات

ك: يمثل مجموع العينة = 300

و بعد كتابة و تدوين النتائج في جداول قمنا بإعطاء الاستنتاجات و التفسيرات و تعليقات لهذه الأجوبة.

مجالات البحث:

أ / المجال البشري:

شملت عينة البحث في الدراسة مجموعة من الجماهير الرياضية عددهم 300 فرد.

ب/ المجال الزماني: أجريت الدراسة النظرية و التطبيقية من منتصف جويلية الى منتصف سبتمبر.

ج / المجال المكاني:

تم إجراء المقابلات في خمس ولايات من الشرق الجزائري هي: عنابة، سوق اهراس، تبسة، قلمة و الطارف.

5- عينة البحث: تم اختيار عينة البحث عشوائيا من المجتمع الأصلي و المتمثل في الجمهور الرياضي بالولايات الخمس المذكورة سابقا. وعددها 300 فرد.

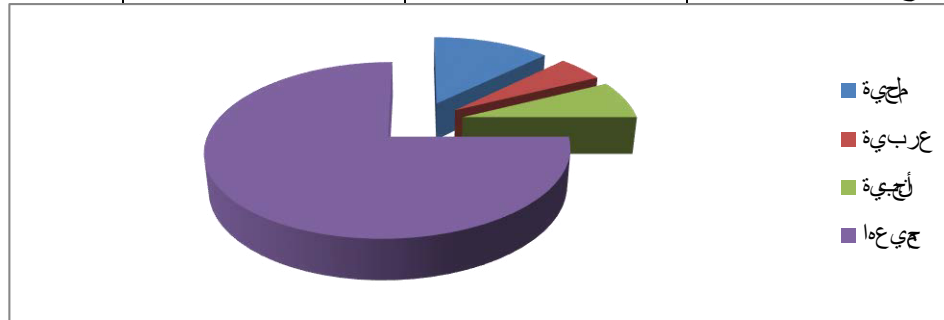
تحليل النتائج:

السؤال الأول: أي وسائل الاعلام التي تعتمد عليها كمصدر لأخبارك الرياضية؟

الغرض من السؤال: معرفة مصدر المعلومات الرياضية للجمهور الرياضي

جدول رقم 01: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مصدر المعلومة الرياضية

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية
محلية	38	12.67%
عربية	15	5%
أجنبية	22	7.33%
جميعها	225	75%
المجموع	300	100%



شكل رقم 01: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مصدر المعلومة الرياضية

التعليق: من خلال قراءتنا لنتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية الجماهير تزود بالمعلومات الرياضية من مصادر متنوعة عربية، أجنبية محلية و هذا ان دل، فانه يدل على أن الجمهور الرياضي الجزائري متفتح على الاعلام الرياضي الدولي.

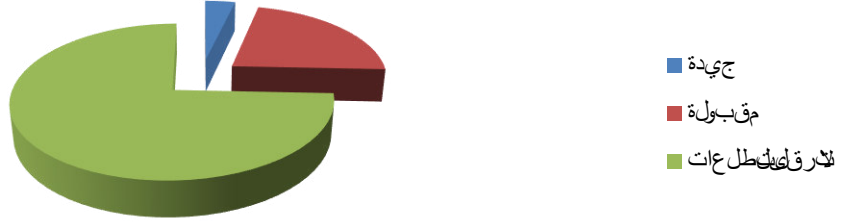
السؤال 02: - ما رأيك في مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية السمعية البصرية ؟

الغرض من السؤال: تقييم مستوى الاعلام المحلي السمعي البصري.

جدول رقم 02: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية السمعية البصرية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	11	3.67%

مقبولة	66	22%
لا ترقى للتطلعات	223	74.33%
المجموع	300	100%

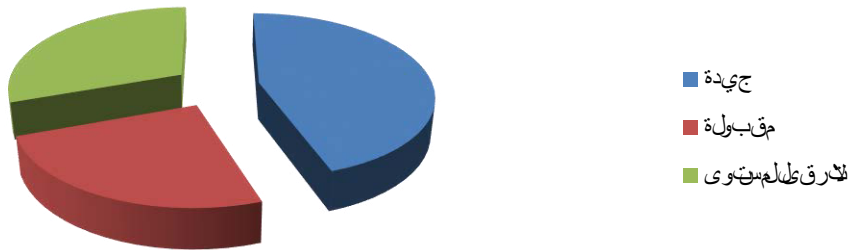


شكل رقم 02: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية السمعية البصرية التعليق: من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية الجمهور الرياضي الجزائري غير راض على مستوى الاعلام الرياضي الوطني السمعي المرئي ، و هذا يعود الى غياب قنوات تلفزيونية متخصصة في الرياضة سواء عمومية أو خاصة بالأندية الرياضية ، خاصة اذا ما قرناها بالدول الشقيقة كصر و ليبيا و السعودية ... ، و انه لاجال للمقارنة مع الدول الأوربية.

السؤال 03: - ما رأيك في مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية المقروءة؟
الغرض من السؤال: تقييم مستوى الاعلام المقروء الوطني.

جدول رقم 03: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية المقروءة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	132	44%
مقبولة	78	26%
لا ترقى للتطلعات	90	30%
المجموع	300	100%



شكل رقم 03: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول مستوى وسائل الاعلام الوطنية الرياضية المقروءة التعليق: من خلال قراءتنا لنتائج الجدول أعلاه نرى أن الاعلام الرياضي المقروء و خاصة الصحف تصنع الاستثناء فما نسبته حوالي 70% من العينة ترى أنه بين جيد و مقبول و هذا يرجع الى توافر العديد من الصحف الرياضية و باللغتين العربية و الفرنسية، و الصحف الأخرى توفر صفحات للرياضة و التي تزيد في المنافسات القارية و العالمية.

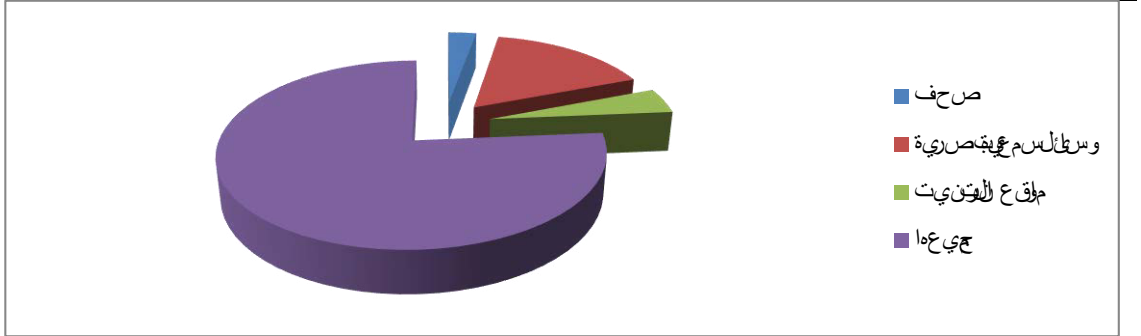
السؤال 04: ماهي وسائل الاعلام الرياضية التي تلجأ اليها أكثر لتلقي الأخبار؟

الغرض من السؤال: معرفة مصدر المعلومة الرياضية التي يعتمد عليه الجمهور الرياضي الجزائري.

جدول رقم 04: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول وسائل الاعلام الرياضية التي تلجأ اليها أكثر لتلقي الأخبار

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
صحف	30	10%
وسائل سمعية بصرية	47	15.67%
مواقع الانترنت	13	4.33%

جميعها	220	73.33%
المجموع	300	100%



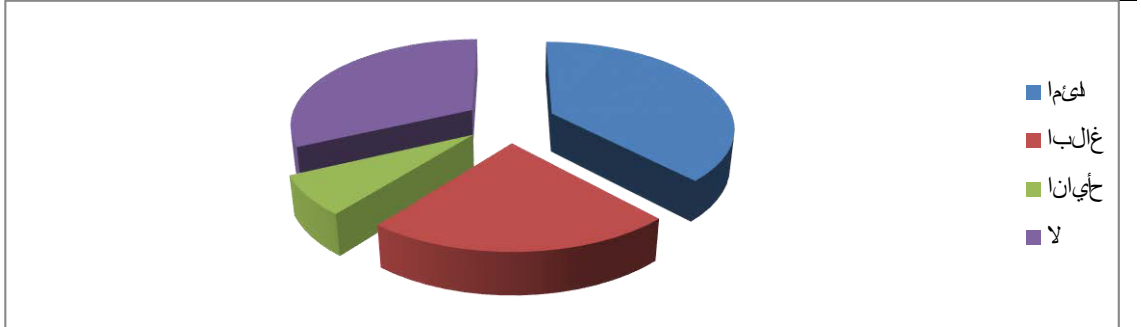
شكل رقم 04: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول وسائل الاعلام الرياضية التي تلجأ اليها أكثر لتلقي الأخبار التعليق: من خلال قراءتنا لنتائج الجدول نرى أن أغلب الجماهير الرياضية الجزائرية تنوع من مصادر المعلومات الرياضية لديها و لا تكتفي بمصدر واحد و هذا يدل على التنوع الثقافي الرياضي لدى الجماهير.

السؤال 05: هل يمكن أن تؤثر وسائل الاعلام في تكوين رأي أو تغيير وجهة نظر لديك؟

الغرض من السؤال: معرفة مدى تأثير الاعلام الرياضي على وجهات نظر الجمهور الرياضي الجزائري.

جدول رقم 05: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول ان كانت وسائل الاعلام في تكوين رأي أو تغيير وجهة نظرهم

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	114	48%
غالبا	68	22.67%
أحيانا	22	7.33%
لا	96	32%
المجموع	300	100%



شكل رقم 05: يمثل توزيع اجابات الجمهور حول ان كانت وسائل الاعلام في تكوين رأي أو تغيير وجهة نظرهم التعليق: من خلال قراءتنا لنتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 68% من العينة المدروسة عبرت بأن الاعلام الرياضي يؤثر على قرارات ووجهات نظرهم بدرجات متفاوتة وهذا حسب الحجة و الدليل المقدم ، بينما 32% منهم عبروا بأن قناعتهم الرياضية لا تتأثر بالاعلام الرياضي مهما كانت الأداة المقدمة.

مناقشة الفرضيات:

مناقشة الفرضية الجزئية الأولى: - الجمهور الرياضي الجزائري راض بمستوى الإعلام الرياضي المحلي.

من خلال نتائج الدراسة التي أجريناها النظرية و التطبيقية وجدنا ان الجمهور الرياضي الجزائري لاحظنا بأن الجماهير الرياضية الجزائرية غير راضية على مستوى الاعلام الرياضي السمي البصري و هذا يرجع أساسا الى غياب القنوات الرياضية المتخصصة، و اقتصر القنوات الموجودة سواء العمومية او الخاصة بتخصيص سويقات قليلة للرياضة، و انهم غالبا ما يجدون البديل في قنوات عربية متخصصة او أجنبية، أما الصحف الرياضية فقد قوبلت بنوع من الرضا خاصة مع توافر العديد من العناوين الرياضية و بلغات مختلفة و تهتم بالرياضة المحلية و الجنبية على حد سواء، و تقارع الصحف الأجنبية في تلقي الأخبار و حضور المحافل الدولية الكبرى ذات الاهتمام الواسع الجماهيري. و بالتالي فان الفرضية الجزئية الأولى محققة من جانب الاعلام المقروء فقط.

مناقشة الفرضية الجزئية الثانية: الجمهور الرياضي الجزائري يتأثر بالإعلام الرياضي المحلي والأجنبي

من خلال ما توصلنا إليه من نتائج وجدنا بأن ما ينشر من أخبار و تقارير رياضية و كشف للحقائق الخفية يؤثر على توجهات و آراء و قناعات أغلبية الجماهير الرياضية الجزائرية، و كمثل على ذلك نجاح الاعلام الرياضي الجزائري و المصري كل في تعبئة جانبه خلال مواجهة فريقنا الوطني و فريق مصر و كادت الأمور ان تصل الى ما لا يحمد عقباه، أيضا تغيير العديد من الجماهير حكمها على اللاعب البرتغالي لفريق ريال مدريد الاسباني كريستيانو رونالدو و التي كانت تصفه بالمغرور و المعادي للمسلمين و هذا بعدما تبرع بالخداء الذهبي لأطفال غزة و نشر العديد من وسائل الاعلام الرياضية المحلية و الأجنبية، و انتشار كم هائل من التعاليق في المواقع الاجتماعية، أيضا نفس اللاعب لما صرح بأنه يريد تعلم تعاليم الدين الاسلامي و تعلم سورة الفاتحة التي كان يردددها زميله ذو الوصول التركية الألماني مسعود أوزيل، و صرح بأنه يحتفظ بنسخة من المصحف الشريف في مكان خاص جدا في منزله يحتفظ فيه بأعلى الأشياء عنده، أيضا نقص شعبية فريق البرصا عند الجماهير الجزائرية والعربية بعد الزيارات المتكررة لهذا الفريق للكيان الصهيوني، و نشر بعض وسائل الاعلام بان اليهود ممولون سريون لهذا الفريق.

أيضا نجاح الاعلام الرياضي المحلي في تعبئة الجمهور لحضور مباريات المنتخب الوطني بعد ان كان قد فقد ثقته فيه في وقت من الأوقات نتيجة تراجع نتائجه.

و بالتالي فالفرضية الجزئية الثانية قد تحققت.

مناقشة الفرضية العامة: من خلال مناقشتنا للفرضيتين الجزئيتين الأولى و الثانية توصلنا الى تحقيق الفرضية العامة.

خاتمة:

لقد أصبح الاعلام ملازما للرياضة بل و شرطا اساسيا للنهوض و التعريف بها، و أصبح الحضور الاعلامي هو من يحدد نجاح التظاهرات الرياضية الكبرى و عاملا لجلب الجماهير للملاعب أو العكس، و أصبحت القنوات و الصحف و المواقع الرياضية تنافس بقية أنواع الاعلام الأخرى التي تحظى باهتمام الجماهير، و الاعلام الرياضي سلاح ذو حدين ينجح في تعبئة الجماهير الرياضية لدعم أو ترك تأييد أو معارضة الموقف الرياضي محل الاهتمام وسط الجماهير فهو غالبا ما ينجح في مخاطبة العواطف مباشرة، و عليه فعل الجمهور الرياضي ان يحاول تغليب العقل قدر ما امكن خاصة في المواقف الخطيرة و التي قد تؤدي الى عواقب لا يحمد عقباه، ايضا الابتعاد عن الاعلام المتعصب قدر الامكان فهو غالبا ما يؤدي الى حدوث الكوارث الرياضية.

الاقتراحات المستقبلية:**أولا بالنسبة للإعلاميين:**

نقل الأخبار من المصدر الموثوق لا غير.

تغليب العقل و الحكمة في المواضيع الحساسة و التي ينجم عنها عادة العنف و التعصب.

البعد عن التطرف في تناول المواضيع الرياضية.

انشاء قنوات رياضية متخصصة تلبي حاجات الجماهير.

ثانيا بالنسبة للجماهير الرياضية:

عدم التسرع في أخذ قرارات بناء على تصارح اعلامية غير موثوقة.

الاستغلال الايجابي للمعلومات المقدمة من طرف الاعلام الرياضي.

ثالثا بالنسبة للباحثين:

الاهتمام بدراسات حول الاعلام الرياضي اذ أننا لاحظنا من خلال بحثنا شح المراجع المختصة بالإعلام الرياضي، أيضا قلة الدراسات التي تناولت هذه المواضيع.

تنظيم دورات و ملتقيات موجهة للطلبة و الجمهور الرياضي لتوعيتهم بإيجابيات و سلبيات الاعلام الرياضي.

قائمة المراجع:

- أمين الخولي، مصادر المعرفة العلمية لطلبة طالبات جامعة حلوان، كلية التربية البدنية للبنين، الاسكندرية، انتاج علمي، مقدمة للمؤتمر العلمي الرابع، للدراسات و البحوث الرياضية، 1983.
- حسن محمد عبد الرحمن، الإعلام والاتصال، شركة رؤيا للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2006.
- صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، عمان، 2004.
- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الاعلام الرياضي ج1-، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ط1، 1998.
- محمد عبد الرحمان الحضيف، تأثير وسائل الاعلام- دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.