

1-1 □□□□□□ □□□□□□ :

الاعلام او الاخبار فه و ليس بالشئ الجديد، فه و مصطلح قديم قدم الشعوب وتتطور بتطور البشرية لينتقل من مرحلة المنادة ونفخ الابواق واشعال النيران الي الاعلام الجماهيري والحديث المتطور بتطور التكنولوجيا ووسائلها من اجهزة حديثة وانترنت وغيرها من اشياء، والاعلام في اللغة يعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقالها واحيانا يطلق عليه الاسماء التي تعنى ابراز الاخبار وتفسيرها، اما الاعلام في الاصطلاح فيعرفه زيدان عبد الباقي بانه تزويد الجماهير باكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة . (الاعلام الرياضي، الجزء الاول، أ.د. خير الدين علي عويس وم.م. عطا حسن عبد الرحيم 1998م ص 19) فالاعلام متعدد المجالات ومتنوع فمنه السياسي، والاقتصادي وايضا الاعلام الرياضي الذي اصبح اهم انواع الاعلام من حيث المتابعة الجماهيرية والتغطية، لذلك فهو مجال حيوي ومؤثر جدا، اذا يقوم بتغطية الفعاليات الرياضية المختلفة في شتى المجالات ويهتم باخبار منسوبيه من لاعبين وادارين وحكام ومتابعين . لذلك فهو عمل له متطلباته الخاصة وشروطه وقواعده التي يجب ان تنطبق من جميع افراد العملية الاعلامية الرياضية، والذين لابد ان يكونو علي علم ودراية كافية بالقوانين الاحكام التي تحكم اللعبة المعنية ومعرفة الجوانب الفنية للالعاب المختلفة، فمن يعملون في هذا المجال يجب ان يكونو علي الاقل ممن مارس الرياضة او تخصص فيها تخصص اكاديمي .

2-1- الإعلام الرياضي -:

ليس هناك من احد يغفل دور الاعلامي الرياضي في العملية الاعلامية: فهو الشخص الذي يقوم بجمع الاخبار، وتحليلها، وعرضها، من اجل تكوين رأي عام حول واقعة او حادثة معينة في المجال الرياضي، اذا فالعملية الاعلامية تتركز عليه لذلك فلا بد من شخص ينقل الاخبار والمعلومات بمنتهي الشفافية والحياد دون التعرض للقتل او التجريح، ومن خلال متابعة الباحث للاعلاميين الذين يعملون في مجال الرياضة حالياً، ومن واقع تخصصه في الاعلام الرياضي فقد لاحظ بان ما يتم نشره في الاعلام عبارة عن اخبار ومعلومات يتم جمعها فقط لسد فراغ او لخدمة جهة بعينها او فريق بعينه ومن خلال ما يتم تقديمه من معلومات وار قام وحقائق تبين بان من هم في مجال الاعلام الرياضي سواء في الاذاعة، او التلفزيون، او الصحافة هم جميعا من منتسبي الاعلام العام او التخصصات الاخرى فهم يعملون فقط بالخبرة والهواية مما اسهم في تشكيل رأي عام رياضي مبني علي التعصب والميول، وخلق متابع يلم فقط بكرة القدم. وتأسيساً علي ذلك يري الباحث بان واقع الاعلاميين في مجال الرياضة الان اغفل الدور الذي يوديه في مجال تثقيف الجمهور الرياضي، وكذلك الالعاب الرياضية الاخرى بعكس كرة القدم عكس ما هو ممكن اذا كان هؤلاء الاعلاميين متخصصين في مجال الرياضة .

3-1 الأعلام الرياضية :-

- تتناول هذه الدراسة الحديث عن الاعلامي الرياضي من الناحية التخصصية.
- تخدم هذه الدراسة الرياضة في عدة جوانب ابرزها عكس سلبيات وايجابيات الاعلامي الرياضي .
- تفتح هذه الدراسة الباب امام الاعلامي المتخصص في مجاله لتسلم زمام الامور.
- قد تثيره ذا الدراسة الاهتمام بالاعلام الرياضي من قبل المؤسسات الرياضية في الدولة.
- تركز هذه الدراسة علي الجانب الاكاديمي تحديدا.
- لا تقتصر هذه الدراسة علي تحليل واقع الاعلاميين الرياضيين في مجال كرة القدم فقط بل في جميع المناشط الأخرى .

6-1 المصطلحات الأساسية :-

- المجال المكاني: اقتصرت الدراسة علي الاعلاميين الرياضيين في الوسائل الاعلامية.
- المجال الزمني لاجراء الدراسة 2015،2014اختار الباحث الصحفيين الرياضيين الذين ظهرو في الفترة ما بين 2003م والي العام 2013م، وهي السنوات الاقرب زمنياً وذلك من خلال توفر المعلومات المناسبة المتعلقة بالدراسة .
- المجال البشري :الاعلاميين في الوسط الرياضي.

1-7 المصطلحات الأساسية :-

- الاعلام الرياضي (الاعلام الرياضي هو عبارة عن نقل الاخبار والمعلومات الرياضية عبر وسائل معينة ب قية تشكيل الراي العام الرياضي)((تعريف اجرائي).
- الاعلامي الرياضي (هو الشخص المذوط به اداء المهام الرئيسية في العملية الاعلامية الرياضية من جمع الاخبار وتحليلها وعرضها الي ان يتم تشكيل الراي العام الرياضي) (تعريف اجرائي).
- وسائل الاعلام (هي الوسائل السمعية او البصرية او الم قروءة والتي يتم تقديم المواد الاعلامية من خلالها) (تعريف اجرائي).

2/ الأداة المستخدمة :-

يتكون مجتمع الدراسة من الآتي :
1/ المعنيون بحكم مسؤوليتهم الوظيفية .
الاعلاميين الرياضيين في الوسائل الاعلامية المختلفة .

2/ الأداة المستخدمة :-

المتخصصين في الاعلام الرياضي وهم طلبة جامعة السودان قسم
الاعلام الرياضي.

الطريقة المستخدمة :-

اختار الباحث عينة عشوائية من الاعلاميين في الوسائل الاعلامية المختلفة .

البرنامج المستخدم :-

استخدم الباحث الاستبانة كأداة جمع البيانات .
المعالجات الاحصائية استخدمها الباحث المعالجات الاحصائية المناسبة من
البرنامج الاحصائي (SPSS) .

المقدمة
المقدمة

2-1-1 المقدمة : المقدمة

1-1-2 المقدمة :

ان كلمة اعلام إنما تعني أساسا الاخبار وتقديم المعلومات ، ويتضح أن عملية الاخبار ، هي وجود رسالة اعلامية تتكون من (أخبار- معلومات- أفكار- آراء) .

تنتقل في اتجاه واحد من مرسل الي مستقبل ،اي حديث من طرف واحد،واذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والاخبار والافكار والآراء فهو في نفس الوقت يشمل اشارات او اصوات وكل ما يمكن تليقه او اخترانه من اجل استرجاعه مرة اخري عند الحاجة ، وبذلك فان الاعلام يعني تقديم الافكار والآراء والتوجهات المختلفة الي جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقاً، أن تعلم جماهير مستقبلية الرسالة الاعلامية كافة الدقائق ومن كافة جوانبها ، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء او افكار يفترض انها صائبة و يتحركون ويتصرفون علي اساسها من اجل تحقيق التقدم والنمو الخير لانفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه . كما يعني المصطلح تقديم الاخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس والدقائق التي تساعدهم علي ادراك ما يجري حولهم

علي التنوير والتثقيف ونشر الاخبار والمعلومات الصادقة التي التي تنساب الي ع قول الناس ، وترفع من مستواهم ، وتنشر تعاونهم من اجل المصلحة العامة ، وحيث يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب ان يكون .
 فالاعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية ، خلال أدوات ووسائل الاعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية ، ذات الشخصية الاعتبارية ، بقصد التأثير ، سواء عبر موضوعا او لم يعبر ، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير او لغرائزها (الاعلام الرياضي د- ياسين فضل ياسين، ص- (21

3-1-2- : -

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 وبدون تحريف من خلال وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية بما يؤدي الى خلق اكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعى والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقى للمادة الاعلامية بكفاءه الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة من هذه القضايا والموضوعات بما يسهم في تكوين الراى العام الرياضي وتكوين الراى الصائب لدى الجمهور فى الوقائع والمشكلات والموضوعات الرياضية المثارة والمطروحة .
 فالاعلام الرياضي هو ونشاطه اهدف 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 فى تكوين الرأى الصائب تجاه الوقائع والقضايا والمشكلات الرياضية بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير المعنوية والمهتمة بالرياضة او المتخصصة واتجاهاتهم وميولهم .

وهذا يعنى ان رجل الاعلام الرياضى لابد وان يتوخى الصدق والموضوعية فيما يكتب او يقول او يتسم بالحيدة والتجرد من الذاتية حتى يعبر بصدق الجمهور الرياضى الذى يتجه اليه بامانة وموضوعية فهو يدقق ذلك عن طريق استخدام الارقام والادلة والبيانات الموثقة .

ونلاحظ ان تاثير الاعلام اكثر من تاثير الحروب فالحروب الان حروب اعلامية . فلا توجد وسيلة اعلام تلغى التى قبلها .

ويشير كل من خير الدين عويس وعطا عبد الرحيم الى ان الاعلام الرياضى هو تلك العملية التى تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والقائى المرتبطة بالرياضة وتفسد القواعد والقوانين المنظمة للالعاب وواجهه النشاط الرياضى ، وذلك بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية الوعى الرياضى ، وانه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير فى النمو السلوكى والقيمى لجمهوره .

ويرى محمد الحماحمى ان الاعلام فى المجال الرياضى يعد تلك المنظومة التى تهتم بنشر الاخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة به ذا المجال الرياضى ، وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التى تنظم الالعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية ، والتى تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضة ، وذلك من خلال وسائل الاتصال او الاعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة به ذا المجال لى المواطنين ، وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة اوجه النشاط البدنية والحركية ، وتوجيههم نحو استثمار اوقات فراغهم فى متابعة الاحداث الرياضية .

ونظرا لاهمية الدور الذى يؤديه الاعلام فى هذا المجال التربوى فان الميثاق الدولى للتربية البدنية والرياضة قد اكد فى مادته الثامنة على اهمية ادراك العاملين بمجال وسائل الاعلام الجماهيرية لمسئولياتهم التربوية نحو الاهمية الاجتماعية والانسانية للتربية البدنية والرياضة مع التاكيد على التعاون مع التربويين فى هذا المجال فى تقديم اعلام يتميز مضمونه بالموضوعية ومدعما بالوثائق المرتبطة بمادته الاعلامية (منتدى الادارة والتسويق الرياضى، منتدى الدكتور محمد عبد العظيم، الاعلام الرياضى).

4-1-2 المراسلة الإلكترونية

1- المراسلة الإلكترونية هي:

- 1- المرسل.
- 2- المستقبل.
- 3- الأداة أو الوسيلة.
- 4- الرسالة (المضمون).
- 1- المراسلة:

هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب... الخ.

2-: ــــــــــــــــــــــــــــــــ

هو من توجه اليه الرسالة الاعلامية سواء كان فرداً أو جماعة .

3-: ــــــــــــــــــــــــــــــــ

هي ما تؤدي به الرسالة الاعلامية سواء كانت صحيفة او اذاعة او تلفزيون ..الخ.

4-: ــــــــــــــــــــــــــــــــ

هي ما تحمله وسيلة الاعلام الرياضية لتبلغه أو توصيله الي المست قبل ويعتمد الاعلام الرياضي في بلوغ أهدافه علي الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده علي الحقائق والارقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبة لمست توي المست قبلين من الجمهور ومن حيث اعمارهم وحاجاتهم ، ويتم نقد الاعلام الرياضي وتقويمه ايجاباً أو سلباً في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي أن تدرقت تجعل تأثيرهم في الناس أكبر وتحوز علي ثقتهم وتفاعلهم معها ، وول عناصر الاعلام هذه بنيت نظرية الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الاعلام الرياضي.(الاعلام الرياضي ياسين فضل ياسين ، ص-46،47).

5-12: ــــــــــــــــــــــــــــــــ

لا شك أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً حيويًا في تقدم الشعوب أو انحطاطها، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضياً بمدى ما تقدمه من إعلام رياضي راق ومتحضر في مختلف وسائله المتعددة. فأصل كلمة إعلام تعني الإخبار وتقديم معلومات في المقام الأول. وهنا نحن بصدد تعريف مصطلح "الإعلام الرياضي" الذي يعني "تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية

تبرز أهمية الاعلام الرياضي في تأثيرها علي كل من الجمهور والعاملين في الدقل الرياضي حيث ان وسائل الاعلام وخصوصاً الرياضية منها أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الاحداث والاطار الرياضية في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك الي انتشار وسائل الاعلام من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية اخرى، حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون والمحطات الفضائية والانترنت والصحف والمجلات باختلاف انواعها واتجاهاتها مما ادي الي سرعة انتقال المعلومات .

ان للاعلام الرياضي دوراً متمشياً في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره علي نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك اخذت الحكومات علي اختلاف سياساتها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الاذاعية والتلفزيونية وتوجهها نحو تحقيق اهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

واستخدامها ايضاً للوصول الي اهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتي المجالات وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الاعلام الرياضي وضرورة احاطة الافراد بالمجتمع علمياً بكل ما يدور من احداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لافراد المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والاطار .

من هنا تتضح أهمية الاعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالاضافة الي زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الاخرى سواء اقتصادية او اجتماعية او سياسية وعدم قدرة الفرد علي ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد امراً صعباً فاقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والاقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات والانترنت .

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الاعلام الرياضي في التغلب علي هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة علي استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه .

والإنسان في نظر رجال الإعلام نفس إعلامية تتغذي بالخبر وتنمو بالفكر وتتعاقي باللحن، ومن هنا تبدو أهمية الاعلام الرياضي ايضاً في السيطرة

علي جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه ،فان وضعت في الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء وان وضعت في غير ذلك كانت شراً مستطيراً .

ومن خلال هذا العرض الموجز يمكن القول بان الاعلام الرياضي بانواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية اذاعية وتلفزيونية يؤثر تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو والسلوكي والقيمي لافراد المجتمع في المجال الرياضي .

5-2-2 : الخصائص والخصائص

للاعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من ابرز هذه الخصائص ما يلي :

1/الاعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول اليه فهذا مثلاً برنامج اذاعي رياضي موجه الي جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه الي جمهور كرة اليد وهكذا .

2/الاعلام الرياضي يتميز بانه جماهيري له القدر عل تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات واسعة من الجماهير .

3/الاعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه الي نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الي قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها .

4/الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الي البيئة التي فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة او فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتي لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالاعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع .(الاعلام الرياضي /ياسين فضل ياسين -عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع 2010(ص47.48.4950).

□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□ □□□□□□□□ □□□□□□□□

□□□□□□□□ 1-3-2 :

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية لا قائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض

الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه "يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء". في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفت به بأنه "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها".

أو أن القائم بالاتصال هو "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية". كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسائل الإعلامية".

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر لا قائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور (المتلقي).

- ومما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات، ويضطلع بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومرادح الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير.

2-3-2: الأهداف العامة للمؤسسة:

- 1- توافر مهارات الاتصال، وهي خمس مهارات " الكتابة ، التحدث ، القراءة ، الإنصات ، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال ".
- 2- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- 3- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

4- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي

يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.

- 5- معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته، ويتم ذلك حسب رأي " وارين بريد " بعدت طرق منها:

- القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة.
- عن طريق الاحتكاك مع زملاءه ذوي الخبرة في المؤسسة.
- عن طريق توجيهات رئيس التحرير.
- عن طريق الخبرة.

6- كما حدد "الكس تان" العوامل إلي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور. وهي 3 عوامل:

- 1- المصدقية.
- 2 الجاذبية.
- 3- السلطة (النفوذ).

3-3-2: ٣-٣-٢

1-3-3-2 : ١-٣-٣-٢

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأبي نظام اجتماعي ينطوي تحت قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية "وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

ويرى "وارين بريد" انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير منه أو انه نقطة سلبية، ولكن يتغاضى القائم بالاتصال أحيانا على تقديم بعض الأحداث إحساس منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية.

فقد تضحي وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليدده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، النظام السياسي والاقتصادي، احترام رجال الدين والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوقير كبار السن والقادة، والأمهات، ورجال الجيش. وغالب ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار، لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

2-3-3-2: ٢-٣-٣-٢

تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال على عمله، والمواد الإعلامية التي يقدمها، وتتمثل هذه العوامل أساسا في "الجنس، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات".

1- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة.

2- تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.

3- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.

4- تصدر وكالات الأنباء، سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.

5- تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.
- :○○○○○○○○ ○○○○○○○ ○○○○○○○

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجد أنهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.

ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه، ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية، فكل صحفي يسعى دوما إلى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجماعة التي فيها.

- :○○○○○○○○ ○○○○○○○

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال عليه على الجمهور، فالرسالة، وخصوصا في مجال الرياضة إذا يكون تأثير الجمهور الأكبر بكثير من غيره من المجالات التي يقدمها تحدها -إلى حد ما- توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال، كما أكد "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه، له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه.

فوسائل الإعلام يجب إن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من الدراسات العلمية، (1) (منتديات استار تايمز).

○○○○○○○○ ○○○○○○○ :-

• العدل .

عن النشاط الرياضي في مساحة ضيقة يمكن اعتبارها مؤشراً لاهتمام به ذا الضرب من فنون العمل الصحافي الرياضي انذاك، وهذا كانت البدايات الاولى للصحافة الرياضية. وفي النصف الثاني من الاربعينان والنصف الاول من الخمسينيات بدأت مرحلة جديدة من مراحل تطور مسيرة الصحافة الرياضية والصحافة السودانية عامة، عندما برزت صحف جديدة التي حيز الوجود (الايام والرأي العام والسودان الجديد والامة والنيل والزمان وصوت السودان والصرافة) والتي كانت تصدر يومياً الي جانب الصحف التي تصدر اسبوعياً، وكل هذه اهتمت بابراز النشاط الرياضي بصورة أو باخري، وظهر علي الساحة الاعلامية الرعيل الاول من النقاد الرياضيين وكان ابرزهم الاستاذ هاشم ضيف الله وكورين اسكندريان وحسن عشري وعمر عبد التام وحسن مبارك خوجلي ود-كمال حامد شداد، وشهدت تلك الفترة قيام اول تنظيم للنقاد الرياضيين تحت اسم (اتحاد النقاد الرياضيين) بديلاً لما كان يعرف بهيئة المحررين الرياضيين وبدأت الصحف تتنافس في مضاعفة الاهتمام بالمادة الرياضية والمساحات المقررة لها، خاصة بعد سودة الاتحاد العام لكرة القدم (1953) وزيارة عدد اندية كرة القدم الاوربية الشهيرة انذاك للسودان في فصل الشتاء مثل الهونفيد المجري واسبارتك التشيكي والردستار اليوغسلافي ودوكلا براغ التشيكي وايدك السويدي ودينمو كيف الروسي، كل هذا الزحم حول الرياضة دفع بعض الاشخاص الي التفكير في انشاء بعض الصحف المتخصصة في مجال الرياضة.

2-4-2 (الصحافة الرياضية) : ١٩٦٥

في العام 1965 تقدم مجلس ادارة نادي المريخ الرياضي بطلب لوزارة الداخلية التي كانت مسؤولة عن التصديق بصدور الصحف في تلك الفترة لاصدار صحيفة تحمل اسم (المريخ) وتمت الموافقة ومنح النادي ترخيص الصدور لصحيفته في 28/6/1968 لتصحيح جريدة (المريخ) بذلك اول صحيفة رياضية متخصصة في تاريخ الصحافة الرياضية السودانية، واستندت رئاسة تحريرها الي الاستاذ طه محمد طه.

١٩٦٥ : ١٩٦٥

مهد صدور صحيفة المريخ الطريق للاخريين لتقديم طلبات مماثلة لاصدار صحف ومجلات رياضية وكان هؤلاء المكتب الرياضي بجامعة الخرطوم الذي اصدر مجلة (الرياضي) عام 1973م، وفي العام 1978م تم التصديق لنادي الهلال باصدار صحيفة رياضية اسبوعية تحمل اسم (الهلال)، وتوالي اصدار الصحف والمجلات الرياضية تحت اشراف الامانة العامة لمجلس الصحافة والمطبوعات التابع لوزارة الثقافة والاعلام مباشرة قبل ان يتولي المجلس القومي للصحافة والمطبوعات قيامة عام 1993م بمهمة الاشراف علي المؤسسات الصحفية وفقاً لقانونه الجديد .

وشهدت الفترة الممتدة من عام 1980 حتي قيام ثورة الانقاذ الوطني في يونيو و 1989م ثم الفترة الممتدة حتي قيام المجلس القومي للصحافة والمطبوعات وصودر قانون الصحافة والمطبوعات 1993م والذي حول المؤسسات الصحفية الي شركات مساهمة عامة .

وتم التصديق للاستاذ ناصر الدين عباس (جكسا) باصدار مجلة (عالم الرياضة) و(المتفرج) للدكتور كمال حامد شداد وطلحة الشفيق و(الملاعب) لاحمد محمد حسن وهي اول صحيفة رياضية اسبوعية تتقدم بطلب للامانة العامة لمجلس الصحافة لاصدارها يومياً وكان ذلك في 16/12/1997، واول صحيفة رياضية تمارس عملية الدمج في صحيفة أخرى هي (الرياضة والفنون) ، وصدرت ايضاً صحيفة (الهدف) للاخوين سيد وعبد الكريم يس و(الجمهور) لصالح المبارك و(الرياضة والفنون) لاحمد الحبو و(الكورة) لعدلان يوسف و(المنتخب) لمحمد فرح عبد الكريم و(الدوري) لماهر مكي و(الشبكة) لمصطفى النقر واخريين (نجوم الكورة) لحيدر موسي و(الكابتن) لمحمد محمد هساي و(نجوم الرياضة) للاستاذ تازين حسن عز الدين ومحمد احمد دسوقي و(الاستاد) لمحمد عابدين عبد الله والاستاذ عمر عبد التام رئيساً للتحريير ، و(المشاهير) لكمال طه و(قوون) لرمضان احمد سيد وعمر طيفور و(ماتش) لجميل محمد جميل والرشيدي بدوي عبدي رئيساً للتحريير و(الصدقر) للرشيدي المهدي و(اللقاء) التي تولي رئاسة تحريرها ميرغني ابوشنوب و(الجريدة الرياضية) لكمال حامد واحمد عبد الرحمن الشيخ (والراي الرياضي) للعقيد (م) امين زكي ومجلة (المجال الرياضي) لاحمد حسن وعبد المولي الصديق ، و(السودان الرياضي)، ثم (الوسط الرياضي)، و(عالم النجوم) التي صدرت في العام 1994م ، و(المشاهد) عام 1997م وكان رئيس تحريرها مزمل ابو القاسم ، ثم (مجلة الانباء الرياضية) في العام 1997م ، ومن بعد ذلك اتت صحيفة الصدي والزعيم ذات اللونية الحمراء ، وايضاً كلا من الاسياد وحبيب البلاد وغيرها من الصحف الرياضية والتي منها من توقف ومنها ما زال يزوال

عمله الان .وكان العام 2014م هو ميلاد صحيفة رياضية اخري وهي صحيفة (قاف)اسبورت لمؤسسها رمضان احمد السيد.

3-4-2 : **الاعلامية**

تعتبر الاذاعة السودانية بشهادة كل الخبراء من انجح المؤسسات الاعلامية في السودان بما ظلت تقدمه من خدمة اذاعية متطورة ،وما ظلت تشبع به حاجة الناس للفنون والابداعات علي الرغم من الاسد تعمار انشأها لخدمة اهدافه ومأربه الخاصة .

وفي ذات الاطار من اهتمام الاذاعة لهموم الناس وقضايا المواطن السوداني كان اهتمامها بالشأن الرياضي الذي با متواضعاً متواضع الاذاعة في بداية عهدها في الربعينات وبداية الخمسينيات حيث كانت الرياضة تقدم من خلال نشرة الاخبار الرئيسية الي ان جاءت فكرة قيام برنامج (ركن الرياضة) الذي كان يشارك في اعداده في ذلك الوقت الاستاذ علي شمو، ومن بعد ذلك تتطورت الخدمة الاذاعية بالنسبة للرياضة وتحولت وحدة الشؤون الرياضية الي قسم رياضي كامل بقيادة الاستاذ عبد الرحمن عبد الرسول ونخبة من الاذاعين الرياضيين امثال الرشيد بدوي عبيد، ويشرف القسم الرياضي بالاذاعة علي كل ما يتعلق بالانشطة الرياضية المختلفة . (ورشة الصحافة الرياضية، المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، لجنة توثيق تاريخ الصحافة السودانية، 28-29/7/2008 م/ص 1/4/5/9/10/11

104 :-

ومن بعد ذلك تعددت الخدمة الاذاعية المتعلقة بالرياضة فكثرت البرامج الرياضية وبرزت لأول مرة اذاعة متخصصة في مجال الرياضة بصورة خاصة وهي الاذاعة الرياضية 104 FM التي تم انشاءها في العام 2007م للاعلامي يوسف السمانى، فهي الاولى في السودان والثانية علي مستوي الوطن العربي .

:

وايضاً ظهرت بعض الاذاعات التي تمزج بين الرياضة والبرامج الثقافية الاخرى كموجة امدرمان التي تفرعت منها موجات متعددة من ضمنها اذاعة الشباب وكل الرياضيين التي تم انشائها في ال

:

- 1/هيئة المحررين الرياضيين .
- 2/اتحاد القاد الرياضيين .
- 3/رابطة الكتاب الرياضيين .
- 4/رابطة الاعلاميين الرياضيين .
- 5/جمعية الصحفيين الرياضيين .

4-4-2:

عندما دخل السودان عصر انطلاق البث التلفزيوني في عهد اللواء محمد طلعت فريد في فترة الستينات، بدأ الاهتمام بالبث التلفزيوني في المجال الرياضي وقاد المسيرة في بدايتها الثنائي بخيت عساوي وعطية الفكي الذين كانا يشرفان في نفس الوقت علي البرامج الرياضية بالاذاعة القومية، واسد تطاع التلفزيون في بدايتها ان ينجح بنقل بطولة الامم الافريقية المقامة بالخرطوم للعام 1970م، من ذلك بدأت تتطور الخدمة التلفزيونية شيئاً فشيئاً بعد ان تحول القطاع الرياضي بالتلفزيون الي قسم رياضي يتبع لادارة البرامج، تقلد الاستاذ كمال حامد مسؤولية الاشراف علي ادارة البرامج الرياضية بالتلفزيون، وفي عهد ظهر البرنامج الرياضي التلفزيوني الاول علي مستوي السودان (عالم الرياضة).

□□□□ □□□□□□□□ :

قناة قوون الرياضية، هي اول قناة تلفزيونية سودانية رياضية متخصصة في مجال الرياضة، تم إنشائها في العام 2010 من قبل الإعلامي رمضان احمد السيد، اذا مثلت نقلة في العملية الاعلامية بالنسبة للرياضة، تبث القناة الي جانب البرامج الرياضية العديد من البرامج الحوارية والدراما والفنون والموسيقى، ايضاً كانت تقوم ببث مباريات الدوري الممتاز بالاشتراك مع التلفزيون القومي .

□□□□ □□□□□□□□ :

نسبة للتقدم الذي يشهده العالم من تكنولوجيا حديثة واشياء اخري كان لزاماً علي القائمين علي امر الاعلام الرياضي في بلادي مواكبة التطور الذي يحدث وخصوصاً في مجال الرياضة، لذلك حتم علي القائمين بالتلفزيون وخصوصاً القسم الرياضي انشاء قناة تلفزيونية رياضية متخصصة، فكان ميلاد قناة رياضية متخصصة اخري غير قوون والاهي قناة النيلين الرياضية، والتي اعلن عن انطلاقها رسمياً في يوم 28/3/2012م ضمن باقات التلفزيون القومي .

5-2 الأبحاث السابقة

2-5-1 الأبحاث السابقة:

1- دراسة عثمان اسماعيل اندلي ،يناير 2010م وعنوانها ،واقع الاعلام الرياضي في السودان ،دراسة تحليلية علي عينة الصحف الرياضية 2003-2007،رسالة ماجستير .

هدفت الدراسة الي معرفة واقع الاعلام الرياضي في السودان ممثلأ في الصحافة الرياضية لهدف تطوير أداء الصافة الرياضية في السودان . تم اختيار عينة من صحيفة (قوون)وصحيفة (المشاهد) التي صدرت في الفترة من (2003-2007) لعدد (460) صحيفة مناصفة بين الصحيفتين وهذا يمثل (12.6%) تم اختيارها بطريقة عشوائية عن طريق الاسبوع الاصطناعي من اصل مجموع (3650)عددأ.

تم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات البحث ،وتم استخدام التكرار والمتوسط والنسبة المئوية لمعالجة بيانات البحث ،وجاءت اهم نتائج الدراسة ما يلي :

1/احتلت لعبة كرة القدم حوالي (80%) من تكرار ومن مساحة المواضيع في الصحف قيد الدراسة .

2/ حوالي (97%) من مستوي موضوعات الصحف يمكن وصفها بالموضوعات العادي (وسط) ،مقابل (3%) تشكل مضامين جيدة وغير جيدة في الصحف الرياضية .

3/ قلة وندرة استخدام فن التدقيق الصحفي رغم اهميته في تقصي وعلاج المشكلات الرياضية .

2/ دراسة عبد الحفيظ عبد المكرم مهلي (2014-1435)،وعنوانها الصحف الرياضية ودورها في تشكيل الرأي العام الرياضي وتعزيز الاتجاهات الايجابية نحو الرياضة بولاية الخرطوم ، في الفترة ما بين يونيو و 2012 - فبراير 2014)رسالة ماجستير . و قد هدفت الدراسة الي الوقوف علي قدرة علي قدرة الصحف الرياضية التي تصدر بولاية الخرطوم في تشكيل الرأي العام الرياضي من جهة وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة من جهة من جهة اخري .و قد اجري الباحث تحليل بيانات الاداء المهني والتثقيفي المعرفي عبر استبانة شملت السمات العامة والاتجاهات كمحاور اساسية .

طرحت الاستبانة علي عينة بعدد كلي بلغ (101 فرداً) في ثلاث فئات هم معنيون بحكم مسؤولياتهم بعدد (31) وبسبة (30.71%) ومعنيون اكاديميون

بعدد (45 فرداً) وبنسبة (44.6%) ومعنيون رقابياً وشبه رقابياً بعدد (25) وبنسبة (24.7%)، استخدم الباحث المنهج الوصفي .

النتائج :

- 1/ يوجد ضعف في الاداء المهني للصحف الرياضية
- 2 لا يوجد اهتمام بالجوانب الثقافية والمعرفية لدي الصحف الرياضية
- 3/ تميل الصحف الرياضية في سمتها العام الي عدم التوازن في النشر والتغطية
- 4 لا تهتم الصحف الرياضية بالمكون المعرفي والوجداني

النتائج :

- تناولت الدراسات السابقة في منهجها المنهج الوصفي في المسحي لمعالجة البيانات وقد استفادت الباحثة منها في اختيار المنهج المناسب في اجراء الدراسة الخاصة ومعالجة مشكلة البحث.
- ايضا استفادت الباحثة من طريقة مناقشة البيانات والتعليق عليها ومقارنتها بما جاء في تلك الدراسات.
- وايضا في تحديد محاور الاسئلة ومباحث الاطار النظري للدراسة.

□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□

1-3 □□□□□□ □□□□ :-

استخدم الباحث، المنهج الوصفي، علي اعتبار انه احد المناهج الاكثر ملاءمة لدراسة الظواهر الانسانية والاجتماعية،، اذا تعتبر الدراسات المسحية واحدة من انماطه،، وهي تشمل المسح الاجتماعي ودراسات الرأي العام، والدراسات التحليلية الاخرى، وهذا ما يعد مناسباً لهذه الدراسة .

ويعرف المنهج الوصفي بانه: هو المنهج الذي يستخدم الوصف في سبيل الوصول الي الدقائق العلمية، ويعرف هذا المنهج بانه: الطريق او مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الاخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام اساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الاهداف التي يسعى الباحثون الي تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج. (مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، د-مصطفى حميد الطائي، أ- خير ميلاد أبو بكر).

2-3 □□□□□□ □□□□□□ :-

□□□□□ □□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□□ :

1/ المعنيون بحكم مسؤوليتهم الوظيفية .

الاعلاميين الرياضيين في الوسائل الاعلامية المختلفة .

2/ المختصين والمراقبين :

أ/ الاساتذ بجامعة السودان كلية التربية البدنية والرياضية قسم الاعلام

3/ الجانب التخصصي :

أ / المتخصصين في الاعلام الرياضي وهم طلبة جامعة السودان قسم

الاعلام الرياضي .

3-3 □□□□□□ □□□□ :-

بلغ العدد الكلي للعيينة (30) فرداً .. والجدول ادناه يوضح توزيعهم بحسب الصفة .

(1) **البيانات**
البيانات الكمية

البيانات	العدد	النسبة المئوية
الاعلاميون في مجال الصحافة	15	60%
الاعلاميين الرياضيين في مجال الاذاعة	10	40%

3-4 **البيانات الكمية** :

- اعتمدت الباحثة في جمع البيانات لهذه الدراسة علي :
1. مسح المراجع والكتب والدوريات العلمية.
 2. استطلاع آراء الخبراء (تحكيم المحاور والعبارات)
 3. الاستبانة .

3-5 **البيانات الكمية** :

- قامت الباحثة بتصميم استبانة شملت محوراً واحداً.
- اشتمل المحور علي عشرة عبارات تري الباحثة انها مرتبطة بالمحور.
 - تم عرض الاستبانة علي مجموعة من الخبراء (9) المختصين بالرياضة تراوحت خبراتهم بين (5) الي (45) سنة ، للنظر حول صحة المحاور وتأكيد سلامة ومدى اهمية العبارات بالمحور.
 - وبناء علي اشارات الخبراء وملاحظاتهم اعادت الباحثة تصميم الاستبانة ببتثبيت عبارات المحور التي اتفق عليها الخبراء بنسبة (100%) ثم قامت باختيار عشرة عبارات التي تم الاتفاق عليها من اصل خمسة عشر التي لم يتم الموافقة عليها بشكل كبير ..حيث

تراوح اتفاق الخبراء حول العبارات النهائية للمحاور من حيث الوضوح والارتباط ودرجة الاهمية الي نسبة بلغت الي (100%- 90%)

6-3: المعاملات الاحصائية المستعملة
النسبة المئوية = س × 100%

معامل ارتباط بيرسون = (ر) = مج (س - س) / (مج ص - ص)

المحاور (spss)

(2) المحاور

المحاور	المحاور	المحاور
/78	/61	المحور الاول الاذاعة
/69	/48	المحور الثاني (الصحف)

□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□

4-1 □□□□□□□□ :-

في هذا الفصل تسعى الباحثة الي طرح ما توصلت اليه الدراسة من خلال المعالجات الاحصائية لجملة البيانات المتحصلة عبر اداة الجمع (الاسد تبانة) بمحورها الوحيد،ومن ثم مناقشة النتائج بغية الوصول الي التوصيات المأمولة..و قد تم ذلك وفقاً للترتيب ادناه :

4-2 عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالتسائل الاول وهو (هل توجد علاقة بين التخصصية في المجال وما يحدث الان من ممارسات؟). بعد ترتيب وتبويب البيانات في النسق التحليلي ، وفقاً لمقتضي التكرارات والنسب المئوية ويلاحظ من البيانات بالجدول رقم (3) ادناه انه من اصل (10) عبارات تضمنها محور الاذاعة بنسبة (100%) قيمت العينة عشرة عبارات .للاعلام الرياضي فلسفة واهداف اعلامية واضحة حصلت علي 8 بنسبة %80 واحتلت بذلك المرتبة الاولى وذلك لان الاعلام الرياضي لها اسس و قواعد وفلسفات واضحة لذلك احتلت العبارة رقم 1 المرتبة الاولى ، تلتها العبارة رقم (10) يتناول الاعلامي الرياضي الحديث عن الاداء البدني والمهاري والخططي في الرياضة. بعدد تكرارات (6) ونسبة مئوية بلغت %60،وتلتها ايضا العبارة رقم (2) لغة الاعلاميين الرياضيين اكثر تلائماً مع المادة الراضية بتكرار 5 ونسبة مئوية %50 ثم اعقبها العبارة رقم (3) يتقيد الاعلامي الرياضي باخلاق الرياضة. بتكرار 5 ونسبة مئوية %50 واخيراً العبارة رقم (9) ثقافة الاعلامي الرياضي هي ثقافة مشجع . بتكرار بلغ 5 ونسبة مئوية بلغت %50 .

(3) مخرجات التعلم

المؤشرات		الأساس		المتوسط		المخرجات	
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	المخرجات	الترتيب
10%	1	10%	1	80%	8	للاعلام الرياضي فلسفة واهداف اعلامية واضحة.	1
30%	3	20%	2	50%	5	لغة الاعلاميين الرياضيين اكثر تلائماً مع المادة الراضية.	2
20%	2	30%	3	50%	5	يتقيد الاعلامي الرياضي باخلاق الرياضة.	3
20%	2	40%	4	40%	4	الاعلام الرياضي يبني ثقافته علي معارف سليمة.	4
20%	2	50%	5	30%	3	يستخدم الاعلامي الرياضي الحجج والبراهين للاقناع.	5
40%	4	30%	3	30%	3	يلتزم الاعلامي الرياضي بالصدق والموضوعية.	6
50%	5	10%	1	40%	4	الاعلامي الرياضي يميل الي تهويل الاحداث الرياضية.	7
60%	6	10%	1	30%	3	الانتماءات هي المحور الرئيس في الاعلام الرياضي.	8
30%	3	20%	2	50%	5	ثقافة الاعلام الرياضي هي ثقافة مشجع.	9

10%	1	30%	3	60%	6	يتناول الاعلام في الرياضي الحديث عن الاداء البدني والمهاري والخطط في الرياضة.	10
-----	---	-----	---	-----	---	---	----

(4) أسئلة

3-4 عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالتساؤل الثاني: وهو (هل ما ينشره الاعلامي في الصحف الرياضية له تأثيره في المجتمع الرياضي؟)

الاجابة		البيان		النتيجة		البيان	الترتيب
ن	ن	ن	ن	ن	ن		
-	-	20%	2	80%	8	للاعلامي الرياضي فلسفة واهداف اعلامية واضحة.	1
-	-	20%	2	80%	8	لغة الاعلام في الرياضي اكثر تلائماً مع المادة الرياضية.	2
20%	2	30%	3	50%	5	يتقيد الاعلامي الرياضي بالخلاق الرياضية.	3
10%	1	30%	3	60%	6	الاعلام في الرياضي يبني ثقافته علي معارف سليمة.	4
10%	1	10%	1	80%	8	يستخدم الاعلامي الرياضي الحجج والبراهين للاقناع.	5
20%	2	40%	4	40%	4	يلتزم الاعلام في الرياضي بالصدق والموضوعية	6
10%	1	30%	3	70%	7	الاعلام في الرياضي يميل الي تهويل الاحداث الرياضية.	7

-	-	10%	1	90%	9	الانتماءات هي المحور الرئيس في الاعلام الرياضي.	8
10	1	10%	1	80%	8	ثقافة الاعلامي الرياضي هي ثقافة مشجع.	9
-	-	20%	2	80%	8	يتناول الاعلام الرياضي الحديث عن الاداء البدني والمهاري والخططي في الرياضة.	10

ونلاحظ من الجدول رقم (4) اعلاه انه من اصل 10 عبارات تضمنها محور الصحف اجابت عينة الدراسة في محور الصحف بنسبة (100%) في جميع عبارات المحور وكانت نتائجه علي النحو التالي، العبارة رقم 8 لانتماءات هي المحور الرئيس في الاعلام الرياضي بتكرار بلغ 9 بنسبة مئوية بلغت 90% احتلت المركز الاول وايضا العبارة رقم 9 والتي تقول (ثقافة الاعلامي الرياضي هي ثقافة مشجع). بتكرار 8 وبنسبة مئوية بلغت 80% واحتلت المركز الثاني وايضا العبارة رقم 10 والتي تقول (يتناول الاعلام الرياضي الحديث عن الاداء البدني والمهاري والخططي في الرياضة). بتكرار بلغ 8 بنسبة مئوية بلغت 80% واحتلت المرتبة الثانية. ثم تلتها العبارة رقم 1 (للاعلام الرياضي فلسفة واهداف اعلامية واضحة). بتكرار بلغ 8 بنسبة مئوية بلغت 80% وايضا في المرتبة الثانية، ثم اعقبها العبارة رقم 2، والتي تقول (لغة الاعلامي الرياضي اكثر تلاؤماً مع المادة الرياضية). بتكرار بلغ 8 بنسبة مئوية بلغت 80% وايضا هي في المرتبة الثانية، واخر ما جاء في المرتبة الثانية هي العبارة رقم 5 يستخدم الاعلامي الرياضي الحجج والبراهين للاقناع بتكرار بلغ 8 ونسبة مئوية بلغت 80% وانت كل هذه العبارات في المرتبة الثانية وذلك لقوتها، وايضا اتت العبارة رقم 7 والتي تقول (الاعلامي الرياضي يميل الي تهويل الاحداث الرياضية).

بتكرار بلغ 7 ونسبة مئوية بلغت 70% في المرتبة الثالثة وذلك بالموافقة الكبيرة علي ان الاعلامي الرياضي يجنح نحو تهويل الاحداث الرياضية .

□□□□□□ □□□□□□

5- □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

في ضوء دراسة ومعالجة البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الدراسة وتحليلها الاحصائي...توصل الباحث الي النتائج الاتية :

1- هناك ضعف في الاداء المهني للاعلامي الرياضي الممارس عمله الان وبنسبة مؤثرة لاتمكن من التشكيل الصحيح للرأى العام الرياضي .
2 لا يوجد اهتمام كاف من الاعلامين الرياضيين باسس و قواعد في الرياضة.

3 لا يوجد اعلامي متخصص الان في مجال الرياضة وانما مجرد هواه.
4 يوجد عدم توازن للاعلامي الرياضي الان بين افكاره وانتمائه وما يد قوم بنشره .

1-5 □□□□□□□□□□ :-

1- من خلال النتائج المذكورة يستنتج الباحث ان الاعلامين العاملين في مجال الرياضة الان بانهم يملكون الموهبة والملكة الصحفية الاعلامية وال قدرات ولكنهم لا يوظفون تلك ال قدرات في مكانه الصحيح وهو العمل علي تطوير الرياضة والارتقاء بها والرفع من شأنها .

2- ان الاعلاميين الرياضيين يحتاجون الي التوجيه الصحيح من القائمين علي امر الرياضة في البلد من خبراء ومختصين ولاعبين في مجال الرياضة وذلك بتوفير الفرص للاعداد التخصصي العلمي والاكاديمي .

2-5 □□□□□□□□ :-

- بناء علي ما توصل اليه الباحث من استنتاجاتيوصي بالاتي :
- 1- الاعداد والتاهيل العلمي المتخصص للاعلاميين العاملين بمجال الاعلام الرياضي
 - 2- الاهتمام بجانب التخصص الاكاديمي بكليات التربية الرياضة وذلك بانشاء الاقسام المتخصصة في الاعلام الرياضي .
 - 3- الدفع بالخبراء الرياضيين والتربويين في مجال الاعلام الرياضي .
 - 4- احتواء الاعلاميين الرياضيين وذلك بتوجيههم الي نقاط القوة والضعف فيما يقدموه.
 - 5- عدم النقص اللازم للاعلاميين الرياضيين من قبل قرنائهم المتخصصين في مجال الاعلام الرياضي .
 - 6- ادخال التحسينات اللازمة للارتقاء بالرسالة الاعلامية الرياضية .
- 3-5 : □□□□□□□□

- 1- اجراء المزيد من الدراسات العلمية حول القائم بالاتصال في مجال الاعلام الرياضي.
- 2- تفعيل دراسات الرأى العام بشكل منظم ومنتظم من اجل التوجيه السليم .

5- □□□□□□ □□□□□□ :

- 1- (الاعلام الرياضي، الجزء الاول ، خير الدين علي عويس عطا حسن عبد الرحيم 1998م ص 19) .
- 2- مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، د- مصطفى حميد الطائي، أ-خير ميلاد أبو بكر، ص 95 ، الطبعة الاولى 2007، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
- 3- منتدي الادارة والتسويق الرياضي، منتدي الدكتور محمد عبد العظيم، الاعلام الرياضي.
- 4- (الاعلام الرياضي / ياسين فضل ياسين - عمان :دار اسامة للنشر والتوزيع 2010(ص)47.48.4950)
- 5- (منتديات استار تايمز) .
- 6- ورشة الصحافة الرياضية ،المجلس القومي للصحافة والمطبوعات ،لجنة توثيق تاريخ الصحافة السودانية ،28-29 /7/2008م /ص 1/4/5/9/10/11
- 7- بحوث الاعلام الاسس والمبادئ،الدكتورة منال هلال مزاهرة ،الطبعة الاولى 1432هـ-2011م، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع .

8- التخطيط الاعلامي الاسس النظرية والنماذج التطبيقية عاطف عدلي
العبد، 2009، الدار العربية للنشر.

:.....

(1)

.....

..... : - /

..... /

اشارة الى الموضوع اعلاه تقوم الباحثة / عواطف فضل المولى بإجراء دراسة بحثية تحليلية لواقع الاعلاميين الرياضيين في ضوء متطلبات العمل المهني التخصصي متطلبات نيل درجة البكالوريوس كلية التربية والبدنية والرياضية قسم الاعلام الرياضي . ولما لكم من خبرات ترحو الباحثة من سيادتكم بتحكيم استمارة الاستبيان المرفقة وذلك من حيث اهمية العبارات ودرجة ارتباطها اسم المحور . اسم المحور للاستبيان (واقع الاعلاميين الرياضيين)

،،، جزاكم الله خيراً

..... :

.....	
.....
.....	1- للاعلام الرياضي الفلسفة واهداف اعلامية واضحة
.....	2- للاعلاميين قواعد ومفاهيم تربوية

تقوم الباحثة عواطف فضل المولي بـ قسم الاعلام الرياضي (كلية التربية البدنية والرياضة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا) بإجراء بحث تحت عنوان :
(دراسة بحثية لواقع الاعلاميين الرياضيين في ضوء متطلبات العمل المهني التخصصي) . كمتطلب رئيس لنيل درجة البكالوريوس

العبارة	اوافق	محايد	لا اوافق
1/للاعلامي الرياضي فلسفة واهداف اعلامية واضحة.			
2/ لغة الاعلامي الرياضي أكثر تلائماً مع المادة الرياضية.			
3/يتقيد الاعلامي الرياضي باخلاق الرياضة.			
4/الاعلامي الرياضي يبني زقه علي معارف سليمة.			
5/ يستخدم الاعلامي الرياضي الحجج والبراهين للاقتناع.			
6/يلتزم الاعلامي بالصدق والموضوعية.			
7/ الاعلامي الرياضي يميل الي تهويل الاحداث الرياضية.			
8/ الانتماءات هي المحور الرئيس في الاعلام الرياضي.			
9/ثقافة الاعلامي الرياضي هي ثقافة مشجع.			
10/يتناول الاعلام الرياضي الحديث عن الاداء البدني والمهاري والخططي في الرياضة.			

يرجي كريم تفضلكم بابداء الرأي حول عبارات الاستبانة، بوضع علامة صاح اسفل الاجابة المناسبة .

□□□□ □□□□ □□□□

□□□□□□ □□ □□□□□□ / □□□□□□□□

(3) □□□ □□□□

-: □□□□□□□□ □□□□□ □□□□□

مبارك محمد ادم	بروفسير
دكتور عبد الحفيظ عبد المكرم	استاذ مساعد
عبد الناصر عابدين	استاذ مساعد
مضوي محمد مضوي	محاضر
مصعب عبد الروؤف	تقني
مصطفى كرم الله	محاضر
امجد ابراهيم هارون	محاضر