

2010

دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تدعيم ميدان الرياضة للجميع

الدكتور زحاف محمد

قسم الإدارة والتسيير الرياضي جامعة المسيلة الجزائر

ملخص البحث:

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دور الإعلام الرياضي في تدعيم الرياضة للجميع. ونظرا لأهمية الرياضة للجميع فقد اختار الباحث التلفزيون من بين الوسائل الإعلام كوسيلة إعلامية هامة لها دور في المجال الرياضي نحو نشر الثقافة الرياضية ومحو الأمية الرياضية. وفي ترسيخ و تدعيم القيم التربوية والاجتماعية، وفي استثارة دافعية الأفراد نحو ممارسة الرياضة.

يهدف البحث إلي تحليل برامج التلفزيون الجزائري الرياضية ومعرفة أثرها ودورها في تدعيم الرياضة للجميع , ولتحقيق ذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي لمناسبته لهذه الدراسة حيث طبق استبيان علي عينة من اساتذة التربية البدنية والرياضة، وتوصلت الدراسة أن البرامج لا تجذب الاهتمام الكافي لدعم الرياضة للجميع، وان أسلوب تقديم البرامج لا يعمل علي جذب الجمهور للممارسة، ومحتوي البرامج لا يلبي احتياجات الجمهور.

وفي ضوء ما أسفرت عنه النتائج البحث يوصي الباحث بما يلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بالثقافة الرياضية وتنمية الاتجاهات الايجابية نحو ممارسة الرياضة.
- 2- تكوين إطارات متخصصة في الإعلام الرياضي.
- 3- إعداد حصص خاصة لدعم الرياضة للجميع للتعريف بأهميتها وأهداف الممارسة الرياضية.
- 4- لابد من تخصيص برامج لجميع الفئات.

2010**Summary:****Analytical study of the Algerian television sports programs to strengthen the field of sport for all**

This study aimed to identify the role of media in strengthening the Sport for All. Given the importance of sport for all the researcher has chosen the media of television as a medium of information important role in the field of sport to the dissemination of culture, sports, literacy and sports. In the consolidation and strengthening of educational and social values, and increase people's motivation to exercise.

Study aims to analyze the Algerian television sports programs and their impact and its role in promoting sport for all, and message the researcher used the descriptive relevance of this study, where he applied a questionnaire to a sample of the teaches of Physical Education and Sport, the study found that programs do not find adequate attention to promoting sport for all, and that the method provide programs do not work in practice without public water and contents programs do not meet public needs. In the light of the results of the researcher recommends the following:

- 1 - focus on the culture, recreation and development of positive attitudes towards exercise.
- 2 - configure windows that specializes in sports media.
- 3 - Preparation of special quotas to support sport for all their importance for the definition and objectives of the exercise.
- 4 - should be allocated to programs for all categories.

مقدمة بحث والمشكلة :

يعتبر الاتصال من العوامل المهمة في بناء المجتمع الإنساني وبدون هذا لا يمكن أن تتحقق التعاملات الإنسانية، وبذلك لا يمكن للحضارة الإنسانية أن تزدهر وتستمر إلا عن طريق تسجيل الخبرات والمهارات ونقلها وتعليمها للأجيال بقصد الاستمرارية(1)

تشكل وسائل الإعلام في المجتمع الحديث أدوات ممتازة لنشر الثقافة، وتلعب دور كبير في انتقاء المحتوى الثقافي وأحداث التنمية الثقافية، والإعلام التربوي هو منهج وعملية يقوم علي هدف تثقيف والإحاطة بالمعلومات الوافية، والحقائق الصريحة والمعلومات الصحيحة التي تعتمد علي الصدق و الأمانة، التي تناسب عقول الأفراد، لتسمو بعواطفهم ومشاعرهم وترتقي بمستواهم الفكري والثقافي، وتنمي فيهم القيم الروحية والاجتماعية لبناء الشخصية المتكاملة، وتدفعهم إلي العمل من اجل المصلحة العامة باستخدام وسائل الإعلام(2).

ويعرف الإعلام الرياضي علي انه عملية نشر الأخبار والمعلومات و الحقائق الرياضية، و شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع ، و تنمية وعيه الرياضي(3).

ولاشك أن وسائل الإعلام لها مستويات متعددة مهما اختلفت وجهات النظر في مقدار أهمية و تأثير، سواء كانت هذه الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة، فان الغاية الإعلامية تتضمن في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل، ومدي مسيرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية والأبعاد الثقافية لدعم الرياضة للجميع.

لذا يحاول الباحث التعرف علي دور التلفزيون الجزائري في تدعيم الرياضة للجميع من خلال تحليل البرامج الرياضية، فتم طرح التساؤلات التالية:

- 1- هل البرامج الرياضية بالتلفزيون تساعد في تدعيم الرياضة للجميع؟
- 2- هل أسلوب تقديم البرامج الرياضية يساعد علي جذب الجمهور؟

1- ابراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام، ط3، مكتبة أنجلو مصرية، القاهرة 1986، ص196
أيمن احمد الهنادوي: برامج التلفزيون المصري، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، 2004، ص

62-2

3- حسن احمد الشافعي: الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، بدون سنة، ص318

2010

3- هل يركز التلفزيون علي تقديم برامج رياضية في مجالات مختلفة البرامج بالتلفزيون الموجودة حاليا تغطي جميع احتياجات الجمهور؟
الفرضيات:

- 1- البرنامج الرياضية لا تولي الاهتمام بالرياضة للجميع.
- 2- أسلوب تقديم البرامج لا يساعد على جذب الجمهور.
- 3- يركز التلفزيون على نقل وتقديم مباريات كرة القدم.
- 4- البرامج الرياضية بالتلفزيون الموجودة حاليا لا تغطي جميع احتياجات الجمهور.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي التربوي في تدعيم ميدان الرياضة للجميع. ونظرا لأهمية الرياضة للجميع فقد اختار الباحث التلفزيون من بين وسائل الإعلام كوسيلة إعلامية هامة لما له من دور في المجال الرياضي نحو نشر الثقافة الرياضية ، ومحو الأمية الرياضية ، وفي ترسيخ وتدعيم القيم التربوية والاجتماعية ، وفي استشارة دوافع الأفراد نحو ممارسة الرياضة. ومن هنا تظهر أهمية دراسة برامج التلفزيون الرياضية ، وأثرها الذي تتركه على المتعاملين معه من المشاهدين.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على دور برامج التلفزيون الرياضية وأثرها في تدعيم ميدان الرياضة للجميع ، وذلك من خلال التعرف على:

- 1- البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري ودورها في تدعيم ميدان الرياضة للجميع.
- 2- الأنشطة الرياضية التي تركز عليها برامج التلفزيون.
- 3- محتوى البرامج الرياضية ومدى احتياجات الجمهور (نوعية الموضوعات المقدمة).
- 4- أسلوب تقديم البرامج الرياضية و علاقته بجذب الجمهور.

مصطلحات البحث:

2010

الرياضة للجميع : حسب robert Decker هي تلك الرياضة التي أصبحت تمثل في عصرنا الحالي جزء متكامل من النظام اليومي من حياة الجماهير العريضة وتتضمن ثلاث مجالات واسعة هي:

- النشاطات المؤسسة علي فواعد وقوانين اللعب، المنافسات، الاحتراف، والرياضة الاستعراضية.

- النشاطات الرياضية لملء وقت الفراغ، والاسترخاء.

- نشاطات تطوير الصحة وتنمية الحالة البدنية(4).

الدراسات السابقة:

في ضوء المسح المكتبي للدراسات والبحوث المشابهة السابقة، التي تناولت في مضمونها ما هو مرتبط بالإعلام الرياضي للرياضة للجميع، تم ترتيب الدراسات السابقة وتصنيفها حسب الاقدمية ضمن كل عنوان:

دراسة أمل منير صبري 1995 البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري وأثرها علي ممارسة المرأة المصرية(5).هدفت هذه الدراسة التعرف علي نسبة مشاهدة المرأة المصرية للرياضة واستخدام الباحث المنهج الوصفي والاستبانة والمقابلة كأدوات لجمع بيانات البحث وتكونت العينة من 50 طالبة و50 امرأة عاملة و50 ربة منزل. وتوصل إلي أن البرامج الرياضية في التلفزيون المصري لا تشجع المرأة علي مما رسة الرياضة وان التلفزيون المصري يركز علي البطولات والمنافسات.

ودراسة نشوي إمام إبراهيم 2003 تأثير الإعلام الرياضي المدرسي علي تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية(6).هدفت هذه الدراسة إلي التعرف علي تأثير الإعلام الرياضي المدرسي علي اتجاهات التلميذات نحو الممارسة الرياضية وكذلك الثقافة الرياضية لتلاميذ المرحلة الإعدادية واستخدام المنهج الوصفي علي عينة عشوائية 42 طالبا وتوصل إلي أن الإعلام الرياضي المدرسي يؤثر إيجابا علي الممارسة والثقافة الرياضية.

4- محمد محمد الحمامي: الرياضة للجميع، مركز الكتاب للنشر، بدون سنة، ص21
5 - أمل منير صبري: البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري وأثرها علي ممارسة المرأة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة حلوان، القاهرة 1993
6 - نشوي إمام إبراهيم: تأثير الإعلام الرياضي المدرسي علي تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، القاهرة 2003

دراسة حسام الدين السيد المرسي المبارك 2003 دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لذي طلاب الجامعات المصرية (7) . وهدفت هذه الدراسة إلي التعرف المسائل الإعلام الجماهيرية (اداعة،تلفزيون،صحافة مكتوبة) واستخدم المنهج المصفي والمقابلة والاستبيان عل عينة 720 طالبا موزعون علي الجامعة المصرية وتوصل إلي البرامج التلفزيون تهتم بنقل الأحداث الرياضية المختلفة بينما تهمل تقديم برامج قد يستفيد منها المشاهد في حياته اليومي.وتهتم الصحافة المكتوبة بالإثارة الصحفية كعامل لجذب الجمهور لشراء الصحيفة دون الاهتمام بتقديم مادة ثقافية للقارئ.

التعليق علي الدراسات السابقة:

يري الباحث أن الدراسات السابقة بالرغم أنها أجريت علي عينات مختلفة،وفي أنشطة مختلفة ومتعددة،وفي سنوات مختلفة،و أجريت من قبل عدد من الباحثين،إلا أنها حاولت التعرف علي الإعلام الرياضي بمختلف أنواعه في الألعاب الرياضية المختلفة، ولم تتعرض الدراسات للتعرف على للبرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تدعيم ميدان الرياضة للجميع.

إجراءات البحث:

1- منهج الدراسة: وفقا لطبيعة الموضوع ومشكلة البحث،اعتمد الباحث علي المنهج الوصفي.

2- مجتمع و عينة البحث: تشمل عينة البحث علي 60 من متخصصين في ميدان التربية البدنية والرياضة، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية.

-المجال المكاني:تم تطبيق استمارة البحث بجامعة الجزائر وجامعة المسيلة

- المجال الزمني: تم تطبيق استمارة البحث خلال العام الدراسي 2005-2006

3- أدوات البحث : بالنسبة لهذا البحث نستخدم الأدوات التالية:

- أداة الإحصاء : اعتمدنا في تحليل البيانات علي النسب المئوية.

- تحليل المحتوي : لتحليل المضمون برامج التلفزيون الرياضية.

7-حسام الدين السيد المرسي المبارك: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لذي طلاب الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية جامعة طنطا2003

2010

- استمارة استبيان :حيث تم تصميم هذه الاستمارة من خلال المسح المرجعي للدراسات والمراجع المرتبطة بموضوع البحث،حيث استطاع الباحث أن يحدد ويحصر مجموعة من المحاور الرئيسية التي اقترحها للاستبيان لتتناسب مع عبارات الاستمارة، وقد بلغ ثلاث محاور وهي كالآتي:

المحور الأول : أهداف وأهمية التلفزيون في دعم الرياضة للجميع.

المحور الثاني : طبيعة واحتياجات الجمهور، واشتمل علي نوعية البرامج المقدمة، وطبيعة البرامج الرياضية التي يركز عليها التلفزيون.

المحور الثالث: واشتمل علي الشكل والأسلوب لتوصيل المعلومات.

صدق وثبات الاستبيان:

تم إيجاد صدق الاستبيان عن طريق الصدق المنطقي، وذلك بعرض عبارات كل محور علي خمس محكمين مشهود لهم بالمستوي العلمي وتجربتهم الميدانية في مجالات الدراسة، ومناهج البحث العلمي، وفي ضوء آراء وملاحظات المحكمين قام الباحث بتعديل استمارة استبيان، ووضعها في صورتها النهائية كما هو موضح في الملحق.

أما معامل الثبات الاستبيان استخرج عن طريق إعادة الاختبار بفواصل زمني قدره 15 يوما بين الإجراء الأول والثاني، و كانت معاملات ثبات أبعاد المحاور تتراوح بين 0.63 إلي 0.85.

كيفية تطبيق الاستمارة:

قام الباحث بتوزيع استمارة البحث علي العينة الأصلية عن طريق المقابلة الشخصية لشرح وتفسير الجوانب التي تحتويها الاستمارة حتى تكون الإجابات ذات موضوعية عالية.

عرض ومناقشة النتائج:

- (1) برامج التلفزيون الرياضية.

2010

لمناقشة و تحليل مضمون البرامج الرياضية للتلفزيون الجزائري-قناة الداخلية-نستند إلى الجدول(01) الذي يبين اسم البرنامج وزمنه والمحتوي المقدم فيه.

اليوم	اسم البرنامج	زمن البرنامج	نسبة النشاطات المقدمة
الاثنين	ملاعب العالم	60 دقيقة	95% ألعاب جماعية 5% ألعاب فردية
الأربعاء	السهرة الأوروبية	توقيت وزمنه غير محدد	100% كرة قدم
الخميس	من الملاعب	120 دقيقة والتوقيت غير محدد	100% كرة قدم
الخميس	من المرمي	30 دقيقة	100% كرة قدم
الجمعة	كل الرياضات	60 دقيقة	70% ألعاب جماعية 30% ألعاب فردية

بالمتابعة لهذه البرامج وتحليلها وجد الباحث أنها تعتمد علي كرة القدم كمادة أساسية لمحتواها ومضمونها. وهذا يؤكد الاعتقاد الخاطئ للقائمين علي الإعداد و التقديم لهذه البرامج. بان الجمهور لا تجذبه من البرامج سوي كرة القدم. وهذا الاهتمام الزائد بالمنافسات الرياضية انتقده جورج هربات Georges Herbert في كتابه Sport contre éducation physique ونادي بأهمية نشاطات الرياضية للجميع(8).

فالبرامج الرياضية المقترحة بالتلفزيون لا تخدم و لا تراعي جميع احتياجات ومتطلبات الفئات الجماهيرية بمختلف أعمارها، كما لا تتفق مع رغباتهم وميولتهم. و بصفة عامة نجد أن التلفزيون لا يولي الاهتمام الكافي لتدعيم الرياضة للجميع. وهو يهتم فقط بالنشاطات و الرياضات التنافسية خاصة منها الجماعية.

ب) عرض ومناقشة النتائج الاستبيان:

2010

المحور الأول: أهداف و أهمية التلفزيون في دعم الرياضة للجميع

الرقم	العبارات	نعم		لا		إلى حد ما	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	هل هدف برامج التلفزيون الرياضية التسلية فقط؟	4	6.67	36	60	20	33.33
2	هل يقوم التلفزيون بالدور المطلوب منه في تدعيم الرياضة للجميع؟	5	8.33	45	75	10	16.67
3	هل يؤثر التلفزيون بالدور المطلوب علي أكمل وجه في نشر ثقافة الرياضة للجميع؟	10	16.67	35	58.33	15	25

2010

هل تهتم البرامج الرياضية بتتمية الوعي الرياضي بجميع الأعمار؟	4	9	15	30	50	21	35
هل أهداف البرامج الرياضية تتغير باستمرار؟	5	12	20	33	55	15	25

من الجدول يتضح وجود فروق بين تكرارات إجابات العينة بالنسبة لهدف البرامج التلفزيونية الرياضية بأنها تسلية فقط . فقد اتفق 6.67% من العينة على أن برامج التلفزيون الرياضية للتسلية فقط بينما اتفق 60% من العينة على أن البرامج الرياضية ليست للتسلية فقط ، ويعتبر 33.33% من العينة أن البرامج إلى حد ما للتسلية فقط .

أما بالنسبة لمدى قيام التلفزيون بالدور المطلوب منه في دعم الرياضة للجميع فقد اتفق 8.33% من العينة أن التلفزيون يقوم بالدور المطلوب منه على أكمل وجه ، بينما 75% من العينة يرون بأن التلفزيون لايقوم بالدور المطلوب منه في دعم الرياضة للجميع ، بينما 16.16% من العينة يرون بأن التلفزيون يقوم بالدور المطلوب منه في دعم الرياضة للجميع إلى حد ما .

وبالنسبة لتأثير التلفزيون بالفعل في نشر ثقافة الرياضة للجميع ، فقد اتفق 33.33% من العينة على أن التلفزيون يؤثر بالفعل على ثقافة الجمهور كما هو فروض أن يحدث ، بينما اتفق 58.34% بأن التلفزيون لا يؤثر بالفعل على ثقافة

2010

الجمهور كما هو مفروض ، بينما ترى 8.33% من عينة البحث أن التلفزيون يؤثر إلى حد ما .

وبالنسبة لاهتمام أهداف برامج التلفزيون بتنمية الوعي الرياضي لدى جميع الأعمار فقد اتفق 15% من العينة على أن أهداف البرامج الرياضية تهتم بتنمية الوعي الرياضي لدى جميع الأعمار ، بينما اتفق 50% من العينة بأن أهداف البرامج الرياضية لا تهتم بتنمية الوعي الرياضي لدى جميع الأعمار ، و 25% من العينة ترى بأن أهداف البرامج الرياضية تهتم إلى حد ما بتنمية الوعي الرياضي لدى جميع الأعمار .وبالنسبة لأهداف البرامج الرياضية هل تتغير باستمرار ، فقد اتفق 20% من العينة بأن أهداف البرامج تتغير باستمرار ، بينما ترى 55% من العينة بأن أهداف البرامج لا تتغير باستمرار ، بينما اتفق 25% على أن أهداف البرامج لا تتغير باستمرار إلى حد ما .

المحور الثاني : طبيعة واحتياجات الجمهور (نوعية البرامج المقدمة)

إلى حد ما		لا		نعم		الرقم	العبارات
%	ك	%	ك	%	ك		
41.66	25	36.66	22	21.67	13	6	هل تتنوع وتتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور؟
30	18	55	33	15	9	7	هل تتفق أهداف البرامج الرياضية

2010

						مع العلم الحديث بما يذكره من مواصفات كل مرحلة سنية وتغييراتها وما تحتاج من رياضات؟	
21.67	13	78.33	47	-	-	هل يقدم التلفزيون البرامج الرياضية الخاصة بالبنين وبرامج رياضية خاصة بالإناث كما ينادي به العلم؟	8
16.67	10	-	-	83.33	50	هل يركز التلفزيون في نقله	9

2010

						على نشاطات معينة دون الأخرى ، وما هي إذا كانت ؟
--	--	--	--	--	--	--

من الجدول يتضح بالنسبة لتنوع وتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور ، فقد اتفق 21.67% من العينة على أن تنوع وتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور ، بينما ترى 36.66% من العينة عدم تنوع وتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور ، و 41.66% من العينة نرى إلى حد ما تنوع وتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور .

وبالنسبة لاتفاق أهداف البرامج مع العلم الحديث بما يذكره من مواصفات كل مرحلة سنوية و تغيراتها و ما تحتاجه من رياضات ، حيث ترى نسبة 15% من العينة أن أهداف البرامج الرياضية تتفق مع العلم الحديث ، بينما 55% من العينة ترى العكس ، ونسبة 30% ترى أن أهداف البرامج تتفق إلى حد ما مع العلم الحديث .

وبالنسبة لتقديم التلفزيون لبرامج رياضية خاصة بالبنين و برامج رياضية خاصة بالإناث ، فقد اتفقت 78.33% من العينة على أن التلفزيون لا يقدم برامج رياضية خاصة بالبنين و برامج رياضية خاصة بالإناث ، بينما 21.67% من العينة ترى أن التلفزيون يقدم إلى حد ما برامج رياضية خاصة بالبنين و برامج رياضية خاصة بالإناث .

بالنسبة لتركيز التلفزيون في نقله على نشاطات معينة ، فقد اتفقت 83.33% من

2010

العينة بأن التلفزيون يركز في نقله على نشاطات معينة دون الأخرى ، بينما ترى 16.67% أن التلفزيون يركز إلى حد ما في نقله لنشاطات رياضية معينة دون الأخرى . والعينة ترى أن التلفزيون يركز في نقله على مباريات كرة القدم .

المحور الثالث : الشكل والأسلوب لتوصيل المعلومات .

إلى حد ما		لا		نعم		الرقم	العبارات
%	ك	%	ك	%	ك		
55	33	35	21	10	6	10	هل تقدم المعلومات الرياضية بالتلفزيون بطريقة شيقة وجذابة ؟
36.67	22	33.33	20	30	18	11	هل من يقدمون البرامج الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في توصيل

2010

						المعلومات ؟	
						هل يتم استخدام المسؤولين عن البرامج الرياضية لأساليب فنية وجيدة ومناسبة ؟	
40	24	41.67	25	18.33	11		12

يتضح من خلال الجدول وجود فروق في تكرارات لاستجابة أفراد العينة بالنسبة لتقديم المعلومات الرياضية بالتلفزيون بطريقة شيقة وجذابة . فقد اتفق 10% من العينة على أن تقديم المعلومات الرياضية يتم بطريقة شيقة وجذابة ، و 35% يرون العكس من ذلك ، أما 55% يرونها إلى حد ما شيقة وجذابة . وبالنسبة لمن يقدمون البرامج الرياضية هل يستخدمون أسلوباً واضحاً في توصيل المعلومات ، فقد اتفق 30% من العينة على أن من يقدمون البرامج الرياضية يستخدمون أسلوباً واضحاً في توصيل المعلومات ، و 33.33% يرون العكس من ذلك ، و 36.67% من العينة يرون أن من يقدمون البرامج الرياضية يستخدمون أسلوباً واضحاً في توصيل المعلومات إلى حد ما . وبالنسبة لاستخدام المسؤولين عن البرامج الرياضية أساليب فنية جيدة ومناسبة لنقل و توصيل المعلومات ، فقد اتفق 18.33% من العينة على أن المسؤولين عن البرامج الرياضية يستخدمون أساليب فنية جيدة ومناسبة لنقل و توصيل المعلومات ، و 41.67% يرون عكس ذلك ، حيث أن المسؤولين عن البرامج الرياضية لا يستخدمون أساليب فنية جيدة ومناسبة لنقل و توصيل المعلومات ، و 40% يرون إلى حد ما أن المسؤولين عن البرامج الرياضية يستخدمون أساليب فنية جيدة ومناسبة لنقل و توصيل المعلومات .

الاستنتاجات

من عرض ومناقشة نتائج الدراسة نستخلص ما يلي :

المحور الأول: أهمية وأهداف التلفزيون في دعم الرياضة للجميع .

اتفقت آراء العينة على أن هدف البرامج الرياضية ليست للتسلية فقط ، والتلفزيون لم يرقم بالدور المطلوب منه في تدعيم الرياضة للجميع ، ولم يؤثر على ثقافة الجمهور ، وأن البرامج الرياضية لا تتغير باستمرار . مما يدل عن عدم اهتمام التلفزيون بالدعاية لأهمية مختلف أنواع الأنشطة الرياضية الأخرى ، وهذا ما أشار إليه jealba (9) و Pierre Seurin (10) حول معوقات تطور الحركة الرياضية للجميع .

المحور الثاني: طبيعة واحتياجات الجمهور (نوعية البرامج المقدمة) .

اتفقت آراء العينة على أن أهداف البرامج الرياضية لا تتنوع و لا تتعدد لتشمل كل الاحتياجات ، و أن الأهداف لا تتفق مع العلم الحديث بما يذكره من مواصفات ، وأن التلفزيون لا يقدم برامج رياضية خاصة بالبنين وبرامج رياضية خاصة بالبنات ، ويركز التلفزيون في نقله على نشاطات معينة و هي كرة القدم . ومن هذا يتضح عدم الاهتمام بتقديم برامج رياضية متنوعة لباقي فئات الجمهور . وهذه النتائج معاكسة لنتائج المؤتمر الأول حول الرياضة للجميع المنعقد ببرلين، علي انه يجب تقديم برامج رياضية للجميع وفقا للأسس والمعايير العلمي

المحور الثالث: الشكل أو أسلوب توصيل المعلومات .

اتفقت آراء العينة بأن التلفزيون لا يقدم المعلومات الرياضية بطريقة شيقة وجذابة ، وأن من يقدمون البرامج الرياضية يستخدمون أسلوبا واضحا في توصيل المعلومات هذا مخالف للواقع ، وأن المسؤولين عن البرامج الرياضية لا يستخدمون

1- محمد محمد الحمادي ، المرجع السابق ، ص 102-9

(2) Pierre (S). Pratiques et Education Physique .Revue International des Sciences Sociale. Volume 34 N°2. UNISCO. 1982.

2010

أساليب فنية ومناسبة لنقل وتوصيل المعلومات . وهذا ما أشار إليه Jealba في نقص في الكم والكفاءة المتخصصة في المجال.

النتائج العامة

يتضح قلة الفترة الزمنية المخصصة لتنمية الوعي الرياضي و التي تتمثل في توضيح أهداف و أغراض و أهمية الرياضة للجميع ، وهناك تركيز على البرامج الرياضية التي تدور حول البطولات الرياضية (النشاطات التنافسية) مع قلة الاهتمام بباقي نوعيات البرامج الرياضية (للأطفال ، المرأة الكبار ، التعليمية ، التربية الصحية ، النشاطات الترويحية) مما يدل على عدم تنوع البرامج بما يتناسب مع فئات الجمهور المختلفة . ومنه فإن البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري لا تعتبر ميدان لتدعيم الرياضة للجميع .

التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالثقافة الرياضية وتنمية الاتجاهات الإيجابية نحو ممارسة الرياضة .
- تكوين إطارات متخصصة في الإعلام الرياضي .
- إعداد حصص خاصة لدعم الرياضة للجميع للتعريف بأهميتها وأهداف الممارسة الرياضية
- لا بد من تخصيص برامج لجميع الفئات

المراجع:

- 1- أيمن احمد الهنداوي :برامج التلفزيون المصري، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2004
- 2- حسن احمد الشافعي:الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، بدون سنة
- 3- محمد محمد الحمامي: الرياضة للجميع ،مركز الكتاب للنشر، بدون سنة
- 4- إبراهيم إمام :فن العلاقات العامة والإعلام، ط3، مكتبة أنجلو مصرية، القاهرة 1986

2010

5- أمل منير صبري: البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري وأثرها علي ممارسة المرأة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية جامعة حلوان، القاهرة 1993

6- نشوي إمام إبراهيم: تأثير الإعلام الرياضي المدرسي علي تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية للبنات، القاهرة 2003

7- حسام الدين السيد المرسي المبارك: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لذي طلاب الجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية جامعة طنطا 2003

8-Pierre (S). Pratiques et Education Physique .Revue
International des Sciences Sociale. Volume 34 N°2.
UNISCO. 1982.

الملحق: استمارة استبيان

البيانات	نعم	لا	الي حد ما
هل هدف برامج التلفزيون الرياضية التسلية فقط؟			
هل يقوم التلفزيون بالدور المطلوب منه في تدعيم الرياضة للجميع؟			
هل يؤثر التلفزيون بالدور المطلوب علي أكمل وجه في نشر ثقافة الرياضة للجميع؟			
هل تهتم البرامج الرياضية بتنمية الوعي الرياضي بجميع الأعمار؟			
هل أهداف البرامج الرياضية تتغير باستمرار؟			
هل تتنوع وتتعدد أهداف البرامج الرياضية لتشمل كل احتياجات الجمهور؟			
هل تتفق أهداف البرامج الرياضية مع العلم الحديث بما يذكره من مواصفات كل مرحلة سنوية وتغيراتها وما تحتاج من رياضات؟			
هل يقدم التلفزيون البرامج الرياضية الخاصة بالبنين وبرامج رياضية خاصة بالإناث كما ينادي به العلم؟			
هل يركز التلفزيون في نقله على نشاطات معينة دون الأخرى ، وما هي إذا كانت؟			
هل تقدم المعلومات الرياضية بالتلفزيون بطريقة شيقة وجذابة؟			
هل من يقدمون البرامج الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في توصيل المعلومات؟			
هل يتم استخدام المسؤولين عن البرامج الرياضية لأساليب فنية وجيدة ومناسبة؟			