

## تصور مقترح لبرنامج دراسة الإعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية

**\*د/بسام صلاح محمد علي**

لكل قرار رؤية ولكل حركة فكر ولكل اتجاه مضمون والمضمون يجمع دائماً بين الرؤية والفكر والاتجاه والحركة، ومن كل ذلك يأتي التغيير والتغير حقيقة إنسانية يصعب تجاهلها أو إنكارها، وهو يتطلب وضوح الرؤية التي تمكن القيادات من التعرف وتفهم الأشياء وبالتالي التخطيط للمستقبل، ولقد جاءت ثورة المعلومات لفتح آفاق جديدة للمعرفة والثقافة وأصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الآخر دون حواجز أو موانع وتعددت مصادر المعرفة التي يمكن ان ترفع الهوية الثقافية للمتفاعلين معها. (٦: ١٧) (٢٠: ٦٨)

ولقد أصبح الإعلام الشيء الرئيسي المشترك في حياتنا، تعودنا أن نتعرض لوسائله بشكل يومي ونتعامل معها وكأنها مكون أساسي لا يمكن الاستغناء عنه وانتشرت في السنوات الأخيرة انتشاراً كبيراً في كل المجتمعات وتزايد متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لها بل وأصبح يعرض نفسه لها بشكل تلقائي كالهواء الذي يتنفسه والماء الذي يشربه والغذاء الذي يأكله. (١٦: ٥)

وهذا يدل على أن للإعلام دوراً رئيسياً وبارزاً في لقاء الضوء على أليات تفاعل المجتمع مع هذه المعدلات من التغيير والتطور في عصر المعرفة والثقافة والذي احاطت به التكنولوجيا بكل مستحدثاتها. (٩: ١٤)

وعلى هذا يكون التعرض للوسائل الجماهيرية متغيراً يساعد علي إحداث التطوير والتغيير الموجه الواسع النطاق في البلدان المختلفة وتعتمد عملية التطوير علي وسائل الاعلام أي طرق الاتصال بالجماهير حيث ان

\* مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويج كلية التربية الرياضية جامعة أسيوط

التعرض لوسائل الاعلام يلعب دور كبير في عملية التحضير والتطوير وتستطيع وسائل الاعلام أن تزيد الطموح ورسم الرؤي المستقبلية.(٢٥: ٧) ولقد قرب الإعلام بين المجتمعات والشعوب عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والانطباعات ولقد سهلت وسائل الإعلام الحديث ربط شمال الكرة الأرضية بجنوبها وشرقها بغربها الي درجة ان أصبحت مجتمع واحد، تمثلت تلك الوحدة في الإعلام فالإذاعة والتلفزيون والصحف والكتب والمنشورات كلها تقرر تلك الوحدة.(٢٥: ٢٣)

حيث يشير "حسن الشافعي" ان اهداف الاعلام وفوائده هي:

- ١- نقل وتوصيل المعلومات ومعارف حول موضوع معين.
- ٢- توصيل فكرة معينه وانتفاع الاخرين بها أي التأثير في الراي العام الذي يسعى الي تغيير افكار والاراء وتشكيل الافراد ايجابيا.
- ٣- الترفيه والتسلية.(٣٨: ٨)

وهذا يبرز فاعلية الاعلام الحديث حيث يثير بمخاطبته المباشرة للفرد والجمهور كوامن واستعدادات لما يقدمه من شمول وسرعة في نقل المعلومات وما يشمله من جمهور واسع يجعل اثره فعال بشكل حاسم (٢٥: ٢٢) (٢٣: ٢٢، ٢٣)

ويؤكد "محمد الصرفي" أن الإعلام هو احد وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول انها بدأت مع بداية البشرية وكان أول حوار و أول تبادل للمعلومات حدث بين أول بشر سكنو الأرض إعلاما، ولقد تطور عبر الزمان والعصور من كونة وسيلة اتصالية تعتمد علي تبادل المعلومات ونقل الاخبار الي معترك مهم ومؤثر قوي علي حياة الشعوب والامم خاصة في التخطيط وصنع الرؤي المستقبلية ونشرها.(٢٣: ٥)

ويشير "منير حجاب" إلي أن الجمهور يتعرض لوسائل الاعلام ويتأثر بها وقد يكون هذا التأثير بدون وعي منه كما قد يكون مقصود اوغير مقصود ويختلف الافراد عن بعضهم البعض في مدي تعرضهم لوسائل الاعلام و كلما

زاد عمق التعرض دل علي وعي الجمهور لرسالة الاعلام والتعرض لوسائل الاعلام قد يكون اختياري اوغير اختياري، وعلي هذا اشار اتوجروت العلامة الالمانى ان الرسالة الاعلامية يجب ان تخلو من التناقض وتأخذ في اعتبارها اهتمامات الجمهور الذي تتوجه اليه.(٢٦: ٧٢١، ٧٢٠)

هذا ما يؤكد إن الغاية من الإعلام هي تلك المهمة الكبرى التي تهدف إلى وضع الإنسان في حال اتصال مستمر مع البيئة والمجتمع مما يتيح فرصة الإحاطة بأمور وأخبار ومعلومات جديدة والتأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير أو التعديل في السلوك أو توجيهه وجهه معينة. (١٨: ٢٢٨، ٢٢٩)

مما يؤكد إن وسائل الإعلام المتعددة تهدف الى توعية وتنقيف مختلف مستويات المجتمع التي تتابع ما ترسله من برامج فتؤثر بقوه في تشكيل أسلوب حياة الأفراد كما أن تطور تلك الوسائل يساعد في نشر الوعي والثقافة وتبادل الخبرات وتقدم المجتمع في شتى المجالات المختلفة.(٢٢: ٣)

ويعد الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة له دوراً رئيسياً وبارزاً في إلقاء الضوء على تفاعل المجتمعات مع معدلات التغير السريع في ظل التطور التكنولوجي في شتى المجالات وفي مقدمتها المجال الرياضي، كما أصبح للإعلام الرياضي أثر بالغ في توجيه الجمهور ونشر ثقافة الرياضة، حيث يعد التعرض للوسائل الجماهيرية متغيراً يساعد على إحداث التطوير والتغير الموجه الواسع النطاق، مما يزيد الرؤي المستقبلية للرياضة والرياضيين حيث تبادل المعلومات والأفكار والثقافة الرياضية، وهذا هو الدور الذي يجب أن يؤديه الاعلام الرياضي من حيث تنقيف المجتمع وتطويره رياضياً، وما قد يحدث خلاف ذلك من سلبيات في الاعلام الرياضي هو انحراف عن المواثيق والمبادئ الإعلامية.

فمن خلال متابعة الباحث وعمله بمجال الإعلام الرياضي في الصحافة الورقية والإلكترونية ومتابعة الإعلام المرئي والمسموع، يتضح له ضرورة أن يكون هناك دراسة أوسع شمولاً لمنهج الإعلام الرياضي، نظراً لكون من

يتصدرون المشهد الاعلامي ليس لديهم الدراسة الكافية لطبيعة العمل الرياضي، وكذلك بعد وعزوف خريجي كليات التربية الرياضية عن مجال العمل الاعلامي حيث دراستهم للإعلام تتلخص في مقرر دراسي بمرحلة البكالوريوس ومثله للدراسات العليا بالماجستير والدكتوراه داخل أقسام الإدارة الرياضية والترويج، مما يعنى عدم كفاية البرنامج الدراسي المقدم لتأهيل متخصصين للعمل فيه من كليات التربية الرياضية، ونظراً لما طرأ من تغيرات سريعة على مجال الرياضة والإعلام الرياضي، لا بد وأن يكون هناك برنامج دراسي لتخريج متخصصين في الإعلام الرياضي، بما يفي باحتياجات الجمهور وما يتناسب مع كون الإعلام الرياضي أصبح له لأثر الأكبر في صناعة الحدث أو معالجة الأزمات أو التسبب فيها وكذلك عدم وجود ضوابط لدعم الدور الاقتصادي المرتبط بالقيمة السوقية ودعم الاستثمار الرياضي، نتيجة عدم التخصصية والتأهيل المناسب للقائمين على العمل به، وهذا ما جعل الباحث يسعى لوضع تصور مقترح لدراسة الاعلام الرياضي بهدف تخريج جيل متخصص مؤهل للعمل الاعلامي بمختلف أنواعه المرئي أو المسموع أو المقروء، ذلك لنشر الثقافة الرياضية وزيادة الوعي والقدرة على حل مشكلات وأزمات الرياضة وتناولها إعلامياً بصورة ذات عمق تربوى أكبر للقضاء على التعصب وبناء منظومة رياضية ذات قدرة تنافسية عالمية.

#### هدف البحث:

- وضع تصور مقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية.

#### تساؤلات البحث:

- ما تصنيف المقررات الدراسية ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي.
- ما التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية.

#### المصطلحات المستخدمة في البحث:

- الإعلام: Information

هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم العامة والإرتقاء بمستوي الرأي. (٢٧: ٣٠٩)

### - الإعلام الرياضي: **sportive information**

عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور ويقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعية الرياضي. (٨: ٣٧)

#### خطة وإجراءات البحث

#### منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لملائمته لطبيعة البحث.

#### مجتمع البحث:

يتمثل في الخبراء والعاملين بمجال الاعلام والاعلام الرياضي والإدارة الرياضية والبالغ عددهم ٣٠٠ فرد من العاملين في مجال الاعلام الرياضي بالصحف وبعض البرامج الرياضية، تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية ممثلة احصائياً وبلغت (٥٠) فرد من مجتمع البحث.

#### أدوات جمع البيانات :

استعان الباحث في استيفاء بيانات البحث بما يلي:

#### أ- المراجع العلمية والدراسات السابقة:

وقد استخدمها الباحث في اختيار منهجية بناء البحث ومناقشة النتائج

#### ب- المقابلة الشخصية:

استخدم الباحث هذا الأسلوب بغرض الحصول علي بعض البيانات والمعلومات المهمة، والتي قد تلقي الضوء علي بعض الجوانب التي يرغب الباحث في دراستها بغرض وضع الاستبانات الخاصة بموضوع البحث وتطبيقه.

#### ج- استمارات الاستبيان:

قام الباحث باستخدام استمارتان استبيان كما يلي:

- أ- الاستبيان الخاص بتحديد مقررات برنامج دراسة الاعلام الرياضي.  
 ب- الاستبيان الخاص بتحديد محتوى مقررات برنامج دراسة الاعلام الرياضي

#### خطوات إعداد الاستبيانات:

قام الباحث بإتباع الخطوات العلمية لإعداد الاستبانات حتى أصبحت صالحة للتطبيق:  
 الاستبانة الأولى:  
 الاستبيان الخاص بتحديد تصنيف ومحتوي مقررات برنامج دراسة الاعلام الرياضي.

#### وقد قام الباحث بالخطوات التالية:

- أ- تحديد وعرض محاور وعبارات الاستبيان في صورته المبدئية على الخبراء:

قام الباحث بصياغة محاور وعبارات الاستبيان مستعيناً بالمحاور التي توصل إليها من أراء الخبراء وقد راعى الباحث في صياغة العبارات ما يلي :

- أن تكون واضحة ومفهومة وإلا توهي العبارة بنوع الاستجابة
- إلا تشمل على أكثر من معنى والابتعاد عن المفردات أو العبارات الصعبة

وبذلك تم وضع الاستبيان في صورته المبدئية وقد بلغ عدد مفردات الاستبيان (٢٩) عبارة كما يوضح الجدول رقم (٢) المحاور والعبارات المبدئية لاستبيان تحديد تصنيف مقررات ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية.

حيث قام الباحث بعرض الاستبيان في صورته المبدئية على عدد (١٠) خبير في مجال السياحة والاعلام الرياضي والترويج والإدارة الرياضية مرفق (١) في الفترة من ٢٠١٩/١١/١٠ إلى ٢٠١٩/١٢/١٥ واستهدف الباحثين من هذا الإجراء مايلي:

\* إبداء الرأي في العبارات من حيث تمثيلها للمحور المندرجة تحته

\* مدى سلامة صياغة العبارات ومناسبتها للعينة و كفايتها للاستبيان ومحاوره

ولقد استخدم الباحث حساب النسبة المئوية لأراء الخبراء وقد ارتضى الباحث بقبول العبارات التي حصلت على نسبة ٧٥% فأكثر من مجموع أراء الخبراء والجدول (١) يوضح ذلك:

### جدول (١)

النسبة المئوية لأراء الخبراء في عبارات استبيان تحديد مقررات دراسة الاعلام الرياضى بجمهورية (ن=١٠)

رقم العبارة	النسبة المئوية	رقم العبارة	النسبة المئوية	رقم العبارة	النسبة المئوية
مقررات العلوم التخصصية	١٠٠%	مقررات اللغة	٩٨%	مقررات العلوم المرتبطة	٩٨%
١	١٠٠%	١٨	١٠٠%	٢١	١٠٠%
٢	٩٥%	١٩	٩٧%	٢٢	٩٠%
٣	٩٤%	٢٠	٦٥%	٢٣	٨٤%
٤	٩٢%			٢٤	٩٣%
٥	٩٦%			٢٥	٦٧%
٦	٩٤%			٢٦	٧٠%
٧	٩٦%			٢٧	٦٨%
٨	٩٣%			٢٨	٦٤%
٩	٩٨%			٢٩	٦٠%
١٠	٨٩%				
١١	٩١%				
١٢	٩٤%				
١٣	٨٧%				
١٤	٩٠%				
١٥	٨٨%				
١٦	٨٩%				
١٧	٩٤%				

قام الباحث بقبول العبارات التى حصلت على على نسب أكثر من ٧٥% من رأى الخبراء وبذلك يكون قد تم حذف العبارات رقم (٢٠) (٢٥) (٢٦) (٢٧) (٢٨) (٢٩).

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (٢٥) مفردة من خارج عينة البحث الأساسية، وذلك بفواصل زمني مناسب (١٥) يوم استهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف على:

- مدى مناسبة صياغة العبارات لمستوى فهم العينة، التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها وإيجاد الصدق و الثبات.

ولقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية أن الاستبيان جاء مناسباً من حيث الصياغة واللغة المستخدمة ولم تظهر أي تعليقات توحى بالغموض أو عدم الفهم.

### المعاملات العلمية للاستمارة:

#### ١- صدق الاستمارة:

استخدم الباحثان صدق المحكمين وصدق الاتساق.

#### أ - صدق المحكمين:

استخدم الباحث صدق المحكمين وذلك بهدف التحقق من صدق استمارة الاستبيان، حيث تم تطبيق استمارة الاستبيان في صورتها النهائية مرفق (٣) على مجموعة قوامها (٧) خبراء من خبراء الاعلام الرياضي والتسويق والإدارة الرياضية وقد تم حذف العبارات الى بلغت نسبة قبولها لدي الخبراء أقل من (٧٥%).

#### ب- صدق الاتساق:

استخدم الباحثين صدق الاتساق الداخلي بين كل عبارة ومجموع المحور المنتمية إليه وذلك بالتطبيق على عدد (٢٥) مفردة من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية وجدول (٢) يوضح ذلك:

## جدول (٢)



معامل الاتساق بين كل محور ومجموع العبارة المنتمية إليه لاستبيان  
تحديد مقررات ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية  
الرياضية (ن = ٢٥)

المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق	المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق	المحور	رقم العبارة	معامل الاتساق
مقررات العلوم المتخصصة	١	٠.٨٩	مقررات اللغة	١	٠.٩٠	مقررات العلوم المرتبطة	١	٠.٨٥
	٢	٠.٨٦		٢	٠.٨٨		٢	٠.٧٨
	٣	٠.٨٧					٣	٠.٩٨
	٤	٠.٧٨					٤	٠.٨٦
	٥	٠.٨٣					٥	٠.٨٤
							٦	٠.٧٠
							٧	٠.٨٢
							٨	٠.٧٩
							٩	٠.٨٥
							١٠	٠.٨٧
							١١	٠.٩٢
							١٢	٠.٨٨
							١٣	٠.٨٩
							١٤	٠.٩٤
							١٥	٠.٩٦
							١٦	٠.٨٥
							١٧	٠.٨٢

دلالة معامل الاتساق عند مستوى  $0.05 = 0.231$

يتضح من جدول (٢) أن معاملات صدق الاتساق الداخلي لعبارات  
للاستبيان عند مستوى دلالة (٠.٠٥) تراوحت ما بين (٠.٧٠ : ٠.٩٨) مما يدل  
على الاتساق الداخلي لجميع العبارات في الاستبيان.

**النتائج :**

قام الباحث باستخدام طريقة التطبيق وإعادة التطبيق للتأكد من ثبات  
الاستمارة حيث قام بالتطبيق في الفترة من ١٨/١٢/٢٠١٩ حتى ٣٠/١/٢٠٢٠:

**جدول (٣)**

معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني لمحاور استمارة تصنيف مقررات  
ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية (ن=٢٥)

الارتباط و	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المحاور الأساسية والعبارات	٥
	ع	م	ع	م		
٠.٩٤	٤٢.٤٤	١٤١.٨٢	٤٣.٢١	١٤٤.٢٢	المحور الأول: مقررات العلوم التخصصية	١
٠.٩٨	٢٨.٢٠	١٩.٨٩	٢٨.٢٢	١٩٣.٢٣	المحور الثاني: مقررات اللغة	٢
٠.٩٢	٢٤.٤٢	١١٢.٤	٢٣.٤٩	١١٥.٤	المحور الثالث: مقررات العلوم المرتبطة	٣

قيمة ر الجدولية عند مستوى دلالة  $0.05 = 2875$ ,

يتضح من جدول رقم (٣) أن معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني تراوحت ما بين (٠.٩٢ : ٠.٩٨) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) حيث تراوح الصدق الذاتي لها من (٠.٩٥ : ٠.٩٨) مما يشير إلى ثبات الاستمارة.

وبذلك تم وضع الاستبيان في صورته النهائية مرفق (٢) والذي استقر فيه الاستبيان عند عدد (٢٤) عبارة وبواقع (١٧) عبارة للمحور الأول و(٢) عبارات للمحور الثاني و(٥) عبارات للمحور الثالث.

### تطبيق الاستبيان:

قام الباحث بتطبيق الاستبيان في صورته النهائية علي أفراد العينة من (الخبراء والعاملين في مجال الاعلام والاعلام الرياضي والتسويق والإدارة الرياضية) والبالغ عددهم (٥٠) فردا في الفترة من ٢٠٢٠/٢/٢م إلى ٢٠٢٠/٢/١٥م مرفق (٢)، واتبع الباحث الخطوات التالية:

- ١- قام الباحث بتوزيع الاستبيان علي العينة.
- ٢- تم شرح محتوى استبيان البحث للعينة وإيضاح الهدف منه وأسلوب الإجابة عليه.

- ٣- تفسير كل شئ غامض وتوضيحه.

٤- لضمان الدقة في البيانات راعى الباحث بأن يكون كتابة الاسم اختياريًا، وأن المعلومات التي سيدلي بها في الاستبيان سرية، ولا تستخدم إلا لغرض تحقيق أهداف البحث.

### المعالجات الإحصائية:

للإجابة على تساؤلات الدراسة تمت المعالجة الإحصائية للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وقد استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

أ- التوزيع التكراري.

ب- الدرجة المقدره.

ج- النسبة المئوية.

د- معامل ارتباط بيرسون.

وقد ارتضى الباحث مستوى دلالة (٠.٠٥) للتأكد من معنوية النتائج.

الإحصائية للبحث.

### عرض ومناقشة النتائج

لتحقيق هدف البحث والإجابة على ما وضعه الباحث من تساؤلات

وفى ضوء ما أسفرت عنه النتائج بحسب الترتيب الآتي لتساؤلات الدراسة:

- ما تصنيف مقررات ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية.

- ما التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية.

### التساؤل الأول:

- ما تصنيف مقررات ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بكليات التربية الرياضية:

للإجابة على هذا التساؤل قام الباحث باستخدام استمارة استبيان من تصميمهما، تكونت من (٢٤) عبارة في شكلها النهائي والتي تم تطبيقها على عينة قوامها (٥٠) فرد من الخبراء والعاملين في مجال الاعلام والاعلام الرياضي والتسويق والإدارة الرياضية وقد استخدم الباحث الدرجة المقدره والنسبة المئوية كأساليب إحصائية للحصول على النتائج وفيما يلي عرض ومناقشة النتائج الخاصة بكل محور من محاور هذا التساؤل:

#### جدول (٤)

النسبة المئوية لآراء العينة حول تصنيف مقررات ومحتوى برنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية (ن=٥٠)

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
النسبة المئوية	رقم العبارة	النسبة المئوية	رقم العبارة	النسبة المئوية	رقم العبارة
%٩٢	١	%١٠٠	١	%٩٩	١
%٩٥	٣	%٩٧	٢	%٩٨	٢
%٨٥	٤			%٩٨	٣
%٩٤	٥			%٩٥	٤
				%٩٠	٥
				%٩٤	٦
				%٩٦	٧
				%١٠٠	٨
				%١٠٠	٩
				%٨٨	١٠
				%٩٠	١١
				%٩٢	١٢
				%٨٧	١٣
				%٨٩	١٤
				%٩٠	١٥
				%٨٨	١٦
				%٨٧	١٧

#### المحور الأول:

يتضح من جدول (٤) أن الاستجابة حول محور مقررات العلوم التخصصية بلغت (٨٧:١٠٠%) مما يدل على أهمية تلك المقررات فى برامج

دراسة الاعلام الرياضي والتي بلغت سبعة عشر مقرر فى مجال العلوم التخصصية كالاتصاف والارتصاف الرياضي والعلاقات العامة فى المجال الرياضي والصحافة الرقمية وتصميم المواقع الرياضية والاصراف الصحفى وفنون الصحافة الرياضية والتحرير والاذاعة والتلفزيون والرأى العام الرياضي والتعليق الرياضي واقتصاديات الرياضة.

ويعزى الباحث تلك الاستجابات المرتفعة حول تلك المقررات إلى حاجة الإعلام الرياضي إلى تعمق وتخصوية بشكل أكبر بما يخدم عملية نشر الثقافة الرياضية واصراف محتوى ورسالة اعلامية تعالج مشكلات المجتمع الرياضي وتسهم فى ارتقائه وارتقاء الرياضة المصرية بشكل عام.

### المحور الثاني:

يتضح من جدول (٤) أن الاستجابة حول محور مقررات العلوم التخصصية بلغت (٩٢:٩٤%) مما يدل على أهمية تلك المقررات فى برامج دراسة الاعلام الرياضي والتي بلغت خمسة مقررات فى مجال العلوم المرتبطة كالقيادة فى المجال الرياضي والتسويق الرياضي والتسويق الإلكتروني وإدارة الأزمات والمخاطر الرياضية والقوانين واللوائح ودارة المسابقات

ويعزى الباحث تلك الاستجابات المتفعة للعينة حول مقررات العلوم المرتبطة إلى أهمية اسباب العاملين فى مجال الاعلام الرياضي علوم ومعارف مرتبطة مما يسهم فى زيادة قدراتهم على تقديم اعلام رياضى محترف يسهم فى تطوير الثقافة الرياضية بشكل أكثر عمقاً فى تناول القضايا الرياضية ومن سلامة الحلول والمعالجات الاعلامية لتلك القضايا والتأثير فى الرأى العام الرياضي بشكل ايجابى.

### المحور الثالث:

يتضح من الجدول (٤) أن الاستجابة حول محور مقررات اللغة (٩٧:١٠٠%) من النسبة المئوية مما يدل على أهمية اللغة فى مجال دراسة الاعلام الرياضي ذلك لأن تعاملات الاعلام الرياضي بحاجة إلى مهارات لغوية مما

يسهم فى زيادة الوعى الاعلامى لدى المتخصصين فى الاعلام بالقضايا التى تتعلق باشأن الدولى والأقليمى لمختلف الاتحادات القارية والدولية والقضايا الرياضية العالمية.

الاجابة على التساؤل الثانى:

"ما لتصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضى بجمهورية مصر العربية"

من خلال الاجابة على التساؤل السابق والاطلاع على الدراسات السابقة رقم (٢) ولوائح كليات التربية الرياضية توصل الباحث إلى التصور التالى:

### جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضى بجمهورية مصر العربية

محتوى التصور		أولاً
الاعلام الرياضى	عنوان البرنامج	المعلومات الأساسية عن البرنامج
.....	كود البرنامج	
بحسب نظام اللائحة الأساسية لكل كلية أو ما ترغب الكليه فى العمل به	عدد الساعات اتدرسية	
٤ فصول دراسية بواقع ٦ مقررات فى الفصل الدراس الواحد	عدد الفصول الدراسية	
كلية التربية الرياضية	الجهة المسئولة عن تدريس البرنامج	
كليات التربية الرياضية بالجامعات المصرية	مكان التدريس	
قطاع التربية الرياضية بوزارة التعليم العالى والبحث العلمى	جهة التخطيط والاشراف على التنفيذ	
يسعى البرنامج لإعداد خريج قادر على العمل فى مجال الاعلام الرياضى وخدمة المجتمع فى جانب الاعلام الرياضى وتطويره بما يضمن التنافسية الدولية.	رؤية البرنامج	ثانياً
اعداد وتأهيل كوادر قادرة على العمل و التخطيط وتنظيم الاعلام الرياضى بمختلف أنواعه وفقاً لابعاد التنمية المستدامة للدولة	رسالة البرنامج	ثالثاً

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضى بجمهورية مصر العربية

أولاً		محتوى التصور
رابعاً	هدف البرنامج	<p>١- إعداد متخصصين في مجال الاعلام الرياضي.</p> <p>٢- إعداد وتأهيل أعضاء هيئة التدريس والباحثين والمتخصصين والخبراء في مجال الاعلام الرياضي.</p> <p>٣- إعداد وتأهيل أخصائيي في مجال إدارة العلاقتا العامة</p> <p>٤- إجراء البحوث والدراسات العلمية في مختلف مجالات الاعلام الرياضي تسهم في خدمة المجتمع وتنمية البيئة.</p> <p>١- رفع المستوى المهني والعلمي للعاملين في ميدان الاعلام الرياضي</p> <p>٢- التعريف بالاتجاهات الحديثة فى إدارة وتنظيم وتخطيط الاعلام الرياضي.</p> <p>٣- إستخدام تكنولوجيا نظم المعلومات والتقنيات الحديثة في دعم وتحسين العمل فى مؤسسات مجال الاعلام الرياضي.</p>
خامساً		محتوى البرنامج
م	المقررات	محتوى المقررات
١	الاعلام الرياضي والاتصال	<p>* ماهية الاعلام</p> <p>* اهمية الاعلام الرياضى</p> <p>* خصائص الاعلام الرياضي</p> <p>* وظائف الاعلام الرياضي</p> <p>* متطلبات الاعلام الرياضى</p> <p>* نظريات الاعلام</p> <p>* شروط نجاح الاعلام</p> <p>• مقدمه عن الاتصال(مفهومه اهميته واهدافه)</p> <p>* انواع الاتصال</p> <p>• مهارات الاتصال ومكوناته</p> <p>• طرق الاتصال الجسدى</p> <p>• مستويات الاتصال</p> <p>• الاتصال وعلاقته بالاداره واتخاذ القرار</p>

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

أولاً	محتوى التصور
٢	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ماهية العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• اهداف العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• خصائص العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• مكونات العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• انواع العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• برامج العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> <li>• اخصائي العلاقات العامة في المجال الرياضي</li> </ul>
٣	<ul style="list-style-type: none"> <li>* اساسيات التخطيط في الاعلام الرياضي</li> <li>* الخطط وادوات التخطيط الاعلامي</li> <li>* الاهداف التنظيمية للإدارة في مجال الاعلام الرياضي</li> <li>* اساسيات التنظيم الاعلامي</li> <li>* ضمانات عملية الرقابة الناجحة في المجال الرياضي</li> <li>* نموذج للبرمجة الخطية وتطبيقه في مجال الاعلام الرياضي</li> </ul>
٤	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ماهية الصحافة الرياضية</li> <li>* اهداف وخصائص الصحافة الرياضية</li> <li>* انواع الصحافة الرياضية</li> <li>* مهارات الصحافة الرياضية</li> <li>* مواد، التحضير الصحفي الرياضي</li> <li>* الحديث الصحفي الرياضي</li> <li>* من الذوق، حب أزياء، تقاليد</li> <li>* أنواع الحوار الصحفي الرياضي</li> <li>* مهارات وخطوات إعداد الأسئلة</li> <li>* استراتيجيات إجراء المقابلة الصحفية</li> <li>* كتابة الحديث الصحفي الرياضي</li> <li>* المؤتمرات الصحفية الرياضي</li> <li>* تعريف المقال الصحفي الرياضي</li> <li>* وظائف المقال الصحفي الرياضي</li> <li>* التخطيط لكتابة مقال صحفي رياضي</li> <li>* المقال الافتتاحي</li> <li>* المقال العمودي (العمود الصحفي)</li> <li>* المقال النقدي</li> <li>* المقال التحليلي الرياضي</li> <li>* مقال اليوميات (اليوميات الصحفية)</li> </ul>

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

المؤتمر العلمي الدولي لكلية التربية الرياضية/جامعة أسيوط الرياضة قوة وطن ورسالة سلام



أولاً	محتوى التصور
٥	<ul style="list-style-type: none"> <li>* مهارات الصحافة</li> <li>* مهارة الصحافة الرقمية</li> <li>* تعريف وأهمية الصحافة الرقمية</li> <li>* اهداف الصحافة الرقمية</li> <li>* خصائص ومميزات الصحافة الرقمية</li> <li>* متطلبات وأليات الصحافة الرقمية</li> <li>* مواصفات العاملين فى الصحافة الرقمية</li> <li>* مهارات وأدوات الصحافة الرقمية</li> </ul>
٦	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ماهية ومفهوم الرأى العام الرياضي</li> <li>* تعريفات الرأى الام الرياضي</li> <li>* خصائص الرأى العام الرياضي</li> <li>* أنواع وتقسيات الرأى العام الرياضي</li> <li>* قياس الرأى العام الرياضي المقومات الاساسية والمرجعية للرأى العام الرياضي</li> </ul>
٧	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ماهية ومفهوم وتعريف البرامج الرياضية</li> <li>* خصائص ومميزات البرامج الرياضية</li> <li>* أهمية البرامج الرياضية</li> <li>* التطور التاريخي للبرامج الرياضية بالاذاعة والتلفزيون</li> <li>* متطلبات تطوير البرامج الرياضية</li> <li>* التخطيط والاعداد للبرامج الرياضي</li> <li>* اخراج البرامج الرياضية</li> <li>* تقديم البرامج الرياضية</li> <li>* مواصفات ومؤهلات العاملين فى البرامج الرياضية</li> </ul>
٨	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ماهية التعليق الرياضي</li> <li>* تعريف ومفاهيم التعليق الرياضي</li> <li>* اهمية التعليق الرياضي</li> <li>* خصائص التعليق الرياضي</li> <li>* اهداف التعليق الرياضي الكفايات المهنية للمعلق الرياضي</li> <li>* مدارس وانواع التعليق الرياضي</li> <li>* مبادئ التعليق الرياضي</li> <li>* مواصفات المعلق الرياضي الناجح</li> </ul>

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

أولاً	محتوى التصور
٩	تطبيقات البرامج الرياضية * تطبيقات اعداد سيناريو البرامج الرياضية وتخطيطها * تطبيقات تقديم البرامج الرياضية * تطبيقات اخراج ومونتاج البرامج الرياضية * نماذج تقديم البرامج الرياضية بمختلف المنصات الاعلامية المرئية والمسموعة
١٠	الاعلان والتسويق الرياضي * ماهية الاعلان الرياضي * أنواع الاعلان الرياضي * خصائص الاعلان الرياضي * اهداف الاعلان الرياضي * ماهية التسويق الرياضي * خصائص التسويق الرياضي * اهداف التسويق الرياضي * استراتيجيات التسويق الرياضي * ديناميكية التسويق الرياضي
١ ١	تكنولوجيا الاعلام الرياضي * ماهية تكنولوجيا الاعلام الرياضي * تعريفات ومفاهيم التكنولوجيا فى الاعلام الرياضي * اهمية التكنولوجيا فى الاعلام الرياضي * أهداف تكنولوجيا الاعلام الرياضي * خصائص ومميزات تكنولوجيا الاعلام الرياضي * تطبيقات ونماذج تكنولوجيا الاعلام الرياضي * تكنولوجيا تقنيات الطباعة والاخراج الاعلامي فى المجال الرياضي
١ ٢	إدارة المؤسسات الاعلامية • ماهية المؤسسات الاعلامية • التخطيط فى المؤسسات الاعلامية • تطوير المؤسسات الاعلامية • اساليب الاداره الحديثه داخل المؤسسات الاعلامية • قواعد تصميم مشروعات المؤسسات الاعلامية نماذج من المنشآت والمؤسسات الناجحه فى مجال الاعلام الرياضي • مفهوم ادارة الافراد وتعريفها بالمؤسسات الاعلامية • اهمية واهداف ادارة الأفراد ووظائفها بالمؤسسات الاعلامية • معايير اختيار العاملين والقيادات بالهيئات بالمؤسسات الاعلامية

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

أولاً	محتوى التصور
١ ٣	اقتصاديات الاعلام الرياضي * ماهية اقتصاديات الاعلام الرياضي * مفهوم وتعريفات اقتصاديات الاعلام الرياضي * اهداف واهمية اقتصاديات الاعلام الرياضي * دراسة الجدوى الاقتصادية فى الاعلام لرياضي * متطلبات تطوير اقتصاديات الاعلام الرياضي * دور الاعلام فى الاقتصاد والاستثمار الرياضي * الاستثمار فى الاعلام الرياضي وانواعه واهميته
١ ٤	مناهج البحث فى الاعلام الرياضي * ماهية البحث العلمى فى الاعلام الرياضي * اهداف البحث العلمى فى الاعلام الرياضي * شروط البحث العلمى وخصائصة فى الاعلام الرياضي مناهج وأدوات البحث العلمى فى الاعلام الرياضي
١ ٥	الايخراج وتصميم المواقع الرياضية * ماهية الاخراج وتعريفاته ومفاهيمه * اسس اخراج الصحف الرياضية * الشروط الواجب توافرها فى المخرج الصحى * مهارات المخرج الصحفى * اخراج الصحف النصية والصفحات والصور والمجلات * تخطيط تصميم المواقع الرياضية * متطلبات تصميم المواقع الرياضية * الاخراج الصحفى فى المواقع الرياضي
١ ٦	تطبيقات ومشروعات إعلامية ميدانية * تنظيم احداث وفاعليات تطبيقية * التدريب على التخطيط لأشطة الاعلام الرياضي * تصميم المشروعات المرتبطة بالاعلام الرياضي
١ ٧	اللغة الانجليزية (اجباري) قواعد الكتابه والتحد باللغة الانجليزية تطبيقات اعلامية باللغة الانجليزية الترجمة الاعلامية باللغة الانجليزية
١ ٨	اللغة الاجنبية الثانية (اختياري) قواعد الكتابه والتحد باللغة (الفرنسية _ الايطالية_ الاسبانية) تطبيقات اعلامية باللغة(الفرنسية _ الايطالية_ الاسبانية) الترجمة الاعلامية باللغة (الفرنسية _ الايطالية_ الاسبانية)

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

أولاً	محتوى التصور
١	التسويق الإلكتروني
٩	ماهية التسويق الإلكتروني مفاهيم وتعريفات التسويق الإلكتروني أنواع التسويق الإلكتروني خصائص التسويق الإلكتروني الميج التسويقي الإلكتروني البنية التحتية للتسويق الإلكتروني ومتطلباته الأساسية
٢ ٠	القيادة في المجال الرياضي
	مفهوم القيادة وتعريفاتها انماط القيادة وخصائصها وأهميتها صفات النمط القيادي الأمثل نظريات وظائف القيادة ومصادر التأثي القيادي القيادة والادارة واتخاذ القرار القيادة والعلاقات الانسانية
٢ ١	إدارة الازمات والمخاطر
	ماهية المخاطر والازمات متطلبات التعامل مع الازمات الرياضية فى الاعلام مراحل إدارة الأزمة الفرق بين الازمة والخطر انواع المخاطر الرياضية دور الاعلام الرياضي فى معالجة الازمات والمخاطر الرياضية
٢ ٢	القوانين واللوائح الرياضية
	ماهية ، خصائص وهرمية للتشريعات والقوانين، الياضيه * الجهات المختصة بوضع التشريعات القوانين، الياضيه المحليه والدوليه * الدستور ، الياضيه * قانون، الياضيه * اشكال، اللوائح المحليه والدوليه * لوائح الهيئات الرياضيه عقود اللاعبين
٢ ٣	إدارة المسابقات الرياضية
	ماهية المسابقات الرياضية تعريفات ومفاهيم المسابقات الرياضية أهداف واغراض المسابقات الرياضية الاسس التى يجب مراعاته فى تنظيم المسابقات الرياضية خطوات تنظيم المسابقات الرياضية انواع المسابقات الرياضية طرق تنظيم المسابقات الرياضية

### تابع جدول رقم (٥)

التصور المقترح لبرنامج دراسة الاعلام الرياضي بجمهورية مصر العربية

محتوى التصور		أولاً
* المشاركة في احداث وفاعليات تطبيقية بالمؤسسات الصحفية * التدريب على التحرير والمراسلة الصحفية	تطبيقــــــــــــــــات ومشروعات صحفية ميدانية	٢ ٤
تخريج كوادر قادرة على التخطيط والتنظيم واعداد برامج العلاقات العامه وتنفيذها وتقييم اداء الاعلام الرياضي ومؤسساتها داخل مصر وعلى المستوى الدولي ومؤهلين للعمل فى مجال الاعلام الرياضي بما يحقق نجاح المجال فى جمهورية مصر العربية ويسهم فى ارتقاء المجتمع ترفيهيا وثقافيا واجتماعيا واقتصاديا	المخرجات التعليمية	
* المحاضره * المناقشه * ورش العمل * البحث * التدريب الميدانى	أساليب التعليم	
* الامتحان التحريري * الامتحان الشفوي * البحث * إعداد المشروعات	أساليب التقويم	

### الاستنتاجات:

- ١- عدم وجود خطة شاملة لتطوير دراسة الاعلام الرياضي والتخطيط لها.
- ٢- عدم وجود أفراد متخصصين في الاعلام الرياضي وكذلك عدم وجود تعاون بين كليات التربية الرياضية والسياحة والفنادق في إعداد المتخصصين وجود خطة قومية شاملة لذلك.

### التوصيات:

- ١- يوصى الباحث بتطبيق البرنامج الدراسي المقترح بكليات التربية الرياضية.
- ٢- إعداد خطة قومية شاملة لدراسة برامج الاعلام الرياضي وتأهيل المتخصصين والعمل على الاستفادة من الخبرات الدولية فى ذلك.

### (( المراجــــــــــــــــع ))

## أولاً: المراجع العربية:

- ١- إبراهيم محمود عب المقصود، حسن احمد الشافعى: الموسوعة العلمية للإدارة الرياضية (العلاقات- التنمية الإدارية- التسويق والتمويل فى المجال الرياضى- السياحة مصدر لتمويل الرياضة)، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط١، ٢٠٠٤.
- ٢- بسام صلاح محمد على، عادل عبدالمنعم محمد، محمد حامد فتحي: تصور مقترح لدراسة ادارة السياحة الرياضية بجمهورية مصر العربية، مجلة فنون وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية جامعة اسوان ٢٠١٩م
- ٣- جمال محمد على: الحديث فى الإدارة الرياضية، دار الفكر العربى، ط١، مصر، ٢٠٠٩.
- ٤- جمال محمد على: التنمية الإدارية فى الإدارة الرياضية والإدارة العامة، مركز الكتاب للنشر، مصر، ٢٠٠٨م.
- ٥- حسن احمد الشافعى: الإعلام فى التربيه البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، ٢٠٠٣.
- ٦- حسن عماد مكاوى، عادل محمد عبد الغفار: الاعلام والمجتمع فى عالم متغير، الدار المصرية اللبنانية، ط١، لبنان، ٢٠٠٨.
- ٧- حمدي أحمد الديب: جغرافية السياحة، ط٢، مكتبة الانجلو المصرية، ط١، مصر، ٢٠٠١.
- ٨- سامى محمد الشريف: الإعلام السياحى، دار النهضة، ط٣، مصر، ٢٠٠٦.
- ٩- عاطف محمد العبد: مدخل إلى الاتصال والرأي العام والأسس النظرية والإسهامات، ط١، دار الفكر العربى، القاهرة ١٩٩٧م.
- ١٠- غريب عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة فى المجتمع المعاصر مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، ٢٠٠٦.

- ١١- فهمى احمد العدوى: إدارة الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الاردن ٢٠٠٠.
- ١٢- محمد إسماعيل احمد تقويم البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلى، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية جامعة اسيوط، ٢٠١٠
- ١٣- محمد الصيرفي: الاعلام، دار الفكر الجامعى، ط١، القاهرة، ٢٠٠٩
- ١٤- محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ١٥- محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية المجلد الاول، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ١٦- محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلامية، المجلد السابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة، ٢٠٠٣
- ١٧- محمد منير حجاب : الإعلام السياحى، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٢م.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 18- Freyer, W, Sport- Tourismus, Eine marktorientierte Betrachtung, Regensburg, 2001.
- 19- Kursch, M, strategisches tourismus management bie sport gross ueranstalt ungen ein oekonomischer amsatz mit Daten zur fussball in, dreyer, A, (Hrsg) tourismus und sport wesbaden 2002.