

## تكنولوجيا الاتصال الحديثة كإحدى أهم متطلبات الإعلام الرياضي المحترف

## دراسة ميدانية على القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري

جامعة المسيلة  
جامعة المسيلة

أ. منجي مخلوف  
أ. بوضاح النذير

## مقدمة :

يشهد عصرنا الحاضر انفجاراً معلوماتياً هائلاً ، وزاد من هذا الانفجار تقدم وسائل الاتصال الحديثة حيث شهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خلال السنوات الأخيرة تطورات متسارعة أدت إلى تغيير طبيعة حياة الإنسان من عدة نواحي شملت الجانب الاقتصادي والاجتماعي والثقافي حيث أصبحت التنمية الاقتصادية مرتبطة إلى حد كبير بمدى قدرة الدول على مسايرة هذه التحولات والتحكم فيها .

وقد سجل تاريخ وسائل الإعلام بظهور التكنولوجيا الحديثة مرحلة جديدة أحدثت تحولات في نظام البث و الإنتاج و الاستهلاك العالمي بوضع شبكات جديدة أو قنوات كالأنترنيت (التواصل الجماهيري الشبائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)<sup>(1)</sup> وأجهزة النقل الذكية وغيرها وأصبح العالم يعيش تحولات يصفها معظم الباحثين بالثورة الرقمية التي لها اثر في تحديد الطابع الاتصالي سواء في مجال العمل أو الترفيه ، فقد أصبح مستخدموا الانترنت على المستوى العالمي في تزايد مستمر والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال فالتقنيات التلفزيونية أمكن لها أن تبث برامجها عبر الهواتف النقالة ؛ وبذلك استطاع الإعلام أن يفرض واقعاً مختلفاً على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي ، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الانترنت، و من أخرى فالتطور التكنولوجي يعد مؤثراً قوياً في عملية الاتصال الجماهيري خاصة الوسائل المسموعة والمرئية، ونقلها من المحلية إلى العالمية، متغلباً على عامل الزمن والعوائق البيئية، فأصبحت تقدم مضامينها بأساليب متنوعة وبسرعة فائقة وبوضوح تام في أي مكان يتواجد فيه بشر، وحولت المتلقي من السلبية إلى التفاعلية، وأصبح يؤثر ويتحكم بعملية الاتصال. ويقول العالم الشهير "مارشال ماكولوهان" أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة هي إحدى الركائز الأساسية لحضارتنا الإنسانية المعاصرة. وإهمال استخدامها والاستفادة منها من إيجابياتها كفيلاً بأن يقذف بأي مجتمع إلي حضيض التخلف ، وفي نفس الوقت فإن هذه التكنولوجيا تستخدم من جانب البعض ؛ من أجل تشويه الحقائق والمعلومات وتزييف صورة الحياة ، وبث الأوهام أو المخاوف لتحقيق أهداف عقائدية أو سياسية أو اجتماعية لدولة ما أو لنظام سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي معين

وفي دراستنا هذه سنعمل على تسليط الضوء على واقع استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر ، وتشمل الدراسة ثلاث محاور أساسية تتعلق بالوسائل التكنولوجية الحديثة وكذا تعدد قنوات الاتصال وأخيرا البرامج والتطبيقات الحديثة . وكتنوير للدراسة سنضع بعض الاقتراحات التي يمكن أن تعمل على الاستفادة من تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في مجال الإعلام الرياضي بالجزائر .

## 1 الإشكالية :

سجلت العديد من الدول المتقدمة كدول أوربا تطوراً كبيراً في قطاع الاعلام والاتصال بفضل إتمام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، والتي ساهمت بشكل فعال في النقل السريع للمعلومة والتحكم فيها غير أنه وفي الجزائر وعلى الرغم من مرور أزيد من عشر سنوات عن تعميم استعمال هذه التكنولوجيا وعلى الرغم من الاستثمارات الكبيرة المسجلة في قطاع الاتصالات إلا أنها لم تساهم في تحقيق نقلة نوعية إعلامية بسبب تداخل عدة عوامل منها عدم استعداد المؤسسات لتقبل هذه التكنولوجيا، نقص الخبرة وكذا إحكام القوانين سيطرتها على قطاع الاتصالات .

ويشكل المناخ التشريعي الحالي معوقاً تجاه الانفتاح في هذا مجال الإعلام و الاتصال وقد عرفت الجزائر ومنذ 2004 ميلاد العديد من الشركات التي تقدم خدمات تكنولوجية تسهل عملية الاتصال ونقل المعلومة إلا أنها تبقى غير كافية بالنظر إلى متطلبات العصر من السرعة والجودة وتبقى القوانين المحففة هي السبب الرئيسي كونها لا تساعد على تطور استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولا تساهم في تحقيق نقلة نوعية إعلامية بسبب تداخل عدة عوامل منها عدم استعداد المؤسسات لتقبل هذه التكنولوجيا، نقص الخبرة وكذا إحكام القوانين سيطرتها على قطاع الاتصالات .

ورغم أن كل الظروف والعوامل متوفرة لخلق مجتمع معلوماتي وتسهيل كل وظائف المجتمع إلا أن الجزائر بقيت متأخرة في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة وهذا ينطبق على استخدام هذه التكنولوجيا في الإعلام الرياضي ، حيث وانه وبالرغم من تعدد القنوات المتخصصة في المجال الرياضي وتطورها وجود ما تقدمه للمشاهد انطلاقاً من استغلالها للتكنولوجيا الاتصال الحديثة إلا أن الإعلام الرياضي بالجزائر بقي مغلقاً على نفسه رغم توفر الكفاءات

(1) صرافلح وطمحم د البخاري العولم وبلهاد اللدمي الدوليم، دمشق، دارع الالين ، 5999 ص 1

البشرية تاركا بذلك الفراغ الذي شغلته قنوات أجنبية والتي أصبحت تتحكم بالمعلومة وهذا ما خلق المشكلة الأخيرة مع قناة الجزيرة الرياضية حول نقل مباراة الجزائر بوركينا فاسو في إطار تصفيات كأس العالم بالبرازيل .  
ومن خلال هذه المعطيات أردنا أن نجري دراسة حول مدى استخدام القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة من خلال التساؤل العام التالي :

- هل يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على تقنيات الاتصال الحديثة لبث برامجه ؟  
وعليه يمكن طرح التساؤلات الجزئية التالية :

1- هل يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على الوسائل الاتصال المادية الحديثة في سرعة وجودة نقله للمعلومة ؟

2- هل يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على تعدد قنوات الاتصال في نشره للمعلومة ؟

3- هل يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على البرامج والتطبيقات الالكترونية الحديثة للتفاعل مع المعلومة ؟

2- تحديد المفاهيم الأساسية التالية :

- التكنولوجيا ، الإعلام الرياضي ،

1-2 - الإعلام الرياضي :

أ- الإعلام لغة :

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي واصلك، وفي الحديث بلغوا عني ولو آية، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا فليبلغ الشاهد الغائب أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى إن الله بالغ أمره أي نافذ يبلغ أين أريد به.

وهو إيصال المعلومة وبيانها وتوضيحها والإخبار عنها كلها وهي تعبر وتدل عن مضمونها، ونجد أيضا أن الإعلام والبيان والإخبار كلها مسميات تصف وتلتصق بمعنى واحد وهو إيصال المعلومة وهذا يوضح مدى قدم الإعلام الذي أضحي يأخذ أشكال وأنواع حتى وصل إلي ما وصل إليه في واقعنا اليوم .

ب- اصطلاحا:

هو تزويد الجماهير بالمعلومات والأخبار والحقائق الصحيحة تزويدا موضوعيا، وذلك بتوفير العناصر الأساسية للعملية الإعلامية، وسائل الإعلام هي الوسائل الاتصالية سواء كانت مكتوبة، مسموعة أو مرئية التي تعمل على نقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور نقلا صحيا وموضوعيا قصد التوعية أو التثقيف أو الإعلام أو المعرفة أو غيرها من الأهداف التي تسعى لتحقيقها الوسيلة الإعلامية، وذلك حسب طبيعتها الاتصالية، ويعرفه " حامد زهران" بأنه: " عملية نشر وتوزيع معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة و معلومات دقيقة ووقائع محددة و أفكار منطقية و أداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام(1) "

ج - التعريف الإجرائي :

هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالجمال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الخاصة بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم بالجزائر وفي دراستنا هذه نقصد بالإعلام الرياضي المسموع والمرئي والمكتوب.

2-2- التكنولوجيا :

مفهوم تكنولوجيا يشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيات الحسابات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.(1)  
التعريف الإجرائي : هو مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري بقسم الرياضة بالتلفزيون الجزائري .

2-3- الاتصال :

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر ، بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء ، والأفكار ، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية(2)

(1) حسن أحمد بلقاسم، الإعلام في القرنين العشرين والحادي عشر، دار الفاعل للطباعة والنشر، بلال كنديري 2001، ص 11.

(1) معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، إسكندرية، 8008، ص 882.

(2) العززي، صلال حزيص الح ،، إخراج لصال ح فللال لتقو ريفتي ضو السم انك لتصل ي هل بكن لتقو رنت ج ام ع الام ام مح بدين س عودأل س لاهي، 2001 ص 20



- وكالات الإعلان والشركات التجارية التي تعمل في مجال التسويق والإعلان.

- إدارة التسويق والعلاقات العامة بالاتحادات الرياضية المصرية.

وقد قام الباحث باختيار عينة البحث بالطريقة الطبقيّة العشوائية والبالغ قوامها (75) فردا من مجتمع البحث.

ومن نتائج البحث :

- 1 أهداف الإعلان هي :

-خلق مبيعات بصورة مباشرة.

-زيادة عدد الأفراد الذين يترددون على بعض متاجر التجزئة مثل زيادة عدد الأفراد من الجماهير الذين يقبلون على شراء بعض المنتجات الخاصة بالمعلن في المجال الرياضي.

-خلق نوع من الارتباط بين عروض المنتجات التي تقدمها نفس الشركة المعلنة .

- 2 تصنيف الإعلان عن طريق :

-الجمهور المستهدف من الإعلان.

-المنطقة الجغرافية الموجه إليها الإعلان

-وسيلة الإعلان المستخدمة.

- 3 أسس بناء إستراتيجية الحملة الإعلانية في المجال الرياضي - :

- عنصر التكثيف ( التكرار ) .

-السيطرة.

-البساطة.

-التشابه.

-4 أساليب تخطيط الحملات الإعلانية - :

-أسلوب الخطة المستمرة

-أسلوب الخطة المجرأة.

-أسلوب الخطة المتكاملة

-5 أشكال الحملة الإعلانية :

-البداية القوية والتناقص التدريجي .

-البداية المحدودة والتزايد التدريجي .

-الخبرة التبادلية بالحيز المتساوي

- أطروحة دكتوراه غير منشورة ، عمرو فاطم بعنوان : دور وسائل الإعلام في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر ، جامعة الجزائر 3 ، معهد التربية البدنية والرياضية ، 2013 .

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام الجزائرية في تشجيع الاستثمار الرياضي في الجزائر ، و إلى أي مدى يمكن أن تعطي وسائل الإعلام الجزائرية مساحة في برامجها لأصحاب المؤسسات الاقتصادية في التعريف بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته ، وهل وسائل الإعلام الجزائرية تعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيه و الدور المنوط بها في استجابة أصحاب المؤسسات الاقتصادية للاستثمار في المجال الرياضي و معرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام في كشف المعوقات الإدارية و التشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي و الانعكاسات الايجابية للاستثمار الرياضي على المؤسسة الاقتصادية والنوادي الرياضية ومعرفة تعدد وسائل الإعلام وتخصصها والدور المهم في استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية ودراسة هذه الإشكالية استخدم المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة عشوائية حسب نوع الوسيلة الإعلامية من رؤساء الأقسام الرياضية، وعينة المؤسسات الاقتصادية فقد تم اختيار أربع مؤسسات اقتصادية. وأسفرت النتائج على أن وسائل الإعلام الجزائرية قليلا ما تعطي مساحة في تعريف أصحاب المؤسسات الاقتصادية بمفهوم وأهمية الاستثمار الرياضي وضرورته في برامجها، ولم تعطي الفرص المطلوبة لأصحاب المؤسسات الاقتصادية التعرف على النوادي الرياضية من أجل الاستثمار فيه بل حاولت نسبيا، ولم تساهم في كشف المعوقات الإدارية والتشريعية التي تؤثر على قرار أصحاب المؤسسات الاقتصادية في الاستثمار الرياضي. وفتح مجال القطاع سمعي بصري من خلال إنشاء وسائل الإعلام متعددة ومتخصصة لها القدرة على استقطاب أصحاب المؤسسات الاقتصادية.

وهو ما يعطينا صورة واضحة على إن دور وسائل الإعلام الجزائرية لا يزال ضعيفا في مجال التحفيز على الاستثمار الرياضي في الأندية الرياضية

- رسالة ماجستير ، شاكّر السيد فتح سعد ، وحدة مقترحة للإعلام الرياضي برعاية الشباب جامعة الإسكندرية ، كلية التربية الرياضية للبنات. قسم الإدارة الرياضية ، مصر ، 2013

يهدف البحث إلى وضع وحدة مقترحة للإعلام الرياضي برعاية الشباب وطبقت العينة على 130 فرد من العينة الأساسية البالغ عددها 153 فرد. وتوصل الباحث إلى أن نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الطلاب بالقواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة الرياضية والتواصل عبر الوسائل الإعلامية المختلفة مع كل من الجامعات المحلية والدولية وتشجيع الطلاب على الاشتراك في الأنشطة الرياضية باستخدام الوسائل الإعلامية المختلفة ، وجود كوادر إعلامية مؤهلة للعمل بوحدة الإعلام الرياضي ، وجود هيكل إداري مناسب للقيام بأعمال وحدة الإعلام الرياضي استخدام شبكة المعلومات الدولية في النشر والإعلان عن الأنشطة الرياضية ، عدم وجود تواصل بين الإدارة العامة لرعاية الشباب وبين الطلاب لعدم وجود حلقة تواصل بينهم ، برامج الإعلام الرياضي بالجامعة لا تلي احتياجات الطلاب .

- رسالة ماجستير ، موسى ، مروة محمد محمود ، بعنوان : خطة إعلامية مقترحة لنشر الثقافة الرياضية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بدولة الكويت ، جامعة الإسكندرية. كلية التربية الرياضية بنين. قسم الإدارة الرياضية والترويج ، مصر ، 2012

هدفت هذه الدراسة إلى وضع خطة إعلامية مقترحة لنشر الثقافة الرياضية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بدولة الكويت . وذلك من خلال التعرف على (دور وسائل الإعلام المختلفة في نشر الثقافة الرياضية بين طالبات المرحلة الابتدائية بدولة الكويت ، المعلومات الرياضية التي يجب أن تلم بها الطالبة في المرحلة الابتدائية ، أوجه القصور في وسائل الإعلام المستخدمة حالياً في النشاط الرياضي بالمرحلة الابتدائية بدولة الكويت)، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي ، وتم اختيار عينة من مدرسات وموجهات التربية البدنية ومديرات المدارس بمحافظة الجيزة و الفروانية بالطريقة العمدية وبلغ عددهم 300 فرد ، وتمثلت عينة الدراسة الاستطلاعية في 31 فرد من خارج عينة البحث الأساسية ، استنتجت الباحثة مجموعة من النتائج مكنتها من وضع خطة إعلامية لنشر الثقافة الرياضية بين طالبات المرحلة الابتدائية بدولة الكويت.

- رسالة ماجستير ، موسى وفاء محمود محمد بعنوان : خطة إعلامية للمشروعات القومية بالإدارة المركزية لبرامج التنمية الرياضية بالمجلس القومي للرياضة ، جامعة حلوان. كلية التربية الرياضية للبنات. قسم الإدارة الرياضية والترويج مصر 2012

يهدف البحث إلى:

1- التعرف على الواقع الإعلامي الرياضي للمشروعات القومية التي تنفذها الإدارة المركزية لبرامج التنمية الرياضية بالمجلس القومي للرياضة وذلك من خلال التعرف على:-

- إدراك ووعي أفراد المجتمع بالمشروعات القومية بالمجلس القومي للرياضة.

- الواقع الإعلامي من خطط وبرامج للمشروعات القومية بالمجلس القومي للرياضة.

- وسائل الإعلام ودورها في نشر المشروعات القومية بالمجلس القومي للرياضة.

2- وضع خطة مقترحة لتعظيم دور الإعلام الرياضي في الدعوة للمشاركة في المشروعات القومية وذلك بالتنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة.

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية الطبقيّة من مجتمع البحث وتمثل في : الفئة الأولى : المسؤولين البالغ

عددهم (402) و الفئة الثانية : المستفيدين البالغ عددهم (1624)

وتوصلت الباحثة إلى :

- أكد المستفيدين على سهولة إجراءات الاشتراك بالمشروعات القومية وكذلك الاشتراك بها بالجان كما أكدوا أيضاً على الاستفادة الإيجابية من خلال مشاركتهم في المشروعات القومية من النواحي البدنية والعقلية والنفسية.

- يقوم بالإشراف والتدريب على المشروعات القومية كوادر متخصصة ولديهم الخبرة في مجال العمل.

- لم تحقق المشروعات القومية أهدافها في الأعداد المستهدفة أو الاستمرارية في التردد

4- أهداف البحث ومبرراته :

يكتسي موضوع تكنولوجيا الإعلام الرياضي أهمية بالغة في التحكم بالمعلومة ، ولذلك فإننا ومن خلال هذه الدراسة نسعى إلى اقتراح أهمية التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام الرياضي المحترف ، وعليه فقد سطرنا بعض الأهداف لهذه الدراسة ومنها :

- تسليط الضوء على واقع استخدامات تكنولوجيا الإعلام الرياضي بالجزائر .

- معرفة آراء صحفيي القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري تجاه أهمية تكنولوجيا الإعلام الرياضي .

- معرفة مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام الرياضي بقسم الرياضة بالتلفزيون الجزائري .

وكلخص للأهداف السابقة فإننا نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الإضافة في المجال العلمي و إلى تزويد القارئ بمادة علمية بسيطة قد تساعده في ميدان البحث العلمي .

## 6 - فرضيات البحث :

## أ- الفرضية العامة :

- يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على تقنيات التكنولوجيا الحديثة في بثه لبرامجه .

## ب- الفرضيات الجزئية :

- 1- يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على الوسائل المادية الحديثة في سرعة وجوده نقله للمعلومة .
- 2- يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على تعدد قنوات الاتصال لنشر المعلومة .
- 3- يعتمد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على البرامج والتطبيقات الالكترونية الحديثة للتفاعل مع المعلومة.

## - الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية بمثابة الخطوة الأولى في أي دراسة ميدانية بقصد الإلمام بموضوع البحث ، حتى تتمكن من معرفة مختلف الجوانب المراد دراستها ، وتهدف الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها إلى الإلمام والإحاطة بمختلف جوانب المشكلة المعالجة في بحثنا هذا ، وذلك بالتعرف على :  
القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري من خلال عدد العاملين بالقسم والحجم الساعي الذي يبث من القسم، عدد البرامج ونوعها ، النقل المباشر والحصص المسجلة .....

## معرفة المنهج والأداة المناسبة لهذه الدراسة

ولأجل الحصول على هذه المعلومات فقد قمنا بالاتصال بالصحفي والذي زدنا بمجموعة من المعلومات .

## نتائج الدراسة الاستطلاعية :

بعد الاتصال بأحد صحفيي القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري والذي أعطانا أميلات بعض الصحفيين والصفحة الخاصة به على شبكة التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك ) وكان عدد الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري 50 صحفي عامل يشرف عليه رئيس قسم ورئيس تحرير

## 2-1 مجالات الدراسة :

## 1-2-1. المجال المكاني :

شملت الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري .

1-2-2. المجال الزمني : بدأت دراستنا لهذا الموضوع ابتداء من شهر فيفري 2013 ، والى غاية ماي 2013 .

## الشروط العلمية للأداة :

هناك شروط معيارية يجب مراعاتها خلال انجاز الدراسات وفقا للأسس العلمية الصحيحة والمتمثلة في :

## 1-3-1. معامل الصدق :

تعتبر درجة الصدق هي العامل الأكثر أهمية بالنسبة للمقاييس والاختبارات وهو يتعلق أساسا بنتائج الاختبار (1) ، كما يشير "تايلر" أن الصدق يعتبر أهم معيار يجب توفره في الاختبار (2).

وقد تم التحقق من درجة صدق الأداة من خلال .

## \*- الصدق الظاهري لأداة الدراسة :

تكون الأداة صادقة إذا كان مظهرها يدل على أنها تقيس لما وضعت لقياسه ، حيث وأنه بعد إعدادنا لاستشارة الاستبيان وإرفاقها بالفرضيات والإشكالية قمنا بعرضها على ثلاث صحفيين يعملون بالإذاعة الجزائرية بالمسيلة والذين يدرسون بفرع الإعلام الرياضي بمعهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة ، وذلك قصد إبداء آرائهم حيالها وفق النقاط التالية :

مدى مناسبة وشمولية متغيرات البيانات الأولية .

مدى أهمية ووضوح الصياغة اللغوية للعبارة .

مدى اتناء كل عبارة لمحورها ، ومدى قياسها لما وضعت لأجله .

مدى ملائمة ودقة تسمية كل محور ، وتدرجات مقياسه .

(1) محمد حسن علاوي ، محمّن صرّلفين رضوان لقلّيس فيّالبيّة لالبيضيّة لولم الفللرياضي ، دارالكلّي عرّبي ، ط1 لقا ارة ، صر ، 5991 لصفحة 125 .

(2) محمد صبحي لقلّيس لولبيضيّة لالبيضيّة ، دارالقلّال عرّبي ، ط1 لقا ارة ، صر ، 5991 ، ص 511 ص 529 ص 202 .

وعلى ضوء ما أبداه الأساتذة المحكمين ، قام الباحث بالتعديلات التي كانت مجمع رأي الأساتذة المحكمين بنسبة 85% من المحكمين ، وقد تركزت معظم هذه التعديلات حول بعض مصطلحات الإعلام وكذا حذف بعض العبارات التي لا تنتمي للمحور وتفشل في قياس ما وضعت لأجله .

**1-3-2 . معامل الثبات :** الثبات يمثل أهمية كبيرة في عملية بناء وتقنين الاختبارات ، وهو يعني أن يكون الاختبار على درجة عالية من الدقة والإتقان فيما وضع لقياسه وتعتبر درجة الثبات عالية كلما اقتربت القيمة الصحيحة إلى الواحد .

ووفقا لمتطلبات الدراسة فقد تم استعمال طريقة ( ألفا كرونباخ - alpha cronbach ) للتأكد من الثبات .

**\*- جدول رقم ( 01 )** يبين درجة الثبات لأداة الدراسة :

عدد العبارات	معامل الثبات
27	0.81

- من الجدول نجد أن درجة الثبات عالية وهي أعلى من (0.05) وهي القيمة الدنيا المقبولة وهي تقترب من القيمة واحد وهذه القيمة مؤشرا على صلاحية أداة الدراسة للتطبيق بغرض تحقيق أهدافها من خلال الإجابة عن أسئلتها ، مما يؤكد ثبات النتائج التي يمكن الحصول عليها عند تطبيقها

**1-4 . عينة الدراسة وكيفية اختيارها :**

اعتمدنا في دراستنا هذه على عينة تخص (الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري ) : وقد استطعنا الحصول على 7 ايميلات و 10 عناوين لصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بالصحفيين العاملين بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري ، وبذلك تكون العينة قصدية شملت 17 فرد من أصل 50 فرد ممثلة للمجتمع البحث حيث تم إرسال استمارة الكترونية مع مراعاة سرية رابط الاستمارة إلى هذه الايميلات وصفحات التواصل الاجتماعي وكان عدد الاستبيانات المجاب عنها 14 استمارة ، من أصل 17 بنسبة تقدر ب: (28%) ، وهي صالحة للتحليل الإحصائي

**المنهج المستخدم :**

إن طبيعة الموضوع تتطلب منا جمع معلومات وبيانات أكبر وبالتالي فإن المنهج المناسب هو المنهج الوصفي باعتبار أنه من أنسب المناهج البحثية لتحقيق أهداف هذه الدراسة

### 1-1. أدوات الدراسة :

**1-2- استمارة استبيان الكترونية :** موجهة إلى الصحفيين العاملين بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري.

وفي هذه الاستمارة تم توجيه مجموعة من الأسئلة تمحورت حول الأبعاد التالية :

المحور الأول : أسئلة تتعلق بالوسائل الإعلامية المادية الحديثة.

المحور الثاني : أسئلة تتعلق بالبرامج والتطبيقات الحديثة.

المحور الثالث : أسئلة تتعلق بتعدد قنوات الاتصال.

### 3- الأساليب المستعملة في المعالجة الإحصائية :

تمت معالجة البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية ( spss ) نسخة 17 حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية التالية :

التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص مجتمع الدراسة ، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور وأبعاد الدراسة التي تضمنتها الأداة

معامل الثبات ( ألفا كرونباخ - alpha cronbach ) للوقوف على مدى ثبات الأداة .

اختبار " ك2 " للمطابقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة .

### 3- تحليل و مناقشة النتائج في ظل محاور الدراسة :

**المحور الأول : الوسائل الإعلامية المادية الحديثة :**

**جدول رقم 03:** يوضح آراء أفراد العينة للمحور الأول .

العبارة	الاستجابة	التكرارات	النسبة	الدلالة	ك2
01	- نعم	00	00%	,285	1,143a
	- لا	09	64.3%		
	- نوعا ما	05	35.7%		

/	/	000%	00	- نعم	02
		100%0	14	- لا	
		000%	00	- نوعا ما	
3,571b	,168	21.4%0	03	- نعم	03
		21.4%0	03	- لا	
		57.1%0	08	- نوعا ما	
2,714b	,257	35.7%0	05	- نعم	04
		14.3%0	02	- لا	
		50.0%0	07	- نوعا ما	
2,714b	,257	50.0%0	07	- نعم	05
		14.3%0	02	- لا	
		35.7%0	05	- نوعا ما	
13,000b	,002	7.1%0	01	- نعم	06
		78.6%0	11	- لا	
		14.3%0	02	- نوعا ما	
3,571b	,168	21.4%0	03	- نعم	07
		21.4%0	03	- لا	
		57.1%0	08	- نوعا ما	
1,857b	,395	28.6%0	04	- نعم	08
		21.4%0	03	- لا	
		50.0%0	07	- نوعا ما	
1,857b	,395	50.0%0	07	- نعم	09
		21.4%0	03	- لا	
		28.6%0	04	- نوعا ما	
6,143b	,046	21.4%0	03	- نعم	10
		14.3%0	02	- لا	
		64.3%0	09	- نوعا ما	

النسبة العامة للدلالة : 423,

القيمة العامة كا : 6,000a

الاستنتاج :

من خلال الجدول رقم (02) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث ذات النسبة العامة للدلالة والتي قدرت بـ 423، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى ( $\alpha = 0.05$ )، وهذا يعني اختلاف الآراء وتقارب النسب لاختلاف أفراد العينة



تجاه هذا المحور والذي يخص اعتماد القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري على الوسائل الإعلامية المادية الحديثة في نقله للمعلومة ، وهذا يدل على أن أفراد العينة ليس لهم قناعة تامة بأن القسم الرياضي يعتمد على الوسائل المادية الحديثة في نقله للمعلومة سواء من مصادر المعلومة أو نقلها للجمهور بعد المعالجة التقنية ، حيث تلعب الوسائل المادية الحديثة دورا هاما في نقل المعلومة وهذا ما أدركته مؤسسات الإعلام الكبرى المسيطرة على الساحة الإعلامية العربية والدولية ، وبخاصة في الجانب الرياضي حيث أن وسائل الإعلام الحديثة توفر الوقت والسرعة وهذا ما يتيح لهذه المؤسسات السبق الصحفي للمعلومة واحتكارها وتتيح لها أيضا احتلال أكبر شريحة من الجمهور الذي يبحث دائما عن الجودة في عرض المعلومة .

ومن خلال هذه المعطيات يمكن القول بأن القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري يبقى بعيدا عن تطلعات الجمهور الرياضي الجزائري ، الذي يجد عروض أخرى من وسائل إعلام متعددة توفر له متعة المشاهدة بأحدث التقنيات من الصورة والصوت إلى المونتاج والإخراج وعليه يجب على القسم الرياضي الجزائري أن يفتح على المجال التكنولوجي من خلال استغلاله للوسائل الإعلامية المادية الحديثة .

### المحور الثاني: تعدد قنوات الاتصال :

جدول رقم 03 يوضح آراء أفراد العينة للمحور الثاني .

العبارة	الاستجابة	رؤساء المؤسسات	النسبة	الدلالة	ك2
11	- نعم	02	14.3%	.135	4,000b
	- لا	04	28.6%		
	- نوعا ما	08	57.1%		
12	- نعم	07	50.0%	.395	1,857b
	- لا	04	28.6%		
	- نوعا ما	03	21.4%		
13	- نعم	01	7.1%	.071	5,286b
	- لا	05	35.7%		
	- نوعا ما	08	57.1%		
14	- نعم	00	0%	.008	7,143a
	- لا	12	85.7%		
	- نوعا ما	02	14.3%		
15	- نعم	00	0%	/	/
	- لا	14	100%		
	- نوعا ما	00	0%		
16	- نعم	00	0%	.001	10,286a
	- لا	13	92.9%		
	- نوعا ما	01	7.1%		
17	- نعم	2	14.3%	.002	13,000b
	- لا	01	7.1%		
	- نوعا ما	11	78.6%		
18	- نعم	03	21.4%		

6,143b	.046	14.3%	02	- لا	19
		64.3%	09	- نوعا ما	
3,571b	.168	21.4%	03	- نعم	
		21.4%	03	- لا	
		57.1%	08	- نوعا ما	

النسبة العامة للدلالة : 043,

القيمة العامة كا : 4,857b

الاستنتاج :

من خلال الجدول رقم ( 03 ) والذي يحتوي على النتائج المثلة لعبارات المحور الثاني نجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (  $\alpha = 0.05$  ) ، لصالح الإجابة ب نوعا ما مما يعني أن أفراد العينة ، يرون أن القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري لا يعتمد تماما على تعدد قنوات الاتصال الحديثة في نشره للمعلومة ، حيث نجد أن تعدد قنوات الاتصال الحديثة يتيح للمؤسسات الإعلامية الوصول إلى الجمهور بطرق متعددة معتمدة في ذلك على التكنولوجيا الحديثة حيث تتيح شبكة الأنترنت عدة اختيارات لنشر المعلومة بمختلف تطبيقاتها وكذا التحديث المستمر للمعلومة وسهولة الوصول لها مع امكانية تخزين المعلومة كأرشيف . ونجد أيضا ان انتشار الهواتف الذكية يسمح باستغلاله كقناة للوصول للجمهور من خلال الاشتراكات في تطبيقات مختلفة للتواصل واستقبال المعلومة وإرسالها على شكل تعليقات وصور وفيديوهات وبرامج تصويت ومن هذه المعطيات نستخلص أن القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري لا يعتمد تماما على تعدد قنوات الاتصال الحديثة في نشره للمعلومة وهذا يعني أن صحة الفرضية الثانية غير مؤكدة تماما .

المحور الثالث : البرامج والتطبيقات الحديثة .

جدول رقم 05 يوضح آراء أفراد العينة للمحور الثالث .

العبارة	الاستجابة	رؤساء النوادي	النسبة	الدلالة	كا
20	- نعم	04	28.6%	.030	7,000b
	- لا	01	7.1%		
	- نوعا ما	09	64.3%		
21	- نعم	01	7.1%	.002	13,000b
	- لا	11	78.6%		
	- نوعا ما	02	14.3%		
22	- نعم	01	7.1%	.008	9,571b
	- لا	10	71.4%		
	- نوعا ما	03	21.4%		
23	- نعم	00	0%	.001	10,286a
	- لا	13	92.9%		
	- نوعا ما	01	7.1%		
24	- نعم	00	0%		

7,143a	,008	85.7%	12	- لا	25
		14.3%	02	- نوعا ما	
4,000b	,135	14.3%	02	- نعم	26
		28.6%	04	- لا	
		57.1%	08	- نوعا ما	
10,286a	,001	00%	00	- نعم	27
		92.9%	13	- لا	
		7.1%	01	- نوعا ما	
5,286b	,071	57.1%	08	- نعم	27
		7.1%	01	- لا	
		35.7%	05	- نوعا ما	

النسبة العامة للدلالة : 023,

القيمة العامة 2ك : 6,000a

#### الاستنتاج :

من خلال الجدول رقم ( 04 ) والذي يحتوي على النتائج الممثلة لعبارات المحور الثالث نجد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند حدود مستوى (  $\alpha = 0.05$  ) ، لصالح الإجابة بـ لا مما يعني أن أفراد العينة يرون أن القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري لا يعتمد على البرامج والتطبيقات الحديثة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، حيث أن هذه البرامج والتطبيقات تضمن تفاعل الجمهور مع المعلومة وتعتبر أيضا بمثابة تغذية عكسية لتقييم تأثير المعلومة على الجمهور وهذا ما يسمح بتغيير سياسات العمل وفق تطلعات الجمهور وتظهر هذه البرامج والتطبيقات من خلال شريط الرسائل النصية على شاشة القناة وكذا برامج التصويت على القناة أو موقع الإنترنت الخاص بالقناة والتعليقات على شبكات التواصل الاجتماعي وموقع القناة على اليوتيوب بالإضافة إلى إمكانية مشاركة الفيديوهات والصور لأهم الأحداث من خلال إرسالها للقناة وهذا يمكن الجمهور من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار وتحليلاتها على شبكة الإنترنت وتحقيق رؤية متوازنة وموضوعية وحيادية

وعليه يجب على القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري أن يعمل على استغلال مختلف البرامج والتطبيقات التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة لضمان تفاعل الجمهور الجزائري مع المعلومة الرياضية ، ومن هذه المعطيات نجد وهو ما ينفي صحة الفرضية الثالثة.

#### خلاصة عامة :

أصبح قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يشكل مقصد اهتمام كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية حيث يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على التحكم بالمعلومة ، وصناعة الرأي في جميع المجالات السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وقد أدى تطور تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية الجديدة والتنامي العالمي للعرض الفضائي إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية في ما يتعلق بالبحث والانتاج والتقاط البرامج والافلام " ولم يعد المجال الفضائي مجرد سماء صافية بل مجالاً للمنافسة التجارية والسياسية أبطل فاعلية استراتيجيات بعض الحكومات لضبط مجالها الوطني ، وكان هذا بداية لظهور فضائيات عربية نافست الحضور الاعلامي الأجنبي وأوجدت فضاء عربياً مؤثراً في اتجاهات الرأي العام العربي " فالتكنولوجيا الحديثة اليوم غيرت بسرعة من طريقة استقبالنا لوسائل الاتصال وأتاحت لنا بدائل متنوعة أشبعت رغباتنا ولبت مطالبنا ، وقد زادت من المعلومات المتاحة لنا حتى نقلتنا من مرحلة الحصول على المعلومات إلى كيفية استخدام تلك المعلومات الهائلة .

وقد سعينا في دراستنا هذه إلى إبراز أهمية اعتماد تكنولوجيا الاتصال في التحكم بالمعلومة من خلال إجراء دراسة ميدانية بالقسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري والتي أسفرت عن النتائج التالية :

- بالنسبة للوسائل التكنولوجية الحديثة فإن أفراد العينة مختلفوا الآراء حول اعتماد القسم الرياضي بالتلفزيون على هذه الوسائل في سرعة نقله للمعلومة الرياضية .