وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان:

تأثير الإعلام الرياضي على اتجاهات الشباب

دراسة ميدانية على قراء "جريدة الهداف" نموذج

إعداد الطالبتين :

- شيخ بن شيخ وهيبة
- حاج علي حورية

تحت إشراف الأستاذ:

- فلاف صالح شبرة

لجـنة المناقـــشـة :

- بعلي محمد سعيد
- العربي بوعمامة

السنة الجامعية : 2014- 2015

1 – الإعلام الرياضي

1 – 1 مفهوم الإعلام الرياضي وعناصره

1 – 2 أنواع وأسلوب الإعلام الرياضي.

1 – 3 أهداف وأهمية الإعلام الرياضي

1 – 4 خصائص ولغة الإعلام الرياضي.

1 – 5 جمهور الإعلام الرياضي

مقدمـــــــــــــة

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر، وهذا راجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

فقد كانت هذه الوسائل في العصر القديم عبارة عن وسائل تقليدية بسيطة لا تفي بغرض قارئ اليوم، وإنما عبارة عن مجموعة وسائل تنقل معلومات غلى الأفراد دون إحداث الأثر فيهم. ومع التطور التكنولوجي وظهور التقنية الرقمية أصبح شغف الجمهور في تسارع و تزايد كبير بحيث دفع إلى محاولة مواكبة هذا العصر والتطور التكنولوجي الحديث.

فنحن اليوم نعيش في عصر المعلومات، هذه حقيقة يلمسها كل فرد يعيش أحوال المجتمع الحديث المتغير، فالمعلومات عنصر لا غنى عنه في أي نشاط نمارسه فهي أساس البحوث العلمية، وقاعدة اتخاذ القرارات الصائبة. فمن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب يستطيع التحكم في موارد الطبيعة والسيطرة عليها لتحقيق صالحه وصالح المجتمع. وتبرز الحاجة إلى المعلومات في كل أوجه النشاط الإنساني، السياسية و الاقتصادية و العلمية والترفيهية. وقد تميز النصف الثاني من القرن العشرين بما يعرف بظاهرة "تفجر المعلومات" وأصبح إنتاج المعلومات عبارة عن صناعة لها سوق لا يختلف كثيرا عن أسواق السلع والخدمات.

ومع تفجر المعلومات وانتشارها على نطاق واسع تعددت الوسائل الإعلامية وتنوع مضمونها وأهدافها فظهرت الوسائل السمعية ،المرئية والمكتوبة منها على شكل إذاعة و تلفزيون وصحافة مكتوبة ، فعرفت الصحافة المكتوبة خلال النصف الثاني من القرن العشرين تغيرات هامة وجذرية إلى النخبة واندماجها فيما أصبح يعرف بالاتصال الجماهيري ،لكن هذا التحول لم يصحبه تغير كبير في المعايير والقيم والتقنيات التي تأسست عليها مهنة الصحافة ،وظهر معها التخصص والتنوع في المضمون الإعلامي فظهرت الصحافة المتخصصة في المجال الرياضي.

فالإعلام الرياضي هو أحد الأشكال الجديدة في الوسط الإعلامي بشتى أنواعه وأشكاله وهو يهتم بنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بالرياضة ويملك إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي.

وهو يعتمد بالدرجة الأولى على وسائل تنقل المعلومة الرياضية إلى الجمهور و بالأخص الصحافة الرياضية المتخصصة التي مازالت تحافظ على مكانتها في الوسط الإعلامي على الرغم من ظهور الوسائل الإلكترونية التي فتحت مجال واسع للفرد بأن يشارك في صنع المعلومة .

والشباب في المجتمع هو الفئة الأكثر استهدافا خصوصا فيما يتعلق بمتابعة الأخبار الرياضية ،لأن لهم اهتمام أكثر بكرة القدم والملاحظ اليوم في الصحف الرياضية هو التركيز أكثر على هذه اللعبة على حساب المنافسات الأخرى المحلية والدولية باعتبارها الأكثر مشاهدة ومتابعة في الأوساط الجزائرية على الرغم من الصدى البالغ الذي تحدثه الرياضات الأخرى من حيث التغطية الإعلامية الشاملة لمعظم الصحف الأخرى العربية منها والأوروبية بشكل عام .

وتتمحور دراستنا حول تأثير الإعلام الرياضي على الشباب المتتبع لجريدة الهداف باعتبارها الجريدة الأكثر متابعة من قبل الشباب وهي الجريدة الأولى مغاربيا تقدم للقارئ جل الأخبار التي تخص كرة القدم عامة وتصدر بصفة يومية ومنتظمة ،وتكون موجهة إلى كافة الجماهير.

وقد قسمت دراستنا إلى ثلاث أجزاء رئيسية تتمثل في الإطار المنهجي والذي يشتمل أهم النقاط التي سوف يبنى عليها هذا البحث من حيث أهمية و على الإشكالية والفرضيات أهداف الدراسة ،منهج وعينة البحث,

و خصصنا جزء إلى الإطار النظري الذي قسمناه إلى فصلين : الأول حول الأعلام الرياضي والصحافة الرياضية ، ففي المبحث الأول من الفصل الأول تحدثنا عن مفهوم الإعلام الرياضي ،أنواعه،أهدافه وأهميته ،الخصائص التي يتصف بها، وجمهوره، .أما المبحث الثاني فيتمحور حول مفهوم الصحافة الرياضية ،نشأتها ،أنواعها ،مبادئها ،وأهدافها.

أما الفصل الثاني فرتأينا الحديث فيه عن الفئة المستهدفة في مجتمع البحث وهي الشباب من حيث المفهوم والخصائص وأيضا أهم الفئات،الاهتمامات والمشاكل التي يعاني منها هذا الجزء ،أما المبحث الثاني تضمن الإعلام الرياضي في الجزائر وفيه الإعلام المتخصص ،الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر، ضف إلى هذا حاولنا أيضا حصر مجموعة من النقاط لضبط واقع الإعلام الرياضي والمشاكل التي يعاني منها هذا القطاع في المجال الرياضي .

أما الجزء الأخير من الدراسة فخصصناه للجانب التطبيقي وفيه لمحة عن **"جريدة الهداف "** ،تحديد الاستمارة وتوزيعها ثم تحليلها واستخلاص أهم النتائج المسطرة في أهداف البحث.

أما فيما يخص آخر الدراسة فرتأينا إلى وضع خلاصة عامة للدراسة ، خاتمة للموضوع ،ثم قائمة المراجع التي اعتمدت عليها في هذه الدراسة من كتب وقواميس وإلكترونية ومذكرات التخرج ،أما في الملاحق وضعنا نموذج عن الاستمارة وبعض النماذج المأخوذة كالصور للاعبين والمقالات المنشورة في "جريدة الهداف" .

رقم الاستمارة :

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

استمارة استبان حول موضوع :

تأثير الإعلام الرياضي على اتجاهات الشباب المتتبع لجريدة الهداف .

يسعدني أن أتوجه إليكم بهذه الاستمارة طالبة منكم تقديم المساعدة وذلك بالإجابة على الأسئلة المقدمة لكم وهذا من أجل مساعدتنا للبحث في هذه الظاهرة، وليكن في علمكم أن الهدف منه هو إعداد بحث علمي فقط.

ملاحظة :

حول كيفية الإجابة على أسئلة الاستمارة

وضع علامة (x) في المكان المناسب

من إعداد الطالبتين :

***- شيخ بن شيخ وهيبة** **تحت إشراف الأستاذ**

***- حاج علي حورية** صالح فلاق شبرة.

السنة الجامعة : 2014 / 2015

البيانات الشخصية :

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن : 18 -22 ☐ 23 – 25 ☐ 25 فأكثر ☐

3- المستوى الجامعي : ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

4- مكان الإقامة : حضري ☐ شبه حضري ☐ ريفي ☐

المحور الأول : جريدة الهداف ومقروئية الشباب

5- هل أنتم من قراء جريدة الهداف ؟

نعم ☐ لا ☐

6- ما هي الأوقات المفضلة لقرائتك للجريدة ؟

صباحا ☐ ظهرا ☐ ليلا ☐

7- كيف تغطي جريدة الهداف الأحداث الرياضية ؟

بمصداقية ☐ بدون مصداقية ☐

8- ما هو سبب قرائتك لجريدة الهداف ؟

التثقيف و التوعية ☐ التسلية والترفيه ☐ لملأ الفراغ ☐

9- ما هي أهم الأخبار التي تهمك في صفحات جريدة الهداف ؟

محلية ☐ دولية ☐

10- أيهما تفضل؟الجريدة :

الورقية ☐ الالكترونية ☐

ولماذا؟

.....

.....

المحور الثاني : جريدة الهداف ودورها في توعية الطلبة

11- هل تساهم جريدة الهداف في توعية الطلبة الجامعيين ؟

نعم ☐ لا ☐

12 – في رأيك: هل تهتم جريدة الهداف بإشباع حاجات الجمهور ؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

13- ما مدى درجة مساهمة جريدة الهداف في تغير سلوكك و اتجاهك نحو رياضة ما ؟

كثيرا ☐ قليلا ☐ نادرا ☐

14- كمتتبع للجريدة، في رأيك هل أعطت فرصة للقارئ بإبداء رأيه ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

15- ما هي أهم المعارف المكتسبة من الجريدة ؟

أخبار رياضية ☐ ثقافة عامة ☐ شخصيات رياضية ☐

قوانين اللعبة ☐

16 – هل تعتبر جريدة الهداف مصدر لثقافتك الرياضية ؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : جريدة الهداف وتأثيرها على الطلبة

17- هل ترى بأن جريدة الهداف لها تأثير كبير على الطلبة ؟

نعم ☐ لا ☐

في رأيك ما نوع هذا التأثير؟

قوي ☐ ضعيف ☐ منعدم ☐

18- هل تأثير جريدة الهداف له دور في زيادة الاهتمام بالرياضة ؟

نعم ☐ لا ☐ نادرا ☐

19- ماهي التغيرات التي يمكن أن تحدثها الهداف على الطلبة ؟

من خلال :

كسب معارف ☐ نشر الوعي و المعرفة ☐

تغيير بعض الآراء و الاتجاهات ☐

20-- كيف ترى مستقبل الصحافة الرياضية في الجزائر؟

.....

.....

تمهيد:

يعد الإعلام الرياضـي أكثر الأنواع الصحفية أهميـة لما له من خصائص تميزه عن غيـره و يتكون من أنواع عديدة ومتخصصة في مجال الرياضة سواء مكتوبة كالصحافة الرياضية التي بدورها لها أهمية كبرى في الوسط الإعلامي من حيث نشر الأخبار والمقالات الصحفية حول الرياضة ، الفرق الرياضية ، الأندية وحتى تصريحات و صور بعض اللاعبين والمدربين على المستوى المحلي أو الدولي . ضف إلى هذا هناك إعلام مرئي من خلال تخصيص قنوات لبث المباريات وكذا التعليق عليها ،أيضا إعلام مسموع عبر الموجات الإذاعية كلها أشكال تخص الإعلام الرياضي من أجل نشر الأخبار الرياضية وكذا كسب أكبر عدد من الجمهور.

أولا:

مفهوم الإعلام الرياضي:

يعرف الإعلام الرياضي بأنــه عملية نشر الأخبـار والمعلومـات والحقـائق الرياضـية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.[1]

ويرى محمد الحماحمي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي بعرض وتفسير القواعد و القوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية .وذلك من خلال رسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيري ،بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية الحركية ،وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متعة الأحداث الرياضية [2].

عناصر الإعلام الرياضي:

- للإعلام الرياضي عناصر أربعة وهي:

1- المرسل

2- المستقبل.

3- الأداة أو الوسيلة.

4- الرسالة (المضمون) [3]

1- إبراهيم فؤاد الخصاونة ،**الصحافة المتخصصة** ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1،2012،ص90

2- عيسى الهادي ،**دراسات في الإعلام الرياضي التربوي** ،القاهرة ،دار الكتاب الحديث ، ط1،2012،ص08

3-محمد الحماحمي ،**الإعلامي التربوي في مجال الرياضة واستثمار أوقات الفراغ** ،القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ط1،2006 ، ص88

1- المرسل:هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصد رعنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة :الإتحاد ،النادي ،اللاعب ،أو المدرب.....الخ

2- المستقبل:هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة.

3- الأداة أو الوسيلة:هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو إذاعة ،أو تلفزيون.....الخ

4-الرسالة أو المضمون:

هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضي لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة أو المضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبة المستوى المستقبلي من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابا أو سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر و تعود على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضية ،هذه تبين نظرية الاتصال وتفسيراتها السيكولوجية للإعلام الرياضي .[1]

1-خير الدين علي عويس، **الإعلام الرياضي** ،القاهرة، مركز الكتاب والنشر ،ط1 ،1998،ص22-

ثانيا:

ا - أنواع الإعلام الرياضي:

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

1-الإعـــلام الرياضـــي المقروء: وهـو الـذي يعتمـد علـى الكلمـة المكتوبـة مثـــل:الصـحـف، الكتب، المجلات، المنشورات والملحقات.

2- الإعـلام الرياضـي المسمـــوع: وهـو الذي يعتمـد علـى سمع الإنسـان مثـل الراديــو، الأشرطة، التسجيل ووكالة الأنباء.

3-الإعـلام الرياضـي المرئـي: هو الذي يعتمد على بصـر الإنسان مثل : السينما والتلفزيـون و الفيديو وشبكة المعلومات وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في أن واحد.

4- الإعـلام الرياضـي الثابـت: وهـو الذي يتـوجه إليـه الناس للاطـلاع عليها مثـل المعـارض و المؤثرات والمسارح.[1]

ب - أساليب الإعلام الرياضي:

1 ـ الأسلوب المباشر: ويتتبع نقل المعلومات مباشرة ويعتمد على المرسل والمستقبل لتوصيل الرسالة ويركز على المصدر في نقلها ويكون محدد.

2 ـ الأسلوب الغير المباشر: وهو الأكثر انتشارا والأسهل وهو يتتبع البرامج المختلفة لتوصيل المعلومات لفئات الجمهور حتى يستطيع أن يواجه احتياجات المتغيرة والنظرية الحديثة.[2]

1-خير الدين علي عويس ،عطا حسن عبد الرحمان ،مرجع سابق ص91

2– فتحي بوخاري، **مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة-** بحث مسحي أجري بولاية مستغانم ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص الرياضة والصحة،2013،ص34

ثالثا:

أ ـ أهداف الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي مجموعة من الأهداف يمكن حصرها كالأتي:

1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

2- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها ،حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات.

4- توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستوى المحلي والدولي.

5- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.[1]

6- مخاطبة الجمهور المراد التأثير في سلوكه للمشاركة في تحقيق أهداف وفلسفة المجتمع نحو المجال الرياضي وذلك من خلال إقناعه بأهمية ودوره في تحقيق ذلك المقصد.

7- توعية الجمهور بقيم ومبادئ الروح الرياضية.

8- التنشئة الاجتماعية والتنمية المعرفية والثقافة وتكوين اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع نحو الرياضة وكذا تشكيل رأي عام نحو قضاياها ومشكلاتها.[2]

1-خير الدين عويس-**عطا حسن عبد الرحيم**،مرجع سابق:ص24،25

2-محمد الحماحمي، أحمد سعيد، **الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات**، القاهرة، مركز الكتاب للنشر،ط1، ،ص105

ب- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي من أهم العلوم بحيث تكمن أهميته في:

1- تكوين نسبة معرفية لدى المتتبعين لرسائله أو فقراته الإذاعية أو التلفزيونية أو القارئين لموضوعاته الصحيفة.

2- تنمية المكونات الثقافية المرتبطة بهذا المجال لدى الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية بغرض محو الأمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مذكرات خاطئة لدى الأفراد أو الفئات المختلفة في المجتمع.

3- تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي.

4- تكوين الاتجاهات الايجابية نحو التربية البدنية والرياضية التنافسية بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة في أوجه نشاطها وذلك من خلال توضيح أهميتها في حياة الإنسان و المجتمع.

5- تكوين رأي عام مبني على حقائق ومعلومات صادقة ومناقشات علمية جادة للمشكلات و القضايا المعاصرة في المجال الرياضي.[1]

6-يعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب ،بل التعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

7-للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بخلاء بعد انتشار في القرن العشرين على نطاق واسع ولذلك أخذت الحكومات على سياستها الفكرية تخصص الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيون وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم.[2]

1- محمد الحماحمي ،أحمد سعيد ،مرجع سابق:ص101،102

2- خير الدين عويس- عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق،ص24

8- زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بمجالات أخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية ،وعدم قدرة الفرد في ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات يعد أمرا صعبا ،فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات (الانترنت).

9- تكمن أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على الجمهور الرياضي وتوجيه مشاعرهم والوجهة التي يريدها الوجه.[1]

1- خير الدين عويس، مرجع سابق ،ص25

رابعا:

خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:

1- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه و يرغب في الوصول إليه فمثلا:هناك مجلة رياضية خاصة بكرة القدم.

2- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

3- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلي نقطة متوسطة افتراضية يجتمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلي قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

4- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بين المجتمع وحتى يمكن فهمه لا بد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع ،فالإعلام الرياضي بمثابة المرأة التي تعاكس صورة و فلسفة هذا المجتمع.[1]

1- خير الدين عويس،مرجع سابق ،ص24

لغة الإعلام الرياضي:

يتميز الحدث الرياضي بالديناميكية والحركة والصراع، ويتميز الجمهور الرياضي أيضا بالمزاجية والانفعالية والحيوية والشباب، وقد ترك ذلك كله آثاره البالغة على لغة وأسلوب وطريقة المعالجة الإعلامية للحدث وموضوع الرياضيين ومن أبرز سمات لغة الإعلام الرياضي نذكر:

1 ـ الحيوية والعفوية والرشاقة والبساطة والجاذبية.

2 ـ غلبة الجمل الفعلية في العناوين والمتون.

3 ـ كثرة المصطلحات الفنية الخاصة باللعبة.

4 ـ كثرة المفردات التي تعبر عن الصراع والمنافسة (الهزيمة، النصر، السحق، القذائف، الصواريخ، الضربات، الضربات، التحطيم، الدفاع.....الخ).

5 ـ كثرة استخدام الألفاظ العامية أو المألوفة جدا، والمتداولة في الأوساط الرياضية عموما، أو في مجال لعبة معينة أو في منطقة معينة.

6 ـ غلبة الأسلوب السردي الصرف، أو السرد مع التحليل في الكتابة الصحفية.

---

2 ـ أديب خضور، **الإعلام المتخصص**، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط 2، 2005، ص195-196

خامسا: رابعا:

جمهور الإعلام الرياضي:

يمكن تحديد أبرز سمات جمهور الإعلام الرياضي على النحو التالي:

1 – جمهور ضخم، واسع، وغير متجانس (وفق معايير السن ودرجة الاهتمام ومستوى التذوق والإدراك والهواية).

2 – جمهور مبادر وإيجابي، يسعى للاطلاع على الأحداث الرياضية ويبحث عنها

3 – جمهور معني ومهتم ومتابع وانتقادي بالدرجة الأولى، ومطلع. يعرف القواعد والأنظمة ويتابع الأحداث والأسماء والتطورات الهامة في مجال الرياضة المحلية والدولية.

4 – جمهور مزاجي وانفعالي وعاطفي أيضا، متقلب ومن الصعب إرضاءه بحيث تكون ردود فعله فورية وقوية وحادة.

5 – جمهور تهتم شرائح واسعة منه بما هو إخباري وآني ومثير، سطحي، شخصي.

6 – جمهور شاب. الكتلة الرئيسية من الجمهور الرياضي تتكون من الشبيبة الحيوية والديناميكية والتي هي مهتمة بالبطولات المحلية والأوروبية، وربما المحدودة الاهتمام بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

7 – جمهور متحيز والذي يحدد المواقف مسبقا، ولاعتبارات ليست بالضرورة رياضية، وليست أيضا بالضرورة ناجمة عن معطيات الحدث الرياضي، والتطور الذاتي لهذا الحدث.

8 – جمهور ليس له تقاليد راسخة وعميقة تتعلق بالذوق والسلوك وحتى طريقة التعبير عن المواقف ومختلف الانفعالات والاتجاهات الشبابية. [1]

---

1 – أديب خضور، **الإعلام المتخصص**،مرجع سابق، ص 194 ،195

أولا:

الصحافة المتخصصة:

تراوحت وجهات نظر الباحثين عند تحديدهم لمفهوم الصحافة المتخصصة واختلفت هذه المفاهيم وفقا لوجها نظرهم وأرائهم واتجاهاتهم وطريقة ممارستهم لها.ويرتبط مفهوم الصحافة المتخصصة بالتخصص المعرفي ارتباطا وثيقا وفقا لطبيعة الظواهر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيولوجية والتكنولوجية في عصرنا هذا حيث التقدم العلمي والتكنولوجي والمعلوماتى الذي يسود العالم ويعني التخصص بالدرجة الأولى.[1]

ومن الطبيعي أن تعدد وتنوع المواد التحريرية التي تقدمها الصحف المتخصصة ،وما يلحق بذلك من الصفحات المتخصصة في بعض الصحف العامة مثل: الجرائد اليومية، المجلات الأسبوعية والشهرية وذلك بتعدد وتنوع مجالات التخصص ،والتي تنصب على كافة فروع المعرفة في جوانب الحياة واهتمامات الأفراد وأوجه أنشطتهم المختلفة.

فالقارئ الآن أصبح متنوعا، فلم نصبح ننظر إليه على أنه جماهيري، بل أصبح النظر إلى أن لكل نوعية أو كل مجموعة لديها اهتمامات خاصة ،والتي من المفترض أن تلبي هذه الخدمات الخاصة احتياجاتها في الصحافة المتخصصة ،وحتى الصحافة العامة.

– وهي أيضا التي تتخصص بموضوع واحد وبمجال منفرد من مجالات المعرفة البشرية أو الأخبار وتنشر المقالات والتحقيقات والبحوث عن ذلك الموضوع الجرائد الرياضية مثلا.[2]

---

1 ـ محمد منير حجاب، **مدخل إلى الصحافة**، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2010 ،ص107

2 – رحيمة الطيب العيساني، **مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، الأردن، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع،ط1، 2008، ص102 .

الصحافة الرياضية:

تعتبر الصحافة الرياضية أول وسيلة من وسائل الإعلام المعاصر، فلقد بدأت الكتابة مع الإنسان في عصوره القديمة ثم حققت تطورا كبيرا في القرن الخامس عشر ،حيث اخترعت المطبعة حتي تبلورت الصحافة في شكل من أشكال الدوريات التي تتناقل الأخبار بين الناس.

ثم اتجهت الصحافة إلي التخصص، فهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية وهناك أيضا الصحافة الرياضية والتي تعتبر من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا.[1]

فالصحافة الرياضية : هي الصحافة التي تهتم بنشر الأخبار والأحداث الرياضية و المناسبات محليا ،دوليا وعربيا ،والممارسات والأنشطة بأنواعها المختلفة بنشر الثقافة الرياضية وتثقيف الكوادر الرياضية بالتربية الرياضية ،إضافة إلي تزويد المدربين والحكام بالمعرفة والخبرات التدريبية وزيادة الوعي الرياضي لدى المواطنين ،ومواكبة التطورات الفنية التي تحدث عالميا.[2]

1-حسنين شفيق، **الصحافة المتخصصة المطبوعة والالكترونية**، القاهرة، ،دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، دط ،2009،ص216

2-محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص207

ثانيا:

نشأة الصحافة الرياضية:

ظهرت الصحافة الرياضية في البدايات كصحافة أنشطة وهوايات وتسلية نظرا للهوايات والأنشطة الفردية من أهمية للقراء ،حيث ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحف نفسها في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في غرب أوروبا وإن لم أقل نفس أهمية التجارة والمال البنوك وحركة السوق ،وخاصة إن ظهور الصحافة ارتبط بازدياد نقود الرأسمالية الأوروبية واهتمامها بالنشاطات الاقتصادية وقد أصبحت الشؤون الرياضية تحتل مرتبة أقل أهمية من الشؤون السياسية والشؤون الاقتصادية في صحافة القرن التاسع عشر ،ولكن ما لبثت أخبار الرياضة أن عرفت طريقها إلي الصفحات الأولى من الصحف مع بداية القرن العشرين ،وقد ارتبط ذلك بازدياد عدد القراء للصحف ظهور الصحافة الشعبية ومن ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف أداة لجذب أكبر عدد من القراء.[1]

ومع الوقت لم يعد الاهتمام بالشؤون الرياضية قاصرا علي الصحف الشعبية وإنما امتد الاهتمام إلي صحف النخبة ولكن ليس بنفس قدرة الاهتمام الصحف الشعبية.

و بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية انتشرت المجلات الرياضية المتخصصة وبعد ذلك بفترة قصيرة اكتشفت الصحافة الرياضية في الساحة الإعلامية ليس في الشؤون الرياضية المتعددة وأقل ما يعرف بالتخصص والاختصاص الدقيق ،فظهرت صحف متخصصة برياضة معينة وأول بروز لهذا التخصص الدقيق كان بالولايات المتحدة الأمريكية حيث يوجد مجلات لكرة القدم أخرى للبيسبول وغيرها.

كما تنوعت في الدول الأوروبية المجلات الرياضية المتخصصة فهناك مجلات متخصصة في الملاكمة وأخرى في كرة القدم وغيرها متخصصة في السباحة وهكذا أصبح لكل رياضة صحيفة متخصصة.[2]

1-عبد الرزاق علي الهيتمي ، **الصحافة المتخصصة** ، الأردن، دار السلامة للنشر و التوزيع ،ط1،2011،ص212

2-شرف عبد العزيز ،**الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة** ،القاهرة ،عالم الكتب ،ط1،2003،ص158

وظهرت الصحافة الرياضية في العالم العربي وأقبل عليها القراء والجمهور، وذلك في العقود الأولى من القرن العشرين، وكانت عبارة عن أبواب صغيرة وقصيرة تنشرها الصحف العامة.

وقد ارتبط ظهور الصحافة العربية الرياضية باستقلال العديد من الدول العربية بعد الحرب العالمية الثانية وظهور الفرق الرياضية الوطنية التي أصبحت تشترك في المسابقات المحلية الإقليمية والدولية ،وقد احتلت رياضة كرة القدم الصدارة في اهتمامات الشعوب العربية ،و بالتالي في اهتمامات الصحف العربية ،بعد أن كانت أخبار الرياضة وشؤونها تحتل أكثر من عمود أو أكثر في الصحافة العربية الصادرة قبل الحرب العالمية الثانية ،وفي السنوات الأخيرة بدأ اهتمام القراء العرب بالشؤون الرياضية كما دفع البعض لإصدار صحف ومجلات رياضية متخصصة.

بينما ارتبط انتشار الصحف في منطقة الخليج العربي والمملكة العربية السعودية بانتشار الصحف الرياضية ،والتي يعدها ويشرف عليها مسؤولين وصحفيون بحيث أسهمت هذه الصحافة في إعداد جيل من الصحفيين في هذه المنطقة.

و تعتبر الصحف الرياضية التي تصدرها مؤسسة الشرق الأوسط السعودية في جدة أول صحيفة رياضية متخصصة في العالم العربي تصدر في قطع قياسي يماثل الصحف العامة.[1]

1-شرف عبد العزيز، مرجع سابق، ص159،160.

ثالثا:

أنواع الصحافة الرياضية:

يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع منها:

1- الصحافة الرياضية العامة : ومن أهم أنواعها:

- الصحف الرياضية المركزية اليومية العامة.

- الصحف الرياضية الأسبوعية العامة.

2- الصحافة الرياضية المتخصصة وتضم:

- الصحف الرياضية اليومية أو الأسبوعية المتخصصة برياضة واحدة أو بلغة رياضية واحدة
- المجلة الرياضية الأسبوعية المتخصصة برياضة أو بلغة رياضية واحدة.

3- الصحافة الرياضية المحلية وتضم:

- الصحف الرياضية اليومية المحلية العامة.
- المجلات الرياضية الأسبوعية المحلية العامة.
- النشرات الصادرة عن مؤسسات صحفية أو رياضية.

إن التطور العام في المجتمع المتزايد الاهتمام بالرياضة وتوسيع دائرة الجماهير المقدمة بها وتنويع الوظائف والمهام التي تسعى الصحافة الرياضية لانجازها في المجتمع كلها ،انعكست ايجابيا على المنظومة الصحفية الرياضية وأدى هذا إلى التنوع.[1]

1- أديب خضور،**الإعلام الرياضي**، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1،1994، ص103

ويمكن أيضا تقسيم الصحافة الرياضية حسب بعض المعايير:

1-دورية الصدور.

2-التغطية الجغرافية.

3-المضمون.

4-حجم التوزيع.

5-الشكل الفني للصحيفة.

6-جهة الصدور.

1-من حيث دور الصدور:

- صحف رياضية يومية.
- صحف رياضية أسبوعية.
- صحف رياضية نصف شهرية.
- صحف رياضية شهرية.
- صحف رياضية ربع شهرية(كل ثلاثة شهور).

2-من حيث التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع يشمل عدة دول وتنقسم إلي:

1- صحف رياضية محلية:حيث يغطي توزيعها محافظة مثلا أو إقليم معين وتهتم بالأخبار الرياضية في هذا المحافظة وتبنيها للقضايا والمشكلات الرياضية في هذا الإقليم للتوصل إلى الحلول المناسبة لها.

2- صحف رياضية قومية: وهي التي توزع على جميع الأفراد في الدول دون انتماء لإقليـم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث في الدولة ككل كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية.

3- صحف رياضية دولية: وهي صحف رياضية قومية تصدر طبعات خاصة لتوزع خارج الدولة نفسها.

3-من حيث المضمون:

1- صحف عامة:وهي الصحف التي تجمع بين المضمون العام والمتنوع وتكون الرياضة احد صفحاتها حيث أنها تشتمل صفحات للأدب والاقتصاد والسياسة والدين وغير ذلك والتي يتم توجيهها إلى الجمهور بصفة عامة.

2- صحف رياضية عامة متخصصة: وهي صحف عامة وغير متجانسة من حيث خصائصه وسماته ولكنها تركز على الأخبار والقضايا الرياضية في المجتمع وتعالجها بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال الرياضي وتستخدم اللغة الصحفية المبسطة ويعتمد عن التراكيب والمصطلحات العلمية الرياضية الدقيقة التي قد لا يفهمها غير المتخصصين في المجال الرياضي.

3- صحف رياضية متخصصة: وهي صحف جمهورها الخاص من المتخصصين علميا في المجال الرياضي (الأكاديمي)ويغلب عليها أسلوب الدراسات والبحوث وتستخدم الأسلوب العلمي المباشر و تنشر المصطلحات العلمية المتعارف عليها بين المتخصصين في المجال الرياضي(الأكاديمي).

4- من حيث حجم التوزيع:

1-الصحف الرياضية الجماهيرية والشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي وتخاطب عواطفه معتمدة في ذلك على الأسلوب السهل في الكتابة وتهتم في إخراجها بعوامل الجذب والإثارة الملفتة للنظر.[1]

1- خير الدين علي عويس، **الإعلام الرياضي**، القاهرة، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص109

2- صحافة النخبة أو المحافظة: وهي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار والأحداث الرياضية وتميل إلي الاتزان في معالجة ذلك وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة ويكون توزيعها أقل لكن مستوى مادتها الرياضية أعمق و تهتم بالأحداث الرياضية الدولية وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن مقارنة بالصحف الأخرى ،و رغم أن توزيعها أقل إلا أن تأثيرها قد يكون أكبر نظرا لأنها تتوجه إلي الصفوة في المجال الرياضي وتخاطب عقولهم.

5- من حيث الشكل الفني للصحيفة:

1- الجريدة الرياضية journal

2- المجلة الرياضية magazine

وتتفق الجريدة الرياضية والمجلة الرياضية في أنهما يصدران دوريا إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث:

أ- الشكل أو الحجم الذي تهتم به الجريدة الرياضية أو المجلة الرياضية فالجريدة الرياضية عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف تأخذ الأشكال التالية:

- الحجم الكبيرstandar size حيث يتراوح طول الصفحة 53 : 56سم والعرض ما بين 4,5و5,5سم.

- الحجم النصفيTobloid size: الطول 43, 41سم وهو نفس عرض الصحيفة العادية و العرض 30,28سم أما عدد الأعمدة 5أعمدة.

وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام.

في حين أن المجلة الرياضية تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير.

ب- دورية الصدور:الجريدة الرياضية لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع في حين المجلة الرياضية لا تقل دورية صدورها عن أسبوع.

وتستخدم كل منها (الجريدة أو المجلة)الأشكال الصحفية الرياضية المختلفة وإن كانت الجريدة الرياضية تركز غالبا علي ماذا حدث؟

أما المجلة الرياضية فتركز على ماذا حدث ؟و كيف حدث؟ أي أن المجلة الرياضية تميل إلي مزيد من العمق في معالجتها الصحفية كما تسمح دورية الصدور الأطول نسبيا في المجلة بإعطاء مزيدا من العناية والاهتمام فيها للصورة.[1]

1 - خير الدين علي عويس، مرجع سابق، ص ص110،111.

رابعا:

أهداف الصحافة الرياضية

1 ـ الأهداف الاجتماعية :

صاحب التطور الذي عرفته الرياضة حركة اجتماعية تسمح للشعوب بتبادل الثقافات عبر اللقاءات المختلفة ولاسيما بين مناطق الدولة الواحدة فالرياضة قبل كل شيء وسيلة تربوية صحفية تهدف إلى تقوية الروابط بين مختلف أفراد المجتمعات فعندما تنظم لقاءات رياضية تنشأ هناك حركة اجتماعية حيث تتوقف المبادلات الدولية والمحلية اجتماعيا وثقافيا تسمح للشعوب بالتعارف عبرها وهنا نجد مهمة الصحفي الرياضي أو رجل الإعلام الرياضي الذي يعمل على الربط بين الجماهير من خلال نقله للأحداث الرياضية بحيث توفر لهم المعارف التاريخية والتقنية حول مختلف التخصصات التي توجد ، كما يجب أن يكون محققا و كاتبا ومؤلفا ومرشدا أيضا ،وبالتالي فهو يدافع عن الرياضة في سياستها وثقافتها وقيمتها الفنية مبنيا أيضا كل الممارسات غير اللائقة وغير الأخلاقية ذات الاستعمال المتجاوز لأهدافها و أغراضها . وبالتالي فالصحفي أو رجل الإعلام الرياضي يؤدي وظيفة اجتماعية ذات أهمية كبرى .

1 ـ الأهداف الاقتصادية :

تعد الرياضة اليوم نشاطا يتطلب استهلاك المنافع والخدمات ويتطلب تكاليف محددة حتى وإن لم تكن مدفوعة من طرف الرياضيين. ففي النظام الرأسمالي مثلا ممارسة الرياضة تكون طلبا على المنافع والخدمات وتفتح في نفس الوقت سوقا للصناعة والتجارة هذا هو بالتحديد هدف اقتصاد الرياضة يتجلى لنا كل يوم وخاصة في المنافسات الكبيرة التي أصبحت تسيل لعاب الكثير من أصحاب رؤوس الأموال والأسهم كمجال لاستثمار سريع الربح . أما إعلاميا فقد يعمل تنظيم مثل هذه التظاهرات على استمرار صدور وسائل الإعلام التي تعد الأنشطة الرياضية مادتها الحيوية وبالتالي ديمومة صدورها يعني ديمومة توفيرها لمناصب الشغل و بالتالي الدخل المستمر خاصة مع ازدياد ثقافة الإشهار وتطورها عبر كافة وسائل الإعلام الرياضية مما يجعلها الدخل الوافد للأموال . [1]

---

1 ـ عيسى الهادي، **دراسات في الإعلام الرياضي التربوي**، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ط1، 2012، ص 21

3 ـ الأهداف السياسية :

تعمل جل وسائل الإعلام الآلي جاهدة لخدمة أنظمة الحكم في بلدها ونشر إيديولوجية أصحابها وبما أن الرياضة تعتبر عاملا اجتماعيا يسعى إلى تحريك الشعوب والجماهير خاصة الشبابية منها كالجزائر مثلا والبعث في نفوسهم روح التنافس . أصبحت الأنظمة الأولمبية الأخيرة وما نتج عنها من اتحاد الكورتين ولو رياضيا بدخولهما بلباس رياضي موحد وكذلك مقابلة الولايات المتحدة الأمريكية وإيران 1994 التي كانت لها أبعاد سياسية ولعب الإعلام دورا كبيرا في الحديث عن هذه الأبعاد و كيفية التأثير في العلاقات بين البلدين والأمثلة كثيرة.[1]

أما فيما يخص الأهداف التربوية للصحافة الرياضية تتمثل في :

1 ـ نشر الثقافة من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي تطرأ عليها .

2 ـ تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

3 ـ نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو نلك المشكلات و هذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي .

4 ـ الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية. .

5ـ التوجيه والإرشاد النوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية. [2]

---

1 ـ عيسى الهادي ، مرجع سابق ، ص 22

2 ـ خير الدين علي عويس ، **الإعلام الرياضي** ،القاهرة، مركز الكتاب للنشر والتوزيع ، ج 1 ،ط1 ،2012 ، ص 45

6 ـ التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية .

7 ـ التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية .

8 ـ تعكس آراء الآخرين في الموضوعات والأحداث الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض آراء القراء ووجهات نظرهم .

و لكي تحقق الصحافة الرياضية أغراضها يجب أن تتميز ببعض الصفات منها :

ـ حسن اختيار أفراد القسم الرياضي ممن تتوفر فيهم صفات الصحفي الرياضي الناجح.

ـ أن يكون المخبر أو الناقد الرياضي ذي ماضي رياضي ويفضل أن يكون من خريجي كليات التربية بما له من دراية بالملاعب والشؤون الرياضية وتقاليدها. فالصحفي الرياضي يحس بإحساس الرياضيين بصفة خاصة والجمهور الرياضي بصفة عامة .

ـ تحري الصدق وعدم التسرع في كتابة ونشر الأخبار الرياضية .

ـ أن يكون الصحفي الرياضي موضوعيا فيما يكتب وأن يصب كلامه عن الموضوع نفسه لغرض الوقاية العلاج والإصلاح وتحقيق التقدم في مختلف الميادين الرياضية وعليه ألا يتأثر بآرائه وميولا ته واتجاهاته الشخصية.[1]

---

1 ـ خير الدين علي عويس، مرجع سابق ، ص 39

خامسا:

مبادئ الصحافة الرياضية

هناك مجموعة من القواعد أو المبادئ الصحفية التي يمكن الاعتماد عليها من بينها :

1ـ المسؤولية :

لا توجد وسيلة لاجتذاب القراء إلى الصحافة الرياضية والمحافظة عليها سوى تفانيها في خدمته والعمل على رفاهيته وكذلك مساهمتها في رعاية مصالحها وهذا يحملها مسؤولية كبرى ، هذه المسؤولية توزع على كافة العاملين فيها .

2ـ حرية الصحافة :

حيث يجب المحافظة على حرية الصحافة باعتبارها جزء من الصحافة العامة وكذلك باعتباره حق من حقوق الإنسان وهذا الحق يقرره القانون للأفراد بدون إشتثناء وعلى الصحفي الرياضي الذي يتمتع بحرية العمل في المؤسسات الصحفية أن يقارنها بمسؤولياته كمواطن أقسم اليمين باحترام الدستور.

3ـ استقلال الصحافة :

الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة حرة من كل قيد عدا قيد ولائها للجمهور ، فلا يجوز للصحافة الرياضية أن تتبنى موضوعا خاصا ضد مصالح الجمهور مهما كان السبب لأن هذا العمل يتعارض مع الأمانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإيضاح مصادر الأخبار التي تستقيها منها .

4ـ عدم التحيز :

يجب أن تفرق ما بين الخبر والرأي ، فالأخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجردة من الرأي أما التعبير عن الرأي فله مكانة في بعض الفنون الصحفية الأخرى كالمقالة التي تحرر وتوقع دفاعا عن وجهة نظر معينة أو قضية معينة تهم الجمهور القراء.[1]

---

1 ـ حسنين شفيق، **الصحافة المتخصصة المطبوعة و الإلكترونية**، دار فكر وفن للطباعة والتوزيع، دط، 2009، ص 230

5 ـ قواعد اللياقة :

لا يجوز للصحافة الرياضية أن تسرف في نشر تفاصيل الجرائم التي قد تحدث في المجال الرياضي لأن رسالتها أسمى من أن تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم وسوء السلوك.

6 ـ الصراحة في القول :

لا يجوز للصحافة الرياضية أن تنشر اتجاهات غير رسمية تمس سمعة بعض الأفراد في المجال الرياضي دون أن تعطي الفرصة للمتهم من إبداء رأيه أو دفاعه عن نفسه . كما لا يجوز للصحافة الرياضية أن تهاجم المشاعر الشخصية للأفراد في المجال الرياضي .[1]

---

1 ـ حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 231

خلاصة:

الإعلام الرياضي على اختلاف أنواعه من مكتوب، مسموع، مرئي.فإنه يحظى بأهمية كبيرة من خلال كسب الجمهور على اختلاف اهتماماته وتوجهاته و حتى آرائه ومعتقداته إلا أنه أخذ الإعلام الرياضي مكانته في الوسط الإعلامي فلا تخلو صحيفة اليوم أو مجلة مما يصدر من صفحة واحدة على الأقل تهتم بالجانب الرياضي خاصة وأن الملاحظ اليوم هو اهتمام الجمهور بالأخبار الرياضية على اختلاف الفئات والأعمار.

تمهيد:

تعتبر فئة الشباب الأكثر تؤثرا واهتماما وتتبعا للمضامين الرياضية باعتبارها العنصر الفعال في المجتمع ،بحيث يتفاعل مع الأخبار التي تهمهم عن الرياضة وبالأخص أخبار كرة القدم وهذا ما يجعل لهم دور في صياغة الرسالة الإعلامية من طرف المسؤولين الذين يأخذون بعين الاعتبار حاجات ورغبات هذه الفئة من المجتمع،وأيضا يلعب الإعلام الرياضي دور كبير فيما يخص عملية التنويع في عرض المضامين الرياضية إلى الجمهور الرياضي المستهدف بالدرجة الأولى ،حيث نجد أنه بدأ في تشكيل قواعده وأركانه على غرار ما كان عليه سابقا ،رغم هذا فإنه يحتاج إلى المزيد من التعديل و التطور من أجل الرقي بما يقدمه إلى السباب الرياضي حيث يعاني الكثير من المشاكل والتي تحتاج إلى حل سريع.

1 – 1 :مفهوم الشباب

تعد فترة الشباب أهم مرحلة في حياة الإنسان وهي أغلى ما لديه حيث يعتبر جيل المستقبل وهذه الفئة هي الأكثر تأثرا بما يدور من حولها وذلك من خلال ما تنشره وسائل الإعلام وخاصة الإعلام الرياضي لأنه في السنوات الأخيرة أخذ حيزا كبيرا وهذا بسبب الاهتمام الكبير به وهذا ما يجعله يغطي أشواطا كبيرة من التطور الايجابي.

حيث يثير مفهوم الشباب جدلا كبيرا حول تعريفه من قبل الباحثين وذلك من خلال الأتي:

1/ يعرف مفهوم الشباب في **المعجم الوسيط** هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة والشباب هو الحداثة والشباب الشيء أوله.

أما في **المصباح المنير** فالشباب يعني النشاط والقوة والسرعة **ويشير مصطلح الشباب** على أنه:

أ- فترة من مراحل العمر المبكرة.

ب-فترة العمر التي تكون بعد مرحلتي الطفولة والمراهقة. [1]

ج - فترة النمو المبكرة.

2/ تعريف حسين العراقي: مرحلة الشباب بأنها مرحلة التي يكون فيها الإنسان قادر ومستعد لتقبل القيم والمعتقدات الجديدة.

3/ تعريف أحمد الكوس وسعاد المجرب: عن المعنى اللغوي للشباب في معاجم اللغة والقواميس نجد أن لفظة فتى تستخدم بمعنى شاب حيث أن الفتوة مشتقة من الفتاء بمعنى الشباب وهي تستعمل للدلالة على القوة بمعنى الشجاعة والفروسية أيضا حيث أن الفتى في الأصل هو الشاب فإن اشتقاق القوة من الفتاء بمعنى الشباب تدل على الفتى يكون قويا وشجاعا.[2]

---

1 – محمد سيد فهمي، **إدارة الأزمة مع الشباب**، الإسكندرية، دار الكتب والوثائق القومية، دط،2012، ص 127

2– محمد سيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي، **العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنيت والفايسبوك**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع،دط ،2011، ص 12

حيث حاول المشتغلون في مجال رعاية الشباب تحديد مفهوم واضح للشباب واتفق هؤلاء على أنها مرحلة عمرية محددة من بين مراحل العمر فيما يرى البعض بأن الشباب حالة نفسية مصاحبة يمر بها الإنسان وهي مرحلة تتسم بالحيوية ومرونة العلاقات الاجتماعية وقد حدد المشتغلون في مجال رعاية الشباب هذه المرحلة من سن السادسة إلى الثلاثين ،أما المرحلة التي ما بعد الثلاثين فهي مرحلة يستفيد منها الشاب من الخبرات التي كانت في شبابه [1] ويعد تحديد مرحلة تبدأ فيها فترة الشباب لتنتهي بعد ذلك من الإشكاليات التي واجهت العديد من العلماء ، فهناك من الباحثين من يرى بأن فترة الشباب هي بمثابة دخول حياة النضج والرشد أو ما سماه **الجالون** بالحياة الراشدة. .

وقد حدد علماء الديمغرافيا والسكن سن الشباب تحت العشرين سنة. فيما حدد البعض الباحثين هذا السن ما بين **12 إلى 20** غير أن هذه التعريفات أهملت جانب النضج المصاحب لمرحلة الشباب ولعل هذه التعريفات حاولت التركيز على العمر والسن فيما انصب تركيز باحثين على خصوصية مرحلة الشباب وتطوراتها وعلاقة هذه الفئة الاجتماعية بالمجتمع خاصة وأن الشباب يشكل اليوم جماعة ضغط اجتماعية قد تفرض تغيرات اجتماعية عميقة.[2] ويشير باحثون بأن إشراك الشباب في بناء المجتمع يعتمد على النظام الاجتماعي الذي يجب أن يوفره له فرص العمل وذلك ليؤدي الشباب دوره في المجتمع بصورة سليمة ولكي يؤدي واجبه السياسي والخدمة العسكرية وأن يتزوج ويصبح عضوا صالحا في المجتمع، كما تعد مرحلة الشباب جزءا من عملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ من الطفولة وتستمر طيلة الحياة.[3]

---

1 ـ محمد محمود المهد لي، **الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية**، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، دط، 2005 ، ص 272 - 273

2 ـ مرواني محمد، **المؤسسات الشبابية وآليات الاتصال– دراسة ميدانية في ديوان مؤسسات الشباب لولاية مستغانم نموذجا** – مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علم اجتماع الاتصال، 2013، ص 55

3 ـ طارق كمال، **سيكولوجية الشباب تنمية الشباب اجتماعيا واقتصاديا**، مؤسسة شباب الجامعة، ط1 ،2005، ص 10

1 ـ 2: خصائص وسمات الشباب

في هذه المرحلة يمكن حصر سمات وخصائص الشباب وإن كانت هناك خاصيتين أساسيتان للشباب بشكل عام وهما:

1 ـ إن الشباب اجتماعيا بطبعه، وهذا يعني الميل للانتماء لمجموعة اجتماعية.

2 ـ إن الشباب طاقة للتغيير والتشكيل.

أما الخصائص والمميزات الأخرى للشباب فهي:

1 ـ طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة، والاستقلالية وازدياد مشاعر القلق، والمثالية المنزهة عن المصالح والروابط.

2 ـ فضول وحب استطلاع، فهو يبدو دائم السؤال والاستفسار في محاولة لإدراك ما يدور من حوله والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعيا.

3 ـ بروز معالم استقلالية الشخصية، والنزوع نحو تأكيد الذات.

4 ـ دائما ناقدا، لأنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطابوهات، ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره المثالي.

5 ـ لا يقبل بالضغط والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط عليه سواء كانت سلطة أو أسرة، وهذا السلوك جزء من العنفوان الداخلي للشباب والاقتدار بالنفس وعدم الامتثال للسلطة كتوجه تقدمي.

6 ـ درجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة المتسمة بالاندفاع والانطلاق والتحرر والتضحية.

7 ـ بدء التفكير في خيارات الحياة والمستقبل، الزواج، التعليم، الثروة.[1]

8 ـ اضطراب اتزان الشخصية وارتفاع مستوى توترها، حيث تصبح معرضة للانفجار.

1- محمد سيد فهمي، **إدارة الأزمة مع الشباب**، القاهرة، دار الكتب والوظائف القومية والمكتب الجامعي الحديث، دط, 2012، ص135-136.

انفعالية متتالية واختلال علاقتها الاجتماعية مع الأسرة والأسرة والأصدقاء وغيرهم.

9 ـ قدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب، وتقبل الجديد المستحدث وتنبيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه وإن لم يشارك في صنعه.

1 ـ 3: فئات الشباب

الشباب قطاع اجتماعي عريض، لا يمكن التعامل معه باعتباره وحدة واحدة متساوية، فانه يتباين من فئات في المواقف والتعليم والثقافة وكذلك موقع العمل والسكن والوضع الطبقي.

ويمكن تقسيم الشباب اعتمادا على ثلاثة أسس وهم:

1 ـ فئة الشباب المتعلم والمثقف:

ذو خبرة، وهذه الفئة تصنف على أنها فئة قيادية.

2 ـ فئة الشباب الواعي:

وهي تلك الفئة التي تلم بقدر من الثقافة والتعليم وامتلاك بعض الخبرات، لكنها من ناحية النشاط والفعل المباشر تبدو خاملة أو أن نشاطها لا يتوازى مع إمكانيتها، وجزء من هذه الفئة فاعل ونشط ويمكن أن يتقاطع مع الفئة الأولى.

3 ـ فئة الشباب التابعون:

وهي فئة واسعة وعريضة، ولكنها تتصف بتدني الوعي والتعليم وغير مبادرة، هؤلاء يشاركون في النشاط، ولكنهم لا يبادرون إلى فعله بل ينتظرون من يقودهم ويوجههم إليه.[1]

---

1 ـ عبد الله أحمد اليوسف، **الشباب هموم الحاضر وتطلعات الماضي**، بيروت، منشورات الضفاف، ط3 ،2015 ص 43

تقسيم على أساس المهنة أو العمل:

1 ـ فئة الطلاب:

وتشمل هذه الفئة طلاب الثانوية، والمعاهد المتوسطة، العليا، وطلاب الجامعات، وهذه الفئة واسعة بحكم موقعها وامتلاكها الثقافة والتعليم. ووجود أطر حزبية ونقابية فإنها تتسم بالديناميكية ولديها استعداد عاليا للانخراط في النشاط السياسي والاجتماعي.

2 ـ فئة العمال:

وهذه الفئة تعتبر من الفئات الواسعة في المجتمع، ويمكنها أن تلعب دور في حال تنظيم فعلها وتأطيره من خلال النقابات والمؤسسات المهنية.

3 ـ فئة الموظفين:

وهي فئة غير متجانسة من حيث الاهتمامات ومستوى المعيشة ومستوى المعيشة.

4 ـ فئة العاطلين عن العمل:

غالبيتهم من خريجي الجامعات والعمال، وهذه الفئة تصنف بأنها الأسوأ من حيث الواقع المعيشي، والاستقرار النفسي وخياراتها، واهتماماتها يشوبها التشويش بسبب ضعفها الاقتصادي غير مستقر.[1]

---

1 ـ عبد الله أحمد يوسف، مرجع سابق، ص 43

1 – 4: احتياجات الشباب:

تعد فئة الشباب من أهم فئات المجتمع العمرية تأثيرا وفعالية لهذا لم يعد هناك ما يستطيع أن بغض النظر عن البوادر التي بدأت تظهر في شبابنا والتي تعبر عن احتياجات جديدة له ينبغي مواجهتها الصراحة وهذه البوادر يجب ألا تزعج أحدا منا لأنها وليدة العصر الذي تعيش فيه حيث يذكر على العسري (2004) احتياجات الشباب على أنها:

1- **الاحتياجات البدنية:** نظرا لما يشهده نمو الشباب من تغيرات متسارعة يحتاج جسمه إلى الغذاء المتوازن لإمداده بالمواد الأولية والطاقة اللازمة لمواجهة ما يبذله من جهد كما يحتاج الشباب إلى الرياضة لاكتساب قوام معتدل وتصريف النشاط الزائد الذي صاحب مرحلة الشباب.
2- **الاحتياجات النفسية:** حين يحتاج الشاب إلى فهم ذاته وذلك بأن يدرك التغيرات التي تطرأ على كيانه ليقبلها باعتبارها تغيرات ضرورية للوصول إلى النضج.
3- **الاحتياجات الاجتماعية:** يحتاج الشاب إلى الحصول على اعتراف المجتمع بتخطيه مرحلة طفولة الانتماء إلى جماعة الراشدين كما يحتاج الشاب إلى الشعور بدوره وأهميته في المجتمع ليحس بأنه ذو فائدة في مجتمعه وتأتي الحاجة الأهم هي الحاجة إلى التوجيه والإرشاد حيث أنه بمساعدة المحيطين بالشاب من أسرته ومدرسته يستطيع الشباب تلبية جميع احتياجاته وإنجاح المرحلة التي يمر بها.[1]

ويحدد أهم احتياجات الشباب كما يلي:

- الحاجة للتعبير عن الإبتكارات.
- الحاجة إلى الانتماء.
- الحاجة إلى خدمة الآخرين.
- الحاجة إلى الحركة والنشاط.
- ـ الحاجة إلى الشعور بالأهمية.
- ـ الحاجة إلى ممارسة الخبرات الجديدة والشعور بالمخاطرة.

1- فاروق عبد الرحمان مراد، **الشباب وامن المجتمع**، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية للتدريب، دط، 1985، ص247-249

1 – 5: مشاكل الشباب:

إن واقع الشباب اليوم وخاصة الشباب الجزائري على وجه الخصوص حافل بمشكلات كثيرة ومتنوعة ناجمة عن الآثار السلبية في المجالات الرياضية والثقافية والتربية وكذلك في مجال الإعلام والاتصال التي لم تحسن التكفل بالشباب ومشكلاتهم لكن رغم كل هذا يوجد نقائص ومشاكل يعاني منها الشباب في جميع المجالات.

1- **في المجال الرياضي:**لا شك أن الهياكل الاجتماعية والتربوية في مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية تسعى من اجل القيام بالمهام المنوط بها ،لكن الملاحظ إن هناك نقائص كثيرة في هذا المجال حيث لم تقم بواجبها الكامل في مجال التحسيس والتوجيه والإعلام والمحافظة على الهوية الوطنية لذلك فإن التكفل بالشباب في المجال الرياضي والثقافي واستغلال أوقات الفراغ فيما ينفع الشباب أمر ضروري والعمل على تدارك النقائص في المجال نقص الهياكل والمجالات المخصصة للنشاط الرياضي والثقافي

2- **في المجال الثقافي:** أن المجال الثقافي كغيره من المجالات لا يخلو من النقائص كنقص التأطير للنشاطات الثقافية وغياب القوانين المنظمة للمراكز الثقافية وانعدام قاعات السينما وفي هذا الإطار يمكن اقتراح تدعيم الجانب الثقافي بالتأطير المناسب والمتخصص في مجال سينما المسرح بالإضافة إلى التوعية الشباب بأهمية الرحلات المنظمة والتبادل السياحي للتعرف على مختلف جهات الوطن.[1]

3- **في مجال التربية:** حين يعد قطاع التربية القطاع الأول والدائم الاتصال بالشباب والذي شهد تطورا هاما سواء من حيث البنية التحتية والتجهيزات، التأطير أو عدد المتمدرسين ورغم كل هذه الجهود نسجل هنا وهناك بعض النقائص:

- الأساتذة المختصين والإداريين بالعديد من المؤسسات التربوية.
- نقص الهياكل الرياضية.
- ضعف المستوى الدراسي.

1- يوسف عنصر ،**مشكلات الشباب الجزائري الواقع و التطلعات المستقبلية** ،دار النشر، ط1، 2010، ص223.

- التسرب المدرسي

ولهذا العمل على التكفل بالشباب المتمدرس بعد ساعات الدراسة بالنشاط في مجال التربية البدنية وإنشاء جمعيات ثقافية - دار الشباب-توفير الهياكل الرياضية لتمكين الشباب من ممارسة الرياضة.

4- في مجال الإعلام والاتصال: أما فيما يخص مجال الإعلام والاتصال فإن هناك مسؤوليات كبيرة أمام مختلف الأخطار المتطورة عن تطور وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيات الحديثة التي إذا أحسن استخدامها ووجهت الوجهة السليمة يمكن أن تلعب دورا أساسيا وحاسما في توجيه لشباب وهنا أيضا نسجل بعض النقائص يمكن تداركها بتطوير جهاز الإعلام الموجه للشباب ووضع الإستراتيجية تسمح بتكفل الشباب وترقيته وإعطائه الثقة بالنفس.[1]

1 ـ يوسف عنصر، مرجع سابق، ص 224

2 ـ الإعلام الرياضي في الجزائر

2 ـ 1: الإعلام المتخصص في الجزائر

يرى الباحثون أن الإعلام المتخصص هو نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي جل اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدما مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور وألوان ومؤثرات فنية أخرى ويقوم معتمدا على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة أخرى.

وعلى الرغم من تخصصه إلا انه يتوجه إلى جمهور عام وخاص في نفس الوقت وهي مسألة مرتبطة بمستوى المادة المتخصصة المقدمة عبر الوسيلة الإعلامية ومستوى الجمهور الإعلام المتخصص يقدم بصورة موضوعية ومثله مثل الإعلام العام يستخدم مختلف عناصر التشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد وحوار ومقالة وتحقيق وتقرير وما إلى ذلك وقد يكون الإعلامي متخصصا في مجال معين أو قد يكون برنامجا متخصصا في مختلف المجالات.

وقد ظهر الإعلام المتخصص في الجزائر في ظل الاحتلال الفرنسي للجزائر حيث تعد جريدة سيدي فرج أول جريدة تظهر في الجزائر وكان في الجزائر وكان ذلك على يد الفرنسيين في الأيام الأولى لغزوهم الجزائر إلا أنها لم تعمر طويلا ،كما ظهرت عام 1882 أول جريدة إسلامية إن صح التعبير و هي جريدة المنتخب وقد أصدرها بعض الفرنسيين ممن استاءوا من معاملة عساكر الاحتلال للجزائريين ،وبعد استقلال الإعلام المكتوب من الركائز الأساسية للعمل الوطني في مجال نشر الوعي والحفاظ على الهوية الوطنية فولت جريدة المجاهد والتي كانت لسان جبهة التحرير الوطني وكانت مهمتها أساسا التعرف بالقضية الوطنية ونشر الأخبار . ثم ظهرت جريدة الجمهورية بوهران في شهر مارس 1991 وبعد الإصلاحات الديمقراطية وزوال احتكار الدولة لقطاعي الإعلام والاتصال بالجزائر 17 صحيفة يومية وفي عام 1995 وصلت إلى 23 صحيفة لتستقر في حدود 36 صحيفة كل لها تخصص في مجال معين.[1]

1ـ محمد ناصر، **الصحافة العربية الجزائرية 1847-1939**، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ،1980، ص20

2 – 2 الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر

لقد عرفت الأخبار الرياضية طريقها إلى الصحف في الجزائر من عهد الاستعمار الفرنسي حيث كانت تحتل الأعمدة أو حتى صفحات في الصحف اليومية ، وفي عهد الاستقلال ظهرت أول صحيفة متخصصة عام 1963 ناطقة بالفرنسية وظهرت جريدة الهداف فيما بعد سنة 1972 ،وقد بقيت صحيفة الهداف وحدها في الميدان لعدة سنوات إلى غاية فترة أخر الثمانينات (1989-1990) طرأ على الساحة الإعلامية الجزائرية تغيرا جذريا فتعددت العناوين التي ظهرت في هذه الفترة القصيرة والتي فاقت المائة ، ولكن الشيء الملاحظ هو أن الصحافة الرياضية المكتوبة قد تأخرت في أخذ المكان اللائقة بها .

وقد كان أول عنوان يتوج الصحافة الرياضية المكتوبة المستقلة هو أسبوعية - رياضة المغرب-

و بفعل العوامل المادية لم تستمر في الصدور سوى 08 أشهر فقط عن ميلادها، وفي هذه الآونة تجسدت مشاريع صحف جديدة منها مجلات وجرائد نشرت من أندية ذات شهرة مثل- **العميد-** .الخاصة بعميد الأندية الجزائرية **- مولوديه الجزائر -** ولكنها عرفت نفس مصير مثيلتها (رياضة المغرب)التي لم يعد لها وجود بعد فترة ، ورغم الإخفاق الذي لازم الصحافة الرياضية ،إلا أنها لم تستسلم وتجسد هذا الإسرار في صحيفة متخصصة في كرة القدم التي أصدرتها الاتحادية الجزائرية لكرة القدم ، ولقد كان لهذا الصدى الإيجابي ، فحاولت الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والتي تملك وسائل طبع حديثة أن تخوض تجربة مماثلة في هذا الميدان حيث أصدرت مجلة **- رياضة المغرب-** و بعدها بثلاثة أشهر أصدرت يومية أخرى هي - المقابلة -.

ومن الملاحظ هو أن هذه النشريات لا يتعدى سنها العام الواحد رغم طموحها هو طرح أفضل منتج في السوق حسب تعبير مدير صحيفة –المقابلة – وبالموازاة مع الصحافة المستقلة والخاصة، فهناك صحافة عمومية منها أسبوعية **- الهداف -** ومنها – **الهداف نهاية الأسبوع -** باللغة الفرنسية و**- المنتخب-** ورغم الإمكانيات الممنوحة لم تستطع تغطية مجمل المنافسات الرياضية.

وبالإجمال فإن الصحافة الرياضية دخلت المعترك رغم أن عدد النشريات محدودة باللغة العربية واليوم فان هذا الكم يتأثر بعوائق مادية، فأصبح اليوم تعدادها لا يتجاوز العشرة عبر كامل التراب الوطني، وهذا في ظل الدفع الذي أعطته الدولة بتدعيمها للصحف العامة. [1]

1– محمد مدرس وزملائه، مذكرة **دور الصحافة المكتوبة في حشد الجماهير والتسبب في ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم**، لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس ،2010، ص57

2 – 3: واقع الإعلام الرياضي في الجزائر:

يحظى الإعلام الرياضي بشتى أنواعه وأشكاله المكتوب، المسموع، وحتى المرئي بأهمية كبيرة في الأوساط الجزائرية وبالأخص في الآونة الأخيرة. ومع التطور التكنولوجي في الوسائل والتقنيات الحديثة أصبح الاهتمام منصب أكثر على تطوير المعلومات المنشورة والتي يكون الهدف منها جذب أكبر عدد ممكن من الجماهير عن طريق وسائل الإعلام المرئـية منها، والمسموعة والمكتوبة. بالإضافة إلى الصحافة الإلكترونية والمدونات الخاصة وأيضا المواقع الرياضية والمنتديات الخاصة بالرياضة.

بحيث عرف الإعلام الرياضي الجزائري تطورا ملحوظا خصوصا من حيث تسطير مجموعة من الملتقيات والمؤتمرات الإعلامية التي تحاول من خلالها بناء قاعدة إعلامية رياضية متينة أساسها قائم على نشر الأخبار الرياضية بمختلف أشكالها إلى الأفراد وأيضا تكون مسطرة لمواكبة مختلف التغيرات الحاصلة في المجال الإعلام، ضف إلى هذا تكون مبنية على أساس منافسة المؤسسات الخارجية.

يعطي الإعلام الرياضي في الجزائر اليوم أهمية كبيرة لكرة القدم باعتبارها أكثر مشاهدة واهتمام من قبل الجماهير، ويخصص لها فضاء إعلامي واسع على غرار المنافسات الرياضية سواء كانت المحلية أو الدولية فهي مهمشة من قبل المسؤولين عن النشر أو البـث فـي الجزائر، وهذا راجع إلى انجذاب هؤلاء القراء إلى هذه الرياضات.

وكما هو الملاحظ اليوم هو أن الصحافة الرياضية تهتم اليوم بالأخبار والمواضيع والأنباء المثيرة التي ترصد الصراعات والخلافات داخل الأندية والمنتخبات مما يجعلها بعيدة عن الاحترافية وهذا هو الملاحظ اليوم في الصحف الرياضية الجزائرية.

أصبح الإعلام الرياضي في الجزائر اليوم يهتم بالقطاع الرياضي التلفزيوني من خلال وضع برامج وحصص لبث مختلف المباريات والألعاب الرياضية وكذا التعليق عليها لتعريف الجمهور الجزائري بهذه الرياضات المحلية منها والدولية. [1]

يحاول الإعلام الرياضي الجزائر التنسيق بينه وبين المنظومة الرياضية وذلك لتطبيق أهم القوانين التي يسهر الإعلام الرياضي لنشرها عبر مختلف أشكاله.

إن واقع الإعلام الرياضي في الجزائر محدود ومقتصر على نشر المعلومات والأخبار والآراء عبر صفحات الجرائد أو البرامج التلفزيونية أو الموجات الإذاعية وأيضا يحاول المختصون في هذا المجال إلى الرفع من مستواه إلا أنه مازال بعيد كل البعد عن تطلعات أصحاب المهنة نظرا للمشاكل التي تعترضه من كافة النواحي.

---

1 – www .elwatendz.com تم الإطلاع عليه في :09 - 03- 2015، على الساعة 10:30 صباحا

ـ نجد أن الإعلام الرياضي يعتمد أكثر على الأخبار المحلية الخاصة بجميع الرياضات دون تغطية الأخبار الرياضية العالمية.

ـ عدم إعطاء الاهتمام الكافي للنشاط العربي إلا في المناسبات أو الأحداث الرياضية الهامة. الأمر الذي يعكس صورة الإعلام الرياضي الجزائري الذي تغلب عليه الأخبار الرياضية الأوروبية.[1]

- هناك إعلام كروي في الجزائر وليس إعلام رياضي نظرا للتغطية الإعلامية التي تحظى بها كرة القدم بينما يتم إهمال الرياضات الأخرى، وهذا ما ساهم في تراجع مستواها نظرا لاهتمام الجمهور يقل وذلك لغياب التغطية الإعلامية.

- ضرورة تفعيل الأقسام الرياضية على مستوى المؤسسات الإعلامية سواء كانت مرئية، سمعية، مكتوبة، وإعطاءها مكانة خاصة وأهمية لا تقل عن باقي الأقسام الأخرى.

- أشار بعض المختصين على أن الإعلام الرياضي في الجزائر قد وصل إلى مراحل جديدة في تاريخها .[2]

---

1 ـ ملتقى حول واقع الإعلام الرياضي في الجزائر ،تم نشره في 11-05-2013 :www .djaizess.com.تم الإطلاع عليه في 03-05-2015 على الساعة:17:44 .

2 ـ الملتقى الوطني الأول حول الإعلام الرياضي في الجزائر (رهان وتحديات) www.dgelfa.info/ar/alger تم الإطلاع عليه في :03- 05 – 2015 على الساعة :18:33

2 – 4: مشاكل الإعلام الرياضي في الجزائر

إن أساس تدعيم النشاط الرياضي في بلادنا وتكريس أنواع الممارسات الرياضية مع وجود الإعلام الرياضي المكتوب الذي يستقطب أنظار الجماهير المهتمة بالقضايا الرياضية خاصة و أن الدراسات أثبتت أن نسبة الإقبال على الأخبار الرياضية في تصاعد مستمر بحكم ما تصنعه الرياضة من أحداث ونشاطات رياضية وقد تمكنت كل الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة من أن تجد لنفسها مكانا في هذا الوسط المزدحم الذي تعرفه الساحة الإعلامية عندنا ، حيث أنها تعتمد على المنافسة والسبق الصحفي غير أن واقع الإعلام الرياضي أصبح يعاني من بعض المشاكل وعراقيل يومية تواجهها الصحافة الرياضية ، أصبحت تعاني هي الأخرى من عدة إشكاليات تتلخص خاصة في عدم التنسيق بينها وبين الاتحاديات الرياضية المتخصصة ، مما يصعب مهمة الحصول على الأخبار الرياضية من المصادر الرسمية كما أن الصحفيين الرياضيين يفتقدون إلى إطار أو هيكل تنظيمي يجمعهم بالرغم من المحاولات العديدة الهادفة إلى إنشاء رابطة الصحفيين الرياضيين .

وبالرغم من المشاكل التي يلاقيها الإعلام الرياضي بأنواعه والقائمين عليه باعتباره النشاط الذي تأثر ويتأثر بالقضايا القضايا الرياضية وبواقع النشاطات والأحداث الرياضية إلا أنه لا يزال قائما وفي تطور مستمر وهذا ما نلاحظه من خلال إنشاء صحف أسبوعية ويومية وإنشاء قنوات فضائية خاصة بالرياضة راجع إلى الإقبال الواسع عليه كونه موجه إلى الفئة الأكثر حيوية وهي فئة الشباب.(1)

1– فاروق أبو زيد، **مدخل إلى علم الصحافة**، ، مصر، دار عالم الكتب، ط4 ،2007 ،ص35

خلاصة:

الإعلام الرياضي يعتبر أحد الركائز المهمة في الحقل الإعلامي ككل ،بحيث يقوم بأدوار مهمة منها الإخبار ،التوعية ،التثقيف ،الترفيه وحتى التسلية، حيث يعد المنبع الرئيسي الذي يستقي منه الشباب الأخبار الرياضية، فنجد في الجزائر الإعلام المتخصص في مجالات معينة سياسية ،اجتماعية ،ثقافية وترفيهية ،وحتى رياضية لذلك له تأثير كبير على الشباب لأنه يقدم لهم حاجاتهم ورغباتهم على اختلاف درجة إدراكهم واهتماماتهم.

الخطـــة

الفهرس

مقدمة

الإطار المنهجي:

الإشكالية

الفرضيات

التساؤلات الفرعية

تحديد المفاهيم

أسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

الدراسات السابقة

منهج البحث

مجتمع البحث

عينة البحث

أدوات الدراسة

المقاربة النظرية

حدود الدراسة

الدراسة الاستطلاعية

الإطار النظري:

الفصل الأول:الإعلام الرياضي

1 – الإعلام الرياضي

1 – 1 مفهوم الإعلام الرياضي و عناصره

1 – 2 أنواع وأسلوب الإعلام الرياضي

1 – 3 أهداف وأهمية الإعلام الرياضي

1 – 4 خصائص ولغة الإعلام الرياضي

1 – 5 جمهور الإعلام الرياضي

2 – الصحافة الرياضية

2 – 1 مفهوم الصحافة الرياضية

2 – 2 نشأة الصحافة الرياضية

2 – 3 أنواع الصحافة الرياضية

2 – 4 أهداف الصحافة الرياضية

2 – 5 مبادئ الصحافة الرياضية

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي و الشباب

1 – الشباب

1 – 1 مفهوم الشباب

1 – 2 خصائص الشباب

1 – 3 فئات الشباب

1 – 4 اهتمامات الشباب

1 – 5 مشاكل الشباب

2 – الإعلام الرياضي في الجزائر

2 – 1 الإعلام المتخصص في الجزائر

2 – 2 الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر

2 – 3 واقع الإعلام الرياضي في الجزائر

2 – 4 مشاكل الإعلام الرياضي في الجزائر

الإطار التطبيقي:

بطاقة فنية حول جريدة الهداف

الهيكل التنظيمي للجريدة

الطاقم التقني للصحيفة وأركانها

تحديد الاستمارة و توزيعها

جمع الاستمارة وتحليلها.

وإضافة النتائج المتحصل عليها.

الإشكالية:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر وهذا يرجع إلى تغيير هذه الوسائل من عصر لآخر ،بحيث مرت هذه الأخيرة بمراحل عديدة ومختلفة، فهذه الوسائل كانت لنقل أخبار وأنباء كثيرة ومتنوعة في العصور القديمة كما تعدد القائمون بنقل الأخبار،بعدما خضعت هذه الوسائل الإعلامية إلى أطوار متعددة حتى عرفت بأنواعها التي نألفها اليوم.

وفي إطار التطور التاريخي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال وظهور الثورة التقنية المعاصرة أصبح الإنسان اليوم متخوف من استخدام هذه التكنولوجيات نظرا لحجمها الواسع و سرعة انتشارها على نطاق واسع، فلم يعد على الجمهور استخدام وسيلة دون الأخرى وإنما اقتصر على طريقة وكيفية اختيارها على اختلاف أنواعها : مسموعة أو مكتوبة أو حتى سمعية بصرية، حيث صاحب هذا التطور في الوسائل الإعلامية ظهور الإعلام المتخصص في جميع المجلات.

فهناك الإعلام المتخصص في المجال السياسي، المجال الاقتصادي، المجال الثقافي وحتى وصل الحد في تطبيق الاستحداث الجديد في ظهور الإعلام المتخصص في المجال الرياضي الذي أخد مجال ومكان واسعا في الوسط الإعلامي على غرار ما كان سائدا من قبل،حيث ساهم هذا التطور في ظهور الإعلام الرياضي الذي فتح مجالات عديدة والمتتبع الحقيقي للإعلام الرياضي بمختلف وسائله في الجزائر يعي بوضوح على انه بحاجة إلى وقفة تأمل و مراجعة شاملة لجميع مكوناته وخصائصه وحتى دراسة النقائص في كل وسيلة من وسائله. وإلى وضع خارطة للمنظومة الإعلامية الرياضية من خلال إرساء ثقافة رياضية تقوم على مبدأ نقل المعلومة الرياضية إلى القراء من مصدرها سواء كانت ايجابية أو حتى سلبية ،و بشتى أنواعها و أشكالها عبر مختلف و سائله الإعلامية بكل جرأة وحيادية ومصداقية ونزاهة واحترافية وكذا مسايرة التحولات والتغيرات الكبرى في الميدان الرياضي. والبحث عن مختلف الطرق والبرامج والتقنيات الحديثة في مواكبة هذه التحولات وتدعيم الجهود المبذولة في تكوين كوادر إعلامية رياضية متخصصة خاصة من جانب نشر المعلومة إلى الجمهور بمختلف أنواعها.

فالصحافة الرياضية تعتبر من أكثر الوسائل شيوعا وانتشارا وجماهيريا تبعا لطبيعة الدور الذي تؤديه ،والوظيفة التي تقوم بها، وأيضا اعتبارها وسيلة إعلامية تجذب اهتمام الجماهير و تنشر وتحلل أهم المضامين التي احتوت عليها مختلف الألعاب الرياضية ، فقد استقطبت الصحافة الرياضية اهتمامات قطاعات واسعة من الجمهور على اختلاف وتنوع فئاته و اهتماماته ولا سيما شريحة الشباب التي أقبلت على قراءة الصفحات والصحف الرياضية، فلا تكاد تخلو صحيفة عامة من صفحات أو أبواب مخصصة للرياضة.

هذه الصحافة الرياضية تلقت باهتمام كبير من قبل الأفراد داخل المجتمع الجزائري من خلال البحث عن المعلومة باعتبار اليوم ظهور جرائد متخصصة في مجال الرياضة من بينها:

"الشباك" ،"كوورة" ،"جريدة الهداف " المحلي وعلى المستوى الدولي، هذه الأخيرة تعتبر الأولى على المستوى المغربي التي تلقى وتحظى باهتمام كبير ورواجا من حيث طريقة معاملتها للمضامين الإعلامية الرياضية في مختلف الألعاب الرياضية وكرة القدم بالدرجة الأولى ف"جريدة الهداف"هي جريدة يومية رياضية تنشر الأخبار الخاصة بالرياضة وتكون موجهة إلى كافة الجماهير.

تكمن مشكلة بحثنا هذا في أن فئة الشباب تعد أكثر تأثرا بالمضامين الرياضية من خلال ميولا تهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وحتى أفكارها وذلك رغبة في معرفة أهم المستجدات التي تطرأ داخل المنظومة الرياضية سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي.

عليه يمكن طرح الإشكال التالي :

هل للإعلام الرياضي تأثير على اتجاهات الشباب المتتبعين لـ "جريدة الهداف"الرياضية؟

الفرضيات:

1-تحظى جريدة "الهداف الرياضية"بمقروئية من قبل الشباب.

2-ينحصر دور الإعلام التوعية والتثقيف.

تقدم جريدة الهداف معلومات من شأنها أن تؤثر على اتجاهات الشباب.

التساؤلات الفرعية:

1- هل للإعلام الرياضي تأثير على الجانب المعرفي للشباب؟

2- هل يعتمد الإعلام الرياضي في الصحيفة على الحياد والموضوعية في نشر الأخبار و المعلومات إلى الجمهور؟

3- أيمكن حصر أهمية الإعلام الرياضي في تغيير اتجاهات وسلوكيات الشباب؟

4- هل يعتمد صحفيو "جريدة الهداف" على عدة أنواع وفنية في تحديد موضوعات رياضية؟

5- هل نقص الوعي لدى الشباب الرياضي يؤدي إلي تغيير الاتجاهات؟

تحديد المفاهيم:

الإعلام لغة :

كلمة الإعلام في اللغة مشتقة من علم،و معناه معرفة الشئ على حقيقته وهو أيضا الأخبار والتبليغ أو هو الإنباء، وأيضا هو الإعلان والإخبار بشيء أو عن شيء وكلها مرادفات تعني انتقال بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنشر بينهم [1]

اصطلاحا:

عرفه **إبراهيم إمام** بأنه عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم.

- أو هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة ، الإذاعة، السينما والتلفزيون.

- هو حسب **زيدان عبد الباقي**: هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.

الإعلام الرياضي:

نظرا لعدم تعرض أحد من قبل إلى الإعلام الرياضي لذا قام المؤلفان بتعريفه تعريفا إجرئيا:

حيث هو عملية نشر أخبار ومعلومات وحقائق الرياضة وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع تنمية وعيه الرياضي.[2]

1-سليم عبد النبي، **الإعلام التلفزيوني**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010 ص 20

2- خير الدين على عويس ، **الإعلام الرياضي**، مصر، مركز الكتاب للنشر، ط1 ، 1998، ص 20،22

الرياضة:هي عبارة عن مجهود جسدي أو مهارات تمارس بموجب القواعد المتفق عليها بهدف الترفيه، المنافسة، المتعة وتطوير المهارات ومختلف الأهداف واجتماعها أو انفرادها إضافة إلى ما يضيفه اللاعبون أو الفرق من تأثير على رياضتهم .

ويري فروستforts أن الرياضة مظهر من مظاهر التربية البدنية إذ يشير إلى أنها تربية من أجل الرياضة une éducation pour le sport كما أنها تربية لتحقيق وتوفير حياة مميزة بالصحة vie sain.

- وكما يرى محمد حسن العلاوي أن الرياضة تعد جزءا أساسيا من عملية التربية الشاملة كما تعد من الوسائل الهامة لتطوير سلوكه وأدائه. [1]

المفهوم الإجرائي: هي عبارة عن وسيلة للترفيه بين الأفراد داخل أوساط متعددة ومتنوعة تختلف هذه الرياضة حسب اهتمام ورغبة كل فرد في المجتمع أو يمكن اعتبارها هواية يمارسونها عالميا على مختلف أنواعها من كرة قدم كرة سلة، ممارسات الجمباز، الكاراتيه و غيرها وتمارس هذه الرياضة وفق قوانين منظمة ومسطرة تضعها الفدرالية الدولية للمنظومة الرياضية.

التأثير: هو كل ما يحدث تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعارف الخاصة جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية تلفت الانتباه فيدركها المتلقي وقد تضيف إليه أشياء جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات سابقة أو يعدل من سلوكه.[2]

إجرائيا: هو ذلك الأثر الذي تتركه الرسالة الإعلامية لجريدة رياضية في الشباب من خلال المضامين الإعلامية التي تبرزها مختلف الوسائل.

1-محمد الحماحمي- أحمد سعيد ،**الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ** ، القاهرة، مركز الكتاب للنشر ط1،2006،ص83،84

2-نصير بوعلي ،**التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر**- دراسة ميدانية ، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر ،دط ،2005،ص10

الاتجاهات: فالاتجاه هو الاستعداد الذاتي لاستجابة سلوك معين اتجاه موقف معين لم يتحدد بعد ،وهو عبارة عن واقعة ذاتية تنبع من الفرد وتتحدى صورتها طبقا لطبيعته .ومع ذلك فإنه يمكن أن يكون كامنا أ غير شعوري ،وعندئذ يتوفر لدى الشخص دون ان يعلم به، أو لا يعي بوجوده، وهو يشير إلى أن الشخص سوف يتصرف بطريقة معينة إذا وجد موقفا محدد أو ظروف معينة.[1]

الشباب : فئة عمرية تلبي الطفولة وتسبق مرحلة النضج وتقع أعمارهم ما بين 18 و35 سنة ويعرف البعض مرحلة الشباب بأنه: " مصطلح وصفي لفترة من العمر التي يكون فيها الفرد غير ناضج وتكون خبرته في الحياة محدودة ويكون قد اقترب من النضج العقلي"[2]

إجرائيا:

هو كل الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18و 30 سنة فما فوق والذين لديهم اهتمام و رغبة بقراءة "جريدة الهداف"الرياضية.

الجريدة:

هي النشرة المطبوعة التي تصدر يوميا وتشمل موضوعات متنوعة أهمها الأخبار وفي مقدمتها الأخبار التي يراعي فيها السبق الصحفي ،والوقوف على آخر الأنباء إلي جانب الموضوعات المتغيرة والأبواب الثابتة.[3]

جريدة الهداف:

هي جريدة يومية تصدر بصفة منتظمة تهتم بنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بالجانب الرياضي على المستويين المحلي والدولي وتكون موجهة إلى كافة الجماهير على اختلاف مستواهم المعرفي ودرجة الإدراك.

---

1 ـ سمير عبد الحميد، **الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي**، الإسكندرية، ماهي للنشر والتوزيع وخدمات الكمبيوتر، ط1،2009، ص90

2- محمد سيد فهمي، **إدارة الأزمة مع الشباب**، الإسكندرية، دار الكتب والوثائق القومية، دط، 2012،ص127

3-محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**،القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص262

أسباب اختيار الموضوع :

هناك أسباب ذاتية وأخرى موضوعية منها :

أ- الذاتية: كانت الأسباب الذاتية لاختيارنا هذا الموضوع متمثلة في :

- إشباع الفضول والرغبة في الغوص في عالم الصحافة الرياضية ومدى تأثيرها على الشباب.

- زيادة الرصيد المعرفي ومحاولة الإلمام بالجانب الإعلامي من كل نواحي .

- ملاحظة إقبال الشباب الجزائري على الصحف الرياضية خاصة منها جريدة الهداف ودفع بنا إلى محاولة تحليل وتفسير ظاهرة توجه الشباب نحو الإعلام الرياضي وجه الخصوص.

- الرغبة والفضول في معرفة الخلفيات العلمية والإعلامية وراء ظهور الإعلام الرياضي في الجزائر.

2- الموضوعية:

- الرغبة في المعرفة والاطلاع على توجهات الشباب.

- الوقوف علة التأثير الذي تتركه جريدة الهداف على الشباب.

- معرفة الدور الذي تلعبه جريدة الهداف في غرس القيم والروح الرياضية بين الشباب وكذا تنمية الوعي الثقافي لديهم.

- دور الإعلام الرياضي ومدى مساهمته في تغيير السلوك ونشر الثقافة الرياضية.

- الوقوف على واقع الإعلام الرياضي في الصحافة المكتوبة.

- دعوة الجمهور الرياضي إلى الاهتمام بهذا الجانب والتوعية والتحسيس بأهمية الظاهرة.

- إبراز دور الإعلام الرياضي اتجاه الشباب.

ـالوقوف على واقع الإعلام الرياضي في الصحافة المكتوبة .

أهمية الدراسة:

1- الوقوف على واقع الإعلام الرياضي بكل موضوعية وواقعية.

2- رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي من خلال معرفة وفهم سلوكيات والاتجاهات الفكرية للشباب.

3- الصحيفة وسيلة إعلانية تساهم في تحقيق الكثير من الأهداف الرياضية .

4- يمكن للمقالات الصحفية أن تحقق الكثير من مهام الإعلام التي تكمن في: الإخبار- التفسير- التوجيه- التوعية - الترفيه - التسويق وغيرها.

5- معرفة اتجاهات الشباب من اجل زيادة ورفع مستوى الصحيفة الرياضية الوطنية.

أهداف الدراسة: يهدف بحثنا إلى:

- تسليط الضوء على ظاهرة انتشار الإعلام الرياضي في أوساط المجتمع الجزائري.

- إثراء الدراسات في المجال الرياضي وخاصة في الجانب الإعلامي لما له من دور في معرفة التوجهات الفكرية للجمهور.

- الاطلاع على واقع المنظومة الرياضية في الجزائر والتطلع لآفاقها.

- زيادة القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها.

- دعوة الجمهور الرياضي إلى الاهتمام بجريدة الهداف كوسيلة إعلانية توفر ما يحتاج إليه القارئ.

منهج البحث:

يعرف المنهج علي انه مجموعة من الإجراءات والخطوات المنهجية الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلي نتيجة أو هو الطريق المؤدي إلي الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن علي سير العقل ،وتحدد عملياته. ولا يمكن لأي دراسة مهما كانت أن تنجز دون الاعتماد علي منهج علمي ذو خطوات يسير عليها البحث ككل تكون مبنية علي اسسس علمية تتناسب وطبيعة الموضوع المراد دراسته . وبطبيعة الحال هذه الدراسة كغيرها من الدراسات والبحوث العلمية اعتمدنا فيها علي منهج علمي يتناسب والموضوع المعالج وينتمي بحثنا هذا إلي البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلي وصف الظاهرة أو وقائع وأشياء معينة من خلال جمع حقائق ومعلومات عنها. حيث اعتمدنا على هذا المنهج لأنه يتناسب مع دراستنا والتي تندرج ضمن الدراسات الحاضرة والحديثة في علوم الإعلام والاتصال. يمكن القول أن هذا المنهج هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي لها وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من جلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك . [1]

مجتمع البحث:

إن أساس نجاح التعين يقوم على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتوي من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرا دقيقا يشتمل طبيعة وحداثة ويعرفه أندريه موريس على انه مجموعة عناصرها خاصية أو عدة خصائص تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث والتقصي .*(2)*حيث يتمثل مجتمع بحثنا في الشباب من طلبة التربية البدنية والرياضة بجامعة عبد الحميد بن باديس على جميع المستويات : ليسانس ، ماستر ، الدكتوراه ، وقد اخترنا هذه الفئة لأنها الأنسب في دراستنا من أجل الوصول إلى النتائج المراد من تحليلنا ،وأثناء توزيع الاستمارات سنقوم بتوزيع 60 استمارة.

1- عبد الناصر الجندي، **تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية, 2010، ص14

2- موريس أنجرس ،**منهجية البحث العلمي و العلوم الإنسانية**، الجزائر، دار القصبة ،ط2 ،2004 ،ص204

عينة الدراسة :

يخضع توزيع العينات إلى أكثر من عامل مثل طبيعة الأسلوب المستخدم في عملية التعيين المرتبط الاستعمال أيضا بالتكوين الداخلي لمجتمع البحث حيث اعتمدنا في بحثنا هذا على:عينة من العينات الغير الاحتمالية متمثلة في العينة القصدية وهي :"عينة يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات أو بيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة بمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة ".*(1)*

اختيار العينة: تتمثل عينة بحثنا في طلبة كلية التربية البدنية والرياضة بجامعة مستغانم.

أدوات جمع البيانات :

أدوات البحث العلمي تختلف من باحث إلى أخر حسب تلك الوسائل المختلفة التي يشخصها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر ،ولطبيعة النهج المسحي فان الأداة التي استخدمتها في بحثنا هذا هي تقنية الاستمارة أو الاستبيان وهي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تغبيرها عن الموضوع المبحوث في أيطار الخطة الموضوعية ،لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهر المدروس وتعريفها من جوانبها المختلفة ،وتم اختيار هذه الأداة لأنها من بين الأدوات الشائعة الاستعمال في علوم الإعلام والاتصال .[2]

تتضمن استمارة الاستبيان من حيث الشكل ثلاث محاور وهي:

المحور1: جريدة الهداف ومقروئية الشباب

المحور2: جريدة الهداف وتنمية الوعي الثقافي للشباب

المحور3: تأثير جريدة الهداف على الشباب

1-أحمد بن مرسلي،**مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** ،الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4،2010 ،ص197.

2- إبراهيم أبراش ،**المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية**،عمان، دار الشروق للنشر التوزيع, ط1، 2009، ص269

الاطار المنهجي

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة – بحث مسحي أجري بولاية مستغانم لفتحي بوخاري سنة 2013.

تحديد الإشكالية: هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة؟

أهدف الدراسة:1 – معرفة مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة.
2 – تحديد مدى إقبال الجمهور إلى الصحافة المكتوبة,
فرضيات الدراسة:
1 ـ هناك إقبال كبير لأفراد المجتمع على مواضيع الإعلام الرياضي.
2 – يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية التنافسية.
3 - مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية الترويجية.
المنهج المستخدم: المنهج الوصفي الأسلوبي لملائمته وطبيعة إجراءاتها.
مجتمع وعينة البحث: مواطني ولاية مستغانم الذين يمثلون مواطني الجزائر بصفة عامة في هذه الدراسة واعتمد الباحث على عينة عشوائية منتظمة قدرت بحوالي 1000 شخص من مواطني ولاية مستغانم، تم خلال هذه الدراسة القيام بالدراسة الاستطلاعية بـ 15 شخص وعينة البحث الأساسية 1000 شخص ،تم توزيع 1160 استمارة .
النتائج المتوصل إليها:ـ هناك إقبال كبير لمواضيع الإعلام الرياضي المكتوب حيث يمثل لهم مصدر إخباري لمعرفة المعلومات الرياضية.
ـ يستخدم أسلوب التركيز على نشاط رياضي واحد ،وهو ما يشهده واقع الإعلام الرياضي في الجزائر.
ـ يرون أن الإعلام الرياضي لا يعمل على نشر الثقافة الرياضية للجميع وهو بعيد كل البعد عن توجيه القارئ نحو الممارسة الرياضية مهما كان نوعها.

توصيات الدراسة:1– التركيز على المواضيع العلمية الرياضية التي تساهم في نشر الثقافة الرياضية والوعي الرياضي.
2 – عليها أن تهتم بطرح ومعالجة مواضيع تستهوي جميع الفئات العمرية لدى الجمهور القارئ.
3 – أن تراعي الصحافة الرياضية جمهورها الذي يمثل الرأي العام.

---

1 – فتحي بوخاري، **مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة-** بحث مسحي أجري بولاية مستغانم ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص الرياضة والصحة،2013.

الدراسة الثانية:

لنوال خليفة مصطفى حسن بعنوان "دور الصحافة في نشر الثقافة البدنية والرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية " "دراسة مقارنة بين لعبة كرة اليد وبعض الألعاب الجماعية الأخرى " كانت هذه الدراسة في سنة1995بجامعة التربية البدنية للبنات بالإسكندرية .

مشكلة البحث وأهميتها:

تكمن أهمية البحث الحالي في الموضوع الذي يتحدى دراسته حيث يتناول دراسة دور الصحافة في نشر الثقافة البدنية والرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية وتشير الباحثة إلي مدى أهمية دور وسائل الإعلام في عملية تثقيف ونشر الوعي الرياضي ومساعدة في تحقيق الكثير من أهداف التربية الرياضية المتعددة سواء كانت جسمية أو عقلية أو نفسية أو اجتماعية أو معرفية.،وترى الباحثة أنه على الرغم من الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في مجال الثقافة البدنية والرياضية ،والاهتمام الجماهيري الذي يتعلق ببعض الأنشطة الرياضية والذي يواكبه زيادة في عدد الصفحات الرياضية في الصحف العامة.

أهداف الدراسة:

1-التعرف على دور الصحافة بالصحف العامة والصحف الرياضية في نشر الثقافة الرياضية.

2-التعرف على دور الصحافة الرياضية بالصحف اليومية الصحف الرياضية (الأهرام الأخبار) في نشر الثقافة الرياضية.

3-التعرف على أسباب اهتمام الصحفيين المسؤولين عن تحرير الصفحات الرياضية بالصحف العامة والصحف الرياضية.

4-تحليل مضمون الصفحات الرياضية بالصحف العامة والصحف الرياضية للألعاب الجماعية **منهج الدراسة:** استخدام المنهج الوصفي المسحي

-عينة البحث:

1- طلبة وطالبات المرحلة الثانوية بلغ عددهم 809طالب وطالبة ،تم اختيارهم بطريقة عشوائية من حيث ست مناطق تعليمية "العامرية ،عزب ،الجمرك ، وسط شرق ، المنتزه)

2- اختيار من الصحفيين بالطريقة العمدية وعددهم 14صحفي مصريين بصحيفتي الأهرام و الأخبار.

3- اختيرت عينة من الصحف الرسمية (الأهرام ،الأخبار)وعينة أخرى من الصحف الرياضية (مجلة الأهرام الرياضية ،جريدة أخبار الرياضة)عددها 384صحيفة.

أدوات جمع المعلومات:

1- استمارة استبيان خاصة بطلاب المرحلة الثانوية بالتعليم العام.

2- استمارة تحليل المضمون للصفحات الرياضية بالصحف العامة.

3- استمارة استبيان تستخدم في المقابلة التي تجريها الباحثة مع الصحفيين.

نتائج الدراسة:

1- كرة القدم احتلت أكبر المساحات بالصحف العامة والصحف الرياضية .

2- اتفقت أراء الطلبة الممارسين كرة القدم الجماعية على أنكرة القدم تحتل أكبر المساحات وكرة اليد تحتل أصغر المساحات.

3- أن الصحفيين بصحيفة الأهرام يهتمون إلي حد ما بنشر الثقافة الرياضية.

4- أهم أسباب عدم تفضيل الصحفيين الكتاب عن كرة القدم يرجع إلي الاعتماد الخاطئ من الصحفيين بعدم انتشار شعبية اللعبة وقلة اهتمام جماهيرها .

5- هناك تصور شديد أظهرته نتائج تحليل المضمون وعدم اهتمام الصحافة بنشر الثقافة الرياضية.

الدراسة الثالثة: رسالة دكتوراه لمديحه محمد الإمام، بكلية التربية البدنية والرياضية للبنات بالإسكندرية في عام 1979بعنوان : دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة وألعاب القوى خاصة .

أهمية ومشكلة الدراسة: تمثل الصحافة من أهم الوسائل الإعلامية فهي عنصر جذب واستقطاب للنشء فيهم بفاعلية في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العامية والفنية والرياضية فيصبحون أكر قدرة على تحقيق قدرا من النمو المتوازن المتكامل.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة على ثلاث فرضيات وهي كالآتي:

1- تلعب الصحافة دورا أساسيا في نشر الثقافة الرياضية بين المواطنين.

2- كرة القدم تحتل معظم المساحات بالصحف العامة والرياضية .

3- تحتل ألعاب القوى أقل المساحات بالصحف العامة والرياضية.

تمثلت إجراءات الدراسة في: استخدام المنهج الوصفي المسحي أسلوبا

تحليل المضمون يعتبر أسلوب من أساليب تطبيق المنهج المسحي.

عينة البحث: تم اختيار أفراد عينة البحث بطريقة عشوائية واستخدام طريقة التوزيع المتساوي بلغ عدد الفئات من المواطنين ثمان فئات وبلغ عدد أفراد العينة من كل فئة من هذه الفئات مائتي مواطن ،فالمجموع الكلي لعينة البحث 1600مواطن.

أدوات جمع البيانات : 1-استمارة استبيان ومحاورها:

- بيانات أولية عن المواطنين

- بيانات متعلقة بالصحف العامة

- بيانات متعلقة بالصحف الرياضية

- تحليل الصحافة المصرية

- التحليل من واقع الصحف العامة

- التحليل من واقع الصحف الرياضية

2-المعالجة الإحصائية المستخدمة في البحث:-النسبة المئوية –الوسط الحسابي والانحراق المعياري – تطبيق الحال لإيجاد الفروق بين فئات البحث المختلفة.

نتائج الدراسة:- الصحافة الرياضية بصدد المساهمة في رفع المستوى الرياضي والزيادة في المعلومات.

2- أن الصحف الرياضية المتخصص تركز تركيزا شديدا على كرة القدم وهذا ما خلق مزيد من التعصب بين قرائها.

3- الصحافة الرياضية في مصر لم تحقق أهدفها وهي نشر الثقافة الرياضية تنمية الروح الرياضية والتعرف بأنواع الألعاب المختلفة.

4- أفراد عينة البحث اتفقوا في رغبتهم في إضافة معلومات رياضية أخرى والتوسع فيه وليس التركيز على كرة القدم فقط.[1]

1- حسن أحمد الشافعي ،**الإعلام في التربية البدنية والرياضة**، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، دط ،2003،ص307-323

الدراسة الرابعة:

عنوان الدراسة :"دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية "قام بها حسام الدين المرسي في سنة 2003.

- تم استخدام استمارة الاستطلاع الرأي عن دور كل من الصحافة والتلفزيون والإذاعة في نشر هذه الثقافة النوعية لدى طلاب الجامعة ،وذلك باستطلاع رأي عينة الدراسة وقد اعتمد الباحث على خمسة إبعاد لهذه الوسائل الإعلامية والتي مثلها في : التعرض للوسيلة الإعلامية ـ تأثير الوسيلة الإعلامية في تنمية المعرفة ـ تأثير الوسيلة الإعلامية في المعتقدات - تأثير الوسيلة الإعلامية في العادات ـ تأثير الوسيلة الإعلامية في السلوك .

ومن خلال الأبعاد الخمسة المرتبطة بالوسائل الإعلامية في موضوع الدراسة تم التطرق إلي أهم النتائج التي يمكن حصرها في:

1- تهتم البرامج الرياضية بالتلفزيون بالأخبار والرياضة أكثر من اهتمامها بتوجيه المشاهدين لممارسة الرياضة وتدعيم القيم الأخلاقية للرياضة.

2- تهتم البرامج الرياضية بالتلفزيون بنقل الأحداث الرياضية المختلفة، بينما تهمل تقييم معلومات للمشاهد تفيده في حياته اليومية.

3- عدم اهتمام البرامج الرياضية بالإذاعة بتقديم أنواع من المعرفة المرتبطة بالرياضة لتفيد المستمعين في حياتهم اليومية، وأيضا عدم اهتمامه بتدعيم القيم الأخلاقية في مجال الرياضة.

4- تهتم الصفحات الرياضية بالإثارة الصحفية الجانب الإخباري كعامل جيد للجمهور وذلك بغرض زيادة نسبة توزيع الصحيفة.

5- عدم تأثر الصحيفة في البعد السلوكي للقارئين كموضوعاتها الرياضية في أيطار ارتباطها بممارستهم الايجابية لأوجه النشاط الرياضي .

6-عدم اهتمام الصحافة بتقديم معلومات رياضية التي تهم قرائها والتي من شأنها أن تؤثر فيهم.[1]

1-محمد الحماحمي – أحمد سعيد ،**الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ** ،القاهرة، مركز الكتاب للنشر ،ط1، ،2006،ص131،132،133

الدراسة الخامسة:

-دراسة **لمروان صالح** بعنوان :"منظومة الصحافة لتنمية المعرفة بالرياضة للجميع لدى القراء"في سنة 2005 واستخدم الباحث استمارة لاستطلاع الرأي لدى الصحفيين الرياضيين العاملين بالأقسام الرياضية للصحف القومية بمعهد(الأهرام ـ الأخبار ـ الجمهورية ـ المساء ـ الأهرام المسائي ـ أخبار الرياضة ـ الكورة ـ الأهرام الرياضي).

- كان هدف الباحث من وراء هذه الدراسة هو بناء منظومة لتحديد مهام الصحافة الرياضية لنشر المعرفة بالرياضة للجميع لدى القراء.

1-عنصر التنمية المعرفية بالرياضة لدى القراء،حيث أشار الباحث إلى ضرورة اهتمام العاملين في الصحافة لتحقيق هذا الغرض وذلك من جلال:

- نشر الوعي الرياضي الخاص بالرياضة للجميع فيما يرتبط بدورها في تنمية صحة الإنسان البدنية والنفسية.

- تنمية الميول وتشكيل الاتجاهات الايجابية واستشارة الدافعية لدى القراء للاشتراك في برامج الرياضة.

- تقديم الأخبار وتغطية موضوعات وأحداث الرياضية للجميع.

2-استخدام فنون وأشكال التحرير الصحفي ،حيث الباحث إلى ضرورة اهتمام الصحافة لتحقيق هدف تنمية المعرفة الرياضية للجميع لدى القراء بأهم فنون وأشكال التحديد الصحفي التالية :

- كتابة مقالات افتتاحية لرؤساء التحرير في الصفحة الأولى عن الرياضة للجميع.

- استخدام فنون التحرير الصحفي المختلفة في المجال الثقافي للرياضة للجميع.

-التنويع في استخدام الكاريكاتير والرسوم التوضيحية في عرض موضوعات الرياضة .

3- دور الصحافة الرياضية نحو الرياضة للجميع ،كما أكد الباحث على تفعيل دور الصحافة الرياضية في المجال من خلال :

- زيادة الحملات الصحفية لتوعية المواطنين بأهمية الرياضة ونشر الثقافة المرتبطة بها

- تدعيم المشروعات الرياضية من خلال الرعاية لبرامجها والتسويق لخدماتها والإعلان عنها.

- إجراء لقاءات وأحاديث صحفية مع المشاهير من الرياضيين و الفنانين والسياسيين عن دور الرياضة في حياتهم.

- وفي نهاية الدراسة قدم الباحث مروان صالح مجموعة من التوصيات التي يجب تطبيقها لتحقيق هدف التنمية والمعرفة بالرياضة للجميع لدى القراء ومن أهمها :

1- الاستفادة من المنظومة الصحفية المقترحة لتنمية المعرفة بالرياضة.

2- التعاون والتنسيق الكامل بين المؤسسات الصحفية وكليات الإعلام وكليات التربية الرياضية في مجال تنمية المعرفة بالرياضة لدى القراء.

3- ضرورة الاهتمام ببرامج التدريب أثناء الخدمة المرتبطة بالعاملين في الصحافة للاطلاع على الاتجاهات الحديثة في تنمية المعرفة الرياضية .

4- الاستفادة من نتائج البحوث الإعلامية في مجال الرياضة للجميع في تفعيل وسائل تنمية المعرفة بهذا المجال لدى القراء.[1]

(1)-محمد الحماحمي ، **المرجع السابق**، ص ص134،138

الخلفية النظرية :

إن وسائل الإعلام الرياضية تقوم بدور كبير من خلال نشر المضامين الإعلامية بمختلف أشكالها إلى الجمهور كافة وعلى اختلاف أنواعها وتوجهاتها. فهناك القنوات التلفزيونية والبرامج الإذاعية التي تبث عبر موجاتها مختلف الأخبار وأهم التعليقات على المباريات المحلية ويمكن إعطاء الصحافة الرياضية المتخصصة أهمية كبرى من حيث أنها تؤثر على الرأي العام الرياضي خاصة فئة الشباب والذي يعتبر نسق من أنساق المجتمع .

لذلك أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الشباب مجالا ضخما جدا قائما بذاته وله نظرياته و أبحاثه الخاصة ومن خلال مقارنتنا النظرية سنعرض نظريات الإعلام التي لها علاقة بالإعلام الرياضي وعلى وجه الخصوص الصحافة المكتوبة ومدى تأثيرها على الشباب القارئ للصحيفة ومنها :

1 ـ نظرية التأثير:

ظهرت في القرن العشرين التي توصل إليها الباحث الأمريكي واطسون والباحث الروسي بافلوف، ساهمت هذه النظرية بشكل كبير في إيجاد حلول لكثير من مشاكل التربية وعرفت عدة تطبيقات في ميدان الإعلام خصوصا في مجال الدعاية ضد النازية من طرف دول الحلفاء ، حيث انبثقت منها عدة نظريات والتي من بينها :

ـ نظرية التأثير على المدى الطويل:

ترى هذه النظرية أن ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الأفراد يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر الاستجابة من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والاتجاهات وكذا القناعات الرياضية وليس على التغير المباشر الآني لسلوك الفرد ،بحيث يحتاج الفرد إلى فترة طويلة حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء في المحيط أو البيئة التي يعيش فيها وأيضا الأخذ بعين الاعتبار اختلاف درجات الإدراك والإستوعاب لدى الأفراد. لذلك حسب هذه النظرية فإن المضامين الإعلامية التي تبثها في الصحافة الرياضية المتخصصة تؤثر على الجمهور على المدى البعيد. [1]

---

1 ـ زهير إحدادن، **مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2 ،2002 ،ص 73 ـ 74

2 ـ نظرية الاستخدام والإشباع:

ظهرت خلال الأربعينيات من القرن العشرين ،حيث بدأت أبحاث هذه النظرية منذ عام 1944في دراسة (هيرتا هيرزج) التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع المسلسلات اليومية وأول ظهور لهذه النظرية بشكل كامل في كتاب: "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري"من طرف الباحث (إليهو كاتز وبلومر) في عام 1974 ودار هذا الكتاب حول تطور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.اهتم بها العديد من الباحثين أمثال : (لازر سفيلد ،ريفيز ،ويلبور شرام)، وغيرهم . تم استخدام وإشباع الحاجات الفردية في وسائل الإعلام المختلفة من حيث دراسة الحاجات لكل فرد في المجتمع وعرضها في الرسائل الإعلامية المختلفة ، فالرسائل الإعلامية تؤثر بشكل كبير في الأفراد المستقبلين لأن لهم القدرة على اختيار وإدراك الرسائل ، بحيث تؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد الإدراك الحسي تبعا للفروق الثقافية والفردية ، وتمايز الأفراد في تفضيلهم الشخصي .

حسب نظرية الاستخدامات والإشباعات هي أن الأفراد المستقبلين للرسائل الإعلامية يختارون ما يرغبون فيه وما لا يرغبون فيه وذلك في شتى المجلات وإذا طبقنا افتراضات هذه النظرية على الإعلام الرياضي وما يبثه من مضامين رياضية تكون موجهة إلى كافة الجماهير على اختلاف مستوياتهم وتوجهاتهم الفكرية والثقافية وحتى أننا نرى اليوم أن الفرد يختار المضامين التي تبثها مختلف الوسائل الإعلامية ، وعلى وجه الخصوص الصحافة المتخصصة في الرياضة فقط.حيث أصبح على المسؤولين على اختيار المضامين التي يتم نشرها في الصفحات الرياضة دراسة الأفراد من حيث المستوى الثقافي ودرجة الإدراك والاهتمام لكل فرد والعوامل المؤثرة فيهم وكذا اختيار الوسيلة الأمثل التي تشبع حاجات و رغبات الأفراد خصوصا وأن الملاحظ اليوم هو أن الاهتمام اليوم أصبح مركز أكثر على أخبار المتعلقة بكرة القدم على المستويين المحلي والدولي معا ، وعلى الصحف الرياضية المتخصصة الأخذ بعين الاعتبار دراسة ودوافع واهتمامات الجمهور بالدرجة الأولى .[1]

---

1 ـ بسام عبد الرحمان المشاقبة ،**نظريات الإعلام** ، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 ،2011 ، ص84

حدود الدراسة:

كانت دراستنا ممتدة على مجال زمني طويل محدد من شهر ديسمبر إلى أواخر شهر مايو ،أما الحدود المكانية فكانت بجامعة عبد الحميد بن باديس بقسم علوم الإعلام والاتصال .وتم البدء في العمل التطبيقي في منتصف شهر أفريل.

الدراسة الاستطلاعية:

تم إجراء استمارة أولية لمعرفة أهمية موضوع الدراسة لعينة من الأفراد متمثلة في طلبة التربية البدنية والرياضية بجامعة عبد الحميد بن باديس، وانحصرت معظم أسئلتها حول مدى مقروئية جريدة الهداف بالنسبة للطلبة الجامعين وكانت أغلبية النتائج المتحصل عليها تصب اهتمامهم حول ما تقدمه الجريدة من أخبار رياضية شاملة ومعمقة بنسبة عالية جدا وهذا من قبل الذكور أكثر من الإناث وعلى مستويات وفئات مختلفة من المبحوثين الذين أجريت عليهم الدراسة.

بطاقة فنية عن جريدة الهداف :

هي عبارة عن جريدة يومية رياضية مستقلة ،عبارة عن ملحق إعلامي يصدر عن جريدة – **بانوراما** – يوجد مقرها الرئيسي بدار الصحافة **"طاهر جاووت"** 01 شارع بشير عطار ،ساحة أول ماي ،الجزائر العاصمة .

ـ مدير النشر هو السيد " كاحل بوسعيد " و في نفس الوقت سلك أسهم " EXA "للإعلام ،مدير نشر كل الصحف الصادرة عن هذه الشركة .

ـ رئيس قسم التحرير هو السيد **"إسماعيل مرزاقة "**.

ـ تطبع هذه الجريدة بمطبعة (ENAP) المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية وتوزع من طرف المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحافة.

ـ تملك الصحيفة مكتبا واحدا بشارع عبان رمضان ، عمارة رقم 07 ،الطابق السادس ،يترأسه رئيس قسم التحرير ، يتم فيه العمل و التحضير و التصميم و التركيب .....

وبانفصال بعض الصحفيين عن أسبوعية "الكرة الرياضية "، تم الاتفاق مع شركة " EXA"

للإعلام على تمويل جريدة رياضية أطلق عليها اسم **"الهداف ".**

و بدأ العمل في ظروف صعبة بدار الصحافة "الطاهر جاووت "و في مدة اربعة أيام تم تحضير المادة الإعلامية الجاهزة للنشر ،و صدر عددها التجريبي في **01 ديسمبر 1989**

و بدأت تغطيتها للمباريات ،إضلفة إلى إجراء الأحاديث الصحفية و أخذ الانطباعات ،تجدر الإشارة إلى أن العدد الأول كانت خسائره كبيرة بفعل خلل أصاب آلات الطبع بمطبعة "الوناس "، إذ قدرت الخسائر ب :270 ألف دينار جزائري .[1]

---

1 ـ درقاوي عبد المالك رضوان ـ بومعزة عبد الحكيم ،**التفاعلية في الصحافة الالكترونية المتخصصة ودورها في إستخدام المواقع ،موقع الهداف نموذجا** ـ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و التصال تخصص اتصال و صحافة مكتوبة ،2014 ،

ص65

في البداية كان صدور الصفحة الأولى بالألوان لكن مع تطور الصحيفة وزيادة المداخل تم أقرار سحب الصفحتين الأولى والأخيرة بالألوان ونفس الشيء بالنسبة للصفحة المركزية ، كما تم التفكير في سحب كل الصور المتضمنة في الصحيفة بالألوان لكن بسبب التكاليف المالية الباهظة رفضت الفكرة، لأن سحب كل صحيفة الألوان يعني زيادة سعرها والمقدر بـــ:20 دينار حاليا وهذا سيقلل من المبيعات.

إن سحب الصفحتين الأولى والأخيرة بالألوان هو عملية تجارية محضة القصد منها إضفاء صفة جمالية على الجريدة لدى القراء الدائمين ولفت اهتمام جمهور لا يطالعها بنية كسبه ضمن القراء الدائمين .*(1)*

تهتم **"صحيفة الهداف "**الرياضية برياضة كرة القدم فقط لكونها الرياضة الأكثر شعبية في الجزائر وسائر الدول وتحضي بالاهتمام الواسع لدى القراء الجزائريين خاصة فئة الشباب الذين يتابعون كل صغيرة وكبيرة عن أنديتهم سواء في الأقسام العليا أو السفلى ،وكذا عن نجومهم وعن أخبار المحترفين الجزائريين في النوادي الأوروبية والعربية ، مما دفعها أيضا إلى التخصص في هذه الرياضة الوطنية دون الأجنبية عامل ضمان جمع المادة الإعلامية الرياضية من مصادرها المؤكدة ،وأكبر عامل وقف حاجزا أمام عدم تخصيص حيز البطولات الأجنبية هو سيطرة القطاع السمعي البصري على الأخبار والمستجدات طوال الأسبوع، خاصة مع الانتشار الواسع للهوائيات الإعلامية إضافة إلى عدم وجود صحفيين يتابعون باهتمام كبير البطولات الأجنبية نظرا لصعوبة الحصول على جديد الأندية والنجوم وأخبارهم الآنية. ورغم ذلك تحاول جاهدة نشر الأخبار عن الأندية والبطولات الأجنبية الكبرى و اللاعبين . أما عن لغة وأسلوب الصحيفة يرى رئيس قسم تحريرها **"إسماعيل مرزاقة "** أن طبيعة القراء تفرض أن يكون في منتهى البساطة وهي حتمية تجارية حيث توجد في الميدان الرياضي تعابير باللهجة الدارجة عند أغلب فئات المجتمع تطالع **"الهداف"** ، كما تستعمل بعض الكلمات والجمل باللغة الفرنسية خاصة في عناوين التقارير والأخبار ويشترط فيها أن تكون مألوفة في الشارع الجزائري ، ويعتبر أسلوب الصحيفة من أبسط أساليب مقارنة بأساليب باقي الصحف الرياضية المتخصصة إضافة إلى أن أعضاء طاقم التحرير ليس لديهم أي عقدة من أي لهجة أو لغة .

ونظرا للتوفر الكبير للمادة الإعلامية خاصة أثناء سريان البطولات بمختلف أقسامها ، إرتئت الصحيفة ملحق أسبوعي لها ، صبيحة كل ثلاثاء "الهداف" بنفس تشكيلة الطاقمين التحريري والتقني ،ونفس رئيس التحرير الذي يؤكد على أنه منذ صدور العدد الأول من الملحق السابق الذكر ، عمانا على ضرورة الإنصاف والعمل في توزيع المادة الإعلامية بين **"الهداف"** و **"الهداف+"**، وهذا بغية تحقيق نوع من التوازن خاصة في مجال نشر الأخبار ،وقد كان صدور أول عدد من الملحق في 18 أكتوبر 1999 مع انطلاق أول بطولة **احترافية** في الجزائر طالما أن البطولة تلعب في الكثير من الأحيان يوم الاثنين ودخول المنتخب الوطني

منافسات كأس العالم ،كما أن الأخبار لا يمكنها الانتظار خاصة بوجود الجرائد اليومية. وأسبوعيات أخرى تصدر في منتصف الأسبوع ، وهو ما يعني دون الخبر وبالتالي تصبح أسبوعية مهلة لتكرارها إما قرأه الجمهور خلال الأسبوع في الصحف الأخرى ، كل هذه العوائق أدت إلى إصدار ملحق للصحيفة .

فإصدار الملحق كان لدواعي إعلامية وتجارية في نفس الوقت ، كما تم مؤخرا إصدار ملحق آخر تحت عنوان الهداف **ويك أند (EL-HEDAF –WEEK –END)** يصدر يوم الخميس .

الهيكل التنظيمي للصحيفة :

لكل من جريدة **"الهداف "** و **"الهداف الدولي "**طاقم صحفي خاص، إذ نجد في **"جريدة الهداف" :** رئيس التحرير **"محمد ساعد "**، نائب رئيس التحرير "ب .رضوان "،سكرتير التحرير "حليش مراد" ، وفي التحرير كل من :"نجم الدين سيدي عثمان"،"رشيد بن شيخ"،"مراد الهاشمي"،"عدلان شويعل"،"علي بونجمة" ،"سمير بشير"،"محمد رزوق"،"فريد عبود" ،"مراد لجلاح"،"محمد لكحل"،"مهدي تفارت"،عثمان سكمان"،"ابراهيم سعد الله"،"يوسف كودري"،"حمزة بركاوي"،"بلال قندوز"،"رضوان عنان".مجموعة مراسلين عبر كامل التراب الوطني يرصدون أخبار الأندية المحلية .

أما عن "**الهداف الدولي"** فنجد:

رئيس التحرير "محمد شيخي"، نائب رئيس التحرير "عادل حداد". في التحرير "محمد أملال"،"يونس خوني"،"عبد الحق لعريبي"،"يوسف قويدري"،"محمد بالقاسم" ،"نسيم صديقي"،"أمين بن بشير"،"سيف الدين نوادرية"،"ياسر وارست"،"لخضر نزار قبايلي"،"كمال عصماني".

أما الطاقم التقني فيتكون من :

رئيس القسم أو سكرتير التحرير، مصححين، مركبين، مصمم متخصص في تصميم الصفحة الأولى فقط ومكلف بالإشهار تتلخص مهامه في الاتصال بالأشخاص الطبيعيين و المعنيين الراغبين في الإشهار عن سلعة أو خدمة ما.

يعمل الطاقمين معا في المكتب الوحيد للصحيفة الكائن بشارع "عبان رمضان" وهو عبارة عن شقة مقسمة إلى ثلاث غرف بكل غرفة مكتب .ويتم العمل في هذا المكتب نظرا للظروف السيئة بالمقر الرئيسي الواقع بدار الصحافة "طاهر جاوت" ، حيث هو عبارة عن حاوية ثم تهيئتها في شكل مكاتب مقرا لصحيفة "بانوراما" في بادئ الأمر ، ثم إلى كل من صحيفة "بانوراما"،"عيون"،"الهداف".

أركان صحيفة الهداف و الهداف الدولي:

أ ـ الهداف :

يوجد بالصحيفة عدة أركان ثابتة ،إلا أن الشيء الغير الثابت هو المساحة المخصصة لكل ركن حيث يتغير عدد صفحات القسم الأول أو الممتاز حسب متغيرات جديدة قد تحصل من جراء دور من أدوار كأس الجزائر ،أو أخبار مختلفة عن المنتخبات الملية داخل الجزائر و يمكن إيجازها في النقاط التالية :

1 ـ القسم الممتاز :

تكون عادة عدد صفحاته ما بين سبعة وثمانية ، أهم ما يميزه هو تغطية كل مقابلات الدوري الممتاز، بحيث تخصص كل صفحة لتغطية مقابلة واحدة ، إضافة إلى نشر الأحاديث الصحفية القصيرة للاعب من كل فريق ، وكذا أخبار الأندية وانطباعات المدربين .

2 ـ الصفحة المركزية :

تصدر دائما بالألوان تشمل على الأخبار وفي بعض الأحيان أحاديث صحفية تخص أفراد القسمين الممتاز والأول، وفي حالات عديدة أخبار المحترفين الجزائريين بالنوادي الأوروبية و العربية .أما الصفحة الوسطى الجديد عن اللاعبين والمدربين حول مختلف الأحاديث الصحفية ونجد أيضا اعتمادها على مساحات إشهاري محدودة وأيضا تستند على صور اللاعبين الرياضيين من مختلف الفرق المحلية .

3 ـ القسم الأول:

يختلف عددها حسب أهمية لقاءات البطولة التي تجرى وفق رزنامة تحددها المنظومة الرياضية وهنا التركيز على الأخبار المتعلقة بالمباريات والأندية والفرق، وتكون التغطية من قبل المراسلين أو الصحفيين .

4 ـ القسم الثاني:

تكون عدد صفحاته في الغالب ثلاث إلى أربع صفحات أحيانا، ويتم التركيز في هذا الركن على تغطية أهم المباريات نظرا لكثرتها ،إضافة إلى الحديث عن نتائج مختلف المباريات التي تجرى خلال الأسبوع .

5 ـ القسم الجهوي :

تخصص الصحيفة عادة صفحة واحدة الأخبار القسم الجهوي والملاحظة الميدانية تثبت أن هذه الصفحة تصب اهتمامها على البطولة الجهوية الوسطى وذلك بسبب عدم وجود مراسلين في الكثير من المناطق والمدن وأيضا هذه الأقسام لا تحظى باهتمام بالغ من طرف القراء.

6 ـ الأقسام السفلى :

بحيث تخصص جريدة الهداف صفحة واحدة لهذه الأقسام وتكون عبارة عن مجموعة من الأخبار المتفرقة.

7 ـ قسم يضم الأخبار المتفرقة عن:

الأندية والمنتخبات واللاعبين العالميين معتمدين على الوكالات والصحف الأجنبية وشبكة الانترنت كمصدر للمعلومة.

8 ـ القسم الديني:

هذا الجزء قد نجده في بعض الأجزاء وقد لا نجده في الأجزاء الأخرى يأتي في صفحة واحدة ما قبل الأخيرة.

أما بخصوص **"الهداف الدولي"** فهو يخصص جل صفحاته للحديث عن البطولات الأوروبية وتكون صفحاته موزعة كالآتي **:**

1 ـ الغلاف الخارجي:

وهو يحتوي على عناوين متفرقة لأهم الأحداث و المجريات العالمية في مجال كرة القدم ، كما يستند أيضا على بعض الصور للاعبين المشاهير والألوان البارزة .

2 ـ الصفحة الثانية :

يتم عنونتها ب"على السريع" نجد فيها مقتطفات للأخبار المهمة للأندية أو الفرق أو الشخصيات الرياضية، إضافة إلى عرض آخر المستجدات في كرة القدم. وفيها أيضا "كاريكاتور"،"صور وتعليق".

3 ـ الصفحة الثالثة:

تخصص أربع إلى خمس صفحات تقريبا للحديث عن رابطة أبطال أوروبا ، ونجد فيه أيضا "جدول مباريات اليوم"، الحديث عن الأندية والفرق الرياضية المختلفة وأهم اللاعبين المشاهير.

4 ـ تخصيص صفحات ما بين ثلاث إلى أربعة للحديث عن الدوري الإسباني الأكثر تمثيلا في "الهداف الدولي" ، ونجد في صفحات أبرز النجوم مثل ميسي وكريستيان وغيرهم ، نسبة توقعات الفوز والخسارة ، حوار مع أي لاعب ،نتائج ، وتصريحات المدربين .

5 ـ صفحتين مخصصتين للبطولة الإنجليزية فتجد فيها المواجهات التي تحمل إثارة كبيرة ،التشكيلتان المحتملتان ، إضافة إلى أخبار كل نجوم الدوري .إضافة إلى تصريحات المدربين.

6 ـ صفحتين للدوري الإيطالي وفيهما أدق التفاصيل عن نجوم الدوري، إحصائيات وغيرها من متطلبات القارئ الرياضي.

7 ـ عادة ما نجد صفحة في الوسط (12-13) صورة لمنتخب أو لاعب مشهور سواء كان عربي أو عالمي مشهور.

8 ـ تخصص جريدة "الهداف الدولي" صفحتين لنشر أهم الأخبار والمستجدات في عالم الكرة الألمانية والفرنسية.

9 ـ نجد في غالب الأحيان صفحات تتحدث عن :"كؤوس وبطولات"، "الحوار"، "التسلية"، "أسرار النجوم"، "الميديا".

10 ـ صفحة مخصصة للحديث عن كل الأخبار المستجدة عن المنتخب الوطني.

11 ـ نجد هناك صفحة معنونة بـ"كل الرياضات" وفيها يتم الحديث عن جديد الرياضات المختلفة على غرار كرة القدم منها : " كرة السلة " ،" التنس "، " ألعاب القوى "،"كرة اليد" و غيرها.إضافة إلى ورقة تقديمية تحتوي على عنوان الجريدة وأرقام الهاتف ، البريد الإلكتروني وغيرها .

عدد صفحات الجريدة :

تشتمل الصحيفة على **24 صفحة** في جل إصداراتها وإن كانت بعض الأعداد قد تزيد أو تنقص بصفحات حسب توفر المادة الإعلامية، لكن هذا يكون نادرا في حدود عددين أو ثلاثة في السنة.

في سنة 2001 اعتمدت المؤسسة على تقديم جائزة أفضل لاعب جزائري، وفي سنة 2007 أضيف إليها جائزة أفضل لاعب عربي .

موقع جريدة الهداف الرياضية الجزائرية:

تأسس هذا الموقع في **18 ماي 2010** على يد مجموعة من الصحفيين منهم من هو دائم ، وعمله من أجل الموقع ، ومنهم من يعمل لصالح الجريدة الورقية .

عند دخول الموقع تجد الصفحة الرئيسية، خدمة RSS، وظائف خالية، تاريخ اليوم مع إمكانية تغيير اللغة إلى اللغة الفرنسية، أحوال الطقس .

يقدم موقع الهداف الرياضي جملة من الاحتياجات وهي كالآتي:

ـ آخر الأخبار،الحوارات ،الأعمدة ،المسابقات ،برنامج المباريات ،الخدمات ،كاريكاتور.

ـ نتائج مباريات مختف الدوريات مع تسليط الضوء على أبرز مستجدات البطولة .

ـ حصة ضيف الشهر الإلكترونية ،وبإمكان المتصفح طرح سؤال واحد على ضيف الحصة .

ـ أخبار المنتخب الوطني واللاعبين المحترفين.

ـ قضية ونقاش، وهو عبارة عن سؤال يطرح للنقاش ،يمكن المتصفح من إبداء رأيه حول القضايا المطروحة للنقاش .

ـ آخر الفيديوهات و الصور.

ـ توفير خدمات المنتديات.

ـ نسخ PDF ،تجد كل من الطبعة المحلية والدولية .[1]

1 ـ درقاوي عبد الملك رضوان و زميله، **التفاعلية في الصحافة الالكترونية ودورها في استخدام المواقع- موقع الهداف نموذجا-** ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وصحافة مكتوبة ،2014، ص73 .

ملحق إعلامي يصدر عن جريدة بانوراما :ص.ب.رقم 66 بور سعيد (الجزائر العاصمة).

للنشر والإشهار: 1- شارع باستور الجزائر .

الطبع : الوسط SIA - الشرق : SIF - الغرب :SIO .

ـ كما تعتمد الجريدة الهداف على وسائل للتواصل مع جمهورها من خلال وضعها لرقم الهاتف والذي يتمثل في:021739414 وكذلك تم ذكر في المساحة المخصصة للمعلومات في الجريدة لرقم الفاكس: 021738630،إضافة إلى إمكانية التواصل معها عبر الموقع الإلكتروني: WWW .elhaddaf.com [1]

1 ـ جريدة الهداف الدولي الورقية

تفريغ الجداول البسيطة :

البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس،السن،المستوى الجامعي ،مكان الإقامة .

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	47	78.33%
أنثي	13	21.66%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول الأول نلاحظ أن أفراد العينة متفاوتة بنسبة كبيرة جدا. فهي تضم ذكور وإناث على اختلاف أعمارهم. بحيث يفسر نتائج الزيادة في عدد الذكور إلي اهتمام هذه الفئة أكثر بمتابعة الأحداث الرياضية المنشورة في جريدة الهداف الرياضية وبالتالي تنحصر نسبة ارتفاع الذكور إلي ارتفاع في عدد الذكور في جامعة التربية البدنية والرياضة بمستغانم.

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
22-18	22	36.6%
25-23	26	43.33%
26 فأكثر	12	20%
المجموع	60	100%

نلاحظ من الجدول أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 23 إلي 25 هم الأكثر تصفحا لجريدة الهداف الرياضية وهذا بنسبة 43.33 % وهذا راجع لكونها الفئة الشبابية الأكثر تأثرا بالمضامين الإعلامية الرياضية المنشورة في جريدة الهداف، أما المبحوثين الدين تتراوح أعمارهم مابين 18-22 سنة بنسبة 36.66 % يبحثون عن المعرفة والبحث،ثم تلي فئة المبحوثين الدين تفوق نسبة أعمارهم 25 فأكثر هم أقل اهتمام ومتابعة الجريدة الهداف و ما تقدمه مقارنة بالفئات السابقة إذ قدرة ب20 % وهذا راجع إلي اهتمام هذه الفئة لهذا النوع من الجرائد المتخصصة وربما يميلون إلي أنواع أخرى.

توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة
ليسانس	29	48.33%
ماستر	23	38.33%
دكتراه	8	13.33%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول نجد أن هناك ثلاث مستويات : يندمج ضمن (سنة أولى و ثانية و ثالثة)و التي بلغ نسبتها 48.33 % وهذا الأخير يفوق المستويات الأخرى ،فنسبة المبحوثين المنخرطين في فئة الماستر (ماستر 1 وماستر2)بلغت النسبة38.33 %،أما نسبة الدكتوراه فكانت ب13.33 %وذلك لصعوبة التواصل مع المبحوثين، وكانت النتائج من جلال توزيع الاستمارة علي عينة قصيرة لها اهتمام بجريدة الهداف وما تحتوي صفحاتها.

توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

أمكان الاقامة	التكرار	النسبة
حضري	36	60%
شبه حضري	21	35%
ريفي	3	5%
المجموع	60	100%

نلاحظ من جلال الجدول رقم 04 أن أفراد العينة المقيمين في المدن هم أكثر تصفحا لصفحات جريدة الهداف و دلك بنسبة 60 % وهذا راجع إلى توفير النسخة الورقية للجريدة في أوانها وأيضا إمكانية تصفحها عبر شبكات الانترنت في المنازل ،وحتى في أماكن أخرى بينما نجد نسبة الأفراد المتصفحين في الشبه الحضري والتي قدرة النسبة ب 35 % قليلة مقارنة بسابقتها وهذا إلى عدم توفير وتوزيع الجريدة في بعض الأماكن في القرى وأيضا انقطاع شبكة الانترنت من الحين إلى الآخر أو انعدامها في الأصل ،في حين قدرة نسبة الأفراد المقيمين في الريف ب 05 %وهي نسبة منخفضة جدا وهذا يرجع إلي أن هذه المناطق نائية ولا توجد فيها مواصلات لكي يتم توزيع فيها النسخة الورقية للجريدة في أوانها وأيضا لا يوجد مقاهي الانترنت تتوفر على شبكة الانترنت لكي توفي بغرض قارئ اليوم وهذا ما يتطلب تكلفة كبيرة لا يستطيع الشباب تحملها.

المحور الأول: جريدة الهداف ومقروئية الشباب .

الجدول رقم 02:متابعة جريدة الهداف.

متابعة جريدة الهداف	التكرار	النسبة
نعم	51	85%
لا	09	15%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الأفراد الدين يتابعون جريدة الهداف بشكل دائم متفاوتة و قدرة ب: 85 % وهي نسبة أعلى بكثير في حين أن نسبة الأفراد الدين لا يتابعون ولا يقرؤون جريدة الهداف على الإطلاق هي نسبة منخفضة جدا قدرة ب 15 % ويرجع هذا التفاوت بين النسبتين إلي أن جريدة الهداف أصبحت تغطي حاجات و اهتمامات القارئ من حيث المواضيع والأخبار التي تقدمها أي الجمهور. وهذا ما يدل على أن أفراد العينة التي تم دراستها في هدا البحث لها اهتمام ومعرفة بما تقدمه الجريدة أي أن لها مقروئية كبيرة من قبل الشباب باعتباره الفئة الأكثر اهتماما بالشؤون الرياضية.

الجدول رقم 3: الأخبار التي تهتم بصفحات الجريدة .

الأخبار التي تهتم بصفحات الجريدة	التكرار	النسبة
محلية	18	30%
دولية	42	70%
المجموع	60	100%

يبين لنا الجدول أن عدد المبحوثين الذين على اطلاع دائم بالأخبار الرياضية الدولية هي متفاوتة بكثير بحيث قدرة النسبة بـ 70 % وهي أعلي نسبة مقارنة بعدد المبحوثين الدين لهم اهتمام بالأخبار الرياضية المحلية بنسبة 30 % وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنتا بالنسبة الأولـى و هدا راجع إلي أن فئة الشباب لها رغبة واهتمام كبير بالأخبار الدولية عن أهم المباريات الأندية الأوروبية وهي الرغبة في معرفة أخبار اللاعبين الاوروبين ويعود تضائل نسبة الأخبار المحلية إلي نقص التغطية الإعلامية لهدا النوع من قبل الصحفيين وإلي عدم قدرتها على جذب اهتمام هذه الفئات العمرية .

المحور 2: جريدة الهداف و دورها في توعية الطلبة .

الجدول رقم 4: مدى مساهمة جريدة الهداف في توعية الطلبة الجامعيين.

مساهمة الجريدة في توعية الطلبة	التكرار	النسبة
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول يتضح لنا أن عدد المبحوثين الدين يرون أن نسبة مساهمة جريدة الهداف في توعية الطلبة الجامعيين كبيرة جدا قدرة بـ 70 % ويعود هدا الارتفاع إلي أن الأخبار و المضامين الرياضية التي تنتشر في صفحات الجريدة ذات مصداقية وأيضا تلبي حاجات و رغبات الطلبة من حيث نشر نتائج المباريات ،أخبار الأندية ،اللاعبين . بينما بلغ عدد المبحوثين الدين يرون جريدة الهداف لا تساهم في توعية الطلبة الجامعيين بنسبة بـ 30 % وهي نسبة ضئيلة جدا وهذا راجع إلي عدم اقتناع الطلبة بما تقدمه جريدة الهداف من مضامين رياضية.

الجدول رقم 5: تهتم الجريدة بإشباع حاجات الجمهور:

اهتمام الجريدة بإشباع حاجات الجمهور	التكرار	النسبة
نعم	18	% 30
لا	02	%3, 33
نوعا ما	40	%66,66
	60	%100

من خلال الجدول يتضح لنا أن عدد المبحوثين الذين يعتقدون أن جريدة الهداف الرياضية تهتم بإشباع حاجات ورغبات الجمهور نوعا ما بحيث قدرت بـ : 66،66 % وهي نسبة مرتفعة و هذا راجع إلى أن ليس في جميع الأحيان نجد مضامين أو أخبار رياضية تهتم بجميع الفئات من الطلبة .في حين بلغ عدد المبحوثين الذين يرون أن هذه الجريدة تعتمد بالدرجة الأولى على تلبية ما يرغب فيه الجمهور من أخبار رياضية بحيث قدرت

بنسبة 18 % ،أما البعض الآخر منهم يرى بأن هذه الجريدة لا تفي بغرض قارئ اليوم ولا تهتم بإشباع حاجاته وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بسابقتها وقدرت بنسبة : 3,33%

الجدول رقم 6: تساهم جريدة الهداف في تغيير سلوك الطلبة اتجاه رياضة ما

درجة مساهمة جريدة الهداف في تغيير السلوك	التكرار	النسبة
كثيرا	13	% 21,66
قليلا	37	% 61,66
نادرا	10	% 16 ,66
المجموع	60	% 100

من خلال الجدول لنا أن عدد المبحوثين الذين اعتمدوا في إجاباتهم على أن درجة مساهمة جريدة الهداف في تغيير السلوك قليلة جدا قدرت بنسبة : 61,66 % وذلك راجع إلى أن قارئ الجريدة الرياضية يأخذ أهم الأخبار والمعلومات الرياضية التي تهمهم دون ترك تأثير عليهم بشكل كامل وهي نسبة أعلى بكثير مقارنة بعدد المبحوثين الذين يرون أن هذه الأخبار تؤدي إلى تغيير سلوكهم واتجاهاتهم نحو رياضة معينة قدرت بنسبة : 21,66 % . أما فيما يخص الجزء الآخر منهم فيرون أنها نادرا ما تغير سلوكهم أو اهتمامهم وقدرت بنسبة :16,66 % وذلك راجع إلى التغطية الإعلامية في مثل هذا النوع تلعب دور كبير في تغيير نظرة الشباب إلى هذه الرياضات .

الجدول رقم 7 : جريدة الهداف تعطي فرصة للقارئ بإبداء رأيه

إعطاء فرصة للقارئ بإبداء رأيه	التكرار	النسبة
دائما	04	% 6,66
أحيانا	42	% 70
نادرا	14	% 23,33
المجموع	60	% 100

ما هو ملاحظ من الجدول أعلاه أن عدد المبحوثين الذين يرون أن في غالب الأحيان تعطي تعطي الهداف فرصة للقارئ بإبداء رأيه أو المشاركة في عملية صنع المعلومة قدرت بـ :70 % و هي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسب المتبقية ،في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين يرون أن نادرا ما تعطي فرصة للقارئ باقتراح آراء أو أفكار من أجل نشر الأخبار وفق ما يتطلبه ذلك فقدرت بنسبة 23,33 %، أما الفئة الأخرى منهم من يرون أن نادرا ما تعطي فرصة لهؤلاء في المشاركة في عملية نشر المعلومة أو إبداء رأيهم و قدرت بنسبة 6,66 % وهي نسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها وذلك راجع إلى أن النسخة الورقية للجريدة لا تعتمد على الجمهور في نشر المعلومة في حين نجد أن النسخة الإلكترونية تعطي بشكل متواصل فرصة لهم في المشاركة في نشر الأخبار الرياضية وكذا التعليق عليها فيصبح القارئ هو الناشر وهو الصحفي ، ومتلقي الرسالة الإعلامية .

المحور الثالث :

جريدة الهداف وتأثيرها على الطلبة

الجدول رقم 8 : تأثير جريدة الهداف على الطلبة

تأثير جريدة الهداف على الطلبة	التكرار	النسبة
نعم	39	% 65
لا	21	% 36
المجموع	60	% 100

من خلال الجدول يتضح لنا أن جريدة الهداف لها تأثير كبير على الطلبة بحكم أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بأنها تؤثر عليهم بشكل كبير قدرت نسبتهم بـ 65 % وهي أعلى نسبة وذلك راجع إلى أن لها اهتمام بمعرفة متطلبات ورغبات القراء على اختلاف فئاتهم و مستوياتهم من أجل التأثير عليهم ،في حين قدر عدد المبحوثين الذين يرون بأن ليس لها تأثير عليهم بنسبة 35 % وسبب هذا التراجع في النسبة يعود إلى عدم اهتمام البعض بالأخبار الرياضية وانشغالهم بأمور أخرى والتي تنشر في صفحات الجريدة .

الجدول رقم 9: تأثير الجريدة يؤدي إلى زيادة الاهتمام بها

زيادة الاهتمام بالرياضة	التكرار	النسبة
نعم	45	% 75
لا	05	% 8,33
نادرا	10	% 16,66
المجموع	60	% 100

يتبين لنا من الجدول أن عدد المبحوثين الذين يرون بأن تأثيرها يؤدي إلى زيادة الاهتمام بها قدرت بنسبة 75 % وهذا راجع إلى التغطية الإعلامية الجيدة وقدرتها على جذب أكبر قدر ممكن من الجمهور من حيث شموليتها على كافة الجوانب المتعلقة بالرياضة وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة بعدد المبحوثين الذين يرون أن مضامينها لا تؤدي إلى زيادة الاهتمام بها إلا في بعض الحالات قدرت بنسبة 16,66 % .ثم تلي نسبة الأفراد الذين يرون أنها لا تؤدي على الإطلاق إلى زيادة الاهتمام بها بنسبة 8 ,33 % وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالنسب الأخرى .

2 ـ تحليل الجداول المركبة:

الجدول رقم 10 :الأوقات المفضلة للقراءة وعلاقتها بمتغير مكان الإقامة

الوقت المفضل / المكان	صباحا		ظهرا		ليلا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الاجمالية
حضري	24	%64,86	08	50%	04	57.14%	36	% 60
شبه حضري	12	32.43%	08	50%	01	14.28%	21	%35
ريفي	01	2.70%	00	00%	02	28,57%	03	% 5
المجموع	37	100%	16	100%	60	100%	60	% 100

من خلال الجدول نلاحظ أن الأوقات المفضلة لقراءة جريدة الهداف وعلاقتها بمتغير الإقامة، لأنه يلعب دور كبير خصوصا في عملية توزيع الجريدة في مختلف المناطق.

يعكس الجدول الأوقات المفضلة لقراءة جريدة الهداف وعلاقتها بمتغير الإقامة حيث نجد أفراد العينة الذين يفضلون قراءة جريدة الهداف في الصباح قدرت بنسبة 64.86% وهم الأفراد المقيمين في المدن، أما أفراد العينة المقيمين في القرى فنجد أنهم يفضلون قراءتها في أوقات الصباح بنسبة 32.43% وهي نسبة منخفضة جدا مقارنة بالنسبة للأولى،بعدها تلي نسبة أفراد العينة الذين يقيمون في الريف بنسبة ضئيلة جدا وقدرت ب :2.70% وهذا التفاوت راجع إلى عدم القدرة على توفيرها في هذا الوقت وأيضا لانشغالهم بأمور أخرى .

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يقيمون في المدن ويفضلون قراءتها في أوقات الطهر بنسبة 50 % وذلك راجع إلى انشغالهم بالعمل .ثم تلي نسبة المبحوثين المقيمين في القرى بنسبة 50 % وهي نسبة مشابهة لنسبة الأفراد المقيمين في المدن ،وحسب معطيات

الجدول هناك انعدام في عدد المبحوثين المقيمين في الريف لا يقرؤون جريدة الهداف في هذه الأوقات ،ثم يأتي عدد المبحوثين المقيمين في المدن ويفضلون قراءتها ليلا بنسبة 57;14 % وهي نسبة مرتفعة جدا ،ثم يليها عدد المبحوثين المقيمين في القرى ويقرؤونها في نفس الوقت بنسبة 14,28 %، أما فيما يخص الأفراد الذين يفضلون قراءتها ليلا والمقيمين في الريف قدرت بنسبة 28,57 % .

نستنتج من خلال الجدول ن أفراد العينة الذين هم مقيمين في المدن هم أكثر متابعة لجريدة الهداف في جميع الأوقات وذلك بنسبة مرتفعة عن البقية بسبب توفرهم على النسخ الورقية و الإلكترونية للجريدة في جميع الأوقات ،ثم يلي أفراد لعينة المقيمين في القرى يتابعونها في أوقات مختلفة وبنسبة أيضا متفاوتة وتلي نسبة الأفراد المقيمين في الريف يتابعونها بنسب متوسطة ،وهذا راجع إلى انعدام المواصلات فيها.

الجدول رقم 11:مصداقية الجريدة وعلاقتها بمتغير السن

صدق الجريدة / السن	بمصداقية		بدون مصداقية		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
22 - 18	19	% 39,58	04	%33,33	23	%38,33
25- 23	19	%39,58	05	%41,66	24	%40
25 فأكثر	10	%20,83	03	%25	13	%21;66
المجموع	48	%100	12	%100	60	%100

يبن الجدول علاقة متغير السن بمصداقية جريدة الهداف فحسب معيار السن صرح أغلب أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم ما بين (18-22) سنة أنها ما تقدمه جريدة الهداف من أخبار رياضية ذات مصداقية بحكم فترة أو مدة متابعتها فقدرت بنسبة 39.58% وذالك راجع إلي اهتمام هذه الفئة بالبحث والتطلع إلي معرفة أحداث المباريات حول كرة القدم بالأخص ،أو مباريات حول مختلف الألعاب الرياضية بمختلف أنواعها وهي تصنف ضمن اهتمامات الشباب وهذه النسبة تعتبر مشابهة لعدد الأفراد الذين يتراوح أعمارهم مابين (23-25) سنة فهم يحكمون على انه تقدم معلومات ذات مصداقية بالدرجة الأولى قدرت بنسبة 39.58% في حين بلغ عدد المبحوثين الذين تفوق أعمارهم أكثر من 25سنة أنها ذات مصداقية أيضا

20.83% وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالنسبة الأولى وذلك بسبب عدم ثقتهم في ما تنشره الجريدة عبر صفحاتها اليومية.

أما فيما يخص ربط متغير السن بعدم مصداقية الجريدة فنجد أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18-22) سنة أنهم لا يثقون فيما تقدمه الجريدة لأن حسب اعتقادهم لا يعتمد صحفيو الجريدة على مصادر رسمية موثوق فها وأيضا يمكن تفسير ذلك إلى أن معظم الصحف الرياضية تعتمد على أخذ الأخبار من وكالات الأنباء ،مواقع إلكترونية ،مدونات ومصادر أخرى لذلك لا يجدون أنها تعتمد على المصداقية بالدرجة الأولى قدرت نسبتهم بـ:33,33 % في حين بلغ عدد أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (23 - 25) سنة بنسبة 41,66 % وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة بالنسبة الأولى وهذا مما يفسر أن كلما كان أفراد العينة أكبر في السن كلما كان لهم وعي ودراية بما تقدمه الصحافة أو بالأخص الصحافة الرياضية باعتبارها أكثر مقروئية من قبل الشباب ،أما فيما يخص الأفراد الذين تفوق أعمارهم أكثر من 25 سنة فقدرت بنسبة 25 % وهي منخفضة قليلا على سابقتها .

فمن خلال الجدول نستخلص أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 22)و(23 – 25) سنة هم الذين يثقون بما تقدم لهم جريدة الهداف من أخبار رياضية سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الدولي .

وأجابوا على أن لها مصداقية بالدرجة الأولى باعتبارهم فئة شبابية أكثر تأثرا بالرياضة .

فمن خلال تحليل معطيات الجدول نستنتج أن جريدة الهداف تقدم معلومات رياضية و تحاول من خلالها التنسيق بين حاجات ورغبات الجمهور القارئ وفق ما يتطلبه نقل المعلومة الرياضية وأيضا محاولة كسب أكبر قدر ممكن من الجمهور للتأثير عليهم بشكل إيجابي وهذا ما تطرقت إليه نظرية الاستخدامات والإشباعات بحيث تلبي حاجات ورغبات الأفراد بالدرجة الأولى قبل توجيه الرسالة الإعلامية لهم .

الجدول رقم 12 : سبب قراءة الشباب لجريدة الهداف وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي

سبب القراءة / المستوى	التوعية والتثقيف		التسلية والترفيه		لملأ الفراغ		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
ليسانس	21	%56,75	05	%41,66	02	%18,18	28	%46,66
ماستر	09	%24,32	06	%50	09	%81 ,81	24	%40
دكتوراه	07	%18,91	01	%8,33	00	%00	08	%13,33
المجموع	37	%100	12	%100	11	%100	60	%100

يبين لنا الجدول اعتماد الطالب الجامعي على جريدة الهداف الرياضية و الدافع وراء قراءتها من خلال ربطه بمتغير المستوى الجامعي ،فمن أفراد العينة المصنفون ضمن الليسانس يرون أن سبب قراءتها التوعية و التثقيف وذلك بنسبة 56 ,75 % وهي مرتفعة جدا بحيث نجد أن اهتمام هذه الفئة بما تقدمه الجريدة من أجل التثقيف والتوعية بأنواع الرياضة أو معرفة الفرق الرياضية ،الأندية ،اللاعبين وحتى قوانين اللعبة .كل ذلك يدخل ضمن التثقيف الرياضي لهذا نجدهم يميلون إلى هذا الصنف ،في حين نجد أفراد العينة المصنفون في نفس الفئة أن ما يدفعهم لقراءتها هو التسلية والترفيه فقط وذلك بنسبة 41,66 % وذلك راجع إلى أن في صفحات الجريدة نجدها تضم صفحات للإشهار ،الكلمات المتقاطعة ،إعلانات ،صور للاعبين وغيرها .ثم تلي الفئة التي تهتم بها لملأ الفراغ فقط لا غير قدرت بـ:18,18 % وهي نسبة منخفضة مقارنة بسابقتها .

أما فيما يخص تحليل معطيات الفئة التي تندرج ضمن صنف الماستر ،فنجد أفراد العينة الذين يهتمون بها بدافع التثقيف والتوعية بنسبة 24,32 % ،ثم تلي الفئة التي تهتم بها للتسلية و الترفيه بنسبة 50 % وهي نسبة مرتفعة جذا بسابقتها لأن معظم المبحوثين يقرؤونها لتسليتهم فقط .أما الفئة التي تفضلها لملأ الفراغ قدرت بـ: 75 % وهذا الارتفاع في النسبة راجع إلى انشغالهم بأمور أخرى .

وفيما يخص صنف الدكتوراه فنجد عدد المبحوثين الذين يقرؤونها من أجل تثقيفهم رياضيا قدرت ب18,91 % وهي نسبة مرتفعة جدا ،ثم تلي نسبة المبحوثين الذين يفضلونها من أجل

تسليتهم قدرت ب8,33 % ،أما الجزء الآخر منهم يقرؤونها من أجل ملأ أوقات فراغهم لا غير فهي منعدمة تماما .

نستنتج من نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة يفضلون متابعة جريدة الهداف الرياضية لأنها تقدم توعية وتثقيف فيما تنشره من أخبار تهم هذه الفئة على غرار الصحف الأخرى.

الجدول رقم 13: أهم الأخبار التي تهم الطلبة في صفحات الجريدة وعلاقتها بمتغير الجنس.

الجنس / أهم الأخبار	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
محلية	12	%24,48	05	%45,45	17	%28,33
دولية	37	%75,51	06	%54,54	43	%71,66
المجموع	49	%100	11	%100	60	%100

يبين لنا الجدول نوعية الأخبار المتصفحة من قبل المبحوثين وعلاقتها بمتغير الجنس ،فأظهرت النتائج المتحصل عليها أن نسبة الذكور الذين يتابعون الأخبار المحلية قدرت ب:24,48 % أما نسبة الإناث قدرت ب:45,45 % وهذا راجع ربما إلى عدم اهتمام عينة من الذكور بمعرفة الأخبار الرياضية المحلية ،أما الإناث يتابعون الأخبار المحلية أكثر لمعرفتهم ربما بالفرق والأندية وحتى اللاعبين المحليين .أما فيما يخص الأخبار الدولية فنجد أن نسبة الذكور هم أكثر اهتمام وحبا بمعرفة الأخبار عن أقوى وأهم الفرق العالمية وبالأخص الأحداث داخل ملاعب كرة القدم قدرت بـ:75,71 % في حين بلغت نسبة الإناث الذين لهم اهتمام بما يحدث في العالم بنسبة 54,54 % وهذا الاختلاف والتفاوت في النسب بين الذكور والإناث ربما يعود إلى انشغالهن بأمور أخرى أو الإطلاع على الأخبار الاجتماعية ،الثقافية ،الترفية أكثر.

من خلال تحليل معطيات الجدول نستنتج أن نوعية الأخبار المنشورة في صفحات جريدة الهداف تؤثر على طبيعة الجنس نظرا لاهتمام الذكور أكثر بمعرفة أحدث ومجريات كرة القدم ومختلف الرياضات الأخرى المحلية والدولية بدرجة أكبر من حبهم وتطلعهم لمعرفة أخبار أخرى بعيدة عن عالم الرياضة.

الجدول رقم14: تفضيل نوعية الجريدة وعلاقتها بمتغير الإقامة

نوعية الجريدة / مكان الإقامة	ورقية		إلكترونية		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
حضري	25	%54,34	11	%78,57	36	%60
شبه حضري	18	%39,13	03	%21,42	21	%35
ريفي	03	%6,52	00	%00	03	%05
المجموع	46	%100	14	%100	60	%100

حسب المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه نرى بأن عدد المبحوثين الذين يفضلون قراءة الجريدة الورقية أكثر هم الفئة المقيمة في المدن قدرت بنسبة 54,34 % نظرا لتوفرها بشكل دائم وفي كل الأوقات ،ثم يلي عدد المبحوثين المقيمين في القرى ويضلون قراءتها بنسبة 39,13 % وتعتبر نسبة مقاربة للأولى إلى حد ما .أما البعض الآخر منهم المقيمين في الريف فنسبتهم قليلة جدا حيث قدرت ب:6 ,52 % ويعود هذا التراجع إلى عدم توزيعها في تلك المناطق لانعدام المواصلات فيها وعدم وجود نقاط البيع فيها.

أما فيما يخص عدد المبحوثين الذين يفضلون قراءة النسخة الإلكترونية منها فنجد أكثر المبحوثين المقيمين في المدن هم أكثر استخداما لهذا النوع قدرت ب78,57 % وهي نسبة مرتفعة جدا نظرا لتوفر شبكات الانترنت بشكل دائم وأيضا لإمكانية تصفحها في أوقات متعددة ،ثم تلي نسبة أفراد العينة المقيمين في القرى ويتصفحونها الكترونيا بنسبة 21,42 % ويفسر هذا التفاوت في النسب بعدم وجود شبكات التواصل أو إقناعها من حين لآخر.والملاحظ من نتائج الجدول أن هناك انعدام في نسبة الأفراد المقيمين في الأرياف وذلك لعدم وجود شبكات الانترنت فيها.

نستنتج من خلال تحليلنا لمعطيات الجدول أن أفراد العينة يفضلون قراءة النسخة الإلكترونية والورقية موجودة أكثر في المدن وذلك لتواجدها بشكل دائم ،أما أفراد العينة المقيمين في القرى والأرياف فنجد أنهم أكثر تماما بالنسخة الورقية نظرا لانقطاع شبكات الانترنت في بعض المناطق أو انعدامها في البعض الأخر منها.

مناقشة معطيات السؤال رقم 10:

حسب إجابات أغلبية أفراد العينة على أنهم يفضلون تصفح جريدة الهداف الورقية وذلك لتوفرها بشكل دائم لجميع الفئات قدرت نسبتهم الإجمالية بـ:65%، فهناك بعض من المبحوثين من يفضلون قراءة النسخة الورقية لها وذلك لسهولة الحصول عليها ومتوفرة في جميع نقاط البيع وأماكن مختلفة (المدن، القرى، الأرياف) وثمنها معقول ،فنجد كل من المبحوث رقم (1)، (6)، (9)، (10)، (15)، (17)، (28)،((29)،(50)،(51)،(53)،(57)،(19)،(30)،(45) أجمعوا من خلال إجاباتهم على أنهم يتصفحونها لسهولة الحصول عليها فيقول المبحوث رقم (01):(أتصفح جريدة الهداف الورقية لسهولة الحصول عليها)،أما المبحوثين رقم (3)،(8)،(12)،(18)،(24)،(25)،(47)،(56)،(59)فأجمعوا على أن النسخة الورقية لجريدة الهداف سهلة التصفح في أي وقت وزمان في المنزل ،المقهى ،أماكن العمل والدراسة ،حيث يقول المبحوث رقم (25):(أقرأها في أي وقت وزمان المنزل ،المقهى ،العمل).أما فيما يخص أفراد العينة الذين يفضلونها لأنها لا تتطلب شبكات الانترنت فنجد كل من المبحوث رقم (43)،(44)،(55)،(5)،(22)،(26)،(45) وذلك لانقطاع شبكات الانترنت من حين لآخر وأيضا لعدم توفرها بشكل دائم في بعض المناطق ،في أن هناك من المبحوثين من يفضلها لأنها تحتوي على المصداقية فيما تنشره من أخبار وتعليقات رياضية وأيضا تقوم بتفصيل و تفسير الأخبار التي تنشرها سواء سواء كانت المحلية أو الدولية ،بحيث تنشر معلومات عن الفرق ،الأندية ،اللاعبين ،المدربين وبالتفصيل الكامل فنجد كل من المبحوثين رقم (20)،(41)،(36)،(54)،(21)،(35)،(38) فيقول المبحوث رقم (36):(تعطي الأخبار بالتفصيل والتدقيق وهي مفيدة) .

أما أفراد العينة الذين يفضلون قراءة النسخة الإلكترونية لجريدة الهداف لسهولة تصفحها قدرت نسبتهم الإجمالية بـ:35% ،فنجد كل من المبحوثين رقم :(14)،(15)،(23)،(32) حيث يقول المبحوث رقم (23):(لسهولة تصفحها في أي وقت ومكان) وهذا راجع إلى إمكانية توفر شبكات الانترنت بشكل دائم لدى بعض منهم ،في حين يرى البعض الآخر منهم تمرر الرسالة الإعلامية بأكثر دقة وشمولية وذلك لتوفرها على شبكات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ،المدونات الإلكترونية ،مواقع الدردشة مما يساعدهم على الاطلاع و تناقل وتبادل الأخبار الرياضية بسهولة وسرعة كبيرة ،وأيضا اعتبار مضامينها ذات مصداقية فنجد كل من المبحوثين (4)،(7)،(37)،(39)،(11)، أما البعض الأخر منهم يفضلها لأنها تتيح لهم فرصة التواصل مع الصحفيين لإبداء آرائهم وأفكارهم عبر مواقع الدردشة، الفايسبوك فيقول المبحوث رقم (20) :(أطلع عليها لإعطائي فرصة التواصل مع الصحفيين)،والبعض الآخر يفضلها لأنها تتوفر على صور وفيديوهات فنجد كل من المبحوثين رقم

(46)،(49)،(22)،(30). وهناك بعض من أفراد العينة الذين خلال إجاباتهم عن نوعية الجريدة التي يفضلون تصفحها ففضلوا التحفظ وعدم تقديم تبرير أو إجابة مقنعة وراء دوافعهم فنجد كل من المبحوثين رقم (23)،(34)، (40)،(42)،(52)،(58)،(60) والبعض فضل الإجابة على أنه يفضل الورقية أو الإلكترونية بذكر إجابة (هكذا فقط) أو (لا توجد إجابة) .

نستنتج من خلال تحليلنا لمعطيات إجابات المبحوثين عن السبب الذي يدفعهم إلى تفضيل النسخة الورقية أو الإلكترونية لجريدة الهداف الرياضية أن أغلبية أفراد العينة يفضلون قراءة النسخة الورقية للجريدة باعتبارها الأكثر مقروئية من قبل المبحوثين بدرجة عالية جدا نظرا لتوفرها على مصداقية أكبر في تناقل الخبر الرياضي من الصحفي إلى بناء المقال ثم إلى قارئ الرسالة الإعلامية وهو المستهدف الرئيسي من العملية ككل، وبالتالي نجد أن الفرضية الأولى من الدراسة قد تم تجسيدها في النتائج المتوصل إليها .وعدم اهتمام الأغلبية بالنسخة الإلكترونية لها لأنها لا تعتمد على المصداقية ولا على مصادر رسمية مما تقل ثقة القراء بمضمونها فنجد فيها الإشاعات والأكاذيب بدرجة كبيرة .

نتائج المحور الأول:

حسب تحليل تفريغ كل جداول المحور الأول وعلاقته بالفرضية الأولى والمتمثلة في : مقروئية جريدة الهداف تم استخلاص النتائج التالية :

1 ـ مقروئية جريدة الهداف كانت من قبل الذكور باعتبارهم الفئة الأكثر تؤثرا بالمضمون الرياضي ،ضف إلى هذا تعتبر الجريدة الأولى من حيث التغطية الإعلامية وفق ما يتطلبه نقل المعلومة الرياضية إلى الجمهور.

2ـ من الملاحظ أن هناك تراجع كبير من طرف الإناث وهذا بسبب عدم اهتمامهن بالرياضة وأيضا انشغالهن بأمور أخرى قد تنحصر في أخبار اجتماعية، ثقافية، ترفيهية وربما لا يتابعن الصحافة المكتوبة وإنما ميولهن لمتابعة البرامج التلفزيونية المختلفة.

3 ـ حسب تحليل معطيات الجداول تم الخروج بنتيجة أن الأوقات المفضلة لقراءة الجريدة هي في الصباح من أجل تقصي الخبر السريع في أوانه.

4 ـ تحظى جريدة الهداف بمصداقية من قبل غالبية أفراد العينة وذلك لاعتمادها على نشر أهم المستجدات الرياضية بأنواعها ،وكذا اعتماد صحفيو الجريدة على مصادر عديدة ومتنوعة تفي بغرض القارئ ،أما البعض الآخر من أفراد العينة لا يثقون فيما تنشره الجريدة عبر صفحاتها يوميا لكونها تعتمد على نشر الأكاذيب و الإشاعات.

5 ـ الدافع وراء رغبة أفراد العينة لقراءة جريدة الهداف هو التوعية والتحسيس بأهمية هذه الرياضة في حياتهم اليومية وكذا تثقفهم رياضيا من خلال الأخبار المنشورة عن نتائج المباريات ،أخبار اللاعبين والمدربين .

6 ـ تنحصر أهم الأخبار التي تهم المبحوثين حول الأخبار الدولية أكثر لأنها تهم فئة الشباب على غرار الأخبار المحلية التي تفتقد إلى التغطية الإعلامية الشاملة فيها.

الجدول رقم15: توعية الطلبة وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
توعية الطلبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الإجمالي	النسبة الإجمالية
نعم	22	% 78,57	14	% 58,33	06	%75	42	%70
لا	06	% 21,42	10	% 41,66	02	%25	18	%30
المجموع	28	% 100	24	% 100	08	%100	60	% 100

يبين لنا الجدول اعتماد الطالب الجامعي على جريدة الهداف من أجل التوعية بالرياضة المحلية والدولية وعلاقتها بمتغير المستوى ،فكانت نسبة توعية الطلبة كبيرة قدرت بـ 70 % في حين سجلت أعلى نسبة لطلبة ليسانس في التربية البدنية والرياضة قدرت بـ57. 78 % وبعدها نسبة 75 % لطلبة دكتوراه ثم تأتي نسبة طلبة الماستر قدرت بـ 33. 58 %

من خلال تحليل معطيات الجدول نلاحظ أن هناك اختلاف وتفاوت في النسب بين الطلبة في جميع المستويات الثلاث(ماستر،ليسانس، دكتوراه) ممن اعتمدوا على هذه الجريدة من أجل التوعية وكسب معارف وثقافة رياضية ,ومن خلال أجوبة المبحوثين نجد أن غالبيتهم ممن يعتمدون على الجريدة من أجل الوصول إلى أخبار الرياضة منها: المباريات، الفرق، الأندية، اللاعبين وغيرها .أما فيما يخص عدم توعية مضامين جريدة الهداف بالنسبة للطلبة الماستر قدرت ب41.66 % وهي أعلى نسبة في حين قدرت نسبة طلبة الدكتوراه الذين يرون أن ليس لها أي دور قدرت بنسبة 25 % أما نسبة 21.42 % تخص طلبة الماستر ويعود هذا لعدم اهتمام بعض أفراد العينة بما تقدمه جريدة الهداف لهم من أخبار ومعلومات رياضية تشمل كل رياضة عالمية أو أن هذا النوع لا يفي بغرضهم ولا يشبع حاجاتهم .

نستنتج من خلال هذا التحليل أن من بين الأسباب التي أدت إلى عدم اعتبارها كمصدر للتوعية هي كالتالي:

أنها لا تعتبر مصدر رياضي فهي عبارة عن معلومات يقوم صحفيو الجريدة بجمعها من مصادر مختلفة قد تكون رسمية أو غير رسمية لذلك لا يثقون فيما تقدمه ولا يعتبرونها

كمصدر للتوعية والتحسيس بأهميتها ،ضف إلى هذا نقص التغطية الإعلامية الشاملة للرياضة ككل واعتمادها بالدرجة الأولى على المواقع الإلكترونية التي تتصف بغياب المصداقية فيها .

الجدول رقم16: درجة مساهمة جريدة الهداف في تغيير السلوك وعلاقتها بمتغير الجنس

الجنس / درجة مساهمة الجريدة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
كثيرا	10	% 21,27	02	% 15,38	12	% 20
قليلا	28	% 59,57	09	% 69,23	37	% 61,66
نادرا	09	% 19,14	02	% 15,38	11	% 18,33
المجموع	47	% 100	13	% 100	60	% 100

حيث يوضح الجدول درجة مساهمة جريدة الهداف في تغيير السلوك وعلاقتها بمتغير الجنس، فنلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين يرون أنها تساهم كثيرا في تغيير سلوكهم واهتماماتهم نحو رياضة معينة قدرت بنسبة 20 % وهي نسبة منخفضة مقارنة بعدد الأفراد الذين يرون أنها تساهم بدرجة أقل قدرت ب 61,66 %،أما البعض الآخر منهم أجابوا على أنها نادرا ما تؤدي إلى تغير سلوكا تهم وآرائهم نحو فريق معين أو لاعب ،مدرب قدرت بنسبة 18,33 %وهي أقل نسبة نظرا لاهتمام هذه الفئة بأمور أخرى.

وإذا أردنا تحليل معطيات الجدول من حيث نوعية الجنس فنجد أن الإناث أعلى نسبة من الذكور الذين يرون بأنها قليلا ما تأثر فيهم وتحدث تغيير نحو رياضة معينة قدرت ب 69,23 %أما الذكور قدرت نبتهم بـ59,57 % وهي نسبة متقاربة نوعا ما ،أما فيما يخص الفئة التي ترى بأنها تساهم بدرجة أكبر في توجيههم إلى حب والاهتمام بالرياضات الأخرى فنجد نسبة الذكور أعلى قدرت بـ 21,27 %في حين قدرت نسبة الإناث بـ 15,38 %أما البقية فيرون أنها نادرا ما تجعلهم يغيرون وجهتهم فنجد نسبة الذكور أعلى قدرت بـ 19,14 %أما الإناث قدرت بنسبة 15,38 % .

من خلال التحليل نستنتج أن نسبة الذكور الذين يرون بأن درجة مساهمة الجريدة في تغيير السلوك كثيرا هي الأولى وهذا راجع اهتمامهم بالأخبار الرياضية وأيضا ما يحملونه من ثقافة

رياضية حول الرياضة ،ثم تلي نسبة الإناث الذين غالبا ما يتأثرون بالمضمون الرياضي لأن لهم اهتمام آخر .

الجدول رقم17: أهم المعارف المكتسبة وعلاقتها بمتغير السن

السن / المعارف المكتسبة	18– 22		23 – 25		25 فأكثر		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
أخبار رياضية	16	% 76.19	21	% 84	08	% 57,14	45	% 75
ثقافة عامة	02	% 9.52	01	% 04	02	% 14,28	05	% 8,33
شخصيات رياضية	03	% 14.28	03	% 12	03	% 21,42	09	% 15
قوانين اللعبة	00	% 0	00	% 0	01	% 7,14	01	% 1,66
المجموع	21	100%	25	% 100	14	% 100	60	% 100

يوضح الجدول أهم المعارف المكتسبة من جريدة الهداف وعلاقتها بمتغير السن يعكس الجدول أهم المعارف الرياضية التي تكتسب من جراء متابعهم لها بحيث نجد أن عدد أفراد العينة الذين يرون بأنها تكسبهم أخبار رياضية قدرت بـ75 % يلي أفراد العينة الذين يكتسبون معلومات حول أهم الشخصيات الرياضية و حياتهم المهنية أو الشخصية قدرت بـ15 % ،يلي بعدها البعض منهم من يكتسب ثقافة عامة عن الرياضية ككل قدرت بـ 8 .33 % ،ثم تأتي أخيرا نسبة الأفراد الذين يرغبون في معرفة قوانين كل لعبة على اختلاف أنواعها وفئاتها قدرت بنسبة 1.66 %

وإذا أردنا تفسير نتائج الجدول وربطها بمتغير السن فنرى أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين(18- 22) سنة يكتسبون أخبار رياضية عن مختلف أنواعها وعن الفرق،الأندية، اللاعبين وغيرها قدرت ب76.19 % ،ثم تليها نسبة الأفراد الذين يكتسبون معلومات عن الشخصيات الرياضية سواء كانت عن لاعبين أو مدربين في نفس السن قدرت بـ 14.28 % ،ثم تلي نسبة الذين يأخذون منها ثقافة عامة لا غير وهي الفئة التي ليس لها

اهتمام كبير بمضمونها قدرت بنسبة 9.52 % وهناك انعدام في نسبة هذه الفئة الذين ليس لهم اهتمام بالقوانين الرياضية.

أما فيما يخص أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين(23 - 25) سنة فنرى أن غالبيتهم انحصرت إجاباتهم في أنهم يكتسبون منها أخبار رياضية بالدرجة الأولى قدرت بـ 84 % ثم تليها نسبة الأفراد الذين يكتسبون معلومات عن أهم الشخصيات الرياضية قدرت بـ12 % في حين قدرت نسبة الأفراد الذين يكتسبون ثقافة عامة عنها قدرت بـ 04 % وهي منخفضة جدا ولكن على غرار هذه النتائج نلاحظ أن هناك انعدام في النسبة التي تتابع الجريدة من أجل كسب قوانين عن مختلف الألعاب والأنشطة الرياضية في كلا من الصنفين (18- 22)(23 - 25) سنة.في حين بلغت نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25 سنة فأكثر فهم يكتسبون منها أخبار رياضية بنسبة 57.14 %، ثم تلي نسبة أفراد العينة الذين يكتسبون منها أخبار عن شخصيات رياضية قدرت بـ 21.42 % بعدها نسبة الذين يكتسبون ثقافة عامة قدرت بـ 14.28 % وهناك نسبة ضئيلة لبعض المبحوثين الذين يفضلون قراءتها من أجل اكتساب قوانين اللعبة قدرت بـ 7.14 %

نستنتج من خلال الجدول أن متغير السن يلعب دور كبير في معرفة أهم المعارف المكتسبة من الجريدة الرياضية لمختلف الفئات العمرية ،وما هو ملاحظ أن الأخبار الرياضية تصدرت ترتيب القائمة من حيث أنها تحظى باهتمام كبير من قبل المبحوثين وخصوصا أن عينة البحث كانت متمثلة في طلبة تربية بدنية ورياضة .

الجدول رقم18: جريدة الهداف تعتبر كمصدر للثقافة الرياضية وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي

المستوى / كمصدر للثقافة	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
نعم	22	% 73.33	15	%68.18	08	%100	45	%75
لا	08	% 26.66	07	%31.81	00	%0	15	%25
المجموع	30	% 100	22	% 100	08	%100	60	%100

يعكس الجدول أعلاه أن جريدة الهداف لها دور كبير وذلك من خلال اعتبارها كمصدر للثقافة الرياضية حيث قدرت بنسبة 75 % ،ثم يأتي أفراد العينة الذين يرون بأنها لا تفيدهم ولا تعتبر كمصدر لثقافتهم الرياضية قدرت بـ 25 % .

وإذا أردنا تحليل مطيات الجدول من خلال ربطها بمتغير المستوى الجامعي للطالب ودرجة استيعابه للمضامين الرياضية فنرى أن أفراد العينة في صنف ليسانس تعتبر جريدة الهداف في نظرهم كمصدر لثقافتهم الرياضية قدرت بـ 73.33 % .أما فيما يخص أفراد العينة الذين هم في نفس المستوى لا يقتنعون بما تقدمه لهم قدرت بـ 26.66 % ،ثم يلي أفراد العينة في صنف ماستر ويرون أنها كمصدر رئيسي في اكتسابهم ثقافة رياضية شاملة قدرت بـ 68.18%، بعدها تأتي نسبة البعض الأخر والذين لا يعتبرونها كمصدر لثقافتهم قدرت بـ 31.81 % .أما المبحوثين البقية في صنف دكتوراه ممن يعتمدون عليها لاكتساب ثقافة رياضية قدرت بنسبة 08 %وهي نسبة ضئيلة ، وهذا راجع إلى عدم تلبية مضامين الجريدة لحاجات الطلبة ،في حين هناك انعدام في نسبة طلبة الدكتوراه الذين لايعتبرونها كمصدر للثقافة الرياضية.

نستنتج من خلال تحليل معطيات الجدول أن غالبية الطلبة وفي مستويات وتخصصات مختلفة يعتبرون جريدة الهداف كمصدر لثقافتهم الرياضية من حيث معرفة الأخبار الرياضية المحلية والدولية ككل.

نتائج المحور الثاني: يمكن تلخيصها كالآتي :

1 ـ لجريدة الهداف دور كبير في اكتساب أغلبية عينة الدراسة للثقافة الرياضية وأيضا تساهم في توعيتهم من أجل تحسيسهم بأهميتها والتقليل من ظاهرة العنف في الملاعب وكذا غرس الروح الرياضية بينهم.

2 ـ تهتم جريدة الهداف بتلبية حاجات الجمهور وإشباعها من خلال إقامة دراسات حول أهم رغبات القراء من أجل إشباعها بالدرجة الأولى وكسب أكبر عدد ممكن من القراء بالدرجة الثانية.

3 ـ يقوم الإعلام الرياضي بشتى أنواعه وأشكاله وبالأخص الصحافة المكتوبة فإنه يقوم بنشر أخبار رياضية حول مختلف الألعاب والقواعد والقوانين بحيث يكون الهدف من ورائها كسب الجمهور وتغيير آرائه واتجاهاته.

4 ـ تسعى جريدة الهداف إلى تطوير مقالاتها المنشورة في صفحاتها وذلك بالاعتماد على المواطن كمصدر أولي للمعلومة وهذا باستخدام التقنيات الحديثة في الإعلام وهذا مالا نلاحظه في النسخة الورقية فهي لا تعطي فرصة للقارئ بلعب دور الصحفي ،الناشر ،القارئ.

5 ـ تقدم جريدة الهداف معلومات من شأنها أن تكسبهم ثقافة رياضية وفتح فضاء واسع للتعرف على حياة الشخصيات الرياضية المهمة في عالم الكرة الأوروبية وهذا ما يجذب اهتمام الفئة الشبابية لقراءة الجريدة بصفة دائمة.

الجدول رقم 19: نوع التأثير الذي تتركه جريدة على الطلبة وعلاقتها بمتغير المستوى الجامعي

المستوى / نوعية التأثير	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
قوي	14	48,27	11	47,82	02	25	27	45
ضعيف	12	41,37	11	47,82	06	75	29	48,33
منعدم	03	10,34	10	4,34	00	00	4	6,66
المجموع	29	100	23	100	08	100	60	100

يوضح الجدول علاقة نوعية تأثير جديدة الهداف على المستوى الجامعي .

من خلال تحليل معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين يتأثرون بشكل ضعيف قدرت بـ 48,33% في حين قدرت نسبة أفراد العينة الذين يتأثرون بالمضمون الإعلامي بشكل قوي بنسبة :45% .أما فيما يخص الأفراد الذين يتأثرون بشكل منعدم قدرت بـ 6,66% ونلاحظ هذا التفاوت يظهر في نوعية الأخبار التي تنشرها في صفحاتها والهدف من وراء صياغتها .

حيث تعكس معطيات الجدول متغير المستوى الجامعي بنوعية التأثير الذي تتركه جريدة الهداف على الطلبة الجامعين الذين لهم اهتمام دائم بمضمونها الرياضي.

فنلاحظ نسبة طلبة الليسانس الذين يتأثرون بشكل كبير و قوي قدرت بـ 48,27% والسبب وراء ذلك هو قدرة الجريدة على تغطية الأحداث الرياضية من كافة الجوانب وبالأخص

التي تهم القراء والمتمثلة في كرة القدم على وجه الخصوص ، في حين بلغت نسبة الطلبة في نفس المستوى والذين لا يتأثرون دائما بمضمونها الإعلامي ولكن بشكل ضعيف ونادر الحصول قدرت بـ 41,37% وذلك راجع إلى عدم اهتمام الجريدة بجميع الرياضات وانشغالها بتغطية الأحداث الخاصة بكرة القدم هذا الإهمال يؤدي إلى انخفاض نسبة التأثر بها ، ثم يلي الطلبة الذين لا يتأثرون إطلاقا بمضمونها قدرت بـ 10,34% وهي نسبة منخفضة مقارنة بسابقتها و السبب وراء هذا التراجع هو انشغال بعض من أفراد العينة بأمور أخرى.

أما فيما يخص طلبة الماستر والذين يتأثرون بشكل قوي وكبير قدرت بنسبة 47,82% وهي نسبة مشابهة لجزء من الطلبة الذين غالبا ما يتأثرون بها وهذا التشابه بالنسب يعود إلى نوعية الأخبار والكيفية التي تعالج بها الجريدة هذه الأحداث الرياضية.

أما طلبة الدكتوراه فنجد عدد أفراد العينة الذين يتأثرون بها في غالب الأحيان وبشكل قليل قدرت بـ :75%وهي نسبة مرتفعة جدا ثم تلي نسبة الطلبة الذين يتأثرون بشكل ايجابي وقوي بالأخبار الرياضية خاصة منها الدولية قدرت بـ 25% ونلاحظ أن هناك انعدام في نسبة الطلبة الذين لا يتأثرون بها وهذا ما لخصته نظرية التأثير على المدى الطويل أن الأفراد يقرؤون مضامين الجريدة ليأتي تأثيرها بعد فترة زمنية معينة.

نستنتج من الجدول أن الطلبة الذين يتأثرون بشكل ضعيف يصلون أعلى نسبة ثم تلي نسبة الطلبة الذين يتأثرون بشكل قوي بعدها تلي نسبة الطلبة الذين ينعدم فيهم التأثير وذلك راجع إلى اهتمامهم بملأ أوقات الفراغ فقط أو قرأتها من اجل التسلية والترفيه.

الجدول رقم 20: تأثير جريدة الهداف له دور في زيادة الاهتمام بالرياضة وعلاقته بمتغير الجنس

الجنس / تؤدي إلى زيادة الاهتمام بالرياضة	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار الكلي	النسبة الإجمالية
نعم	34	70,83	10	83,33	44	73,33
لا	05	10,41	00	0	05	08,33
نادرا	09	18,75	02	16,66	11	18,33
المجموع	48	100	12	100	60	100

يوضح الجدول علاقة إحداث اهتمام بالرياضة بمتغير الجنس

تعكس معطيات الجدول أعلاه أن تأثير الجريدة على الطلبة له دور في زيادة الاهتمام بها وهذا ما فسرته نتائج الجدول بنسبة قدرت بـ 73,33% ثم يلي الأفراد العينة الذين يرون بأنها ليس لها دور في نوعية الطلبة بها قدرت بـ 08% و في الأخير أفراد العينة والذين يرون أنها تساهم في زيادة الاهتمام بالرياضة في غالب الأحيان قدرت بـ 18,33%

يبين لهنا الجدول علاقة متغير الجنس بالدور الذي تلعبه الجريدة في زيادة الاهتمام بالرياضة فنلاحظ أن عدد أفراد العينة من الذكور الذين يرون أنها تؤدي إلى زيادة الاهتمام بالرياضة قدرت بـ 70,83% وهذا راجع إلى ما تنشره من أخبار ، تعليقات ،صور ، محادثات رياضية في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين يرون أنها نادرا ما تؤدي هذا الدور قدرت بـ 18,75% أما المبحوثين الذين يثقون بأنها تؤدي إلى تثقيف الجمهور ولعب الدور الرئيسي في زيادة الاهتمام بالرياضة قدرت بـ 10,41%

أما فيما يخص أفراد العينة من الإناث فيرون أن جريدة الهداف لها علاقة بتوعية الجمهور بهذه الرياضات العالمية قدرت بنسبة 83,33% ، من خلال أخبار ،صور اللاعبين ،أحدث التقنيات الحديثة في مجال الرياضة ،غرائب وطرائف الرياضة ، في حين عدد من الإناث من يرون أنها نادرا ما تساهم في زيادة الاهتمام بالرياضات قدرت بـ 16,66% ونجد أنهن لا ينفين دور الجريدة في تقديم للجمهور معلومات شاملة حول الأحداث الرياضية.

نستنتج من الجدول أن أفراد العينة من جنس الذكور أن لجريدة الهداف دور كبير في زيادة اهتمامهم بعالم الرياضة من خلال ما تحتويه من آوية شاملة عن الرياضة على خلاف الإناث الذين ليس لهم اهتمام كبير بها وربما يعود ذلك لانشغالهن بأمور أخرى.

الجدول رقم 21: يوضح الجدول أهم التغيرات التي تحدثها الجريدة على الطلبة وعلاقتهما بمتغير الجنس .

السن / التغيرات التي تحدثها الجريدة	18 – 22		23- 25		25 فأكثر		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
كسب معارف	14	63,63	09	36	07	53,84	30	50
نشرالوعي والمعرفة	08	36,36	04	16	03	23,07	15	25
تعبير،أراء، اتجاهات	00	0	12	48	03	23,07	15	25
المجموع	22	100	25	100	13	100	60	100

يوضح الجدول علاقة التغيرات التي تحدثها جريدة الهداف وعلاقتها بمتغير السن وذلك من جراء زيادة الاهتمام بمضمونها الإعلامي الرياضي.

يتبين لنا من خلال تحليل معطيات الجدول أن أهم التغيرات التي يكتسبها الطلبة الجامعين من الجريدة هي كسب معارف قدرت بـ 50% ثم تلي نسبة الطلبة الذين يطرأ عليهم تغيرات

من خلال ما تنشره من توعية ومعارف رياضية قدرت بـ :25% وهي مشابهة لنسبة تغيير آراء حول فرق وشخصيات رياضية سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

وإذا أردنا تحليل معطيات الجدول يربط المتغيرات التي تطرأ على أفراد العينة من حيث التأثيرات التي تحدثها جريدة الهداف على الطلبة بمتغير السن فنلاحظ أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18-22) سنة يكتسبون معارف حول الرياضات وأهم الشخصيات الرياضية ، أهم الأحداث الغريبة في مجال الرياضة ،اكتساب خبرة ومهارات رياضية جديدة قدرت ب 63,63% ، ثم تلي نسبة الأفراد في نفس الفئة العمرية والذين تحدث في شخصيتهم تغيير من خلال نشر الوعي والمعرفة حول المنافسات الرياضية ،كسب معارف حول قوانين اللعب تخص كل رياضة ، تقوم بتوعية من خلال التعليقات على المباريات من اجل التحسيس بأهميتها وأيضا التقليل من ظاهرة العنف في الملاعب قدرت بنسبة 36,36% وما هو ملاحظ والملفت للانتباه أن هذه الفئة لا تتأثر بمضمونها الرياضي لأنها تحدث تغيير في آرائهم واتجاهاتهم الرياضية.

أما فيما يخص الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (23- 25) سنة هم أكثر تأثرا بما تقدمه جريدة الهداف من حيث أنها تحدث تغيير في الآراء حول مختلف الرياضات وتغيير اتجاه معين من رياضة الأخرى حسب طريقة عرض المقالات الصحفية التي تنشرها قدرت بنسبة 48% ثم تلي نسبة الأفراد الذين تحدث فيه تغيير من حيث كسب معارف رياضية قدرت بـ 36% ثم ،تلي نسبة الأفراد الذين تغير فيهم من حيث أنها تقدم لهم توعية ومعرفة رياضية قدرت بـ 16%.

ثم تلي الفئة العمرية من 25 سنة فأكثر فهي تحدث فيهم تغيير بحيث تكسبهم معارف حول الرياضة ، اللاعبين ، الفرق والأندية الرياضية قدرت بـ 53,84% ثم تلي التغيرات في الآراء والاتجاهات وأيضا نشر الوعي الرياضي والتي قدرت بنسبة 23,07 %.

نستنتج من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18-22) هي أكثر تأثير بحيث تحدث فيهم تغيير في المعارف المكتسبة وبعدها تلي الفئات العمرية الأخرى وهذا

ما يوضح أن فئة الشباب هي الأكثر تأثرا بالمضامين الرياضية وهذا ما يفسر التغيرات المحدثة على الطلبة بمتغير السن.

مناقشة معطيات السؤال رقم 22 : مستقبل الصحافة الرياضية في الجزائر .

من خلال الإجابات التي قدمها غالبية المبحوثين نجد أنها انحصرت في أن مستقبل الصحافة الرياضية في الجزائر في تطور مستمر نظرا لمواكبتها مختلف التطورات الجذرية في كافة وسائلها إضافة إلى شموليتها لجميع فئات وخصائص الرياضة ،فنجد كل من المبحوثين رقم: (1،2،3،5،7،11،12،13،15،18،21،23،24،26،28،29،30،35،37

،42،44،46،47،49،50،54،59) أجمعوا كل هؤلاء المبحوثين على أنها في تطور وازدهار مستمر وذلك راجع إلى الاهتمام الذي أولته الجهة المسؤولة عن الصحافة الرياضية المتخصصة وأيضا باعتبارها موضوع الساعة والأكثر مقروئية ومتابعة من قبل الشباب وتكفل الدولة بالرفع من مستوى الصحافة المتخصصة لكي تنافس وتواكب الصحافة الرياضية العربية والعالمية قدرت بنسبة 45 % وهي مرتفعة جدا حيث يقول المبحوث رقم(1):(مستقبل الصحافة الرياضية الجزائرية في تطور مستمر)،في حين يرى البعض الآخر منهم أن التطور الذي لحق بأركان الصحافة الرياضية سيدفع ذلك بأن يكون لها دور كبير في التوعية ،من خلال ما تقدمه من مضامين عن أخبار،أحداث،التعريف بكل رياضة وغيرها .هذا ما سيخلق فضاء واسع للعديد من القراء لكي تكون كمرشد لهم فيما يخص المجال الرياضي ،فنجد كل من المبحوثين رقم:(19،34،38،56،58)،ويقول المبحوث رقم(19): ممكن في المستقبل القريب أن يكون لها دور فعال ومتمكن في الإعلام الرياضي)قدرت بنسبة 8.33 % .أما البعض الآخر منهم فيرى بأن مستقبلها وصل إلى حد التطور بحيث أصبح هناك قنوات وجرائد متخصصة للحديث عن أهم المنافسات المحلية ،القارية ،العالمية التي تخص الرياضة فنجد كل من المبحوثين رقم:(9،10،27) وذلك راجع إلى الاهتمام المتزايد بقطاع الرياضة من المسؤولين عنها من جهة وأيضا المنظومة الرياضية من جهة أخرى فيقول المبحوث رقم(09):(في تطور مستمر من خلال فتح القنوات الرياضية التي أصبحت تنتشر بشكل كبير مثل الهداف ،جريدة الشباك) قدرت بنسبة 05 % .في حين يرى البعض الآخر أن مستقبلها

مرهون بمستقبل صحفيها من حيث إعطائهم حرية الرأي والتعبير في اختيار المواضيع والطريقة التي يريدونها ،ضف إلى هذا تحريرهم من الرقابة المفروضة عليهم من قبل الجهات المسؤولة ،تحسين المستوى المعيشي لهم هذا سيزيد من عملهم وبهذا تتطور الصحافة الرياضية في الجزائر فنجد كل من المبحوثين رقم:(20،31،40،45) ،فيقول المبحوث رقم (40):(يمكن أن يكون لها ريادة عالمية باحترافية صحفيها) قدرت بنسبة 66. 6 % .

أما البعض الآخر منهم فيرى بأن مستقبلها فاشل وغامض إلى حد ما وفي تدهور مستمر نظرا للرقابة المروضة على المواضيع التي تنشرها الجرائد المتخصصة ،فنجد كل من المبحوثين رقم :(4،8،36،6،15،32،39،14،17،22،33،53) قدرت بنسبة 21.66 % ،وفضل البعض الآخر منهم في حصر إجاباتهم في أن الصحافة الرياضية الجزائرية ما زالت بعيدة جدا عن الصحافة الدولية وما وصلت إليه من تطور باستخدام التكنولوجيا الحديثة في عرض الأخبار ،التعليق ،طريقة إصدار الصحف معالجة المواضيع الرياضية .....الخ وهذا ما لا نجده في الصحف المحلية أو غياب الصحف الجزائرية ،فنجد كل من المبحوثين رقم :(25،43،52،51،55،57)فيقول المبحوث رقم(25): (مازالت بعيدة نوعا ما عن الصحافة الرياضية الدولية ولابد من تطور كتابة مقالاتها) قدرت بنسبة 9.99 %.أما أفاد العينة الذين لم يقدموا إجابة عن السؤال المطروح ،فنجد كل من المبحوثين رقم:(48،60)فضلوا الاحتفاظ بالإجابة لأنفسهم ربما لعدم ثقتهم في مصداقية الصحافة الجزائرية .

نستنتج من خلال تحليل الإجابات لأفراد العينة أن معظمها انحصرت في أن لها مستقبل واعد وزاهر وأيضا في تطور، وذلك من خلال مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال وأيضا فتح القنوات المتخصصة الرياضية بالجزائر.

نتائج المحور الثالث :

يمكن استخلاص أهم النقاط التي تم أخذها من نتائج تحليل معطيات الجداول الخاصة بتأثير جريدة الهداف على الطلبة وهي كالأتي :

1) ـ لجريدة الهداف تأثير كبير على الطلبة من حيث أنها تقدم أخبار وحوصلة عامة عن مختلف الرياضات سواء على الصعيد المحلي أو الدولي.
2) ـ نرى من خلال التحليل أن نسبة الذكور هم الأكثر تأثرا بالمضمون الإعلامي الرياضي الذي تنشره الجريدة باعتبارها تعطي القارئ ما يرغب في قراءته ومتابعته على غرار الإناث الذين ليس لهن اهتمام على الإطلاق بالجانب الرياضي.
3) ـ جريدة الهداف تنشر مضامين رياضية من شأنها أن تؤدي إلى زيادة اهتمام المبحوثين بها.
4) ـ أهم التغيرات التي تحدثها جريدة الهداف على الطلبة هي تغير أراء واتجاهات حول رياضة أو حول شخصيات رياضية وأيضا يمكن أن تكسبهم معارف عن الفرق، الأندية ، اللاعبين ، المدربين وغيرهم.

مناقشة نتائج تحليل الجداول:

من خلال تحليل الجداول المركبة الخاصة بتفريغ معطيات استمارة الدراسة التي تم توزيعها على المبحوثين في فترة معينة، ومن خلال تحصيلنا لإجابات المبحوثين حول الأسئلة المطروحة في صفحات الاستمارة حاولنا الربط بينها وبين متغيرات البيانات الشخصية متمثلة في :الجنس- السن – المستوى – ومكان الإقامة والتي لها علاقة بمحاور الدراسة الثلاثة متمثلة في :

1. مقروئية جريدة الهداف من قبل الطلبة
2. دور جريدة الهداف في توعية الطلبة
3. تأثير مضامين الجريدة على الطلبة

1 ـ جاءت نتائج الجداول المركبة مدعمة لنتائج الجداول البسيطة، حيث أن أفراد العينة من جنس الذكور هم الأكثر مقروئية لمضامين جريدة الهداف وبأماكن وأوقات مختلفة ومتفاوتة، ثم تليها الإناث ممن لهن اهتمام قليل بها وانشغالهن بقراءة أو متابعة أمور أخرى خارج نطاق الرياضة.

2 ـ هناك اعتماد كبير من قبل الطلبة الجامعين على ما تقدمه جريدة الهداف الرياضية من أخبار ومعلومات هامة تعتبر كمصدر لثقافتهم الرياضية والاتصالية وعلاقتها بمتغير المستوى فكانت نسبة الاعتماد عليها كبيرة وسجلت أعلى نسبة لدى طلبة الليسانس وتليها نسبة طلبة الماستر ويندرج ضمنها طلبة سنة أولى ماستر والسنة الثانية ماستر ومن أهم الدوافع التي كانت وراء استخدامهم جريدة الهداف كمصدر لثقافتهم الرياضية هي الاطلاع الدائم على كل الأخبار المتعلقة بالرياضة سواء كانت على نتائج المباريات ،أخبار اللاعبين ،المدربين ، ومن المنافسات القارية ، والأوروبية والعالمية ونجد أن عدم اعتماد طلبة الدكتوراه على الجريدة كمصدر لثقافتهم على الرغم من أنها تشمل كل الأخبار المتعلقة بكرة القدم إلا أنها لا تغطي على كافة الأحداث الرياضية من جميع جوانبها .

3 ـ أما فيما يخص نوعية الأخبار التي يفضل الطلبة تصفحها عبر صفحات الجريدة وعلاقتها بمتغير الجنس فنجد أن نسبة الذكور الذين يتصفحون الأخبار الدولية بنسبة كبيرة جدا في حين نجدهم يهملون أخبار أخرى وذلك لغياب التغطية الإعلامية الشاملة لكافة المباريات المحلية على اختلاف أقسامها: رابطة الأولى ، الأقسام السفلى وغيرها، في حين أننا نجد أن هذا التذبذب في

نسبة الإناث فهن ليس لديهن اهتمام بمعرفة كل ما يحصل في الرياضة ككل وإنما ربما يفضلن الاهتمام بأمور أخرى قد تكون اجتماعية بالدرجة الأولى، ثقافية ترفيهية، أو حتى أنهم يفضلن متابعة البرامج التلفزيونية أكثر من قراءة الصحف المتخصصة أولهن اهتمام متابعة الصحف العامة كالشروق ، النهار على سبيل المثال.

4 ـ التغيرات التي تحدثها جريدة الهداف على الطلبة وعلاقتها بمتغير السن فنجد أن الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (18-22) سنة يحدث فيهم تغيير من حيث أنها تكسبهم معارف رياضية شاملة ضف إلى هذا أنها توعيهم بما يحدث في الرياضة وتقوم بالتحسيس والتوعية بالظواهر الرياضية من اجل التقليل من العنف، التعصب، الذي يحدث بين اللاعبين أثناء المباريات من جهة وأيضا بين المتفرجين في المدرجات من جهة أخرى ثم تلي الفئة العمرية ما بين (23- 25) سنة الذين يتأثرون أكثر بمضمونها بحيث تحدث فيهم تغيير في أرائهم وأفكارهم وأيضا اتجاهاتهم حول مختلف الرياضات التي يفضلها كل مبعوث في هذه الدراسة. أما الفئة العمرية من 25 سنة فأكثر فتحدث فيهم تغيرات جذرية من كسب المعرفة والتوعية والتثقيف بأهمية الرياضة في حياته اليومية.

5 ـ وفي هذه الدراسة تم ربط نوعية الجريدة التي يفضلها القراء وعلاقتها بمتغير مكان الإقامة بحيث أننا نجد الجريدة الأكثر تصفحا من قبل المبحوثين المقيمين في المدن هي النسخة الالكترونية لأنها تفسح لهم المجال من اجل التواصل والمشاركة في عملية صنع المعلومة الرياضية ، على غرار النسخة الورقية فهي تهتم بتقديم معلومات عن أهم المستجدات التي تحدث في عالم الرياضة فقط. وأيضا هذه الفئة يتوفر فيها شبكات الانترنت بكثرة على خلاف القرى والأرياف والتي في غالب الأحيان ما يتمكنون من تصفح الالكترونية، لذلك يفضلون النسخة الورقية لجريدة الهداف وهذا يعود إلى أنها متوفرة بكثرة وأيضا سهولة تصفحها في كل مكان وفي أوقات مختلفة.

مقدمـــــــــــــة

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر، وهذا راجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

فقد كانت هذه الوسائل في العصر القديم عبارة عن وسائل تقليدية بسيطة لا تفي بغرض قارئ اليوم، وإنما عبارة عن مجموعة وسائل تنقل معلومات غلى الأفراد دون إحداث الأثر فيهم. ومع التطور التكنولوجي وظهور التقنية الرقمية أصبح شغف الجمهور في تسارع و تزايد كبير بحيث دفع إلى محاولة مواكبة هذا العصر والتطور التكنولوجي الحديث.

فنحن اليوم نعيش في عصر المعلومات، هذه حقيقة يلمسها كل فرد يعيش أحوال المجتمع الحديث المتغير، فالمعلومات عنصر لا غنى عنه في أي نشاط نمارسه فهي أساس البحوث العلمية، وقاعدة اتخاذ القرارات الصائبة. فمن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب يستطيع التحكم في موارد الطبيعة والسيطرة عليها لتحقيق صالحه وصالح المجتمع. وتبرز الحاجة إلى المعلومات في كل أوجه النشاط الإنساني، السياسية و الاقتصادية و العلمية والترفيهية. وقد تميز النصف الثاني من القرن العشرين بما يعرف بظاهرة "تفجر المعلومات" وأصبح إنتاج المعلومات عبارة عن صناعة لها سوق لا يختلف كثيرا عن أسواق السلع والخدمات.

ومع تفجر المعلومات وانتشارها على نطاق واسع تعددت الوسائل الإعلامية وتنوع مضمونها وأهدافها فظهرت الوسائل السمعية ،المرئية والمكتوبة منها على شكل إذاعة و تلفزيون وصحافة مكتوبة ، فعرفت الصحافة المكتوبة خلال النصف الثاني من القرن العشرين تغيرات هامة وجذرية إلى النخبة واندماجها فيما أصبح يعرف بالاتصال الجماهيري ،لكن هذا التحول لم يصحبه تغير كبير في المعايير والقيم والتقنيات التي تأسست عليها مهنة الصحافة ،وظهر معها التخصص والتنوع في المضمون الإعلامي فظهرت الصحافة المتخصصة في المجال الرياضي.

فالإعلام الرياضي هو أحد الأشكال الجديدة في الوسط الإعلامي بشتى أنواعه وأشكاله وهو يهتم بنشر الأخبار والمعلومات الخاصة بالرياضة ويملك إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي.

وهو يعتمد بالدرجة الأولى على وسائل تنقل المعلومة الرياضية إلى الجمهور و بالأخص الصحافة الرياضية المتخصصة التي مازالت تحافظ على مكانتها في الوسط الإعلامي على الرغم من ظهور الوسائل الإلكترونية التي فتحت مجال واسع للفرد بأن يشارك في صنع المعلومة .

والشباب في المجتمع هو الفئة الأكثر استهدافا خصوصا فيما يتعلق بمتابعة الأخبار الرياضية ،لأن لهم اهتمام أكثر بكرة القدم والملاحظ اليوم في الصحف الرياضية هو التركيز أكثر على هذه اللعبة على حساب المنافسات الأخرى المحلية والدولية باعتبارها الأكثر مشاهدة ومتابعة في الأوساط الجزائرية على الرغم من الصدى البالغ الذي تحدثه الرياضات الأخرى من حيث التغطية الإعلامية الشاملة لمعظم الصحف الأخرى العربية منها والأوروبية بشكل عام .

وتتمحور دراستنا حول تأثير الإعلام الرياضي على الشباب المتتبع لجريدة الهداف باعتبارها الجريدة الأكثر متابعة من قبل الشباب وهي الجريدة الأولى مغاربيا تقدم للقارئ جل الأخبار التي تخص كرة القدم عامة وتصدر بصفة يومية ومنتظمة ،وتكون موجهة إلى كافة الجماهير.

وقد قسمت دراستنا إلى ثلاث أجزاء رئيسية تتمثل في الإطار المنهجي والذي يشتمل أهم النقاط التي سوف يبنى عليها هذا البحث من حيث أهمية و على الإشكالية والفرضيات أهداف الدراسة ،منهج وعينة البحث,

و خصصنا جزء إلى الإطار النظري الذي قسمناه إلى فصلين : الأول حول الأعلام الرياضي والصحافة الرياضية ، ففي المبحث الأول من الفصل الأول تحدثنا عن مفهوم الإعلام الرياضي ،أنواعه،أهدافه وأهميته ،الخصائص التي يتصف بها، وجمهوره، .أما المبحث الثاني فيتمحور حول مفهوم الصحافة الرياضية ،نشأتها ،أنواعها ،مبادئها ،وأهدافها.

أما الفصل الثاني فرتأينا الحديث فيه عن الفئة المستهدفة في مجتمع البحث وهي الشباب من حيث المفهوم والخصائص وأيضا أهم الفئات،الاهتمامات والمشاكل التي يعاني منها هذا الجزء ،أما المبحث الثاني تضمن الإعلام الرياضي في الجزائر وفيه الإعلام المتخصص ،الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر، ضف إلى هذا حاولنا أيضا حصر مجموعة من النقاط لضبط واقع الإعلام الرياضي والمشاكل التي يعاني منها هذا القطاع في المجال الرياضي .

أما الجزء الأخير من الدراسة فخصصناه للجانب التطبيقي وفيه لمحة عن **"جريدة الهداف "** ،تحديد الاستمارة وتوزيعها ثم تحليلها واستخلاص أهم النتائج المسطرة في أهداف البحث.

أما فيما يخص آخر الدراسة فرتأينا إلى وضع خلاصة عامة للدراسة ، خاتمة للموضوع ،ثم قائمة المراجع التي اعتمدت عليها في هذه الدراسة من كتب وقواميس وإلكترونية ومذكرات التخرج ،أما في الملاحق وضعنا نموذج عن الاستمارة وبعض النماذج المأخوذة كالصور للاعبين والمقالات المنشورة في "جريدة الهداف" .

خاتـــــــــمـة:

أصبح التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال يأخذ مكانة وأهمية في المجتمع حيث نجد أن هناك تطور في الوسائل الإعلامية بشتى أنواعها وأشكالها المسموعة،المرئية، المكتوبة وهذه الأخيرة تحضي باهتمام كبير من قبل الباحثين والدارسين من جهة ،والجمهور القارئ من جهة أخرى باعتباره العنصر الفعال في العملية الاتصالية ككل.

وقد لعبت وسائل الإعلام والاتصال دورا أساسيا في تكوين المجتمعات وذلك من خلال نشر المعارف والمعلومات للأفراد في جميع المجالات ،وهذا ما شهده العصر الحالي السرعة العالية في تناقل المعلومة من وسيلة إلى أخرى وأصبح هناك تخصص في بعض المجالات كالإعلام الرياضي الذي يعد من أهم التخصصات التي لقيت رواجا واهتماما كبيرين من قبل المسؤولين والصحفيين، حيث يتميز هذا النوع على غرار المجالات الأخرى بأنه يستهدف الفئة الشبابية في المجتمع والتي تعرف على أنها ذات فعالية وحركية ،لها رغبة واهتمام بالتطلع والبحث والمعرفة عن أهم المستجدات والأخبار الرياضية الخاصة بكل رياضة.

حيث تعتبر الرياضة من أهم الركائز التي يقوم الإعلام في المجتمع فهي العنصر الفعال الذي يخلق الحيوية والنشاط بين الأفراد، الفرق، أو الأندية وتختلف هذه الأخيرة من مجتمع لأخر حسب درجة الإدراك والاهتمام .

ويمكن القول أنه مع هذه التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ألغت حواجز المكان والزمان أصبحت هناك رغبة في التخصص ، وهذا ما نلاحظه في الصحافة الرياضية المتخصصة التي تهدف إلى نشر المعلومة والثقافة الرياضية وأيضا التوعية والتحسيس بأهمية هذه الرياضة في حياة الأفراد.وكذا نشر الوعي الرياضي عبر صفحات الجرائد الرياضية كـ"جريدة الهداف"، "الشباك"، "الكوورة" .وأصبح الصحف تعتمد بالدرجة الأولى على القارئ قبل بناء مقالاتها الصحفية من أجل تلبية حاجاته ورغباته في مجال الرياضة ،وبالأخص الأخبار المتعلقة بكرة القدم التي تعد من بين أكثر الرياضات شعبية ومتابعة من قبل الجمهور على اختلاف فئاته ومستوياته.

وهكذا أخذت الأخبار الرياضية في مختلف وسائل الإعلام المكانة الأولى من حيث طريقة نشر أو عرض الأخبار الرياضية على اختلاف نوعها المحلية أو الدولية.

شكر وتقدير

في البداية أود أن أشكر الله عز وجل الذي وفقني في إنجاز هذا العمل المتواضع ثم أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ "صالح فلاق شبره" الذي لم يبخل علي بنصائحه القيمة التي مهدت لي الطريق لإتمام هذا العمل.

كمـا يشرفني أن أشكر زوجي سمير الذي كان سندي في المواصلة، وأيضا كل من ساعدني من قريب أو بعيد في هذا العمل.

وأشكر كل أساتذة الإعلام والاتصال والذين أقدم لهم فائق الاحترام و التقدير وبالأخص أساتذة السنة ثانية ماستر.

وشـكرا

إهـــــــداء

بسم الله الرحمن الرحيم

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام أما بعد

أهدي هذا العمل إلى:

إلى الصدر الفياض الذي لا يضيق إلى رمز الحب والحنان إلى من دفعتني نحو شاطئ الأمن وعلمتني كيف يكون الصبر يكون مفتاح الفرج التي ترعرعت في أحضاها الحنونة .....أمي.....

إلى رمز القدوة ومثلي الأعلى ومن يحمل بين جوارحه تلك المشاعر الدافئة إلى الذي يوجهني بصمته وعلمني أول حرف وأضاء نور المعرفة في عقلي.....أبي... أطال الله في عمرهما.

إلى النفوس التي تبث بالحب والحنان والأمان في قلبي إخوتي وأخواتي: محمد، يحي، جيلالي، فاضل، حليمة، خيرة، فتيحة، وإلى باقي العائلة مينة، رندة، خيرة، وإلى صديقات المقربين: شيرين، أمينة.

وإلى الكتاكيت الصغار: مؤيد، عبد الصمد، بشرى، لامية، مرام.

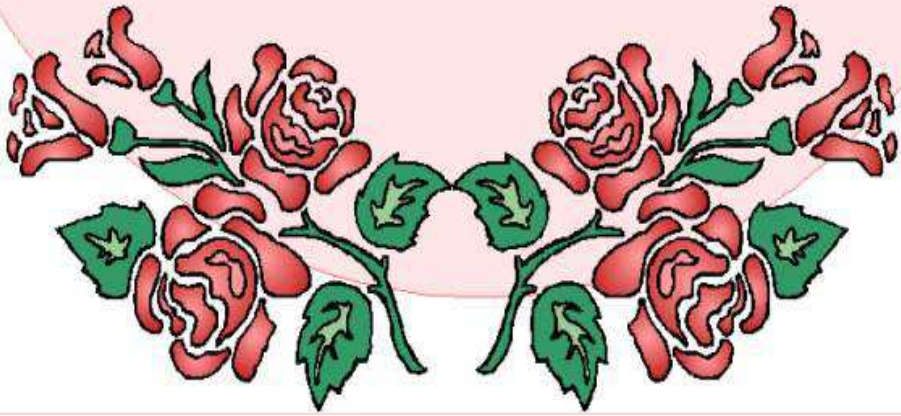
إلى أغز الأصدقاء: وهيبة، نادية، خيرة، نسرين، فراح، ربيعة، سارة.

وإلى كل طلبة علوم الإعلام والاتصال وخصوصا السنة الثانية ماستر.

حاج علي حورية

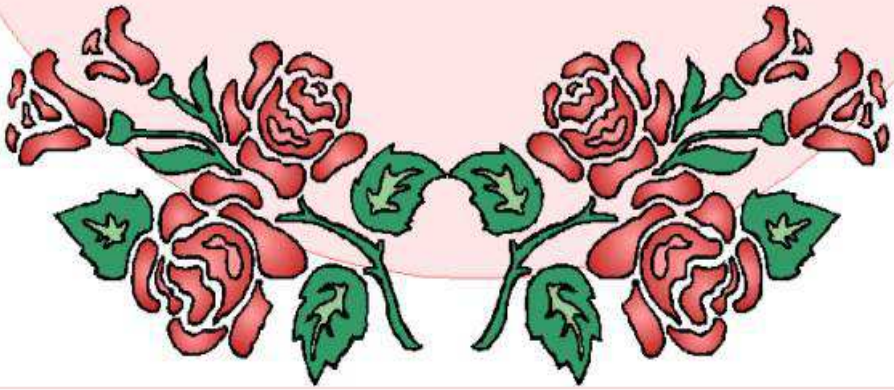
الفصل الأول

الإعـلام الريـاضـي و
الصحـافة الرياضـية

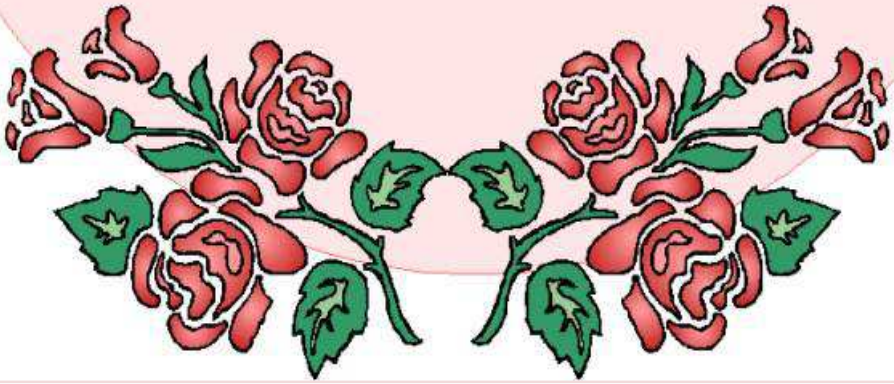


الفصل الثاني

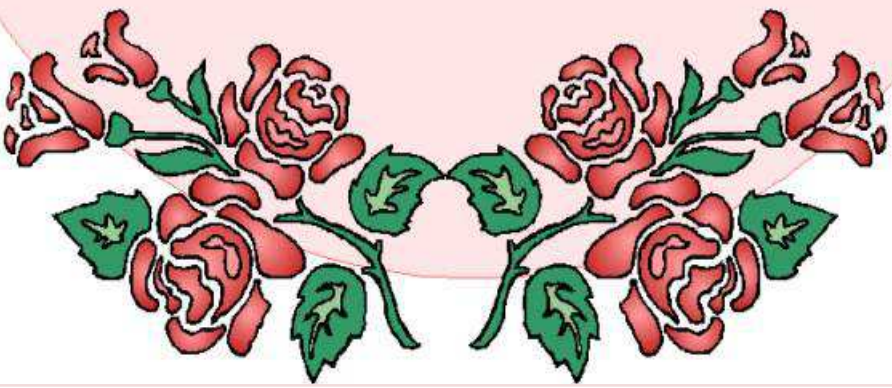
الشباب و الإعلام الرياضي في الجزائر



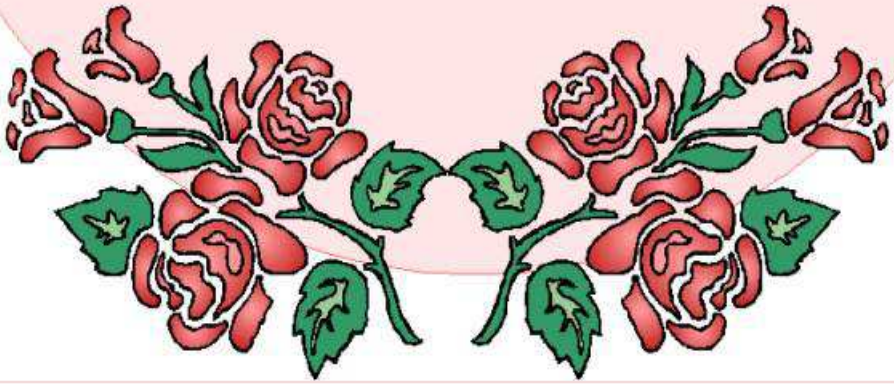
الجانب التطبيقي



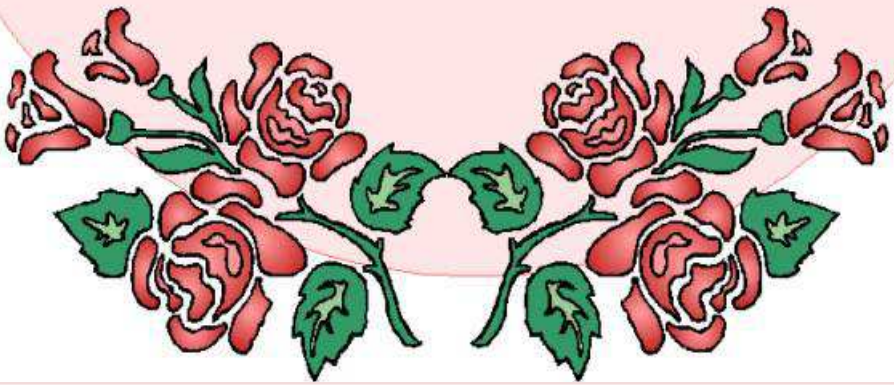
خـطة



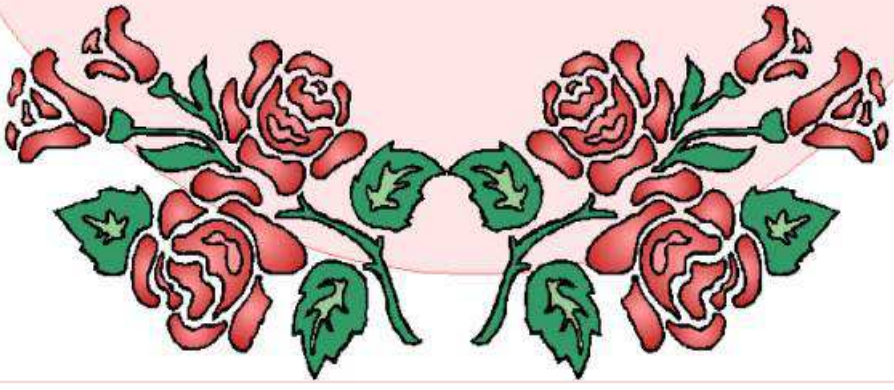
مقدمة



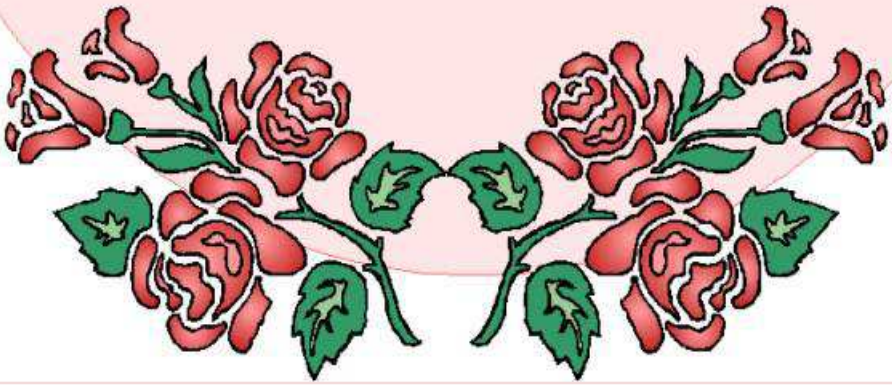
قائمة المصادر و المراجع



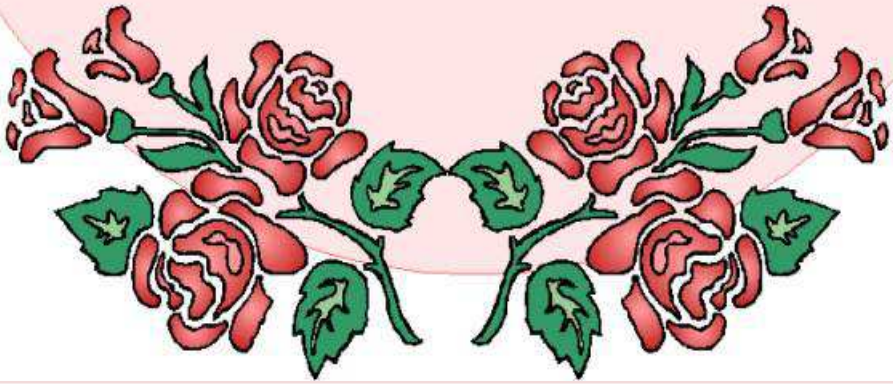
فهرس



خاتمة



ملاحق



الفهرس

شكر وتقدير

إهداء

ملخص الدراسة

مقدمة

الفصل المنهجي:

الإشكالية.....12

الفرضيات.....13

التساؤلات الفرعية.....13

تحديد المفاهيم..... 14

أسباب اختيار الموضوع 17

أهداف الدراسة..... 18

أهمية الدراسة 18

منهج الدراسة 19

مجتمع الدراسة 19

عينة الدراسة..... 20

أدوات الدراسة.....20

الدراسات السابقة.....21

المقاربة النظرية.....28

حدود الدراسة..... 30

الدراسة الاستطلاعية.....30

الفصل النظري:

الفصل الأول: الإعلام الرياضي

1 – الإعلام الرياضي

1 – 1 مفهوم الإعلام الرياضي وعناصره.....34

1 – 2 أنواع وأسلوب الإعلام الرياضي 36

1 – 3 أهداف وأهمية الإعلام الرياضي 37

1 – 4 خصائص ولغة الإعلام الرياضي.....40

1 – 5 جمهور الإعلام الرياضي 42

2 – الصحافة الرياضية

2 – 1 مفهوم الصحافة الرياضية 45

2 – 2 نشأة الصحافة الرياضية 46

2 – 3 أنواع الصحافة الرياضية 48

2 – 4 أهداف الصحافة الرياضية.....53

2 – 5 مبادئ الصحافة الرياضية 56

الفصل الثاني: الشباب والإعلام الرياضي

1 – الشباب

1 – 1 مفهوم الشباب 63

1 – 2 خصائص الشباب.....65

1 – 3 فئات الشباب 66

1 – 4 احتياجات الشباب.....68

1 – 5 مشاكل الشباب 69

2 – الإعلام الرياضي في الجزائر

2 – 1 الإعلام المتخصص في الجزائر..... 72

2 – 2 الإعلام الرياضي المكتوب في الجزائر.....73

2 – 3 واقع الإعلام الرياضي في الجزائر.....74
2 – 4 مشاكل الإعلام الرياضي في الجزائر.....76
الفصل التطبيقي:
بطاقة فنية حول جريدة الهداف.....81
الهيكل التنظيمي للجريدة 83
الطاقم التقني للصحيفة وأركانها.....84
نتائج المحور الأول 104
نتائج المحور الثاني 110
نتائج المحور الثالث 119
مناقشة نتائج تحليل الجداول. 120
خاتمة.....123
قائمة المراجع.....128
الملاحق.....135

قـــائـــــمـة المـــــــراجع:

1 ـ المعاجم:

01 ـ محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006.

02 – محمد منير الحجاب، **المعجم الإعلامي**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004 .

2 ـ الكتب:

03 - إبراهيم فؤاد الخصاونة، **الصحافة المتخصصة**،عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2012 .

04 - أديب خضور، **الإعلام المتخصص**، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 2005.

05 - أديب خضور،**الإعلام الرياضي**، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 1994.

06- بسام عبد الرحمان المشاقبة،**نظريات الإعلام**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.

07 - حسن أحمد الشافعي،**الإعلام في التربية البدنية والرياضة**، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، دط، 2003.

08 - حسن عماد المكاوي، **تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2003.

09- حسنين شفيق، **الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية**، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2009.

10 - خير الدين علي عويس، **الإعلام الرياضي**، مصر، مركز الكتاب للنشر، ط1، 1998.

11 - رحيمة الطيب العيساني،، **مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، الأردن، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع،ط1، 2008.

12- زهير إحدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**،الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2002.

13 - سليم عبد النبي، **الإعلام التلفزيوني**، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 1998.

14 - سمير عبد الحميد،**الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي**، الإسكندرية، ماهي للنشر والتوزيع وخدمات الكمبيوتر، ط1، 2009.

15 - شرف عبد العزيز، **الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة**، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2003.

16 - صادق رابح، **الإعلام والتكنولوجيا الحديثة**، العين، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2004.

17 – عبد الرزاق علي الهيتي، **الصحافة المتخصصة**، الأردن، دار السلامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011.

18 - عبد الله أحمد اليوسف، **الشباب هموم الحاضر وتطلعات الماضي**، بيروت، منشورات الضفاف، ط3، 2005.

19 - عيسى الهادي، **دراسات في الإعلام الرياضي التربوي**، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ط1، 2012.

20- فاروق أبو زيد، **مدخل إلى علم الصحافة**، مصر، دار عالم الكتب، ط4، 2007.

21 - فاروق عبد الرحمان مراد، **الشباب وأمن المجتمع**، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية للتدريب، دط، 1985.

22 - محمد الحماحمي، **الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ**، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ط1، 2006.

23 - محمد سيد حلاوة، **العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفايسبوك**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، دط، 2011.

24 - محمد سيد فهمي، **إدارة الأزمة مع الشباب**، الإسكندرية، دار الكتب والوثائق القومية، ط1، 2012.

25 - محمد محمود المهدلي، **الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية**، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، دط، 2005.

26 - محمد منير حجاب، **مدخل إلى الصحافة**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2010.

27 - محمد ناصر، **الصحافة العربية الجزائرية 1847- 1939**، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1980.

28 - نصير بوعلي، **التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر دراسة ميدانية**، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر، دط، 2005.

29 - يوسف عنصر، **مشكلات الشباب الجزائري الواقع وتطلعات المستقبلية**، الجزائر، دار النشر، ط1، 2010.

كتب خاصة بالمنهجية:

30 - ابراهيم ابراش، **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2009.

31 - أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،ط4، 2010.

32 - عبد الناصر الجندي، **تقنيات البحث في العلوم السياسية**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

33 - موريس أنجرس، **تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسة**، الجزائر، دار القصبة، ط2، 2004.

مذكرات التخرج:

34 - درقاوي عبد المالك رضوان- بومعزة عبد الحكيم، **التفاعلية في الصحافة الإلكترونية المتخصصة ودورها في استخدام المواقع – موقع الهداف نموذجا –** مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وصحافة مكتوبة، 2014

35 - فتحي بوخاري، **مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة-** بحث مسحي أجري بولاية مستغانم ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص الرياضة والصحة،2013.

36 - محمد مدرس وزملائه، **مذكرة دور الصحافة المكتوبة في حشد الجماهير والتسبب في ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم**، لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال،بجامعة عبد الحميد بن باديس، 2010.

37 - محمد مرواني، **مؤسسات الشباب وآليات الاتصال- دراسة ميدانية في ديوان مؤسسات الشباب بولاية مستغانم نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علم الاجتماع والاتصال، 2013.

المواقع الالكترونية:

38 - **ملتقى حول واقع الإعلام الرياضي في الجزائر**، تم نشره في 11- 05 - 2013 www.dzairess.com ،إطلعنا عليه في :23- 02- 2015 .

39 - **الملتقى الوطني الأول حول الإعلام الرياضي في الجزائر (رهان وتحديات)** www.dgelfa.info/ar/alger تم الإطلاع عليه في :03- 05 – 2015 على الساعة 18:33:

40 - www.elwatendz.com consulter le 09 /03/2015

41 – نسخة من **"جريدة الهداف"** الورقية (المحلية والدولية).

خاتـــــــــمـة:

أصبح التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال يأخذ مكانة وأهمية في المجتمع حيث نجد أن هناك تطور في الوسائل الإعلامية بشتى أنواعها وأشكالها المسموعة،المرئية، المكتوبة وهذه الأخيرة تحضي باهتمام كبير من قبل الباحثين والدارسين من جهة ،والجمهور القارئ من جهة أخرى باعتباره العنصر الفعال في العملية الاتصالية ككل.

وقد لعبت وسائل الإعلام والاتصال دورا أساسيا في تكوين المجتمعات وذلك من خلال نشر المعارف والمعلومات للأفراد في جميع المجالات ،وهذا ما شهده العصر الحالي السرعة العالية في تناقل المعلومة من وسيلة إلى أخرى وأصبح هناك تخصص في بعض المجالات كالإعلام الرياضي الذي يعد من أهم التخصصات التي لقيت رواجا واهتماما كبيرين من قبل المسؤولين والصحفيين، حيث يتميز هذا النوع على غرار المجالات الأخرى بأنه يستهدف الفئة الشبابية في المجتمع والتي تعرف على أنها ذات فعالية وحركية ،لها رغبة واهتمام بالتطلع والبحث والمعرفة عن أهم المستجدات والأخبار الرياضية الخاصة بكل رياضة.

حيث تعتبر الرياضة من أهم الركائز التي يقوم الإعلام في المجتمع فهي العنصر الفعال الذي يخلق الحيوية والنشاط بين الأفراد، الفرق، أو الأندية وتختلف هذه الأخيرة من مجتمع لأخر حسب درجة الإدراك والاهتمام .

ويمكن القول أنه مع هذه التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ألغت حواجز المكان والزمان أصبحت هناك رغبة في التخصص ، وهذا ما نلاحظه في الصحافة الرياضية المتخصصة التي تهدف إلى نشر المعلومة والثقافة الرياضية وأيضا التوعية والتحسيس بأهمية هذه الرياضة في حياة الأفراد.وكذا نشر الوعي الرياضي عبر صفحات الجرائد الرياضية كـ"جريدة الهداف"، "الشباك"، "الكوورة" .وأصبح الصحف تعتمد بالدرجة الأولى على القارئ قبل بناء مقالاتها الصحفية من أجل تلبية حاجاته ورغباته في مجال الرياضة ،وبالأخص الأخبار المتعلقة بكرة القدم التي تعد من بين أكثر الرياضات شعبية ومتابعة من قبل الجمهور على اختلاف فئاته ومستوياته.

وهكذا أخذت الأخبار الرياضية في مختلف وسائل الإعلام المكانة الأولى من حيث طريقة نشر أو عرض الأخبار الرياضية على اختلاف نوعها المحلية أو الدولية.