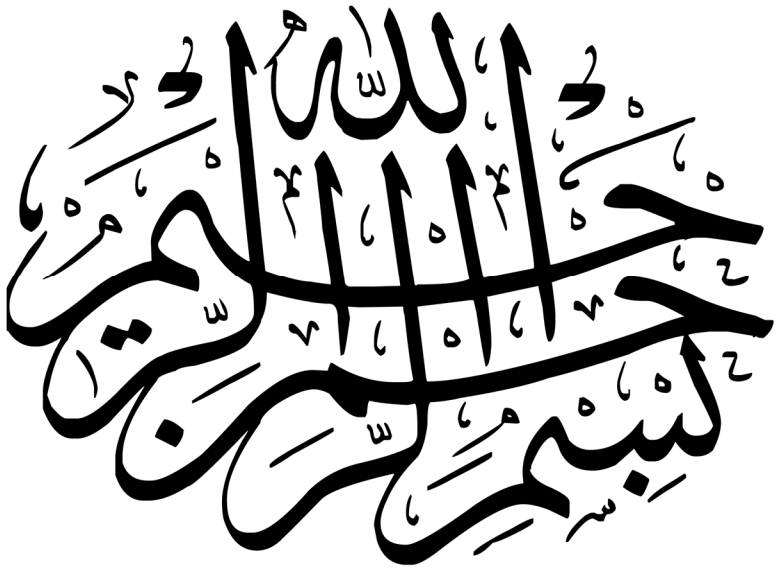
المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة أم القرى
كلية التربية
قسم التربية البدنية

تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية

إعداد
الباحث/ هاني جميل حسن حجازي
الرقم الجامعي/ ٤٣٦٨٠١٦٠

إشراف
الدكتور/ يوسف بن عطية الثبيتي
أستاذ الإدارة الرياضية المشارك بجامعة أم القرى

دراسة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية البدنية (تخصص الإدارة الرياضية)
١٤٤٠/١٤٤١هـ


بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص الدراسة

هدف الدراسة: وضع تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية.

منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي.

عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة مكونة من (١٤٨) فرداً من العاملين في البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية السعودية الحكومية (الإخبارية، والرياضية السعودية Ksa sports، sbc) والخاصة (روتانا، العربية، mbc، قناة ٢٤، قناة ٢٢، دوري بلس).

أداة الدراسة: تمثلت الأداة في استبانة مكونة من (٤٣) فقرة موزعة على ثلاثة محاور تقيس مدى توفر المتطلبات (التخطيطية، والبشرية، والمادية والتقنية) اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية.

الأساليب الإحصائية: استُخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد درجة توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية، كما استخدم اختبار "ت" (T-test) وكروسكال واليس (Kruskal-Wallis) للكشف عن دلالة الفروق تبعاً لمتغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة، توصلت الدراسة للنتائج الآتية:

- تتوفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة متوسطة.
- تتوفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة منخفضة.
- تتوفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة منخفضة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية تعزى لمتغير تبعية القناة لصالح القنوات الحكومية، وكذلك توجد فروق دالة إحصائياً تعزى لاختلاف عدد الدورات التدريبية لصالح الذين حصلوا على خمس دورات فأكثر، وفروق تعزى لاختلاف عدد سنوات الخبرة لصالح الذين قضوا في العمل من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة، بينما لم توجد فروق دالة إحصائياً تعزى لاختلاف طبيعة العمل، والمؤهل العلمي.
- قدمت الدراسة تصوراً مقترحاً لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية.

توصيات الدراسة: أوصت الدراسة بالعمل على توفير المتطلبات التخطيطية والبشرية والمادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية.

Abstract

Objective: To develop a proposed concept for the development of sports television programs in Saudi channels.

Methodology: The study followed the descriptive method.

Sample of the study: The study was applied to a group of (148) individuals working in sports programs in Saudi government TV channels (Al Ekhbariya, KSA Sports, and SBC) and private TV channels (Rotana, Al Arabia, MBC, 24 Sport, 22 Arab TV, and Dawri Plus).

Study tool: The tool consisted of a questionnaire consisting of (43) paragraphs distributed over three axes that measure the availability of requirements (planning, human, physical and technical) necessary for the development of sports television programs in Saudi channels.

Statistical Methods: Arithmetic averages and standard deviations were used to determine the degree of availability of requirements for the development of sports programs. The T-test and Kruskal-Wallis were used to detect the significance of the differences according to the study variables.

Results of the study, the study reached the following results:

- Planning requirements for the development of television sports programs in Saudi channels are available to a medium degree.
- Human requirements for the development of television sports programs in Saudi channels are low.
- The material and technical requirements for the development of TV sports programs in Saudi channels are low.
- There are statistically significant differences at the level of significance (0.05) between the average of responses of the study sample on the availability of the necessary requirements for the development of television sports programs due to the channel dependency variable for the benefit of government channels. Moreover, differences were attributed to the difference in the number of years of experience in favor of those who spent the work from 10 to less than 15 years.
- The study presented a proposed concept for the development of sports TV programs in Saudi channels.

Recommendations: The study recommended to take advantage of the proposed concept to be applied to television sports programs, and work to provide the planning and human, physical and technical requirements necessary for the development of these programs.

الإهداء

إلى أول غيمة في الدفء وأعمق نهر في المحبة...

أمي وأبي

إلى الوطن الذي أسكن إليه كلما تهت في الدروب...

إلى أخي وصديقي سامي جميل

إلى أساتذتي ومعلميّ ومن كان لهم فضل عليّ بعد الله تعالى

إلى زملائي ورفاق المسيرة في الرياضة والإعلام

إلى جميع أحبابي...

أهدي هذه الدراسة

الباحث

الشكر والتقدير

الحمد لله على تمام فضله وإكرامه، وسابغ إحسانه وإنعامه. الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وببركة عونه تتكامل الأعمال والحسنات، له الحمد سبحانه ملء السماوات والأرض، وملء ما شاء ربي من شيء بعد، وأصلي وأسلم على المصباح المضيء والسراج المنير، بدر الدجى، صلى الله عليه وسلم تسليماً كثيراً، وبعد،

فإن شكر أهل الفضل هو من تمام شكر الله تعالى، فأتقدم بالشكر إلى منارة العلم جامعة أم القرى، وإلى مصباحها المضيء، كلية التربية، وأخص بالشكر قسم التربية البدنية، رئيساً وأعضاء هيئة تدريس على جهودهم ودعمهم واجتهادهم لتطوير برامج الدراسات العليا في المجال الرياضي.

وشكري الذي يبلغ مداه موصول لسعادة الدكتور يوسف بن عطية الثبيتي، المشرف على هذه الدراسة، أشكره على دعمه وتشجيعه، وتعاونه، وسعة علمه ودماثة أخلاقه، نفع الله به، وجزاه عني خيراً.

والشكر لأستاذيّ الفاضلين، عضوي لجنة المناقشة، سعادة الدكتور عبداللطيف إبراهيم بخاري، وسعادة الدكتور رجاء الله دخيل الله السلمي، لتفضلهما بتشريفي بالموافقة على مناقشة الدراسة، ولا أشك أن موافقتهما هذه تثري الدراسة وتزيدها أهمية.

كما أشكر جميع أعضاء هيئة التدريس بقسم التربية البدنية، وأخص القائمين على برنامج الإدارة الرياضية.

والشكر كذلك لأساتذتي الأفاضل أعضاء هيئات التدريس بالجامعات السعودية، الذين تعاونوا في تحكيم أداة الدراسة.

ولا يفوتني في هذا المقام أن أقدم خالص شكري للزملاء العاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة، على تعاونهم أثناء تطبيق أداة الدراسة.

وخالص شكري وتقديري لكل من دعمني أثناء إعداد هذه الدراسة، ولمن خصني بدعوة، أو توجيه وإرشاد، أو فكرة، للجميع شكري مصحوباً بدعواتي، والله سبحانه يجزيكم عني خيراً، وآخر دعواتي أن الحمد لله رب العالمين.

الباحث

فهرس الموضوعات

الموضـــــــوع	الصفحة
- المستخلص باللغة العربية	أ
- المستخلص باللغة الإنجليزية	ب
- الإهداء	ج
- الشكر والتقدير	د
- فهرس الموضوعات	هـ
- فهرس الجداول	ح
الفصل الأول: مدخل الدراسة	
- المقدمة.	٢
- مشكلة الدراسة.	٣
- هدف الدراسة.	٥
- تساؤلات الدراسة.	٦
- أهمية الدراسة.	٦
- حدود الدراسة.	٧
- مصطلحات الدراسة.	٧
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات المرتبطة	
أولاً: الإطار النظري	١٠
المبحث الأول: الإعلام الرياضي التلفزيوني (المرئي)	١٠
— مفهوم الإعلام الرياضي التلفزيوني (المرئي)	١١
— تاريخ العلاقة بين التلفزيون والرياضة	١٢
— أهمية التلفزيون في المجال الرياضي	١٦
— خصائص التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية رياضية	١٨

الموضـــــــوع	الصفحة
المبحث الثاني: البرامج الرياضية التلفزيونية	٢٠
– مفهوم البرامج الرياضية التلفزيونية	٢٠
– أنواع البرامج الرياضية التلفزيونية	٢٢
– مقومات نجاح البرامج الرياضية التلفزيونية	٢٤
– التخطيط لإنتاج البرامج الرياضية التلفزيونية	٢٦
– البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية	٢٩
ثانياً: الدراسات المرتبطة	٣٣
– التعليق على الدراسات المرتبطة	٣٧
الفصل الثالث: إجراءات الدراسة	
– منهج الدراسة	٤٠
– مجتمع الدراسة وعينتها	٤٠
– أداة الدراسة	٤٣
– الأساليب الإحصائية	٤٨
الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها	
– عرض نتائج التساؤل الأول ومناقشتها	٥٠
– عرض نتائج التساؤل الثاني ومناقشتها	٥٣
– عرض نتائج التساؤل الثالث ومناقشتها	٥٦
– عرض نتائج التساؤل الرابع ومناقشتها	٥٨
– عرض نتائج التساؤل الخامس (التصور المقترح)	٦٢
الفصل الخامس: ملخص النتائج والتوصيات والمقترحات	
– أولاً: ملخص النتائج	٧٣
– ثانياً: التوصيات	٧٣

الموضـــــــــوع	الصفحة
– ثالثاً: المقترحات	٧٥
المراجع	
– المراجع العربية	٧٧
– المراجع الأجنبية	٨١
– المواقع الإلكترونية	٨٢
الملاحق	
– ملحق رقم (١) قائمة بأسماء المحكمين	٨٤
– ملحق رقم (٢) أداة الدراسة في صورتها النهائية	٨٦

فهرس الجداول

الرقم	العنـــــــــوان	الصفحة
١	توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفقاً للوظيفة والقناة وتبعيتها	٤١
٢	الاستبانات الموزعة والمستردة والعدد النهائي	٤١
٣	خصائص عينة الدراسة (ن =١٤٨)	٤٢
٤	عبارات الاستبانة وفقاً لآراء الخبراء	٤٤
٥	تقدير الحكم على استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة	٤٥
٦	معاملات ارتباط بيرسون بين الفقرات ومحاورها (ن=٣٠)	٤٥
٧	معاملات ارتباط بيرسون بين المحاور وبعضها بعضاً وبينها وبين الاستبانة ككل (ن=٣٠)	٤٦
٨	ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=٣٠)	٤٧
٩	درجة توفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية (ن=١٤٨)	٥٠
١٠	درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية (ن=١٤٨)	٥٣
١١	درجة توفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية (ن=١٤٨)	٥٦
١٢	اختبار "ت" (T-test) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغير تبعية القناة	٥٩
١٣	اختبار كروسكال واليس للفروق بين متوسطات الاستجابات تبعاً لمتغيرات الدراسة (طبيعة العمل، المؤهل العلمي، عدد الدورات التدريبية، عدد سنوات الخبرة)	٦٠

الفصل الأول

المدخل إلى الدراسة

- مقدمة
- مشكلة الدراسة
- هدف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

المدخل إلى الدراسة

مقدمة:

تمثل الرياضة أحد أهم الأنشطة المؤثرة في حياة معظم المجتمعات المعاصرة؛ ففضلاً عن أهميتها الترويحية، ودورها في تحسين اللياقة البدنية، وحفظ الصحة؛ فقد أصبحت أيضاً عنصراً له تأثيره البالغ في المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، الأمر الذي زاد انتشارها وجعلها موضع اهتمام عالمي، وقد أدى هذا الاهتمام وسعة الانتشار إلى أن أصبحت الرياضة منظومة متكاملة تتضمن العديد من الجوانب التي تدعم انطلاق الرياضة وتطورها وتحقيق أهدافها.

ويُعد الإعلام الرياضي، خاصة التلفزيوني، من أهم الجوانب التي تسهم في زيادة انتشار الرياضة وممارستها وتوعية الأجيال وتثقيفهم رياضياً، وفي هذا الصدد يشير علي (٢٠١٣، ١٧٧) إلى أن التلفزيون بوصفه وسيلة إعلام رياضية يمثل المرآة العاكسة للحياة الرياضية، وله أهمية كبيرة ومؤثرة يؤديها من خلال البرامج الرياضية في نشر الوعي الرياضي، ففضلاً عن المزايا المتعددة للتلفزيون؛ فقد أصبح من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً وأسهلها وأقواها تأثيراً، وذلك لأنه يستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى. والتلفزيون لما له من هذه القوة المؤثرة؛ فهو يحقق أهداف التربية الرياضية التي تتلخص في التنشئة الاجتماعية والترفيه والتوجيه والتعليم للفرد في جميع مراحله العمرية، وتشكيل الفرد الصالح للمجتمع من جميع النواحي، وهذه هي الرسالة التي يجب أن تعمل من أجلها وسائل الإعلام الرياضي بصفة عامة، والتلفزيون بصفة خاصة.

وأشار درباس (٢٠١٥، ٢) إلى أن سعة انتشار الإعلام الرياضي المتلفز أدى إلى سعي العديد من الدول إلى تخصيص وإنشاء قنوات محلية وفضائيات رياضية تهتم بمختلف أنواع الرياضات المحلية والعالمية، وذلك لأن الإعلام الرياضي المتلفز يتفوق على باقي وسائل الإعلام بما يتميز به من خصائص؛ فهو ينقل الأحداث الرياضية المختلفة حول العالم بطريقة مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد، كما يقدم الصورة الرياضية بنمط يجعل المشاهد يشعر بأنه على اتصال مباشر معها.

وتهتم كثير من القنوات التلفزيونية – حتى القنوات غير الرياضية- بتقديم برامج رياضية بوصفها عوامل جذب من أجل تنويع جماهيرها وزيادة عدد متابعيها؛ فالبرامج الرياضية تُعد نافذة مهمة لكثير من الجماهير على عالم الرياضة ومدخل رئيس لمتابعة الأحداث الرياضية والتثقيف الرياضي، وفي هذا الصدد يرى سعيد (٢٠١٥، ٣٦) أن البرامج الرياضية تمثل عين الجماهير الرياضية؛ فهذه البرامج تكون مخططة ومتخصصة، وتتمتع بالشمولية والعمق والجدية في طرح الأحداث الرياضية، وتقديمها في سياقها العام مع التحليل والتفسير والتقويم والتنبؤ بالنتائج والآثار، فهي لا تقدم الأحداث مجردة، بل تدعمها برأي الخبراء والمحللين والمختصين، كذلك المشاهدين والرياضيين، وذلك بهدف تعميق المعرفة الرياضية بما يستثير المشاهد، ويزيد الإقبال على متابعتها.

ولا شك أنه كلما التزمت هذه البرامج بالمهنية، وانطلقت من منهجية وأهداف محددة وفق خطة وتنظيم واضحين، وكوادر بشرية متخصصة ومدربة، وإمكانات مادية وقدرات فنية مناسبة؛ كانت أكثر قدرة على تحقيق أهدافها، ووصولاً إلى عقل المشاهد ووجدانه، وبالتالي يمكنها التأثير فيه وتوجيهه بطريقة إيجابية تحقق أهداف الرياضة والمجتمع معاً.

من هنا تتضح أهمية تطوير البرامج الرياضية، وضرورة توفير الإمكانات اللازمة لها، وتحسين أداء القائمين عليها، وتطوير مهاراتهم، وهذا يتطلب التعرف على مدى توفر متطلبات تطويرها من وجهة نظر العاملين فيها، وهو ما تنطلق منه هذه الدراسة، في محاولة لتقديم تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية بالقنوات السعودية.

مشكلة الدراسة:

تُعد البرامج الرياضية التلفزيونية من الأدوات التثقيفية المهمة لكثير من الجماهير الرياضية، أضف لذلك تأثيرها الكبير في تشكيل المعرفة والآراء والأفكار والتوجهات الرياضية لدى الجماهير، نتيجة شعبيتها العريضة، وما تتمتع به من عناصر جذب وتشويق، وخصائص تفاعلية تجعلها تحظى بحجم متابعة وإقبال واسعين.

وعلى الرغم من هذه الأهمية والخصائص التي تتمتع بها البرامج الرياضية التلفزيونية؛ إلا أن الواقع يشير إلى قصور في تحقيق أهدافها والقيام بأدوارها، وأن واقعها لا يصل إلى المستوى المأمول منها؛ حيث أشارت دراسة طبيشات (٢٠١٧) إلى أن متابعة البرامج الرياضية تعطي المشاهد مؤشراً على أن هناك فروق كبيرة في تناول الإعلاميين الرياضيين الموضوعات نفسها؛ فمنهم من يخرج عن أطر القيم الإعلامية والاجتماعية في تحليله وتفسيره للأحداث، وبعضهم يستثير العدوانية والتعصب في نفوس المشاهدين، وآخرون يحللون بناءً على اتجاهاتهم وانتماءاتهم الرياضية، وكثيراً ما تكون المعلومات المستمدة من البرامج ووسائل الإعلام الرياضي متناقضة، حتى أنها قد تتناقض في القناة الواحدة من برنامج لآخر.

وأكد إبراهيم (٢٠١٣، ٢) أن الوضع في بعض القنوات الرياضية أصبح نموذجاً فجاً بسبب التركيز على الربح، وتحقيق أعلى معدلات مشاهدة دون الاهتمام بالمضمون الجيد، بل والتركيز أحياناً على عوامل الإثارة من خلال افتعال الأزمات، وإتاحة الفرصة للملاسنات، والاتهامات المتبادلة، بهدف جذب المشاهدين والمعلنين، مع اعتماد هذه القنوات والبرامج الرياضية على فرق عمل ومقدمي برامج غير مؤهلين للعمل الإعلامي، رغم أن بعضهم من مشاهير الرياضة، لكن ينقصهم الموهبة والتدريب على العمل الإعلامي، والانضباط بالقيم والمواثيق الإعلامية والموضوعية.

وأشار الملا (٢٠١٨، ٢٤) إلى أنه على الرغم من وجود ما يزيد على مئة قناة تلفزيونية رياضية عربية تبث على مدار الساعة؛ إلا أن معظمها فضائيات لم تخرج من حاجة المجتمع العربية وثقافته، وهي بحاجة إلى قدرات إنتاجية ضخمة تعتمد على متطلبات المنظومة الرياضية الحديثة، وتسهم في صناعة الوعي، وتعزيز المعرفة وفقاً لضوابط أخلاقية ورياضية.

وفضلاً عن الضعف في الأداء أو عدم الموضوعية؛ فقد أظهرت دراسات العجمي (٢٠٠٥) والمهندي (٢٠٠٥) وعبدالعاطي (٢٠٠٩) وعلي (٢٠١٣) ومحمد وعلي (٢٠١٣) والسيد وعثمان (٢٠١٨) أن البرامج الرياضية في التلفزيون والقنوات الفضائية تعاني من العديد من المعوقات والمشكلات الإدارية، والفنية، والمادية، إضافة إلى المعوقات المرتبطة بالكوادر الإعلامية وتنميتها مهنياً،

وسوء التخطيط، وعدم كفاية الوقت المخصص لها، وأحياناً عدم الموضوعية في تحليل الأحداث الرياضية وتفسير نتائجها.

ومن خلال خبرة الباحث وعمله الإعلامي في البرامج الرياضية التلفزيونية في العديد من القنوات التلفزيونية بالمملكة العربية السعودية؛ فقد لاحظ أنا هناك مشكلات ومعوقات في أداء البرامج الرياضية، تطال العديد من الجوانب التخطيطية والمادية والبشرية، وأن الضرورة تقتضي العمل على تطوير هذه الجوانب؛ لتكون نقطة مضيئة في تطوير الإعلام الرياضي السعودي، وأداة لتنمية المجتمع وتنشئة الأجيال وتوعيتهم بطريقة راقية تتواءم مع قيم المجتمع وتوجهاته، وبما يحقق أهداف الرياضة التنموية الشاملة. في ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في وضع تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية، وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

١. التعرف على درجة توفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية.
٢. التعرف على درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية.
٣. التعرف على درجة توفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية.
٤. الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية تعزى لمتغيرات: طبيعة العمل، المؤهل العلمي، الدورات التدريبية، وعدد سنوات الخبرة.

تساؤلات الدراسة:

حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما درجة توفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية؟

٢. ما درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية؟

٣. ما درجة توفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية؟

٤. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين استجابات العاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية حول توفر المتطلبات المحددة بالدراسة تعزى لمتغيرات: طبيعة العمل، المؤهل العلمي، الدورات التدريبية، وعدد سنوات الخبرة؟

٥. ما التصور المقترح لتطوير البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية السعودية؟

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة فيما يأتي:

١. الأهمية العلمية: تكتسب الدراسة أهميتها العلمية من خلال العديد من النقاط، يأتي في مقدمتها الدور الفعال والمؤثر للإعلام في تطوير الرياضة، خاصة الإعلام المرئي الذي يُعد أكثر وسائل الإعلام جذباً وتشويقاً للجماهير الرياضية، كما أنه يؤدي دوراً مهماً وحيوياً في تنمية الوعي الرياضي لدى الجماهير، وصناعة الرأي العام الرياضي في المملكة؛ الأمر الذي يجعل من الأهمية بمكان وضع تصور لتطويرها في ضوء المستجدات والتطورات والتغيرات التي يعايشها المجال الرياضي، بما يربط الدراسات العلمية بالواقع الرياضي وتطويره، ويثري مكتبة الإدارة الرياضية من خلال دراسة يحتاجها الواقع، وتربط المجال الرياضي بالعوامل المؤثرة فيه.

٢. الأهمية التطبيقية: يؤمل أن تسهم نتائج الدراسة في تحديد متطلبات تطوير البرامج الرياضية، بما ينعكس إيجاباً على مستقبلها وقدرتها على النفاذ للجماهير الرياضية؛ وبذلك فإن هذه النتائج،

إضافة إلى التصور المقترح، قد يفيدان القائمين على إدارة البرامج الرياضية، ومخططيها، ومـــالكي القنوات الرياضية والقنوات الخاصة، والكوادر الإعلامية العاملة في البرامج الرياضية، في معرفـــة متطلبات تطوير البرامج الرياضية ووضع الخطط اللازمة لها بما يتفق ومرئيات العاملين فيها.

حدود الدراسة:

اقتصر تطبيق الدراسة على الحدود الآتية:

١. الحد الموضوعي: وضع تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنـــوات الســـعودية الحكومية والخاصة.

٢. الحد المكاني: طبقت الدراسة على القنوات التلفزيونية السعودية الحكومية (الإخبارية، والرياضية السعودية Ksa sports، sbc) والخاصة (روتانا، العربية، mbc، قناة ٢٤، قنـــاة ٢٢، دوري بلس).

٣. الحد الزماني: طُبقت الدراسة الميدانية خلال الفصل الدراســـي الثـــاني مـــن العـــام الدراســـي ١٤٣٩/١٤٤٠.

مصطلحات الدراسة.

١. البرامج الرياضية التلفزيونية:

عرف الحسن (٢٠١٣، ٤٥) البرامج الرياضية التلفزيونية بأنها "البرامج التي تقوم علـــى أســـس رياضية من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الرياضية والنقـــل الخـــارجي للمباريات الرياضية، وغيرها".

وتعرف إجرائياً في الدراسة الحالية بأنها: البرامج التي تقدمها القنـــوات التلفزيونيـــة الحكوميـــة والخاصة، وتحمل طابعاً رياضياً، وتوجه للجماهير الرياضية، وتتضمن الأخبار الرياضـــية، وتضـــطلع بنقل الأحداث الرياضية وتحليلها، وتثقيف الجماهير، وتحسين اتجاهاتهم نحو ممارسة الرياضة.

٢. القنوات التلفزيونية السعودية:

القنوات التلفزيونية كما عرفها الشال (٢٠٠٨، ٥١) بأنها "محطات تلفزيونية تبث إرسالها عـــبر الأقمار الصناعية، لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال؛ حيـــث يمكـــن

استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصـــناعي، وتقوم هذه الأجهزة بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون".

ويعرف الباحث القنوات التلفزيونية السعودية إجرائياً بأنها: المنصات الإعلامية الحكومية والخاصة التي تقدم مواد إعلامية مرئية متخصصة في المجال الرياضي، وتبث عبر الأقمار الصـــناعية، ويمكـــن لجميع الجماهير التقاط بثها بالأجهزة والتقنيات المخصصة لذلك.

٣. المتطلبات التخطيطية:

يُقصد بالمتطلبات التخطيطية إجرائياً: الأسس والآليات التي يجب مراعاتها وتوفيرها عند تخطـــيط البرامج الرياضية بالقنوات السعودية، والتي تسهم في تغيير الواقع القائم وتحسين الأداء بما يضمن تحقيق الأهداف.

٤. المتطلبات البشرية:

يُقصد بالمتطلبات البشرية إجرائياً: الكوادر العاملة في البرامج الرياضية، وضـــوابط اختيـــارهم، والعوامل اللازمة لتطويرهم مهنياً، وتحسين أدائهم وظروف عملهم.

٥. المتطلبات المادية والتقنية:

يُقصد بالمتطلبات المادية والتقنية إجرائياً: الموازنات المالية، والتجهيزات والأدوات والتقنيات التي يجب توفيرها للعاملين في البرامج الرياضية، بما يساعدهم في أداء مهامهم وتسهل إعداد هذه الـــبرامج وتقديمها بطريقة متطورة ومميزة وجاذبة للجماهير.

٦. العاملون في البرامج الرياضية:

يُقصد بهم إجرائياً في الدراسة الحالية: العاملون في إدارة البرامج الرياضية (مُقدّم برامج "مـــذيع"، مُعدّ برامج، مخرج، رئيس تحرير، وممنتج) بالقنوات التلفزيونية الســـعودية الحكوميـــة (الإخباريـــة، والرياضية السعودية Ksa sports، sbc) والخاصة (روتانا، العربية، mbc، قنـــاة ٢٤، قنـــاة ٢٢، دوري بلس).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات المرتبطة

أولاً: الإطار النظري

- المبحث الأول: الإعلام الرياضي التلفزيوني (المرئي)

- المبحث الثاني: البرامج الرياضية التلفزيونية

ثانياً: الدراسات المرتبطة

الفصل الثاني

الإطـــار النظري والدراســـات المرتبـــطة

يقدم هذا الفصل توضيحاً للأدبيات المرتبطة بالإعلام الرياضي المرئي، والبرامج التلفزيونية، وذلك من خلال الإطار النظري، كما يستعرض أهم الدراسات المرتبطة بالموضوع.

أولاً: الإطـــار النـــظري

المبحث الأول: الإعلام الرياضي التلفزيوني (المرئي)

يُعد التلفزيون (التلفاز)، أحد أهم الاختراعات التي ظهرت في القرن العشرين، وكـــان لتطـــوره وانتشاره أثر كبير في حياة البشرية؛ فقد غيّر معنى التواصل الإنساني، وربط العالم بطريقة جعلت منه قرية صغيرة مرتبطة بالبث الفضائي الذي دخل كل بيتٍ وغرفة، جاذباً جميع الفئات، كباراً وصغاراً، من خلال خصائصه المتعددة، وبرامجه وموضوعاته المتنوعة والمشوقة. وقـــد أدى تقـــديم الخـــدمات التجارية للبث الفضائي إلى دخول القطاع الخاص لمجال الاستثمار التلفزيـــوني، وظهـــور القنـــوات والشبكات التلفزيونية الخاصة، التي أحدثت منافسة قوية نتج عنها الاهتمام الكبير بالعمل الإعلامـــي التلفزيوني، وإدارته، وتطويره، وبمهارات العاملين في هذا المجال، فأنتج ذلك أفكاراً جديدة ومبدعة، وظهرت تجارب مميزة، كان من أهم ثمارها ظهور القنوات المتخصصة، مثـــل: القنـــوات التعليميـــة، والصحية، والدرامية، والرياضية، وغيرها، من القنوات التي تختص بجانب أو مجال محدد، وتوجـــه إلى جماهير محددة من خلال برامج مخططة ومختارة بعناية وتمس جوانب دقيقة في هذه المجالات.

وتمثل القنوات التلفزيونية الرياضية نوعاً من القنوات المتخصصة المشهورة التي تحظى بإقبال كبـــير من الجماهير الرياضية الذين يجدون فيها بغيتهم، وتطلعهم على أخبار المجال الرياضي، وتقـــدم لهـــم التحليلات والمعلومات التثقيفية اللازمة لهم حول مجالات اهتمامهم الرياضية.

ويسعى الباحث من خلال هذا المبحث إلى التعريف بالإعلام الرياضـــي التلفزيـــوني، وتاريخـــه، وأهميته، وخصائصه، وعوامل نجاحه.

مفهوم الإعلام الرياضي التلفزيوني (المرئي):

الإعلام التلفزيوني وسيلة من وسائل الإعلام الرياضي المتعددة التي تشترك معه في أهدافه ورسالته، والإعلام الرياضي كما عرّفه عويس وعبدالرحيم (٢٠٠٠، ٢٢): "العملية التي يتم من خلالها نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي".

ويرتبط مسمى الإعلام الرياضي التلفزيوني بالوسيلة المستخدمة في تقديم المحتوى الرياضي للجماهير، وهي التلفزيون، والتلفزيون كما عرّفه العجمي (٢٠٠٥، ١٣): "جهاز يتيح للمشاهد متابعة أحداث تدور أمامه دون أن يتكبد مشقة الانتقال إلى مكان الحدث".

كما يرتبط بالبث الفضائي، الذي يمثل المغذي الرئيس للتلفزيون بالمحتوى؛ فمن خلاله يتم بث المحتوى عبر موجات وترددات موجهة ليلتقطها المشاهدون عبر أجهزة التلفزيون؛ وقد ذكر سبتان (٢٠٠١، ١٧) أن البث الفضائي يتيح للشخص التقاط إرسال القمر الصناعي مباشرة من خلال محطة أرضية صغيرة في منزله؛ فالبث التلفزيوني المباشر لا يتم إلا من خلال قمر صناعي يستقبل البث من أي مركز على الأرض بواسطة هوائيات ذات قدرة عالية، وتحويل هذا البث إلى الأرض لتستقبله لاقطات الإشارة (Dich)، وهي ذات قدرة تقنية خاصة قادرة على استقبال الترددات العالية جداً من القمر الصناعي مباشرةً؛ ثم تحويلها إلى ترددات مناسبة للتلفزيون.

أما تعريف الإعلام الرياضي التلفزيوني؛ فينظر إليه سعيد (٢٠١٥، ٣٣) على أنه وسيلة إعلام رياضية جماهيرية مرئية، تجمع بين خصائص الصوت والصورة والحركة واللون، والنص أحياناً، تنقل الأخبار والأحداث الرياضية، وتتناول موضوعاتها، وتناقشها وتحللها من خلال إعلاميين متخصصين، ويدعمها بآراء الخبراء والمحللين والمختصين، بهدف تعميق المعرفة الرياضية.

ويرى شطاح (٢٠١٦، ٢٥٨) أن القنوات الرياضية التلفزيونية هي تلك القنوات المتخصصة في تقديم البرامج الرياضية المتنوعة، وهي قنوات ذات مضامين جادة تستجيب لاحتياجات المشاهد إلى المعرفة والمعلومة والثقافة والتربية الرياضية، وتتبع المواصفات الحرفية للعمل التليفزيوني. وتندرج القنوات الرياضية تحت نوعين من القنوات، أولها القنوات الرياضية العامة التي تقدم برامج رياضية

متنوعة، والنوع الثاني يتمثل في القنوات الرياضية المتخصصة في رياضة معينة، كأن يقتصر نشـــاطها على رياضة كرة القدم أو سباقات السيارات أو غيرها.

ويتضح من هذه التعريفات أن القنوات الرياضية التلفزيونية هي وسائل إعلام مرئية متخصصة في المجال الرياضي، تبث موضوعاتها الرياضية للمشاهدين تزامنياً (مباشر) وغير تزامني (مواد مســـجلة مسبقاً) عبر ترددات فضائية من خلال الأقمار الصناعية، يتم استقبالها ومشـــاهدتها في أي مكـــان في العالم على أجهزة التلفزيون المترلية، وتتيح معظم القنوات الرياضية حالياً إمكانية استقبال بثها علـــى الأجهزة الذكية بأنواعها المختلفة من خلال شبكة الانترنت.

تاريخ العلاقة بين التلفزيون والرياضة:

توجد علاقة تاريخية ثابتة بين التلفزيون والرياضة، وقد أشار ستوف (Stauff,2011,173) إلى أن هذه العلاقة اتضحت منذ ظهور البث التلفزيوني في ثلاثينيات القرن العشرين، حيث كان محـــوراً رئيساً في نقل الأحداث الرياضية الكبرى في ذلك الحين، مثل: الأولمبياد (الألعاب الأولمبيـــة)، وأول بطولة لكأس العالم في كرة القدم، ونقل مباريات الملاكمة، ثم استمرت هذه الوظيفـــة وتطـــورت، وأصبح التلفزيون مصدراً رئيساً من مصادر المعرفة الرياضية، ومتابعة المنافسات الرياضـــية المحليـــة والعالمية.

وذكر رحاحلة (٢٠١٣، ٧٢) أن نقل الأحداث الرياضية بدأ منذ عشرينيات القرن العشرين من خلال تغطية هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) بعض الألعاب المحلية مثل لعبة الـــزوارق، ثم تطـــورت للنقل بالصوت والصورة عام ١٩٣٥؛ حيث بدأت عمليات تسجيل الأفلام عن الأحداث الرياضـــية وعرضها بعد التسجيل بعدة أيام، ليشهد عام ١٩٣٧ نقلة نوعية عندما تم بث أول مباراة على الهواء مباشرة لسكان لندن، وفي غضون عشرة أعوام تطورت وسائل النقل التلفزيوني للأحداث الرياضـــية، لتتوج بنقل فعاليات الدورة الأولمبية في لندن عام ١٩٤٨، وأدخلت عدسات الزوم في العـــام التـــالي فقربت صورة البث، ومع ذلك فقد بقي البث في حدود جغرافية ضيقة، ليبدأ أول بث واسع المـــدى والدورة الأولمبية الثامنة عشرة التي أقيمت في طوكيو وتم نقلها إلى (٣٩) دولة في العالم، لتبدأ مرحلة جديدة للعلاقة بين الرياضة والتلفزيون.

وأشار النجار (٢٠٠٠، ٥٢) إلى أن التطور الذي حصل في الفضاء السمعي البصري العالمي، انعكس بصورة مذهلة على الرياضة؛ حيث أدى إلى تعدد القنوات، وظهور المحطات الخاصة والمتخصصة في الرياضة (الهرتزية المشفرة، أو المنقولة عبر الكابل، والفضائية المشفرة أو غير المشفرة)، فتصاعد الاهتمام بحقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية، وزادت المنافسة، وزاد تبعاً لذلك دخل المؤسسات والهيئات الرياضية بصورة كبيرة، وبطريقة كان لها أثر ملحوظ ومباشر في تطوير الرياضة بصورة عامة، وأصبح لا غنى للرياضة عن التلفزيون، ولا غنى للتلفزيون عن الرياضة.

وقد مرت العلاقة التاريخية بين الرياضة والتلفزيون بثلاث مراحل رئيسة، يمكن توضيحها على النحو الآتي:

١- مرحلة سيادة التلفزيون، أو عهد الاحتكار التلفزيوني:

امتدت هذه المرحلة كما ذكر رحاحلة (٢٠١٣، ٧٤) من الثلاثينيات إلى منتصف سبعينيات القرن العشرين؛ وفيها ركز منظمو الألعاب الرياضية على الانتشار من خلال التلفزيون، دون التركيز على حقوق البث، أو القبول بحقوق رمزية في مقابل دور التلفزيون في نشر اللعبة والدعاية للأندية والفرق الرياضية، وكانت البرامج الرياضية لا تمثل ما يزيد على ٥٪ من حجم البرامج التلفزيونية الأخرى.

وأشار النجار (٢٠٠٩، ١٣) إلى أن العرض الرياضي في هذه الفترة كان أكثر من الطلب التلفزيوني، وغابت المنافسة بين القنوات الحكومية المحتكرة للفضاء، بل إن بعض الاتحادات الرياضية كانت تلتزم بدفع تكاليف النقل التلفزيوني حتى تضمن نقل منافساتها، ومن ناحية أخرى قاومت بعض الاتحادات والأندية الرياضية البث التلفزيوني، بحثاً عن تحسين دخلها من بيع التذاكر في الملاعب، اعتقاداً بأن العرض التلفزيوني للأحداث يقلل من الإقبال على المشاهدة في المدرجات، لكن سرعان ما أدركت هذه الاتحادات والأندية شعبية الرياضة المتلفزة، وأهمية الدخل الذي يمكن توفيره من خلال حقوق البث، فتكتلت الأندية حول الاتحادات واللجان الأولمبية لتخضع لإدارة واحدة في تنظيم حقوق البث التلفزيونية لأحداثها الرياضية.

ويمكن اعتبار هذه المرحلة المنطلق لتأسيس دور التلفزيون في الرياضة، وقد استفادة الرياضة فيها أكثر من التلفزيون، إذ وضعت ورسخت وجودها كمادة ومضمون ضمن خريطة الموضوعات التلفزيونية، وأصبح لها وجودها ضمن جماهير التلفزيون، وليس معنى ذلك أن التلفزيون لم يستفد من الرياضة، إذ إنه في الحقيقة أسس لمضمون جديد ضمن المضامين التي تتناولها برامجه وأنشطته، وهو المضمون الرياضي، وأضاف لجماهيره نوعاً جديداً يتمثل في الجماهير الرياضية، وهي جماهير واسعة الانتشار وتشمل فئات كثيرة من المجتمعات، وذلك على الرغم من أنه لم يركز على الاستفادة المادية المتمثلة في الدعاية والإعلان.

٢- مرحلة الدفاع عن المصالح أو التحالفات:

بدأت هذه المرحلة كما أوضح رحاحلة (٢٠١٣، ٧٤) في منتصف سبعينيات القرن العشرين، وامتدت إلى نهاية الثمانينيات، حيث ظهرت النزعة التجارية لدى الاتحادات الرياضية، فزادت من قيمة حقوق البث على القنوات التلفزيونية، وتكتلت الأندية مع اتحاداتها، بينما تجمعت القنوات التلفزيونية في اتحادات مهنية وضعت حدوداً لمقابل حقوق البث ليبقى في حدود معقولة.

وقد أدت التكنولوجيا دوراً كبيراً في تطور علاقة التليفزيون بالرياضة في هذه المرحلة، حيث أشار شطاح (٢٠١٦، ٢٦٨) إلى أن نهائيات كأس العالم عام ١٩٦٢ كانت بداية لكي تأخذ علاقة التلفزيون بالرياضة شكلاً ونموذجاً آخر؛ حيث تم تسجيل المباريات في أفلام بيعت للتليفزيونات لتقوم ببثها لاحقاً، وفي مونديال إنجلترا لعام ١٩٦٦ استُخدمت لأول مرة أجهزة الفيديو بوصفها تقنية حديثة لبث المباريات، ليأتي مونديال المكسيك في ١٩٧٠ لتستخدم فيه لأول مرة الأقمار الصناعية في نقل المباريات إلى العديد من دول العالم.

ويمكن القول أن هذه المرحلة تمثل مرحلة التوازنات، فقد انتبهت القنوات التلفزيونية فيها لأهمية الرياضة كونها عنصر جذب جماهيري لمشاهدتها، وأدركت الاتحادات والأندية في الوقت ذاته أهمية الرياضة للتلفزيونات، ودورها في الوصول لشرائح كبيرة من المشاهدين، وهو ما أدى إلى فهم كل منهم لتأثيره في الآخر، ومحاولة الوصول لحلول وسط دون مبالغات في تقدير الأدوار وما ينعكس على ذلك من مقابلات مادية، وظهرت محاولات التلفزيونات لتقليص المبالغة في حقوق نقل الأحداث

الرياضية، وقامت الاتحادات والأندية بمحاولات لتحسين الدخل والاستفادة من البث عبر تسجيل المنافسات وبيعها للقنوات التلفزيونية.

٣- مرحلة المنافسة والتجارة، أو السوق المفتوحة:

ارتبط الدخول في هذه المرحلة بانتشار البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية مطلع التسعينيات، ما زاد من انتشار القنوات الرياضية الخاصة التي دخلت في منافسة مع التلفزيونات الرسمية، وأصبحت توظف إمكاناتها بطريقة اقتصادية نقلت المنافسة حول حقوق البث بين القنوات الخاصة، لتخرج التلفزيونات الرسمية من المعادلة، وقد أدت المنافسة الكبيرة في هذا المجال إلى عدة تأثيرات تمثل بعضها كما أشار النجار (٢٠٠٩، ١٦) في الزيادة الكبيرة لحقوق نقل الأحداث الرياضية، وظهرت الاحتكارات بصورة مبالغ فيها وصلت في بعض الأحيان إلى حرمان الكثير من الجماهير من مشاهدة الأحداث والمنافسات الرياضية، إلاّ أنه في الوقت ذاته أدى إلى زيادة موارد المؤسسات الرياضية، وانتشار الرياضة ودخولها معظم البيوت، والارتقاء بها لتصبح ظاهرة اجتماعية قادرة على تحريك الجماهير، وتطورت تبعاً لذلك أساليب التغطية الإعلامية ونقل الأحداث الرياضية، بل تغيرت استراتيجيات الهيئات التلفزيونية وملاك القنوات الرياضية، واتجه بعضها نحو امتلاك أسهم في الأندية الرياضية للتقليل من مقابل حقوق نقل الأحداث والمنافسات الرياضية، واعتبارها في الوقت ذاته استثماراً مضموناً.

وتعتبر هذه المرحلة مرحلة النشاط والإبداع، والانتشار الحقيقي للإعلام الرياضي التلفزيوني، حيث أدى وجوده وانتشاره إلى إضعاف دور الصحافة الرياضية الورقية، والإذاعة الرياضة؛ ليسيطر التلفزيون على الساحة الرياضية، من خلال عدد كبير من القنوات والبرامج الرياضية الاستثمارية، التي تتنافس بقوة على كسب الجماهير الرياضية وجذبهم، لتحسين دخلها ومكاسبها المادية، ولتتمكن في الوقت ذاته من تطوير أدائها لتجذب المعلنين والمستثمرين وتزيد من قيمة أسهمها وتسويق برامجها الرياضية.

أهمية التلفزيون في المجال الرياضي:

جاء اختراع التلفزيون مبشراً بتطورات ستغير مفهوم التواصل بين الناس، وهو ما حدث بالفعل مع ظهور الأقمار الصناعية، والتحول إلى البث من خلالها، وإمكانية استقبال البث التلفزيوني مباشرة في المنازل، ثم ظهور البث الرقمي، حيث أصبح التلفزيون أهم وسائل الإعلام بلا منـــازع، وأصـــبح تأثيره ملحوظاً في جميع المجالات، بما في ذلك المجال الرياضي؛ فالتلفزيون كان ولا يزال إلى اليـــوم أهم وسيلة إعلامية رياضية واسعة الانتشار، وفي هذا الصـــدد يشـــير دربـــاس (٢٠١٥، ٢) إلى أن التلفزيون بقنواته الفضائية تُعد من أهم وسائل الاتصال في تنمية الثقافة الرياضية ونشرها، لما له مـــن مزايا وقوة تأثير وسرعة انتشار وسهولة استخدام، واستحواذه على اهتمام المشاهدين لجمعـــه بـــين الصوت والصورة والحركة واللون؛ فأصبح قوة فاعلة تؤثر في المجتمعات، ومصدراً رئيساً للثقافـــة، كما أثبت أنه يتفوق على باقي وسائل الإعلام لقدرته على نقل الأحداث الرياضية المختلفة بطريقـــة مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد، كما يقدم الصورة الرياضية المتحركة بطريقة تشعر المشاهدين بالاتصال المباشر معها.

ويرى ستوف (Stauff,2011,173) أن طبيعة العلاقة بين الرياضة والتلفزيون تبرز أهمية كـــل منهما للآخر، إذ إنها علاقة تبادلية؛ فالرياضة تمنح التلفزيون جمهوراً عريضاً، ويُعد التلفزيـــون أكـــبر مصدر للدخل لأكثر الألعاب الرياضية شعبية. وفي الوقت ذاته تقدم الرياضات الاحترافية للتلفزيـــون تدفقًا لا ينتهي من الأحداث والجولات والمنافسات المستمرة التي تسهم في استمرار برامجها ونجاحها، هذا فضلاً عن المواسم الرياضية التي تزدهر فيها البرامج والقنوات الرياضية.

ويؤكد هيلس وكيندي (Hills & Kennedy, 2009) هذه العلاقة التبادلية بـــين الرياضـــة والتلفزيون، إذ يريان أن ظهور التلفزيون مثّل نقلة نوعية كبيرة للرياضة علـــى المســـتوى العـــالمي، وأصبحت الرياضة أقرب للناس وفي قلب اهتماماتهم، وفي الوقت ذاته زاد اهتمام النـــاس بـــالقنوات والبرامج الرياضية، مما أدخل هذه القنوات والبرامج ضمن منظومة الإعلام الكبيرة ذات الاهتمامـــات والجماهير الواسعة.

وأشار براهيمي (٢٠١٣، ٤٣) إلى أن أهمية التلفزيون ودوره المؤثر في الرياضة ينبعان من مميزاته، ومخاطبته حاستي السمع والبصر، ونقله الحدث الرياضي لمشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه بما فيه من معانٍ وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية أو خارجية بأسلوب سهل وجذاب، ويساعد على معرفة المشاهد المحيطة، ومعرفة العالم من حوله، لذلك تُعد الوظائف التي يقوم بها التلفزيون أكثر اتساعاً وتنوعاً مما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، إذ يمتلك مجالاً أوسع وأغنى لتقديم الأحداث الرياضية للمشاهدين وتقويمها وتحليلها بطريقة موضوعية ومتخصصة.

ويرى راجحي (٢٠١٢، ٢٨) أن تفوق التلفزيون في المجال الرياضي يرجع إلى قدرته على نقل الأحداث الرياضية مباشرة، أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد، مع تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يشعر المشاهد بأنه على اتصال مباشر معها، فيعيش أحداثها، وتغرس فيه حب الاستطلاع.

وأورد عبدالعاطي (٢٠٠٩، ٢٠) عدداً من المزايا لاستخدام التلفزيون في المجال الرياضي، والتي يمكن تلخيصها فيما يأتي:

١. تحقيق الكثير من الأهداف الرياضية، لأنه أقرب وسيلة للاتصال بين الجماهير والرياضة بطريقة مباشرة، ومن خلال جمعه بين الرؤية والصوت والحركة واللون والتحكم.
٢. تتنوع البرامج الرياضية التي يقدمها التلفزيون، بما ينوع من أهدافها وآثارها على المشاهدين.
٣. يسهم في تكوين اتجاهات جديدة، أو دعم اتجاهات إيجابية نحو ممارسة الأنشطة الرياضية.
٤. تزويد الجماهير بالمعلومات الرياضية غير الشائعة، والتعرف على مستجدات الألعاب الرياضية.
٥. توعية الجمهور بأهمية تنمية اللياقة البدنية وممارسة الأنشطة الرياضية.
٦. نشر الثقافة الرياضية ودعم أساليبها المختلفة.
٧. مواكبة الأحداث الرياضية محلياً وإقليمياً وعالمياً، وتقييمها من جانب الخبراء والمتخصصين في المجال الرياضي.
٨. إعلاء قيمة البطولات الرياضية.

ويؤكد عبدالله (٢٠١٨، ٢٦) أن دور القنوات التلفزيونية الرياضية لا يقتصر على نقل المعارف والأحداث الرياضية المباشرة، ولكن يتعداها إلى الأشكال الرياضية المختلفة وغير المباشرة التي تستطيع من خلالها جذب جماهير متنوعة إليها، وتقديم المضمون الرياضي لهم في قالب مناسب، مثل البرامج التثقيفية التي تتناول بعض القضايا الرياضية بالنقد، والتي يمكن من خلالها تغيير لمق يم والثقافة والاتجاهات نحو الرياضة، وفي الوقت نفسه يمكن من خلالها نشر الثقافة والقيم والاتجاهات الإيجابية بين مشاهديها، خاصة الشباب منهم.

وخلاصة ما سبق أن التلفزيون اليوم، ممثلاً في القنوات والبرامج الرياضية المتنوعة، يمثل أحد العناصر الأكثر تأثيراً في الرياضة، وفي الجماهير الرياضية على حد سواء، ففضلاً عن التأثير الاقتصادي للقنوات التلفزيونية في الرياضة، وما تقدمه من دعم مادي كبير مقابل حقوق نقل الأحداث والمنافسات الرياضية؛ فإنها تقوم بدور كبير في إبراز الرياضة والرياضيين في المجتمع، وصناعة البطولات والأبطال، والترويج للأندية والمنتخبات، فضلاً عن تأثيرها في التثقيف الرياضي للجماهير الرياضية، وما تقدمه من معارف ومعلومات رياضية تحسن اتجاهاتهم نحو ممارسة الرياضة والاهتمام باللياقة البدنية، وفي الوقت ذاته؛ فإن هذه القنوات وبرامجها الرياضية المختلفة يمكن أن تؤدي دوراً سلبياً وتحريضياً وتؤجج الصراعات والعنف والشغب، إذا لم يتم التخطيط لها ولضيوفها ومضمونها بعناية؛ بما يتفق مع قيم المجتمع واتجاهاته ومع المبادئ الرياضية التي تقوم على روح المنافسة الشريفة، وهذا يعطي تصوراً حول مدى تأثير التلفزيون في سلوك المشاهدين وقدرته على تكوين رأيهم وتوجيههم؛ الأمر الذي يتطلب تخطيطاً يراعي هذه الجوانب.

خصائص التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية رياضية:

للتلفزيون مجموعة من الخصائص التي تميز استخدامه عن غيره من وسائل الاتصال الجماهيري، فالتلفزيون يمتاز كما أشار الحيلة (٢٠١٤، ٣٤٨) بأنه يقرب الأماكن، ويقدم للمشاهد أشخاص وأشياء ليس باستطاعتهم التعرف إليها بطريقة أخرى، كما يتسم بخصيصة الإمتاع، والقدرة على التأثير في المشاهد، والتوضيح، وتزويد المشاهدين بفرص متكافئة للتعلم والمعرفة، فضلاً عن قدرته على إظهار الأشياء بأشكالها، وألوانها الحقيقية، وبشكل فوري.

وحدد العدوان (٢٠١١، ٣٨) أهم خصائص التلفزيون كوسيلة إعلام رياضية تتمثل فيما يأتي:

١. الفورية، حيث يقدم الأحداث الرياضة وأخبار الرياضة ويعرضها من مكانها وقت حدوثها.
٢. التكاملية في نقل الواقع، إذ تتشارك خصائص الصوت والصورة والحركة في رسم صورة واقعية متكاملة للحدث الرياضي.
٣. الانتشار الجغرافي، أو تجاوز الحدود الجغرافية، فالبث التلفزيوني يتخطى كل الحواجز، ويمكنه الوصول إلى معظم الأماكن في العالم، خاصة بعد انتشار الأقمار الصناعية.
٤. تنوع الجمهور الرياضي، إذ يجذب كافة شرائح المجتمع من خلال التنوع في البرامج وأساليبها.

وأضاف عبدالعاطي (٢٠٠٩، ٢٧) الخصائص الآتية:

١. حرية الاختيار، فقد أصبح التلفزيون يتيح قدراً كبيراً من حرية الاختيار؛ حيث يمكن للمشاهد أن يختار البرنامج الذي يريده، والفقرة التي يرغب في مشاهدتها، وذلك دون التقيد بموعد البرنامج، فقد تحرر التلفزيون بدرجة كبيرة من التقيد الزمني الذي تفرضه محدودية ساعات الإرسال.
٢. الاسترجاع، تتيح التقنيات الحديثة في التلفزيونات استرجاع مواد معينة، وإعادة مشاهدتها، وتثبيت أجزاء منها، وبذلك يشارك التلفزيون الصحيفة المطبوعة في قابلية الاسترجاع.

وأضاف عبدالله (٢٠١٨، ٢٥) خاصية مهمة للتلفزيون في المجال الرياضي، وهي القدرة على تعديل السلوك وتغيير الاتجاهات، حيث يزداد نجاح القنوات الرياضية في تغيير الاتجاهات في الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والحيرة حول أمور رياضية معينة، فتستطيع القنوات الرياضية حينئذ أن تحدث تغييرات كبيرة وتنشر اتجاهات وقيماً جديدة، من خلال برامجها المقدمة وأنشطتها وفعالياتها المنقولة، ما يمكن معه توجيه المجتمع وإرشاد أفراده وتبصيرهم.

ويرى الباحث أن أهم خصائص التلفزيون بوصفه وسيلة إعلامية رياضية، تتمثل في الإتاحة، وسهولة الوصول إليه في كل مكان تقريباً، ووجوده في كل بيت، وانخفاض تكلفة الحصول على المعرفة الرياضية ومتابعة الأحداث والمنافسات دون التقيد بالحضور في أماكنها، ما يوفر الوقت والجهد، فضلاً عن إمكانية متابعتها في وقت لاحق إذا لم يتفق توفر الوقت مع وقت بثها، أضف إلى ذلك كله التنوع الكبير الذي توفره القنوات الرياضية في البرامج والموضوعات الرياضية، وما تقدمه من معرفة وتحليلات تزيد من وعي المشاهد الرياضي وفهمه للأحداث الرياضية، وشعور المشاهد

بالتفاعل والاندماج خلال المشاهدة الحية للأحداث والتحليلات، وهو ما لا تتمكن أي وسيلة إعلامية أخرى توفيره للمشاهدين.

المبحث الثاني: البرامج الرياضية التلفزيونية

تمثل البرامج الرياضية أحد أركان العمل في القنوات التلفزيونية الرياضية، وهي مكون رئيس في هيكل البرامج للقنوات غير المتخصصة، وتؤدي هذه البرامج دوراً مهماً في الجذب الجماهيري، والتأثير فيهم وتوجيههم وتشكيل ثقافتهم الرياضية، وهي تحمل ذات الأهمية التي يحملها التلفزيون في المجال الرياضي، بل هي في الأساس التي تعطيه أهميته وقوة تأثيره من خلال الاستفادة من خصائصه وقدرته على النفاذ إلى الجماهير، لتقدم المحتوى بطريقة فنية تجذب هذه الجماهير وتغير قيمهم واتجاهاتهم الرياضية وفقاً لأهداف القناة والبرنامج.

ويتناول المبحث الحالي التعريف بالبرامج الرياضية التلفزيونية، وأنواعها، وتخطيطها، ومقومات نجاحها، مع التعريف بأهم البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية.

مفهوم البرامج الرياضية التلفزيونية:

البرنامج التلفزيوني بصورة عامة هو مادة إعلامية يتم تقديمها للمشاهدين وفقاً لهدف معين وفي وقت محدد عبر البث المباشر أو من خلال التسجيل المسبق، وفي هذا الصدد يُعرف الشميمري (٢٠١٠، ٢٢١) البرنامج التلفزيوني بأنه "فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية، لتحقيق هدف معين".

وعرفه عمرون (٢٠١٤، ٢٠١) بأنه "شكل فني يشغل مسافة زمنية محددة، ويُقدَم في مواعيد ثابتة، سواء يومياً، أو أسبوعياً أو نصف شهري، أو شهرياً، لعرض مادة علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية".

أما البرامج الرياضية التلفزيونية، فقد ذكر الشربيني (٢٠٠٩، ١٨١) أنه مصطلح يُطلق على التقسيم التنظيمي الخاص بالبرامج الرياضية في الهياكل التنظيمية للقنوات التلفزيونية، وهذا التقسيم منوط بتقديم المضمون الرياضي بأشكاله المختلفة، سواء كان ذلك أخباراً أو نقلاً للمباريات أو البطولات أو غيرها مما يتعلق بالأنشطة الرياضية أو الملاعب واللاعبين وغيرهم في البرامج الرياضية.

وعرّف عوض الله (٢٠٠٥، ٩) البرنامج الرياضي التلفزيوني بأنه "مجموعة من الأنشطة والفعاليات والمواد الإعلامية في المجال الرياضي للألعاب الرياضية المختلفة، يتم تنفيذها في توقيتات محددة أثناء إرسال القناة، وفي علاقات مخططة يتم أثناءها استهلاك موارد وتطبيق تقنيات، كما يتولى مسؤولياتها أفراد يعملون في تناسق وصولاً لأهداف مرغوبة ومحدودة".

ويرى ستوف (Stauff,2011,173) أن البرامج الرياضية التلفزيونية هي صحافة رياضية مرئية، تُقدم للمشاهد ما يحتاجه من معرفة ومتعة رياضية في مكانه من خلال جهاز التلفزيون، في صورة تقارير حية، ومقتطفات رياضية، وبرامج حوارية، وتحليلات، وتعليق على الأحداث الرياضية، وتنبؤات حول المنافسات الرياضية ونحوها.

وعرف العدوان (٢٠١١، ٩) البرامج الرياضية بأنها "أي برامج تُبث عبر شاشة التلفزيون، تتعلق بالأنشطة أو الأخبار أو الصور الرياضية، بغض النظر عن القالب أو الشكل الذي تُقدم فيه".

والبرامج الرياضية من وجهة نظر الجفيري (٢٠١٥، ١٨) هي البرامج التي تتناول التحليلات الرياضية، أو استضافة رياضيين، وتركز على تلخيص الألعاب الرياضية، والأخبار المرتبطة بالرياضة وتحليلها، وتكون بعضها في نشرات الأخبار كفقرة ضمنية، أو في برنامج خاص يحتوي على حوارات ومقابلات مسجلة أو حية مع شخصيات رياضية.

يتضح مما سبق أن البرامج الرياضية التلفزيونية، تمثل المادة الإعلامية التي تختص بموضوع أو جانب رياضي معين، سواء كان يتناول أخبار المنافسات والأحداث الرياضية، أو يحللها في إطار تخصصي، أو في حوارات تتناول القضايا الرياضية المختلفة بالنقاش وتبادل الآراء، أو تتناول جوانب معرفية رياضية تثقيفية في إطار فني يجمع بين خبرة فريق الإعداد والتقديم وبين خصائص التلفزيون وعناصر الجذب التي يمتاز بها.

أنواع البرامج الرياضية التلفزيونية:

تتعدد أنواع البرامج التلفزيونية الرياضية، وهي غالباً لا تختلف كثيراً عن أنواع البرامج التلفزيونية بصورة عامة، سوى أنها متخصصة في الموضوعات والقضايا الرياضية، ويمكن توضيح أهم أنواع البرامج الرياضية التلفزيونية فيما يأتي:

١. البرامج الرياضية العامة:

البرنامج الرياضي العام كما أشار راجحي (٢٠١٢، ٢٧) هو في الغالب برنامج أسبوعي تقدم القنوات من خلاله للجماهير حصيلة الأسبوع من المنافسات الرياضية المختلفة والمتنوعة، بطريقة عرض سريعة وموجزة دون تحليلات عميقة، ويهدف هذا النوع من البرامج إلى نشر الوعي بالثقافة الرياضية، والتعريف بالأحداث الرياضية، ويكون لهذا البرنامج مقدم وفريق تحرير وإعداد يقومون على مدار الفترة قبل بث البرنامج بجمع الأخبار والموضوعات الرياضية المحلية والإقليمية والعالمية، ومعالجتها بطريقة فنية.

وبصورة عامة، فإن البرامج الرياضية العامة تجمع إلى حد كبير بين الصفة الإخبارية التي تستعرض أخبار الرياضة، وبين المنوعات الرياضية، في محاولة لجمع وتقديم معظم ما يتعلق بالمجال الرياضي خلال فترة البرنامج.

٢. البرامج الرياضية الإخبارية:

تتمثل هذه البرامج في نشرات الأخبار الرياضية، التي قد تُقدم بصورة مستقلة في القنوات الرياضية المتخصصة، أو ضمن النشرة الإخبارية، أو حصاد الأخبار اليومي في القنوات غير المتخصصة، مثلها مثل فقرة الأخبار الاقتصادية على سبيل المثال، ويُكتفى فيها بعرض الأخبار المتعلقة بالمجال الرياضي، سواء نتائج المنافسات، أو أخبارها ومواعيدها، أو المستجدات والقرارات وما يتعلق بالمجال الرياضي بصورة خبرية.

وهذه البرامج على قدر كبير من الأهمية، لأن الوظيفة الإخبارية تُعد كما أشار محمد (٢٠١٧، ٤٩) من أهم وظائف الإعلام الجيد؛ فالبحث عن الأخبار الرياضية وتجميعها، والسبق إلى نشرها هو جوهر صناعة الإعلام المعاصر، والخبر اليوم يُعد أساس المعرفة. وقد أصبحت هذه البرامج تأخذ أشكالاً عدة، مثل: نشرة الأخبار، والتقرير الإخباري، والتحليل الإخباري، والتعليق الإخباري، ويتم تدعيمها من قبل مراسلين ومصورين في أرض الواقع.

٣. البرامج الرياضية الحوارية (المقابلات):

يُعد هذا النوع من أهم البرامج التي تستحوذ على مساحة كبيرة من خريطة البرامج الرياضية في معظم القنوات الرياضية، ويُعرّف الجفيري (٢٠١٥، ١٣) البرامج الحوارية بأنها برامج يستضيف فيها المذيع ضيفاً أو أكثر، ويتحاورون معاً ويتبادلون الأفكار والآراء أو يحللون مشكلة أو قضية أو حدثاً رياضياً، بهدف زيادة المعرفة وتوعية الجمهور.

وأشار عبدالمقصود (٢٠٠٩، ٩٦) إلى أن هذا الشكل البرامجي يحظى باهتمام كبير من أغلبية المشاهدين في جميع أنحاء العالم، خصوصاً إذا كان يتسم بالجرأة والصراحة، ويناقش مشاكل وقضايا ترتبط بمصالح واهتمامات الجماهير الرياضية. ولذلك فإن الإعداد للبرامج الحوارية، وامتلاك مهارات الحوار من مقدم البرنامج، وحسن اختيار الضيوف، هي عناصر على قدر كبير من الأهمية عند التخطيط لهذا النوع من البرامج.

٤. برامج الحديث المباشر:

يُعد هذا النوع من أبسط أنواع البرامج الرياضية، وقد أشار الشميمري (٢٠١٠، ٢٢٢) إلى أنه يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما لجمهور الشاشة، أو جمهور موجود في الاستوديو ويتم بثه في الوقت نفسه، وهو يعتمد كلياً على شخصية المتحدث الذي يجب أن يكون متمكناً من مهارات الإلقاء، قادراً على عرض الموضوع ببساطة ووضوح، وجذب الانتباه الدائم، مع عدم التكلف.

وذكر الكريم (٢٠٠٧، ٥١) أنه قد تتاح الفرصة في هذا الشكل لرأي الجمهور واستفساراته من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني؛ ما يزيد من فاعليته وجذبه للمشاهدين، وقد يستعين المتحدث في بعض الأحيان بمواد مسجلة مع التعليق عليها، ويطلق بعضهم على هذا الشكل مسمى القالب الوصفي أو الاستدلالي.

ويؤكد عبدالمقصود (٢٠٠٩، ٩٥) أن برامج الحديث المباشر رغم بساطتها وبساطة إعدادها، إلا أن موضوعاتها يجب أن تكون ذات أهمية عند معظم المشاهدين، وأن يحافظ المتحدث على وحدة الموضوع الذي يتحدث فيه، مع التركيز والاختزال الشديد والثقافة العالية حوله.

ويرى الباحث أن هذا النوع من البرامج لا يحظى بالانتشار على خريطة البرامج الرياضية، لأنها لا تجذب المشاهد الرياضي الذي يميل إلى الحركة والحوار والنقاشات وتعدد الآراء للخروج بوجهة نظر شمولية حول الموضوع الرياضي المطروح، وهذا يتفق مع الطبيعة الاجتماعية للرياضة وحركيتها، والتفاعل الذي يدور حول أنشطتها.

٥. البرامج الوثائقية:

البرامج الوثائقية كما عرفها الجفيري (٢٠١٥، ١٧) هي برامج تعرض معلومات جديدة حول الموضوعات الرياضية، وتتعامل هذه البرامج مع الأخبار والمعلومات والآراء، وتغطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية، ويمكن أن تتضمن القضايا والموضوعات المطلقة غير المحددة بزمن معين.

ويرى الباحث أن هدف هذه البرامج هو هدف تثقيفي بالدرجة الأولى، وأنه يمكن تنويع محتوى البرامج الوثائقية لتخدم المجال الرياضي بصورة كبيرة، من خلال توثيق مراحل تطور الرياضة بصورة عامة في الدولة، أو تطور الرياضات المحلية، أو التوثيق للشخصيات الرياضية، أو الأحداث الرياضية التي شاركت فيها المنتخبات والاتحادات، أو تطور الخدمات الرياضية المساندة، والإعلام الرياضي، وغيرها من الجوانب المتعلقة بالرياضة وتشريعاتها وأنظمتها.

مقومات نجاح البرامج الرياضية التلفزيونية:

هناك العديد من العوامل التي تسهم في نجاح البرنامج الرياضي التلفزيوني، وقد حدد الفكي (٢٠٠٨، ٦٤) أهم هذه المقومات في حداثة فكرة البرنامج وجديتها، واحتياج الناس للموضوع الذي يتناوله، وتنوع المصادر وتكاملها بحيث تعبر عن كل الاتجاهات المرتبطة بالموضوع الذي يتم تناوله في البرنامج، ودقة المعلومات ونسبها إلى مصادرها، كما ينبغي تأكيد أهمية دور مُعد البرنامج في جمع المعلومات الكافية عن الشخصية أو الضيف والموضوع، بما يساعد فريق العمل على إخراج العمل بشكل مناسب وبطريقة صحيحة ودقيقة تحقق أهداف البرنامج.

ويرى محمد (٢٠٠٩، ١٠٨) أن نجاح البرامج الرياضية التلفزيونية يقتضي التخطيط السليم ووضع سياسة واضحة مبنية على نتائج وأبحاث المستقبلين (جمهور المشاهدين)، كما يقتضي التنظيم الكامل للقناة التلفزيونية بما يمكن من تحصيل عائد عالي القيمة من العمليات البرامجية. والتخطيط بهذا

الفهم عملية مستمرة إلى نهاية الدورة التلفزيونية، وهو إنجاز علمي ينبغي أن يكتسب صفة الاستمرار بالمتابعة لاكتشاف أوجه القصور ونقاط الخلل وتفاديها خلال الخطط المستقبلية.

وأورد عبدالعاطي (٢٠٠٩، ٣٥) مجموعة من المقومات اللازمة لنجاح البرامج الرياضية التلفزيونية، والتي يمكن تلخيصها فيما يأتي:

١. أن تسبق إنتاج البرامج الرياضية دراسة مفصلة للجمهور المستهدف، من حيث آراؤه واهتماماته ورغباته وميوله، والمتغيرات النفسية والاجتماعية المؤثرة فيه.
٢. توفير الكوادر البشرية المتخصصة ذات الكفاءة والتخصص، سواء من معدي البرامج، أو مقدميها، والمخرجين، والفريق الفني.
٣. توفير الأجهزة والمعدات الخاصة بنقل أو تسجيل الأحداث والمقابلات الرياضية، كالكاميرات ومعدات التصوير والصوت، وأجهزة الاتصال، وسيارات نقل البث الخارجي، وأجهزة التسجيل والإضاءة ونحوها من التجهيزات المادية الضرورية لضمان جودة إعداد البرنامج.
٤. تجهيز استوديوهات البث والتنفيذ، واستوديوهات التسجيل والإنتاج التي تتم فيها المقابلات وإجراء الحوارات التلفزيونية.
٥. توفير ميزانية مالية مناسبة للبرنامج، تمكن من إجراء تطويرات، والخروج بالبرنامج إلى أرض الواقع (التصوير الخارجي)، وتوفير المتطلبات اللازمة للعمل.
٦. إلمام القائمين على الإنتاج بعملية إنتاج البرامج التلفزيونية، وكافة مراحلها، بدءاً من اختيار الفكرة وانتهاءً بالتقديم، بما في ذلك الالمام بالأساليب العلمية في الإنتاج، بما يضمن توظيف كافة الإمكانات المتاحة بكفاءة لتحقيق أهداف البرنامج.

وحدد الجفيري (٢٠١٥، ١٢٨) سمات البرنامج التلفزيوني الناجح فيما يأتي:

١. تحديد الجمهور المستهدف، ومراعاة خصائصه فيما يتم تناوله وعرضه من موضوعات.
٢. التحضير الجيد، وجمع المعلومات المناسبة للموضوع.
٣. تناول قضايا وموضوعات رياضية هادفة.
٤. تنوع الفقرات، مع مراعاة الترابط.

٥. سلامة الأسلوب اللغوي لمقدم البرنامج، بما يناسب جميع مشاهديه.

٦. الإيجاز والاختصار في النصوص التي يتمحور حولها البرنامج.

ويرى الباحث أن نجاح البرنامج الرياضي التلفزيوني، مهما كان موضوعه، يرتبط بوجود رؤية ورسالة للبرنامج، وأهداف محددة بدقة بحيث تكون هذه الأهداف واقعية وقابلة للتحقق، ويقوم على تحقيقها فريق عمل متخصص ومتكامل ومتعاون، ولديه القدرة على الإبداع في تخطيط البرنامج انطلاقاً من احتياجات الجماهير الرياضة، متجنباً التقليد الذي يهدر الطاقات والإمكانات ويقتل الإبداع، أضف إلى ذلك الحاجة إلى توفر الإمكانات المادية والتقنية التي تسهم في توفير التجهيزات والتقنيات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية والارتقاء بها.

التخطيط لإنتاج البرامج الرياضية التلفزيونية:

البرامج الرياضية التلفزيونية هي مواد إعلامية يتم إنتاجها من خلال توفير وتداخل العديد من الإمكانات البشرية والفنية والتقنية والمادية، وهو ما يعني أن عملية الإنتاج هذه لابد أن تكون عملية مخططة وفق معايير وضوابط وخطوات تضمن نجاح البرنامج في تحقيق أهدافه، فالتخطيط كما أشار عبدالعاطي (٢٠٠٩، ٣٢) أصبح سمة من سمات الإعلام الرياضي الحديث، لأنه يمثل الأسلوب والمنهج السليم للنهوض بالعمل البرامجي التلفزيوني، وهو عملية منظمة تتضمن اتخاذ مجموعة من الإجراءات والقرارات المتصلة بإستراتيجية إنتاج البرامج الرياضية للوصول إلى لأهداف التي يسعى القائمون على هذه البرامج لتحقيقها، من خلال الاستفادة القصوى من كافة الموارد والإمكانات البشرية، والمادية، والفنية.

وتمر عملية التخطيط لإنتاج البرامج الرياضية التلفزيونية بعدة خطوات رئيسة، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

١. مرحلة ما قبل الإعداد (مرحلة التخطيط والإعداد):

تمثل هذه الخطوة مرحلة التحضير للبرنامج، وتشمل عدداً من الإجراءات والعناصر التي يرى إبراهيم (٢٠١٥، ١١٥) أنها تتمثل في اختيار الفكرة، وتحديد عناصرها، والتي يجب أن تكون جديدة، ومبتكرة، وجذابة، وبسيطة، وتلامس الواقع الرياضي، وتراعي قيم المجتمع وتخدم أهداف

البرنامج وأهداف المجال الرياضي، كما يتم في هذه المرحلة جمع المعلومات اللازمة حول موضوع البرنامج أو فكرته، وحصر المستجدات المرتبطة به حتى لحظة بث البرنامج أو تسجيله، ثم إعداد خطة العمل التي تتطلب وضع المخطط العام للبرنامج، وتحديد ضيوفه، وفقراته، والمدة، وموازنته، وما يتعلق بتنفيذه، وأدوار فريق العمل. بعد ذلك يتم كتابة السيناريو الذي يعطي تصوراً كاملاً عن البرنامج وخطوات تنفيذه مكتوبة، ومحدد فيها كل الإجراءات التي سيتم تنفيذها عملياً.

وأشار الكريم (٢٠٠٧، ٢٩) إلى أن كتابة سيناريو البرنامج يدخل في تكوينه العناصر الأساسية للعمل التلفزيوني، وهي الصورة، والصوت، والحوار، والمؤثرات المرئية والصوتية؛ ولذلك يجب على مُعدّ البرنامج أن يضع في حسبانه عند كتابة السيناريو المشاهد واللقطات والصور، وأنه يكتب للكاميرا؛ فالصورة التلفزيونية هي التي تنقل معظم المفاهيم والمعلومات والمعاني للمشاهد.

ويرى الباحث أن هذه المرحلة تتطلب من فريق الإعداد امتلاك الخبرة، والثقافة الواسعة حول موضوع البرنامج، والقدرة على قراءة الواقع الرياضي، والإلمام بأبعاده، وتحليلها واستنطاق المعلومات من الأحداث والأخبار الرياضية؛ لتكون مادة مميزة، وجاذبة ومشوقة للجماهير الرياضية، وتحترم اهتماماتهم وعقلياتهم، وتعطي البرنامج في الوقت ذاته قوة وقدرة على التميز والمنافسة. كما تتطلب هذه المرحلة تنسيق الجهود بين فريق الإعداد والتصوير والتقديم، للوصول إلى أفضل صياغة للسيناريو بما يحقق أهداف البرنامج. إضافة إلى ضرورة وضع آليات يتبعها معدو البرنامج في اختيار الضيوف والمفاضلة بينهم، وتكون معايير متبعة في كل حلقة من البرنامج عند اختيار الضيوف.

٢. مرحلة الانتاج (التصوير والتسجيل):

أشار الطيب (٢٠١٦، ٤٧) إلى أنه في هذه المرحلة يتم التنفيذ الفعلي لما تم التخطيط له مما سيجري داخل الاستوديو أثناء بث البرنامج أو تصويره، وما يشمله ذلك من تحديد أماكن الكاميرات، والصور الثابتة، والميكروفونات، والديكورات، ومجالات تحريك كل كاميرا أثناء التصوير، وفي حالة التصوير الخارجي يتم تحديد مواقع التصوير وأماكن وجود كل فرد من فريق العمل داخل الموقع أثناء التصوير، وضبط كل الجوانب المتعلقة بالتصوير والتسجيل.

وذكر الكريم (٢٠٠٧، ٣٠) أنه يتم في هذه المرحلة تحويل السيناريو إلى عمل مرئي ومسموع بواسطة الكاميرات وأجهزة التسجيل، ويتم ذلك داخل استوديوهات مجهزة ومعدة بطريقة معينة وشروط محددة، وتحتوي على الأجهزة اللازمة للإنتاج، وقد يتم الإنتاج أحياناً خارج الاستوديوهات في حالة التصوير الإخباري، أو النقل الحي للوقائع والمنافسات الرياضية المختلفة، وهو ما يتطلب تجهيز المعدات والأجهزة بما يتوافق مع طبيعة البرنامج ومكان تصويره وتسجيله.

وتتطلب عمليات التصوير الميداني لنقل الأحداث الرياضية عملاً وتخطيطاً دقيقاً لمرحلة الإنتاج التمهيدي، إذ يرى عبدالعاطي (٢٠٠٩، ٤٩) أن الاستعدادات الدقيقة على قدر كبير من الأهمية عند إنتاج البرامج الرياضية من مواقع الأحداث الرياضية، وأن لكل عملية نقل ظروفاً خاصة تتطلب تعديلات وضبطاً للموقع وتحضيرات وتجهيزات خاصة، وضرورة أن تتوفر سيارات بث فضائي مجهزة، وكاميرات وإضاءة مناسبة، وتجهيزات لإمدادات الطاقة، وتجهيز مكان البث واستقبال ضيوف البرنامج.

ويرى الباحث أن هذه المرحلة تظهر مدى تمكن فريق الإنتاج، ومهاراتهم الفنية، وخبرتهم العملية، وقدرتهم على إخراج البرنامج بالصورة المناسبة الجاذبة والمشوقة للجماهير، وتلافي الأخطاء والمشاكل المتعلقة بالصوت والصورة والإضاءة والحركة، بحيث تتجنب تشتيت المشاهد أو إشعاره بالملل وعدم الارتياح، كما تبرز مهارات مقدم البرنامج في استدراك بعض المشكلات أو المعوقات التي تظهر عندما يكون النقل مباشراً. ومن الضروري التنويه إلى أن نجاح مرحلة الإنتاج، بل أحد أركان نجاح البرنامج ككل، يتعلق بتوفر التجهيزات الفنية والتقنية التي يعول عليها في جودة إنتاج البرنامج.

٣. مرحلة ما بعد الإنتاج (المونتاج):

المونتاج كما عرفته المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني (٢٠٠٨، ٢) هو عملية تجميع المشاهد التي تم تصويرها في أماكن متفرقة، وترتيبها، وإلغاء بعض اللقطات وحذفها من البرنامج بطريقة تضمن للمشاهد تسلسل اللقطات وترابطها للتعبير عن فكرة معينة وفق رؤية المخرج، وتعد هذه المرحلة الأهم في مجال إنتاج البرامج التلفزيونية؛ لأنها هي التي تعطي البرنامج شكله النهائي بما يحقق أهدافه.

وأشار الكريم (٢٠٠٧، ٣٩) إلى أن وظيفة المونتاج ترتيب وتنسيق البرنامج، سواء كان على الهواء مباشرة أو كان مسجلاً، ويوضع في الحسبان عند إعداد المونتاج الأبعاد الفنية والفكرية للإنتاج، وأن يكون الترتيب منطقياً حسب السيناريو المعد للبرنامج، كما يتم إدخال العناصر الأخرى كالمؤثرات المرئية، ودمج المؤثرات الصوتية وضبطها مع الصورة، وهناك نوعان من المونتاج:

- المونتاج الفوري، وهو الذي يتم أثناء البث الحي للبرامج، مثل البرامج المصاحبة لنقل الأحداث الرياضية مباشرة، حيث يتم التحول من مصدر الصورة إلى مصدر آخر، أو إدخال الكتابة، أو إعادة بعض اللقطات والمشاهد.
- المونتاج اللاحق، وهو الذي يتم بعد التصوير والتسجيل، حيث يتم إعادة ترتيب المشاهد أو التعديل فيها وفقاً للسيناريو المكتوب، وإدخال العناصر المرئية والصوتية عليها.

البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية:

بدأ بث التلفزيون السعودي منذ ستينيات القرن العشرين حيث ذكر الفارسي (١٤١٨، ٣٥٠) أن أولى تجارب الإرسال التلفزيوني بدأت في عام ١٣٨٥هـ (١٩٦٥) في محطتي الرياض وجدة، ثم عملت على تعميم البث التلفزيوني في جميع مدن المملكة خلال السنوات اللاحقة، وقد حرصت وزارة الإعلام على تحسين خدمات التلفزيون وتنميتها والاستعانة بأحدث التقنيات وأكثرها تطوراً، حتى بات مبنى التلفزيون السعودي شاهداً على التفوق التكنولوجي، بما يتضمنه من أحدث الاستديوهات وتقنيات الإنتاج والبث التلفزيوني.

وقد بدأ التلفزيون السعودي بقناتين، إحداهما تبث باللغة العربية والأخرى باللغة الإنجليزية، ومع التطوير تم إضافة قناة إخبارية، وأخرى رياضية. ومع دخول خدمة الأقمار الصناعية، بدأ الاستثمار الإعلامي في المملكة بإنشاء القنوات الخاصة التي تنوعت أهدافها وتخصصات عملها، والتي ظهر في إطارها العديد من القنوات الرياضية.

وفيما يأتي تعريف بأهم البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بالمملكة العربية السعودية:

أولاً: القنوات الرياضية المتخصصة

١- القناة الرياضية السعودية Ksa sports

تُعد أول قناة رياضية رسمية في المملكة العربية السعودية، أسست عام ١٤٢٣، وهي قناة رياضية وشبابية متخصصة في تغطية الأحداث والمناسبات الرياضية والشبابية المحلية والخليجية والعربية طبقاً لسياسة وزارة الإعلام وهيئة الإذاعة والتلفزيون، وتسعى إلى تقديم عمل إعلامي إخباري وبرامجي هادف وبناء، يتكئ على القيم الإعلامية الأصيلة للمشاركة الفاعلة في بناء الرياضة السعودية وتثقيف الشباب وتسليط الضوء على النشاطات الرياضية بنسق إخباري وتحليلي يتسمان بمبادئ الإعلام ورسالته في المملكة العربية السعودية، وتقدم مجموعة برامج رياضية متنوعة لكافة الألعاب الرياضية.

٢- قناة دوري بلس

قناة تلفزيونية ومنصة إلكترونية رياضية سعودية خاصة، تخصصت في نقل فعاليات الدوري السعودي وكأس خادم الحرمين الشريفين للعام ٢٠١٨ من خلال خدمة البث الحي، مع امكانية مشاهدة جميع المباريات مباشرة على الأجهزة الذكية بشكل تفاعلي عالي الدقة، بالإضافة إلى العرض من خلال القناة الفضائية، وتتضمن أنشطتها الاستوديوهات التحليلية الفنية قبل المباريات وأثناءها وبعدها.

٣- قناة ٢٤ الرياضية:

قناة رياضية سعودية خاصة، بدأت بثها في عام ٢٠١٥، وهي تابعة لقناة سعودي ٢٤، تقدم حزمة برامج رياضية تستهدف الجمهور الرياضي مثل برنامج الحصاد الرياضي، وسواليف رياضية، ومجلس ٢٤، والتي تناقش وتتابع أهم المستجدات في الساحة الرياضية في الأندية السعودية والخليجية والعربية إضافة إلى الأحداث الرياضية العالمية.

٤- قناة ٢٢ الرياضية:

قناة ٢٢ هي قناة رياضية سعودية خاصة، تهتم بالجوانب الرياضية والاجتماعية والشبابية، وتقدم مجموعة من البرامج الرياضية الحوارية، كما تهتم بالرياضة السعودية وتغطي أبرز أحداثها. مثل برنامج " الحصاد الرياضي، وكلام تويتر"

ثانياً: البرامج الرياضية في القنوات العامة

١- قناة الإخبارية "برنامج المنتصف":

قناة فضائية سعودية رسمية تقدم برامج وتقارير إخبارية محلية وإقليمية وعالمية باللغة العربية، وتهدف إلى تقديم صورة جديدة عن المملكة، بدأت بثها فعلياً في عام ٢٠٠٤، وتبث برامجها وأخبارها على مدار الساعة. تقدم قناة الإخبارية ضمن حزمة برامجها برنامجاً رياضياً واحداً هو "المنتصف"، الذي أطلقته القناة في عام ٢٠١٥، وهو برنامج حواري يهتم بمناقشة الأحداث الكروية على الساحة المحلية، من خلال استضافة شخصيات رياضية وإعلامية بارزة، ويتم عرضه عند منتصف الليل أيام السبت، والأحد، والاثنين

٢- قناة روتانا "برنامج كورة" :

قناة روتانا هي قناة سعودية خاصة، لديها حزمة برامج متنوعة، من ضمنها البرنامج الرياضي "كورة" الذي يستعرض أهم أحداث كرة القدم التي يشهدها الشارع الرياضي السعودي، من خلال عرض وتحليل النقاد الرياضيين الذين يستضيفهم البرنامج في الاستوديو أو عبر الأقمار الصناعية ويعرض يومياً عند الساعة الحادية عشرة والنصف مساءً.

٣- قناة العربية "برنامج في المرمى":

قناة العربية هي قناة سعودية خاصة، متخصصة إخبارياً، وتعد جزءاً من مجموعة mbc، وتعتمد على التغطية المستمرة والمتابعة الآنية لكل التطورات في المنطقة، وتقدم ضمن حزمة برامجها وتغطياتها برنامج "في المرمى" الذي يستضيف نخبة من نجوم الكرة السعودية، ويتابع الأحداث الرياضية في المملكة العربية السعودية مع نشرات أخبار رياضية دورية.

٤- قناة mbc "برنامج صدى الملاعب":

قناة mbc هي قناة سعودية خاصة، تقدم مجموعة متنوعة من البرامج، من ضمنها البرنامج الرياضي "صدي الملاعب الذي يُقدَم يومياً عند منتصف الليل، ويقدم البرنامج تغطية بتقارير يومية للدوري السعودي ومبارياته، ويُجري لقاءات مباشرة مع مجموعة من النقاد والكتاب الرياضيين، كما

يستضيف رؤساء ومسؤولي الأندية الرياضية في المملكة ولاعبي بعض الفرق، ويجري لقاءات منوعة عبارة عن استطلاعات رأي للجمهور قبل وبعد كل مباراة من مباريات الدوري السعودي.

٥- برامج قناة sbc "برنامج الوقت الأصلي "

قناة sbc هي قناة تلفزيونية رسمية مفتوحة تبثها هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية، بدأ بثها عام ٢٠١٨ وتقدم مجموعة متنوعة من البرامج والدراما والمواد الثقافية، ومن ضمنها برنامج "الوقت الأصلي" الرياضي، وهو برنامج حواري يستضيف مجموعة من النقاد الرياضيين لمناقشة أبرز الأحداث الرياضية اليومية.

يلاحظ مما سبق أن البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية تتنوع طبقاً لتخصص القناة، عامة أو رياضية؛ فالقنوات العامة غالباً ما تقتصر على بعض البرامج التي تستعرض أخبار الرياضة والأحداث الرياضية محلياً وعربياً وعالمياً ضمن النشرات الإخبارية العامة، إضافة لبعض البرامج الحوارية التي تستعرض أهم الأحداث الرياضية في الشارع الرياضي السعودي أو المنطقة، من خلال عرض وتحليل النقاد والخبراء الرياضيين. بينما تتنوع خريطة البرامج في القنوات الرياضية المتخصصة لتشمل البرامج الحوارية، والإخبارية، والتحليلية، والتثقيفية، وتُعد البرامج الرياضية التثقيفية هي الأقل تناولاً من بين أنواع البرامج الرياضية، إضافة للتغطيات الخاصة للأحداث والمناسبات الرياضية. ويلاحظ في الفترة الأخيرة أن البرامج الرياضية، خاصة في القنوات الرياضية المتخصصة، أصبحت تتناول معظم الرياضات بالعرض والتحليل، بدلاً من التركيز السابق على كرة القدم الذي كان على حساب الرياضات الأخرى.

ثانياً: الدراسات المرتبطة:

يستعرض هذا الجزء الدراسات المرتبطة بموضع الدراسة حيث تم عرضها وفقاً لتسلسلها التاريخي من الأقدم إلى الأحدث، وتضمن عرض كل دراسة عنوانها، وهدفها، ومنهجها، وأداتها، وعينتها، وأهم نتائجها، وذلك على النحو الآتي:

دراسة العجمي (٢٠٠٥) بعنوان "تقييم واقع قناة الكويت الرياضية كما يراه أفراد المجتمع الرياضي في دولة الكويت"، هدفت الدراسة إلى معرفة أداء قناة تلفزيون الكويت الرياضية من التغطية، والبرامج، وتحليل الأحداث الرياضية والتعليق الرياضي، والنواحي الفنية، والكوادر البشرية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبانة تم تطبيقها على عينة مكونة من (٣١٠) فرداً من المجتمع الرياضي (معلمي تربية بدنية، أعضاء اتحادات وأندية، مدربين، ومسؤولين رياضيين)، وأظهرت النتائج أن التغطية الرياضية والتحليل والنقد والنواحي الفنية كانت بدرجة متوسطة، بينما ظهرت نتائج كفاءة الكوادر البشرية، والتعليق الرياضي، والعلاقات العامة بدرجة ضعيفة، كما أظهرت النتائج وجود فروق تعزى إلى طبيعة العمل لصالح أعضاء الأندية الرياضية والمدربين.

دراسة المهندي (٢٠٠٥) بعنوان "تقويم برامج الإعلام الرياضي بمملكة البحرين"، هدفت الدراسة إلى تقويم برامج الإعلام الرياضي بمملكة البحرين في الجوانب المادية والإدارية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، باستخدام استبانة تم تطبيقها على عينة مكونة من (١٦٧) فرداً من العاملين بالإعلام الرياضي والمؤسسات والاتحادات والأندية الرياضية المختلفة بمملكة البحرين، وأسفرت نتائج الدراسة عن عددٍ من النتائج، أهمها عدم كفاية الوقت المخصص للبرامج الرياضية، وعدم كفاية الإمكانات المادية المتاحة لتنفيذ البرامج الرياضية، كذلك عدم وجود هيكل وظيفي للعاملين في البرامج الرياضية، وقلة تدريبهم، وتركيز البرامج الرياضية على نوعية معينة من الأنشطة الرياضية نتيجة عدم المتابعة المستمرة والشاملة لجميع الأنشطة الرياضية.

دراسة كابرينكا وآخرين (Capranica, at el ,2008) بعنوان "مستوى تغطية التلفزيون الإيطالي للمرأة والجمهور خلال دورة الألعاب الأولمبية في أثينا عام ٢٠٠٤م"، وقد هدفت

الدراسة إلى التعرف على مستوى البرامج التلفزيونية المقدمة للذكور والإناث، وتقدير حجم المتابعة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام بيانات البث التلفزيوني للأحداث الرياضية، ومؤشر التقدير للمقارنات. وقد أظهرت النتائج أن البرامج التلفزيونية لا تتوازن في التغطية، حيث ركزت على البرامج الرياضية المخصصة للذكور، على الرغم من أن المشاركات في الألعاب الرياضية بلغت ٤٥٪ من نسبة المشاركين، كما تبين من تحليل البيانات أن جمهور الذكور في مشاهدة البرامج التلفزيونية الرياضية أعلى بكثير من جمهور الإناث.

دراسة الشربيني (٢٠٠٩) بعنوان "تنظيم إعلامي مقترح لإدارة البرامج الرياضية بالقناة الخامسة بالتلفزيون المصري"، هدفت الدراسة إلى وضع رؤية إعلامية لإدارة البرامج الرياضية بقنوات التلفزيون المصري، وتحديداً القناة الخامسة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، باستخدام استبانة تم تطبيقها على مجتمع الدراسة المكون من (١٣٠) فرداً من العاملين بالبرامج الرياضية (مقدم برامج، معدّ برامج)؛ إضافة إلى استمارة لتحليل هيكل البرامج الرياضية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وضع رؤية لإدارة البرامج الرياضية، تضمنت تحديد رسالتها، وأهدافها، وتحديد نظم العمل وإجراءاته المقترحة لإدارة البرامج الرياضية بالقناة الخامسة.

دراسة عبدالعاطي (٢٠٠٩) بعنوان "نموذج مقترح لصناعة الإعلام الرياضي المرئي في جمهورية مصر العربية"، هدفت الدراسة إلى وضع نموذج مقترح لصناعة الإعلام الرياضي المرئي في جمهورية مصر العربية، واتبعت المنهج الوصفي المسحي، باستخدام المقابلات والاستبانة التي تم تطبيقها على عينة مكونة من (١٠٠) فرد من العاملين في البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الرئيسة والقنوات الرياضية الفضائية والأكاديميين الرياضيين. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن واقع البرامج الرياضية كان جيداً، وأنها ذات أهداف واضحة مرتبطة باحتياجات الجمهور الرياضي، كما أن مضمونها يتسم بالمصداقية، ووقتها كافٍ، ودورها مناسب في نشر الثقافة الرياضية والأخبار والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية، مع وجود العديد من المعوقات الإدارية والفنية والمادية والبشرية التي تؤثر في أداء العاملين بالبرامج الرياضية ومستوى تحقيق الأهداف. وخلصت الدراسة إلى تقديم نموذج مقترح لإدارة البرامج الرياضية المرئية.

دراسة علي (٢٠١٣) بعنوان "البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري بين الواقع ومتطلبات المشاهد: دراسة ميدانية لتلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي بولاية عين الدفلي"، هدفت الدراسة إلى تحليل مضمون البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري ومعرفة مدى إشباعها لاحتياجات تلاميذ المرحلة المتوسطة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت الأدوات في استبانة للتعرف على رأي التلاميذ في البرامج الرياضية تم تطبيقها على عينة مكونة من (١٠٠) تلميذ من المرحلة المتوسطة، إضافة إلى بطاقة تحليل مضمون البرامج الرياضية، وقد أشارت نتائج تحليل المضمون إلى وجود قصور في البرامج الرياضية من حيث عدم كفاية الفترة الزمنية المخصصة لتنمية الوعي الرياضي، وعدم التنويع في البرامج، أو جاذبية تقديمها بما يجذب المشاهدين، وتركيز الاهتمام على كرة القدم دون الألعاب الرياضية الأخرى، كما أشارت النتائج المتعلقة بعينة الدراسة إلى أن معظم البرامج الرياضية خالية من المضمون الهادف، وبحاجة إلى تطوير وتنويع.

دراسة محمد وعلي (٢٠١٣) بعنوان "واقع الاستديو التحليلي الرياضي لكرة القدم بالفضائيات السودانية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع استديو التحليل الرياضي لكرة القدم بالفضائيات السودانية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، باستخدام استبانة تم تطبيقها على عينة مكونة من (٥٠) فرداً من مقدمي استديوهات التحليل الرياضي والمحللين الرياضيين ومشاهدي البرامج الرياضية ومتابعيها، وقد أظهرت النتائج عدم جاهزية الاستديوهات بالتقنيات الحديثة واللازمة، وعدم توفر الكوادر الفنية المتخصصة، وضعف تأهيل المقدمين أو عدم تخصصهم في المجال الرياضي، وعدم إجادة ثقافة الحوار، وعدم الموضوعية، وضعف الخبرة الفنية والإعلامية لدى المحللين الرياضيين.

دراسة أونال (Unal,2014) بعنوان "مستوى إسهام وسائل الإعلام التلفزيوني الرياضي في تنمية المعرفة الرياضية لدى طلاب كلية التربية البدنية والرياضية"، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام مقياس مخصص للدراسة والمقابلات، والتي تم تطبيقهما على (٤٠٩) طالباً من طلاب كلية التربية البدنية والرياضية بجامعة موغلا التركية؛ حيث أظهرت النتائج أن مستوى الإسهام العام كان عالياً، كما اتضح أن تقييم أفراد العينة لمستوى الإعلاميين الرياضيين العاملين في البرامج التلفزيونية كان مرتفعاً.

دراسة درباس (٢٠١٥) بعنوان "اتجاهات النخبة الرياضية إزاء القناة الرياضية الأردنية"، هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة الرياضية إزاء القناة الرياضية الأردنية؛ وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، باستخدام مقياس اتجاهات تم تطبيقه على عينة من النخبة الرياضية مكونة من (٤٠٠) فرد من أعضاء هيئات التدريس بأقسام التربية الرياضية، ومعلمي التربية البدنية، والرياضيين وأعضاء مجالس إدارات الاتحادات والأندية. وقد أظهرت النتائج أن اتجاهات أفراد العينة كانت إيجابية تجاه ما تقدمه القناة الرياضية من برامج، كما أظهرت النتائج أن القناة الرياضية تسهم في تشكيل الوعي الرياضي للجماهير، وأن تحليلاتها الرياضية تتسم بالحيادية وعدم التحيز، وتستقطب ضيوفها من الأكاديميين، ولديها إمكانات فنية مناسبة لنقل الأحداث الرياضية، غير أنها تهتم بكرة القدم على حساب الألعاب الرياضية الأخرى.

دراسة سميث وبونفيجليولي (Smith&Bonfiglioli,2015) بعنوان "النشاط البدني في وسائل الإعلام: وجهة نظر الجمهور"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام، خاصة البرامج التلفزيونية في تعزيز ممارسة النشاط البدني، والتنمية الثقافية الرياضية للجماهير الرياضية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام المقابلات شبه المقننة التي تم إجراؤها مع (٤٦) فرداً من الجماهير الرياضية من البالغين في مدينة نيو ساوث ويلز في أستراليا. وأشارت النتائج أن القناة التلفزيونية الرسمية كانت الأكثر دعماً وتشجيعاً للنشاط البدني، والتغطية الإعلامية حول البرامج والأحداث الرياضية الداعمة لممارسة النشاط الرياضي، بينما أشارت النتيجة العامة إلى أن تغطية معظم القنوات والبرامج الرياضية للنشاط الرياضي والتشجيع عليه غير كافية.

دراسة الزواوي (٢٠١٦) بعنوان "دراسة لبعض الوسائل والتقنيات التي تشجع تلبية رغبات الجمهور في مجال البرامج الرياضية للتلفزيون الجزائري"، هدفت الدراسة إلى التعرف على الوسائل والتقنيات التي تسهم في تلبية البرامج الرياضية للتلفزيون الجزائري لرغبات الجمهور، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبانة تم توجيهها إلى عينة عشوائية مكونة من (٧٨) فرداً من الجماهير الرياضية. وأظهرت النتائج أن هناك عدة وسائل تسهم في تلبية رغبات جمهور الإعلام الرياضي للتلفزيون منها تنويع الشخصيات المستضافة (خبراء، مدربين، أكاديمين، جمهور) وتطوير

أساليب نقل الصوت والصورة، وهي على قدر كبير من الأهمية، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً تعزى لمتغير المؤهل، مع وجود فروق تعزى إلى متغير العمر لصالح الأكبر عمراً.

دراسة السيد وعثمان (٢٠١٨) بعنوان "واقع البرامج الرياضية في قنوات التلفزيون السودانية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع البرامج الرياضية في القنوات الفضائية السودانية من حيث شموليتها لكافة الفئات وتوازنها في عرض الأنشطة والأحداث الرياضية المختلفة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبانة تم تطبيقها على عينة مكونة من (١٥) فرداً من العاملين بالبرامج الرياضية والمجال الرياضي. وأظهرت نتائج الدراسة أن العاملين بالبرامج الرياضية لا يمكنهم تحديد أهداف البرامج الرياضية، كما اتضح قلة الاهتمام برياضة كبار السن والناشئين وذوي الاحتياجات الخاصة، مع الاهتمام المبالغ فيه بالأنشطة الرياضية التنافسية، وتحديداً كرة القدم.

التعليق على الدراسات المرتبطة:

تم استعراض مجموعة من الدراسات المرتبطة التي أجريت ما بين الفترة من عام (٢٠٠٥) إلى عام (٢٠١٨) واهتمت بتقييم أداء الإعلام الرياضي المرئي، أو تقديم رؤى وتصورات لتطويره، مع تنوع أهداف هذه الدراسات حيث سعت دراسات العجمي (٢٠٠٥) والمهندي (٢٠٠٥) وكابرينكا وآخرين (Capranica, at el ,2008) وعلي (٢٠١٣) ومحمد وعلي (٢٠١٣) والسيد وعثمان (٢٠١٨) إلى تقييم واقع أداء أو مستوى تغطية بعض القنوات والبرامج الرياضية، بينما سعت دراسات الشربيني (٢٠٠٩) عبدالعاطي (٢٠٠٩) إلى وضع تصورات أو تقديم رؤى مقترحة لتنظيم عمل البرامج الرياضية وتطوير أدائها،كما سعت درلس ات أونال (Unal,2014) وسميث وبونفيجليولي (Smith&Bonfiglioli,2015) للتعرف على مستوى إسهام وسائل الإعلام التلفزيوني الرياضي في تنمية بعض الجوانب الرياضية، في حين استقصت دراسة درباس (٢٠١٥) اتجاهات النخبة الرياضية إزاء القناة الرياضية الأردنية، بينما حاولت دراسة الزواوي (٢٠١٦) تحديد بعض الوسائل والتقنيات التي تشجع تلبية رغبات الجمهور في مجال البرامج الرياضية التلفزيونية.

واتبعت جميع الدراسات المرتبطة التي تم عرضها المنهج الوصفي، كما استخدمت معظم الدراسات الاستبانة أداة لجمع المعلومات، كابرينكا وآخرون (Capranica, at el ,2008) التي

استخدمت تحليل المحتوى، ودراسة أونال (Unal,2014) وسميث وبونفيجليولي (Smith&Bonfiglioli,2015) التي استخدمت المقابلات، ودراسة درباس (٢٠١٥) التي استخدمت مقياس اتجاهات.

ومن حيث العينة، فإن دراسات المهندي (٢٠٠٥) والشربيني (٢٠٠٩) وعبدالعاطي (٢٠٠٩) محمد وعلي (٢٠١٣) والسيد وعثمان (٢٠١٨) تعد الأقرب للدراسة الحالية من حيث تطبيقها على عينة من العاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات المرتبطة التي تم عرضها في كونها تطبق على العاملين في البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية الحكومية والخاصة، وهي حدود لم تتطرق إليها الدراسات السابقة، خاصة في إطار موضوعها الذي يستهدف تقديم تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية.

وقد أفادت الدراسة الحالية من الدراسات المرتبطة في جوانب عدة، من أهمها تحديد المنهج العلمي والأداة المناسبة للدراسة، والمتمثلين في المنهج الوصفي والاستبانة، كما استفادت منها في تحديد مشكلة الدراسة، وإعداد أدبياتها، ومقارنة نتائجها.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة وعينتها
- أداة الدراسة
- الأساليب الإحصائية

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

يستعرض الفصل الحالي الإجراءات المنهجية لتطبيق الدراسة الميدانية، من حيث التعريف بالمنهج العلمي المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها وطريقة اختيارها وخصائص أفرادها، وأداة الدراسة، وخطوات إعداد والتأكد من صدقها وثباتها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل.

منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، والذي يعتمد كما أشار عبيدات وأبو السميد (٢٠٠٢، ٩٥) على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً بالأساليب الإحصائية، وكيفياً بتوضيح خصائصها.

ويُعد المنهج الوصفي المسحي الأنسب للدراسة الحالية، لإمكانية شمولها لمعظم أفراد مجتمع الدراسة، كما يمكن من خلاله تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، ومن ثم تعميم نتائجها في حدودها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية السعودية الحكومية (الإخبارية، الرياضية السعودية Ksa sports، sbc) والخاصة (روتانا، العربية، mbc، قناة ٢٤، قناة ٢٢، دوري بلس)، وعددهم (٢٠٩) فرداً من رؤساء تحرير البرامج الرياضية ومخرجيها ومقدميها والمعدّين وفنييّ الإنتاج "الممنتجين"، بواقع (٨٩) فرداً للقنوات الحكومية، و(١٢٠) فرداً للقنوات الخاصة، وذلك وفقاً للإحصائية التي حصل عليها الباحث من إدارات القنوات لشهر فبراير ٢٠١٩، ويوضح الجدول (١) توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفقاً لوظائفهم والقنوات التي يعملون بها، وتبعية القنوات (حكومية، خاصة).

جدول (١)

توزيع أفراد مجتمع الدراسة وفقاً للوظيفة والقناة وتبعيتها

الوظيفة	القنوات الحكومية			القنوات الخاصة						المجموع
	Ksa sports	الإخبارية	sbc	روتانا	العربية	mbc	قناة ٢٤	قناة ٢٢	دوري بلس	
رئيس تحرير	٦	١	٢	١	١	١	٤	٤	١	٢١
مخرج	١٤	٤	٣	٣	٢	٣	٣	٣	٢	٣٧
مقدم	٩	٤	٢	١	٢	٢	٥	٥	٤	٣٤
معد	٧	٦	١٠	١٠	١١	١٠	٧	٨	٦	٧٥
فني إنتاج	١٤	٣	٤	٧	١	٢	٤	٤	٣	٤٢
المجموع	**٥٠**	**١٨**	**٢١**	**٢٢**	**١٧**	**١٨**	**٢٣**	**٢٤**	**١٦**	
	٨٩			**١٢٠**						**٢٠٩**
	٢٠٩									

وتم تطبيق الأداة على أفرد مجتمع الدراسة بأسلوب المسح الشامل، وذلك بعد استبعاد العينة الاستطلاعية، ويوضح الجدول (٢) الأعداد الموزعة، والمفقودة، والعدد النهائي لأفراد العينة:

جدول (٢)

الاستبانات الموزعة والمستردة والعدد النهائي

تبعية القنوات	عدد أفراد المجتمع	العينة الاستطلاعية	العينة النهائية			
			الموزع	المفقود	العدد النهائي	النسبة
حكومية	٨٩	١٠	٧٩	٣	٧٦	٨٥.٤ %
خاصة	١٢٠	٢٠	١٠٠	٢٨	٧٢	٦٠ %
الإجمالي	**٢٠٩**	**٣٠**	**١٧٩**	**٣١**	**١٤٨**	**٧٠.٨٪**

يتبين من الجدول (٢) أنه تم توزيع الاستبانة على (١٧٩) فرداً يمثلون جميع أفراد مجتمع الدراسة بعد استبعاد العينة الاستطلاعية، وقد تعذر استرداد (٣١) استبانة، فأصبح العدد النهائي (١٤٨) استبانة بنسبة (٧٠.٨٪) من المجتمع الكلي، بواقع (٨٥.٤ %) من العاملين بالقنوات الحكومية و(٦٠ %) من العاملين بالقنوات الخاصة. ويوضح الجدول (٣) خصائص عينة الدراسة النهائية، من

حيث تبعية القناة التي يعملون بها، والوظيفة، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية، وعدد الدورات التدريبية في البرامج الرياضية.

جدول (٣)

خصائص عينة الدراسة (ن =١٤٨)

المتغير	الفئة	العدد	النسبة
تبعية القناة	حكومية	٧٦	% ٥١.٧
	خاصة	٧٢	% ٤٨.٣
	الإجمالي	١٤٨	٪١٠٠
طبيعة العمل في القناة	رئيس تحرير	١٦	٪١٠.٨
	مخرج	٢٦	٪١٧.٦
	مقدم برامج (مذيع)	٢٩	٪١٩.٦
	معد برامج	٥٠	٪٣٣.٨
	فني إنتاج (ممنتج)	٢٧	٪١٨.٢
	الإجمالي	١٤٨	٪١٠٠
المؤهل العلمي	ثانوي	٥٩	٪٣٩.٩
	جامعي	٧٢	٪٤٨.٦
	دراسات عليا	١٧	٪١١.٥
	الإجمالي	١٤٨	٪١٠٠
عدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية	أقل من خمس سنوات	٤٥	٪٣٠.٤
	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	٥٣	٪٣٥.٨
	من ١٠ سنوات فأكثر	٥٠	٪٣٣.٨
	الإجمالي	١٤٨	٪١٠٠
عدد الدورات التدريبية في البرامج الرياضية	لا يوجد	٨٠	٪٥٤.١
	من ١-٥ دورات	٤٧	٪٣١.٨
	من ٥ دورات فأكثر	٢١	٪١٤.٢
	الإجمالي	١٤٨	٪١٠٠

يتبين من الجدول (٣) أن (٥١.٧٪) من أفراد العينة هم من العاملين بالقنوات الحكومية، و(٤٨.٣٪) من العاملين بالقنوات الخاصة. كما تبين أنهم يتوزعون من حيث وظائفهم بواقع (٣٣.٨٪) معداً، و(١٩.٦٪) مقدماً، و(١٨.٢٪) فني إنتاج، و(١٧.٦٪) مخرجاً، و(١٠.٨٪)

رئيس تحرير. وأما من حيث المؤهل العلمي؛ فقد تبين أن (٤٨.٦٪) من أفراد العينة من الحاصلين على مؤهلات جامعية، تلاهم الحاصلون على الثانوية بنسبة (٣٩.٩٪) ثم الحاصلون على دراسات عليا بنسبة (١١.٥٪). كما اتضح أن (٣٥.٨٪) من أفراد العينة يعملون بالبرامج الرياضية منذ ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات، تلاهم العاملون منذ ١٠ سنوات فأكثر بنسبة (٣٣.٨٪)، ثم العاملون لفترات أقل من خمس سنوات بنسبة (٣٠.٤٪). ومن حيث الحصول على دورات تدريبية خاصة بالعمل في البرامج التلفزيونية الرياضية، فقد اتضح أن معظم أفراد العينة لم يحصلوا على دورات تدريبية، حيث بلغت نسبتهم (٥٤.١٪)، بينما حصل (٣١.٨٪) منهم على دورة إلى خمس دورات، وحصل (١٤.٢٪) منهم على خمس دورات فأكثر.

أداة الدراسة:

أعد الباحث استبانة خاصة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، تم بناؤها بعد مراجعة الأدبيات والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، وقد مر إعدادها بالخطوات الاتية:

١. إعداد الصورة الأولية للاستبانة:

بعد مراجعة الأدبيات والدراسات المرتبطة، أمكن تحديد محاور الموضوع، وتحديد المتطلبات الفرعية لكل محور، وفي ضوء ذلك تم إعداد الاستبانة في صورتها الأولية، والتي تكونت من قسمين رئيسين، يتضمن القسم الأول البيانات الأولية لعينة الدراسة (طبيعة العمل والمؤهل العلمي، الدورات التدريبية في البرامج الرياضية، وعدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية). أما القسم الثاني؛ فيتضمن محاور وفقرات الاستبانة التي تدرس توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية، موزعة على ثلاثة محاور (المتطلبات التخطيطية، المتطلبات البشرية، والمتطلبات المادية والتقنية).

٢. عرض الاستبانة على المحكمين (الصدق الظاهري):

للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة، وأن محتواها مناسب لأغراضها ويحقق أهدافها، فقد تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئات التدريس المتخصصين في التربية والإدارة الرياضية والإعلام بالجامعات السعودية (ملحق رقم ١)، وذلك لإبداء رأيهم في

محتوى الاستبانة، ومدى مناسبة فقراتها وانتمائها لمحاورها، وتعديل وإضافة وحذف ما يرونه مناسباً لأهداف الدراسة، وكذلك إبداء رأيهم في المقياس المستخدم لتحديد درجة التوفر. وبعد استرداد الاستبانات المحكمة، تبين موافقة المحكمين على بقاء المحاور الثلاثة وأهميتها بنسبة (١٠٠٪)؛ بينما اتفقوا على فقرات الاستبانة إجمالاً بنسبة (٩٠.٧٪)؛ حيث بلغت نسبة الاتفاق على فقرات المحور الأول الخاص بالمتطلبات التخطيطية (٨٧.٥٪)، وبلغت نسبة الاتفاق على فقرات المحور الثاني الخاص بالمتطلبات البشرية (٨٦.٧٪)؛ بينما بلغت نسبة الاتفاق على فقرات المحور الثالث الخاص بالمتطلبات المادية والتقنية (٩١.٧٪)، ويوضح الجدول (٤) التغيرات التي اقترحها المحكمون على الاستبانة.

جدول (٤)

عبارات الاستبانة وفقاً لآراء الخبراء

المحاور	العبارات الموزعة	العبارات المحذوفة	العبارات المعدلة	العبارات المضافة	صافي عدد العبارات
المتطلبات التخطيطية	١٦	٢	٥	٢	١٦
المتطلبات البشرية	١٥	٢	٢	١	١٤
المتطلبات المادية والتقنية	١٢	١	٠	٢	١٣
الإجمالي	٤٣	٥	٧	٥	٤٣

٣. مقياس الحكم على الاستجابات:

تم تقدير الاستجابة على فقرات الاستبانة وفقاً لمقياس متدرج ثلاثي لتحديد درجة التوفر (عالية، متوسطة، منخفضة)، وقد تم عرض هذا المقياس على المحكمين؛ فوافقوا عليه بنسبة (١٠٠٪)، ووفقاً لهذا المقياس؛ فإن المتوسط الحسابي ينحصر بين (١-٣)، ولحساب المدى تم طرح أقل متوسط من أعلى متوسط (٣-١=٢) وقسمة الناتج على عدد فئات الاستجابة، فيكون المدى (٢÷٣=٠.٦٦)، وبذلك يمكن الحكم على الاستجابات وفقاً للتقديرات الموضحة بالجدول (٥):

جدول (٥)

تقدير الحكم على استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة

م	الدرجة	المتوسط الحسابي
١	عالية	من ٢.٣٤ إلى ٣
٢	متوسطة	من ١٦٧ إلى أقل من ٢.٣٤
٣	منخفضة	من ١ إلى أقل من ١.٦٧

٤. الدراسة الاستطلاعية:

للتأكد من صدق الاستبانة وثباتها إحصائياً؛ فقد تم تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (٣٠) فرداً من العاملين بالبرامج الرياضية خلال الفترة من ٥-١٤٣٩/٦/١٢ هـ، وقد تم استبعادهم عند التطبيق النهائي للاستبانة، وفيما يأتي توضيح نتائج صدق الاتساق والبناء والثبات:

أ) صدق الاتساق الداخلي:

للتأكد من صدق الاتساق الداخلي، تم استخراج معاملات الارتباط بين الفقرات والمحاور التي تنتمي لها، ويوضح الجدول (٦) هذه النتائج:

جدول (٦)

معاملات ارتباط بيرسون بين الفقرات ومحاورها (ن=٣٠)

المتطلبات التخطيطية		المتطلبات البشرية		المتطلبات المادية والتقنية	
م	الارتباط	م	الارتباط	م	الارتباط
١	*٠.٧٣٩	١	*٠.٧٨٠	١	*٠.٨٠٥
٢	*٠.٥٥٢	٢	*٠.٧٢٨	٢	*٠.٧٥٥
٣	*٠.٧٣٩	٣	*٠.٦٧٤	٣	*٠.٨١٠
٤	*٠.٥٩٢	٤	*٠.٧٢٦	٤	*٠.٦٥٦
٥	*٠.٨٤٢	٥	*٠.٧٧١	٥	*٠.٧٩٧
٦	*٠.٧٥١	٦	*٠.٧٤٣	٦	*٠.٥٠٦
٧	*٠.٧٤٩	٧	*٠.٦٠٧	٧	*٠.٨١٣
٨	*٠.٨٣٩	٨	*٠.٧٨٣	٨	*٠.٧٥٠
٩	*٠.٧٤٦	٩	*٠.٨٧٦	٩	*٠.٧٧٣
١٠	*٠.٦٩٢	١٠	*٠.٨٠٣	١٠	*٠.٤٢٠

المتطلبات التخطيطية		المتطلبات البشرية		المتطلبات المادية والتقنية	
م	الارتباط	م	الارتباط	م	الارتباط
١١	*٠.٥٧٤	١١	*٠.٧٠٥	١١	*٠.٥١٧
١٢	*٠.٧٢٤	١٢	*٠.٨٥٦	١٢	*٠.٥٦٩
١٣	*٠.٧٣٨	١٣	*٠.٧٤٩	١٣	*٠.٧٩٣
١٤	*٠.٧٥٦	١٤	*٠.٦٦٠		
١٥	*٠.٦٢٩				
١٦	*٠.٦٨٦				

* دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) قيمة (ر) عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) = ٠.٣٤٩

يتبين من الجدول (٦) أن فقرات محور المتطلبات التخطيطية ترتبط مع درجة المحور بقيم ارتباط تتراوح بين (٠.٥٥٢- ٠.٨٤٢)، كما ترتبط فقرات محور المتطلبات البشرية مع الدرجة الكلية للمحور بقيم تتراوح بين (٠.٦٠٧- ٠.٨٧٦)، وترتبط فقرات محور المتطلبات المادية والتقنية بقيم ارتباط تتراوح بين (٠.٤٢٠-٠.٨١٣)، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) ما يشير إلى تمتع الاستبانة بالاتساق الداخلي.

ب) صدق البناء:

تم التأكد من صدق البناء بحساب قيم الارتباط بين المحاور وبعضها، وبين المتوسط الكلي للاستبانة، ويوضح الجدول (٧) هذه النتائج:

جدول (٧)

معاملات ارتباط بيرسون بين المحاور وبعضها بعضاً وبينها وبين الاستبانة ككل (ن=٣٠)

المحاور	المتطلبات التخطيطية	المتطلبات البشرية	المتطلبات المادية والتقنية	الاستبانة ككل
المتطلبات التخطيطية	١	*٠.٨٣٧	*٠.٧٥٥	*٠.٩٧٠
المتطلبات البشرية		١	*٠.٥٠٥	*٠.٨٨٧
المتطلبات المادية والتقنية			١	*٠.٨٢٤

تشير نتائج الجدول (٧) إلى أن المحاور ترتبط معاً بقيم ارتباط تتراوح بين (٠.٥٠٥- ٠.٨٣٧)، كما ترتبط مع المتوسطة الكلي للاستبانة بقيم ارتباط تتراوح بين (٠.٨٢٤-٠.٩٧٠)، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)، ما يشير إلى تمتع الاستبانة بصدق البناء.

ج) ثبات الاستبانة:

تم حساب ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ، ويوضح الجدول (٨) قيم الثبات للمحاور والاستبانة ككل:

جدول (٨)

ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=٣٠)

م	المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات
١	المتطلبات التخطيطية	١٦	٠.٩٧٨
٢	المتطلبات البشرية	١٤	٠.٩٣٤
٣	المتطلبات المادية والتقنية	١٣	٠.٩٠٣
الثبات الكلي للاستيانة		**٤٣**	**٠.٩٣٨**

يتضح من الجدول (٨) أن قيم الثبات لمحاور الاستبانة بلغت (٠.٩٧٨، ٠.٩٣٤، ٠.٩٠٣) على التوالي، كما بلغت قيمة الثبات الكلي للاستبانة (٠.٩٣٨)، وهي قيم مرتفعة وتطمئن إلى ثبات الاستبانة.

٥. الصورة النهائية من الاستبانة:

تم إعداد الصورة النهائية للاستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها؛ حيث تكونت من قسمين: الأول يتضمن البيانات الأولية لأفراد عينة الدراسة (تبعية القناة التي يعملون بها، الوظيفة، المؤهل، عدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية، وعدد الدورات التدريبية في مجال العمل)، وتكون القسم الثاني من (٤٣) فقرة موزعة على المحاور الثلاثة، بواقع (١٦) فقرة لمحور المتطلبات التخطيطية، و(١٤) فقرة لمحور المتطلبات البشرية، و(١٣) فقرة لمحور المتطلبات المادية والتقنية (ملحق ٢).

٦. تطبيق الاستبانة على العينة الرئيسة:

تم تطبيق الاستبانة في صورتها النهائية على العينة الرئيسة خلال الفترة من ١٤٣٩/٦/١٥هـ إلى ١٤٣٩/٧/١٣هـ، ولتسهيل الوصول لأفراد العينة؛ فقد قام الباحث بإعداد قائمة بجميع أفراد عينة الدراسة موزعين على القنوات والبرامج التي يعملون فيها، وتحديد طريقة الاتصال بكل فرد، ثم تجهيز

الاستبانة إلكترونياً، والتواصل معهم شخصياً ومتابعة الاستجابات وفقاً للأسماء التي يتم تسجيلها عند بدء الإجابة على النسخة الإلكترونية، وهو ما سهّل حصر الأفراد الذين لم يستجيبوا، وإعادة التواصل معهم، في محاولة للوصول لأكبر عدد ممكن من الأفراد، وتم إيقاف الاستجابات بعد استنفاذ المحاولات مع العدد الأخير من الأفراد الذين اعتذر بعضهم وامتنع الآخر عن الإجابة دون إبداء سبب، بعد ذلك تم البدء في تحليل البيانات واستخراج النتائج، وإعداد التصور المقترح.

الأساليب الإحصائية:

استخدم الباحث حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) في تحليل بيانات الدراسة؛ حيث تم الاستفادة من الأساليب الإحصائية الآتية:

١. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتأكد من صدق الاتساق الداخلي وصدق البناء للاستبانة.
٢. معادلة ألفا كرونباخ (Cronbachs Alpha)، للتأكد من ثبات الاستبانة.
٣. المتوسط الحسابي (Mean) والانحراف المعياري (Standard deviation) لتحديد درجة توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية.
٤. اختبار "ت" (T test) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغير تبعية القناة التي يعملون بها.
٥. اختبار كروسكال واليس (Kruskal-Wallis) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات: الوظيفة، المؤهل، عدد سنوات الخبرة، وعدد الدورات التدريبية، وذلك لأن البيانات في هذه المتغيرات لا تتبع توزيعاً اعتدالياً.

الفصل الرابع

عرض وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة

- عرض وتفسير نتائج التساؤل الأول ومناقشتها
- عرض وتفسير نتائج التساؤل الثاني ومناقشتها
- عرض وتفسير نتائج التساؤل الثالث ومناقشتها
- عرض وتفسير نتائج التساؤل الرابع ومناقشتها
- عرض نتائج التساؤل الخامس (التصور المقترح)

الفصل الرابع

عرض وتفسير نتائج الدراسة ومناقشتها

يستعرض الفصل الحالي النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطـــوير البرامج الرياضية بالقنوات التليفزيونية السعودية، مع تقديم التصور المقترح للتطوير في ضـــوء هـــذه النتائج.

عرض نتائج التساؤل الأول ومناقشتها

نص التساؤل الأول على: ما درجة توفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضـــية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد درجـــة توفر فقرات محور المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضـــية التلفزيونيـــة في القنـــوات السعودية، ويوضح الجدول (٩) هذه النتائج:

جدول (٩)

درجة توفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية (ن=١٤٨)

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
١	أهداف كل برنامج رياضي محددة بوضوح.	١	٢.٣٥	٠.٦٨٠	عالية
٣	يوجد هيكل تنظيمي يحدد المستوى الإداري لكل فـــرد بفريق العمل في البرنامج.	٢	٢.٣٠	٠.٦٩٦	متوسطة
٤	يتم العمل وفق نموذج يحدد مسؤوليات كل فرد بفريق العمل في البرنامج.	٣	٢.١٢	٠.٧٧٢	متوسطة
٢	توجد خطة استراتيجية للبرنامج الرياضي في ضوء دراسة الواقع الرياضي بالمملكة.	٤	٢.٠٣	٠.٧٤١	متوسطة
٥	يتوفر نظام اتصال فعّال بين العاملين في كـــل برنـــامج رياضي.	٥	٢.٠١	٠.٧٩٠	متوسطة
١٤	توجد آلية لاختيار ضيوف البرامج وفق معايير تتفق مع أهداف البرنامج ومضمونه.	٦	١.٨٥	٠.٧٠٨	متوسطة

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
١٢	يتم التخطيط للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي خلال البرنامج الرياضي.	٧	١.٨٤	٠.٧٥٤	متوسطة
١٥	توجد آلية للاستفادة من آراء الجماهير في تطوير مضمون البرامج الرياضية.	٨	١.٨٠	٠.٦٨٦	متوسطة
٩	يتوفر نظام رقابة داخلية لأداء العاملين في البرنامج.	٩	١.٧٥	٠.٧٠١	متوسطة
١٦	توجد آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن ضيوف البرامج الرياضية	١٠	١.٧٤	٠.٦٢٩	متوسطة
٧	يتم متابعة تنفيذ الخطط وفق معايير واضحة تستند إلى مبادئ الجودة الشاملة.	١١	١.٧٢	٠.٧١٥	متوسطة
٨	توجد آلية للتقييم الدوري لمستوى أداء البرنامج.	١٢	١.٧٠	٠.٦٩٤	متوسطة
١٠	تشمل الخطة السنوية للبرنامج الرياضي معظم الأنشطة الرياضية بنسب متفاوتة.	١٣	١.٦٨	٠.٦٣٧	متوسطة
١٣	توجد آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن البرنامج بصفة دورية.	١٤	١.٦٤	٠.٦٥٨	منخفضة
١١	يشترك العاملون والمتخصصون في الإعلام الرياضي في وضع خطط وخرائط البرامج الرياضية.	١٥	١.٦٣	٠.٦١٨	منخفضة
٦	تُسند مهمة وضع خطط البرامج إلى فريق عمل متخصص في التخطيط الإعلامي لكل برنامج.	١٦	١.٦١	٠.٦٣٣	منخفضة
	المتوسط العام لمحور المتطلبات التخطيطية		١.٨٧	٠.٤٢٧	متوسطة

يتبين من الجدول (٩) أن المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تتوفر بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور (١.٨٧) بانحراف معياري بلغت قيمته (٠.٤٢٧)، وقد ظهرت فقرة واحدة بدرجة توفر عالية، و(١١) فقرة بدرجة توفر متوسطة، و(٣) فقرات بدرجة توفر منخفضة، بمتوسطات حسابية تدرجت بين (١.٦١-٢.٣٥)، وانحرافات معيارية تراوحت بين (٠.٦١٨-٠.٧٩٠).

وقد جاءت الفقرة (١) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٢.٣٥) ودرجة توفر عالية؛ حيث نصت على "أهداف كل برنامج رياضي محددة بوضوح"، تلاها الفقرة (٣) التي نصت على "يوجد هيكل تنظيمي يحدد المستوى الإداري لكل فرد بفريق العمل في البرنامج" بمتوسط حسابي (٢.٣٠)

ودرجة توفر متوسطة، وجاءت الفقرة (٤) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٢.١٢) ودرجة توفر متوسطة، ونصت على "يتم العمل وفق نموذج يحدد مسؤوليات كل فرد بفريق العمل في البرنامج".

وتدرجت الفقرات بمتوسطات حسابية تقل تنازلياً وبدرجات متوسطة، وصولاً للفقرات (١٣، ١١، ٦) التي جاءت في الترتيب الأخير بدرجات توفر منخفضة؛ حيث تقدمت الفقرة (١٣) بمتوسط حسابي (١.٦٤)، ونصت على "توجد آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن البرنامج بصفة دورية"، وفي الترتيب قبل الأخير جاءت الفقرة (١١) بمتوسط حسابي (١.٦٣) ونصت على "يشترك العاملون والمتخصصون في الإعلام الرياضي في وضع خطط وخرائط البرامج الرياضية"، وجاءت الفقرة (٦) في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (١.٦١) ونصت على "تُسند مهمة وضع خطط البرامج إلى فريق عمل متخصص في التخطيط الإعلامي لكل برنامج".

وقد يرجع السبب في الدرجة المتوسطة لتوفر المتطلبات التخطيطية إلى أمور عدة، أولها انخفاض المستوى التخطيطي العام في بعض البرامج الذي يظهر من خلال ضعف الخطط السنوية، وعدم شموليتها وتوازنها. وإسناد مهام وضع خطط البرامج لغير المتخصصين في التخطيط الإعلامي، وعدم إشراك العاملين والمتخصصين في الإعلام الرياضي في وضع خطط وخرائط البرامج الرياضية. إضافة إلى الخلل في الهياكل التنظيمية وضعف قدرتها على تحديد المستوى الإداري لكل فرد من العاملين بالبرنامج، وعدم وجود نماذج لتوصيف الوظائف وتحديد المسؤوليات في بعض البرامج الرياضية، وانخفاض فاعلية نظام الاتصال بين العاملين، وعدم وجود آليات ومعايير محددة لضبط عمل البرنامج، مثل: معايير جودة تنفيذ خطط البرنامج، ومعايير اختيار الضيوف، وآليات قياس رضا الجماهير عن البرنامج والضيوف. كما قد يرجع سبب الدرجة المتوسطة إلى عدم وجود رؤية شاملة للتطوير في معظم هذه البرامج، وهو ما قد يظهر بوضوح من خلال عدم وجود خطط استراتيجية لبعض هذه البرامج يتم إعدادها في ضوء الواقع الرياضي بالمملكة، وضعف آليات الرقابة، والتقييم الدوري لمستوى الأداء.

وتتفق النتيجة المتعلقة بأهداف البرامج الرياضية مع نتائج عبدالعاطي (٢٠٠٩) التي أظهرت أن أهداف البرامج الرياضية كانت واضحة ومحددة بدرجة جيدة، بينما تختلف في هذا الجانب مع نتائج

دراسة السيد وعثمان (٢٠١٨) التي أظهرت أن العاملين بالبرامج الرياضية لا يمكنهم تحديد أهداف البرامج الرياضية. كما تتفق مع نتائج دراسة المهندي (٢٠٠٥) التي أظهرت عدم وجود هيكل وظيفي للعاملين في البرامج الرياضية، وتركيز البرامج الرياضية على نوعية معينة من الأنشطة الرياضية نتيجة عدم المتابعة المستمرة والشاملة لجميع الأنشطة الرياضية، وتتفق كذلك مع نتائج دراسة علي (٢٠١٣) التي أظهرت وجود قصور في البرامج الرياضية يتمثل في ضعف التخطيط، وعدم تنويع الأنشطة الرياضية التي تتناولها، أو جاذبية تقديمها بما يجذب المشاهدين، ودراسة السيد وعثمان (٢٠١٨) التي أكدت ضعف البرامج الرياضية في التناول الشمولي للأنشطة الرياضية، والاهتمام المغالى فيه بالأنشطة الرياضية التنافسية، وتحديداً كرة القدم على حساب الأنشطة الرياضية الأخرى.

عرض نتائج التساؤل الثاني ومناقشتها

نص التساؤل الثاني على: ما درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد درجة توفر فقرات محور المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية، ويوضح الجدول (١٠) هذه النتائج:

جدول (١٠)

درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية (ن=١٤٨)

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
٤	ظروف العمل مناسبة للعاملين في البرامج الرياضية.	١	١.٨٥	٠.٦٩٩	متوسطة
٧	يلتزم العاملون في البرامج الرياضية باتباع مواثيق الإعلام الرياضي.	٢	١.٧٧	٠.٦٥٥	متوسطة
٦	يتسم مقدمو البرامج الرياضية بالحيادية الكاملة عند تناول القضايا الرياضية.	٣	١.٧٦	٠.٦٨٨	متوسطة
١	تتبنى إدارة البرنامج مبدأ التنمية المهنية المستمرة للعاملين.	٤	١.٧٤	٠.٦٥٠	متوسطة
٨	تعمل الإدارة باستمرار على تنمية قيم العمل وأخلاقياته	٥	١.٧٣	٠.٧١٠	متوسطة

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
	لدى العاملين في البرامج الرياضية.				
١١	يُشترط في اختيار العاملين بالبرامج الرياضية تمكنهم من المهارات اللغوية (العربية والأجنبية).	٦	١.٦٣	٠.٦٦١	منخفضة
١٤	تتوفر فرص لاستكمال الدراسات العليا للعاملين بالبرامج الرياضية.	٧	١.٥٨	٠.٧٨١	منخفضة
١٢	تتوافق تخصصات وكفايات العاملين بفريق العمل مع هدف البرنامج	٨	١.٥٧	٠.٦٣٩	منخفضة
٢	توجد خطط تطوير مهني للعاملين في البرامج تنطلق من احتياجاتهم الفعلية.	٩	١.٥٥	٠.٦٥٢	منخفضة
١٠	تعمل الإدارة على تنمية مهارات الاتصال الفعّال لدى العاملين بالبرامج الرياضية.	١٠	١.٥٤	٠.٦٥٢	منخفضة
٥	يوجد نظام حوافز لتشجيع العاملين في البرامج الرياضية.	١١	١.٥٢	٠.٦٧٤	منخفضة
١٣	تعمل الإدارة على تطوير مهارات العاملين في البرامج الرياضية في مجال صناعة المحتوى الرقمي.	١٢	١.٥١	٠.٦١١	منخفضة
٩	تدرب الإدارة العاملين بالبرامج الرياضية على المهارات الإبداعية.	١٣	١.٥٠	٠.٦٥٤	منخفضة
٣	يُشترط التخصص (في الإعلام الرياضي) عند اختيار مقدمي البرامج الرياضية.	١٤	١.٤١	٠.٥٨٢	منخفضة
	المتوسط العام لمحور المتطلبات البشرية		١.٦١	٠.٤٥١	منخفضة

تشير نتائج الجدول (١٠) إلى انخفاض درجة توفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (١.٦١) بانحراف معياري بلغت قيمته (٠.٤٥١)، وقد ظهرت (٥) فقرات بدرجة توفر متوسطة، و(٩) فقرات بدرجة توفر منخفضة، بمتوسطات حسابية تدرجت بين (١.٤١- ١.٨٥) وانحرافات معيارية تراوحت بين (٠.٥٨٢- ٠.٧٨١).

وقد حصلت الفقرات (٤، ٧ ،٦) على أعلى المتوسطات الحسابية، وقد ظهرت بدرجات توفر متوسطة؛ حيث جاءت الفقرة (٤) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (١.٨٥) ونصت على "ظروف العمل مناسبة للعاملين في البرامج الرياضية"، تلتها الفقرة (٧) التي نصت على "يلتزم العاملون في

البرامج الرياضية باتباع مواثيق الإعلام الرياضي" بمتوسط حسابي (١.٧٧)، وجاءت الفقرة (٦) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (١.٧٦) ونصت على "يتسم مقدمو البرامج الرياضية بالحيادية الكاملة عند تناول القضايا الرياضية".

وتدرجت الفقرات بمتوسطات حسابية تميل للانخفاض، وقد حصلت الفقرات (١٣، ٩، ٣) على أقل متوسطات حسابية، وظهرت بدرجات توفر منخفضة؛ حيث حصلت الفقرة (١٣) على متوسط حسابي (١.٥١) ونصت على "تعمل الإدارة على تطوير مهارات العاملين في البرامج الرياضية في مجال صناعة المحتوى الرقمي"، تلتها الفقرة (٩) في الترتيب قبل الأخير بمتوسط حسابي (١.٥٠) ونصت على "تدرب الإدارة العاملين بالبرامج الرياضية على المهارات الإبداعية"، وجاءت الفقرة (٣) في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (١.٤١) ونصت على "يُشترط التخصص (في الإعلام الرياضي) عند اختيار مقدمي البرامج الرياضية".

وتشير هذه النتائج إلى أن إدارات البرامج الرياضية لا تركز على العنصر البشري، ولا تعطيه أولوية في نظام عملها؛ حيث يتضح من نتائج المحور ومؤشراته ضعف الاهتمام بالرضا الوظيفي للعاملين في البرامج الرياضية، وعدم توفير ظروف عمل مناسبة لهم، وقلة الاهتمام بتحفيزهم وتوفير بيئة مشجعة على العمل، وتنمية قيم العمل وأخلاقياته لديهم، فضلاً عن عدم وجود خطط لتنميتهم مهنياً، وتدريبهم وتنمية مهاراتهم الإبداعية والمهارات اللازمة لتطوير العمل والتكيف مع المستحدثات والتقنيات في مجال الإعلام الرياضي. وقد يرجع ذلك إلى أن القائمين على إدارة البرامج الرياضية هم غالباً من غير المتخصصين في الإدارة، لذلك لا توجد لديهم رؤية متكاملة لإدارة منظومة العمل، ويضعف لديهم المنظور المتعلق بتنمية العاملين، واحتياجاتهم، ودورهم في نجاح البرامج وتحقيق أهدافها وتطويرها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة العجمي (٢٠٠٥) التي أظهرت ضعف كفاءة الكوادر البشرية، كما تتفق مع نتائج دراسة المهندي (٢٠٠٥) التي توصلت إلى ضعف الاهتمام بالعاملين في البرامج الرياضية، وقلة تدريبهم، كما تتفق مع نتائج دراسة محمد وعلي (٢٠١٣) التي أظهرت عدم

توفر الكوادر الفنية المتخصصة، وضعف تأهيل المقدمين أو عدم تخصصهم في المجال الرياضي، وعدم إجادة ثقافة الحوار، وعدم الموضوعية، وضعف الخبرة الفنية والإعلامية لدي المحللين الرياضيين.

عرض نتائج التساؤل الثالث ومناقشتها

نص التساؤل الثالث على: ما درجة توفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحديد درجة توفر فقرات محور المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية، ويوضح الجدول (١١) هذه النتائج:

جدول (١١)

درجة توفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية

(ن=١٤٨)

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
٢	توجد محطات بث فضائي متنقلة لتسهيل بث البرامج الرياضية من خارج الاستوديوهات.	١	١.٧٦	٠.٨٩٨	متوسطة
٣	هناك ميزانية تشغيلية مناسبة مخصصة للبرنامج.	٢	١.٧٥	٠.٨٥٦	متوسطة
١	تتوفر استوديوهات رياضية متطورة تحاكي النماذج العالمية.	٣	١.٣٦	٠.٦٣٧	منخفضة
٧	يتم استثمار شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً مساعداً في تحسين دخل البرامج الرياضية.	٤	١.٣٥	٠.٦٦٨	منخفضة
٤	للبرامج الرياضية خطة تسويقية لتحسين مصادر الدخل.	٥	١.٣١	٠.٦١٧	منخفضة
١٠	للبرامج الرياضية تطبيقات على منصات الهواتف الإلكترونية.	٦	١.٣٠	٠.٥٩٠	منخفضة
٨	تتوفر تقنيات الاتصال الحديثة في استوديوهات البرامج الرياضية.	٧	١.٢٩	٠.٥٣٦	منخفضة
٩	يتم التخطيط لتطوير محتوى البرامج الرياضية بما يجذب الجماهير والمعلنين.	٨	١.٢٨	٠.٥٩٩	منخفضة
١٣	هناك تنويع في تقنيات تقديم البرامج الرياضية بما يتفق والتقدم التقني الإعلامي.	٩	١.٢٧	٠.٥٧٨	منخفضة

م	الفقرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوفر
٥	توجد آلية لتوظيف الإعلان بطريقة علمية واقتصادية في البرامج الرياضية.	١٠	١.٢٦	٠.٥٦٣	منخفضة
١١	تستفيد البرامج الرياضية من الخبرات العالمية في الاستثمار.	١٢	١.١٨	٠.٤٨٥	منخفضة
١٢	يتم استقطاب الكفاءات المميزة في التسويق الرياضي للعمل في البرامج الرياضية.	١١	١.٢٠	٠.٥٢١	منخفضة
٦	يتم توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتوى البرامج الرياضية.	١٣	١.١٦	٠.٤٤٢	منخفضة
المتوسط العام لمحور المتطلبات المادية والتقنية			١.٣٤	٠.٤٦٣	منخفضة

يتضح من الجدول (١١) أن المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تتوفر بدرجة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (١.٣٤) بانحراف معياري بلغت قيمته (٠.٤٦٣)، وجاء هذا المحور في الترتيب الأخير بين المحاور الثلاثة، وقد ظهرت فقرتان بدرجة توفر متوسطة، و(١١) فقرة بدرجة توفر منخفضة، بمتوسطات حسابية تدرجت بين (١.١٦- ١.٧٦) وانحرافات معيارية تراوحت بين (٠.٤٤٢- ٠.٨٩٨).

وقد حصلت الفقرات (٢، ٣، ١) على أعلى المتوسطات الحسابية؛ حيث جاءت الفقرة (٢) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (١.٧٦) ودرجة توفر متوسطة، ونصت على "توجد محطات بث فضائي متنقلة لتسهيل بث البرامج الرياضية من خارج الاستوديوهات"، تلتها الفقرة (٣) التي نصت على "هناك ميزانية تشغيلية مناسبة مخصصة للبرنامج" بمتوسط حسابي (١.٧٥) ودرجة توفر متوسطة، وجاءت الفقرة (١) في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (١.٣٦) ودرجة توفر منخفضة، ونصت على "تتوفر استوديوهات رياضية متطورة تحاكي النماذج العالمية".

وتدرجت الفقرات بمتوسطات حسابية تميل نحو الانخفاض الشديد، وقد جاءت الفقرات (١١، ١٢، ٦) في الترتيب الأخير بحصولها على أقل متوسطات حسابية في المحور؛ حيث حصلت الفقرة (١١) على متوسط حسابي (١.١٨) ونصت على "تستفيد البرامج الرياضية من الخبرات العالمية في

الاستثمار"، تلتها الفقرة (١٢) بمتوسط حسابي (١.٢٠) ونصت على "يتم استقطاب الكفاءات المميزة في التسويق الرياضي للعمل في البرامج الرياضية"، وجاءت الفقرة (٦) في الترتيب الأخير متوسط حسابي (١.١٦) ونصت على "يتم توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتوى البرامج الرياضية".

ويعزو الباحث الدرجة المنخفضة للمتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية إلى أن هذه البرامج لا تحظى بميزانيات تشغيلية كافية تمكنها من التخطيط للتطوير وتوفير المتطلبات التقنية اللازمة لتطوير برامجها وتحسين تغطيتها الإعلامية، كما أن ضعف التخطيط لتطوير محتوى البرامج الرياضية يضعف من الجذب الجماهيري، ومن ثم يُعد عامل طرد للمعلنين، بما يقلل من الموارد المالية لهذه البرامج، وتزداد تحديات هذه المشكلة في ظل عدم وجود خطط لتسويق البرامج الرياضية، وعدم وجود آلية لتوظيف الإعلان بطريقة علمية واقتصادية، وضعف الاستثمارات الموجهة لها، وعدم الاستفادة من الخبرات العالمية في الاستثمار، أو استقطاب الكفاءات المميزة في التسويق الرياضي للعمل في البرامج الرياضية، وكذلك ضعف الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي ومنصات الهواتف الذكية بوصفها مصدراً من مصادر الجذب الجماهيري والاستفادة منها في تنويع مصادر الدخل، وكل ذلك ينعكس على أداء البرامج الرياضية، وقدرتها على توفير متطلبات العمل، مثل محطات البث الفضائي المتنقلة، والاستوديوهات الرياضية المتطورة التي تحاكي النماذج العالمية، وتقنيات الاتصال الحديثة في استوديوهاتها، وتوظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتواها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة محمد وعلي (٢٠١٣) التي أظهرت عدم جاهزية الاستديوهات بالتقنيات الحديثة واللازمة، وعدم توفر الكوادر الفنية المتخصصة، بينما تختلف مع نتائج دراسة درباس (٢٠١٥) التي أظهرت أن القنوات الرياضية لديها إمكانات فنية وتقنية مناسبة لنقل الأحداث الرياضية.

عرض نتائج التساؤل الرابع ومناقشتها

نص التساؤل الرابع على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية

التلفزيونية تعزى إلى متغيرات: تبعية القناة، طبيعة العمل، المؤهل العلمي، الدورات التدريبية، وعدد سنوات الخبرة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام اختبار "ت" (T-test) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغير تبعية القناة التي يعملون بها، واختبار كروسكال واليس اللامعلمي (Kruskal-Wallis) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية تبعاً لمتغيرات: الوظيفة، المؤهل، عدد سنوات الخبرة، وعدد الدورات التدريبية.

أولاً: دلالة الفروق تبعاً لمتغير تبعية القناة:

جدول (١٢)

اختبار "ت" (T-test) للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغير تبعية القناة

المحاور	تبعية القناة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطين	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
المتطلبات التخطيطية	حكومية	٧٦	٢.٠٣	٠.٣٢١	٠.٢٥٣	٣.٩٥	٠.٠٠٠ دالة*
	خاصة	٧٢	١.٧٧	٠.٤٥٤			
المتطلبات البشرية	حكومية	٧٦	١.٧٢	٠.٣٨٦	٠.١٥٦	٢.١٦	٠.٠٤ دالة*
	خاصة	٧٢	١.٥٦	٠.٤٧٨			
المتطلبات المادية والبشرية	حكومية	٧٦	١.٤٥	٠.٤٥٨	٠.١٧٠	٢.١٨	٠.٠٣ دالة*
	خاصة	٧٢	١.٢٨	٠.٤٥٦			
المتطلبات ككل	حكومية	٧٦	١.٧٣	٠.٣٤٤	٠.١٩٣	٣.٠٥	٠.٠٠٠ دالة*
	خاصة	٧٢	١.٥٤	٠.٤١٤			

* دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يتضح من الجدول (١٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تعزى لاختلاف تبعية القناة؛ حيث بلغت قيم (ت) المحسوبة (٣.٩٥- ٢.١٦- ٢.١٨- ٣.٠٥) للمحاور الثلاثة والدرجة الكلية على الترتيب، بمستويات دلالة بلغت (٠.٠٠٠- ٠.٠٠٤- ٠.٠٠٣- ٠.٠٠٠)، وهي قيم أصغر من مستوى الدلالة المعياري (٠.٠٥) مما

أن الفروق بين متوسطات الاستجابات دالة إحصائياً، وبملاحظة قيم المتوسطات الحسابية يتضح أن الفروق لصالح العاملين التابعين للقنوات الحكومية؛ حيث كانت متوسطات استجاباتهم هي الأعلى.

ويعزو الباحث اتجاه الفروق لصالح العاملين في البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية الحكومية إلى أن البرامج الرياضية في هذه القنوات تابعة للتنظيم العام للقنوات الحكومية ومنهجها الإداري وطرق التمويل التي تقتصر على التمويل الحكومي، والذي غالباً ما يكون محدداً بمخصصات وموازنات محدودة، أضف إلى ذلك أن العاملين فيها تحكمهم أنظمة عمل أقرب إلى الأنظمة الروتينية التي تحد من قدرتهم على التطوير.

ثانياً: دلالة الفروق تبعاً لمتغيرات (طبيعة العمل، المؤهل العلمي، عدد الدورات التدريبية، وعدد سنوات الخبرة).

جدول (١٣)

اختبار كروسكال واليس للفروق بين متوسطات الاستجابات تبعاً لمتغيرات الدراسة (طبيعة العمل، المؤهل العلمي، عدد الدورات التدريبية، وعدد سنوات الخبرة)

المتغير	الفئة	العدد	متوسط الرتب	كاي تربيع	درجة الحرية	مستوى الدلالة
طبيعة العمل	رئيس تحرير	١٦	٦٠.٢٥	٦.٦٦	٤	٠.١٦ غير دالة
	مخرج	٢٦	٧٣.٤٢			
	مقدم برامج	٢٩	٧٦.٩٨			
	معد برامج	٥٠	٨٤.٥٤			
	فني إنتاج	٢٧	٦٢.٧٢			
المؤهل العلمي	ثانوي	٥٩	٦٨.٢٤	٢.٢١	٢	٠.٣٣ غير دالة
	جامعي	٧٢	٧٩.٤٤			
	دراسات عليا	١٧	٧٥.٣٢			
الدورات التدريبية	لا يوجد	٨٠	٥٩.٧٢	٢٢.٢٣	٢	٠.٠٠٠ دالة*
	من ١-٥ دورات	٤٧	٨٧.٦١			
	٥ دورات فأكثر	٢١	١٠١.٤٨			
عدد سنوات الخبرة	أقل من خمس سنوات	٤٥	٥١.١٨	٢٩.١٥	٢	٠.٠٠٠ دالة*
	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	٥٣	٧١.٧١			
	١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	٥٠	٩٨.٤٥			

* دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يتضح من نتائج الجدول (١٣) ما يأتي:

١. متغير طبيعة العمل: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تعزى إلى اختلاف طبيعة عملهم؛ حيث بلغت قيم كاي تربيع (٦.٦٦) بمستوى دلالة (٠.١٦)، وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة المعياري (٠.٠٥) ما يعني أن الفروق بين متوسطات الاستجابات غير دالة إحصائياً. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن جميع العاملين في البرامج الرياضية من ذوي العلاقة المباشرة بعمل هذه البرامج، ويمكنهم الحكم من قريب على واقعها، وتحديد الجوانب والمتطلبات المتعلقة بعملهم فيها، فضلاً عن أن تكامل العمل بين جميع العاملين، وتأثير وتأثر كل عامل بباقي أعضاء الفريق، ما يجعل كلاً منهم مطلعاً على جميع جوانب العمل تقريباً، ويمكنه تحديد واقعه وتحديد متطلباته. وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة العجمي (٢٠٠٥) التي أظهرت وجود فروق تعزى إلى اختلاف طبيعة العمل.

٢. متغير المؤهل العلمي: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تعزى إلى اختلاف المؤهل العلمي؛ حيث بلغت قيم كاي تربيع (٢.٢١) بمستوى دلالة (٠.٣٣)، وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة المعياري (٠.٠٥) ما يعني أن الفروق بين متوسطات الاستجابات غير دالة إحصائياً. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن معظم العاملين هم غالباً من غير المتخصصين في الإعلام الرياضي، لذلك لا يؤثر مؤهلهم في تحديد درجة الواقع، كما أن تحديد الواقع لا يرتبط بالمؤهل بقدر ما يرتبط بالممارسة، ووجود العامل على رأس العمل، ومعايشته لمشاكله، وخبرته بجوانبه. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الزواوي (٢٠١٦) التي أظهرت عدم وجود فروق تعزى إلى اختلاف المؤهل العلمي.

٣. متغير الدورات التدريبية: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تعزى إلى اختلاف عدد الدورات التدريبية في البرامج الرياضية

التلفزيونية؛ حيث بلغت قيم كاي تربيع (٢٢.٢٣) بمستوى دلالة (٠.٠٠)، وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة المعياري (٠.٠٥) مما يعني أن الفروق بين متوسطات الاستجابات دالة إحصائياً، وبملاحظة متوسطات الرتب، يتضح أن الفروق كانت لصالح الحاصلين على ٥ دورات فأكثر. ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن التدريب التخصصي يزيد من خبرة العاملين، ويجعلهم أقدر على تحديد نقاط القوة والضعف، وفهم أبعاد العمل وجوانبه، وبالتالي يكونون أقدر على تحديد واقعه والحكم عليه، وتحديد متطلبات تطويره.

٤. متغير عدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية تعزى لاختلاف عدد سنوات الخبرة في العمل بالبرامج الرياضية التلفزيونية؛ حيث بلغت قيم كاي تربيع (٢٩.١٥) بمستوى دلالة (٠.٠٠)، وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة المعياري (٠.٠٥) مما يعني أن الفروق بين متوسطات الاستجابات دالة إحصائياً، وبملاحظة متوسطات الرتب، يتضح أن الفروق كانت لصالح الذين يعملون في البرامج الرياضية منذ ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة، ويعزو الباحث ذلك إلى أن طول فترة العمل تكسب العاملين خبرة حول الواقع، وتجعلهم أكثر وعياً بمتطلبات تطويره.

عرض نتائج التساؤل الخامس:

نص التساؤل الخامس على: ما التصور المقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية؟

للإجابة عن هذا التساؤل، تم إعداد تصور لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية، وذلك بالاستفادة من نتائج تحليل استبانة الدراسة، والخاصة بتحديد درجة توفر المتطلبات (التخطيطية، البشرية، والمادية والتقنية) اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، وفيما يأتي عرض التصور المقترح:

موضوع التصور المقترح:

تطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية الحكومية والخاصة في ضوء بعض المتطلبات اللازمة للتطوير.

مضمون التصور المقترح:

يسعى هذا التصور إلى تحديد المتطلبات التخطيطية، والبشرية، والمادية والتقنية، التي تعد أساساً لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، إذ إن القدرة على إنتاج البرامج الرياضية وفق المتطلبات العلمية للتخطيط التلفزيوني وما يتطلبه ذلك من توفر الدعم المادي والتقنيات والتكنولوجيا اللازمة للإنتاج، إضافة إلى توفر الكوادر والكفاءات البشرية القادرة على التخطيط الفعّال والتوظيف الناجح للإمكانات المادية والتقنية، كل ذلك يمثل قاعدة رئيسة لانطلاق أي عملية تطويرية، وفي ضوء تحديد هذه المتطلبات، يمكن تحديد الآليات والإجراءات التي ترتكز عليها عمليات التطوير المستهدفة للبرامج الرياضية التلفزيونية.

أهداف التصور المقترح:

يهدف هذا التصور إلى تحقيق ما يأتي:

١. العمل على مواكبة البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية للتجارب العالمية الناجحة، بما يحقق جودة عملها ويحقق أهدافها.
٢. التخلص من أوجه القصور والمعوقات التي تحد من فرص تطوير البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية.
٣. توجيه البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية لتسهم بطريقة فاعلة في تطوير الرياضة السعودية.
٤. الوصول إلى فكرة منظومية تربط البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية معاً بطريقة تكاملية تسهم في تطوير الرياضة السعودية، ولا تحد في الوقت ذاته من تنافسها.
٥. وضع آليات وإجراءات تنفيذية لتطوير البرامج الرياضية في القنوات التلفزيونية السعودية في ضوء الواقع واستشراف المستقبل.

منطلقات التصور المقترح:

ينطلق التصور المقترح من الأسس الآتية:

١. الدور الذي تؤديه البرامج الرياضية التلفزيونية في التأثير في متابعيها، وعلى الحركة الرياضية بالمملكة عموماً، وهو ما يعني أنها إحدى القوى المؤثرة اجتماعياً؛ الأمر الذي يفرض ضرورة التقييم الدوري لأدائها، وإمكاناتها، واحتياجاتها، والعمل على تطويرها لتؤدي مهامها بالطريقة المتوقعة والمأمولة منها، بما يجعلها عنصر نماء اجتماعي، وأحد مرتكزات التنمية المستدامة في المجتمع السعودي.

٢. التطوير سنة كونية تفرض نفسها في ظل التغير الكبير والمستمر في كل مجالات الحياة، بما يتطلب من جميع الأفراد والمؤسسات مواكبة هذا التغير، والتكيف معه، واستشراف المستقبل، والاستعداد له من خلال تبني أفكار إيجابية وامتلاك رؤية علمية متكاملة للتغيير والتطوير المستمر.

٣. التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي تعايشها المملكة، والتي تستند إلى رؤية (٢٠٣٠) القائمة على بناء المجتمع الحيوي، والاقتصاد المزدهر، والوطن الطموح، وما يتطلبه ذلك من أن يكون لدى المؤسسات الإعلامية الرياضية فهم واعٍ للتحولات الاجتماعية المرتبطة بالرؤية، والقدرة على الإسهام في توجيهها بطريقة صحيحة وإيجابية لتحقيق التنمية في المجتمع السعودي.

٤. الانفتاح الإعلامي العالمي، وظهور الإعلام الجديد القائم على شبكات التواصل الاجتماعي وانتشاره بين الفئات كافة، وأكثرها الشباب، وما يفرضه ذلك من تطوير أساليب العمل الإعلامي، وأنظمته وتحسين كفايات القائمين عليه، وابتكار أساليب جديدة، وطرق فاعلة للتعامل مع هذا الانفتاح وما أنتجه من منافسة قوية.

٥. التطور التقني الكبير في تكنولوجيا الإعلام والإنتاج التلفزيوني، وتقنيات البث الفضائي والرقمي، وهو ما يحتاج إلى تحديثات تقنية في التجهيزات والاستوديوهات، والمهارات الفنية المتعلقة باستخدامها لمواكبة هذه التطورات، والاستفادة منها في تحسين أداء البرامج الرياضية وتحقيق أهدافها.

٦. المحاولات الرسمية لتحسين أداء الإعلام الرياضي في المملكة، وفي القلب من ذلك البرامج الرياضية التلفزيونية، وهي محاولات برزت بدءاً من صدور ميثاق الرياض للإعلام الرياضي العربي (٢٠١٤)،

ثم إنشاء الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي (٢٠١٧) للنهوض بالإعلام الرياضي السعودي ورعاية كوادره، والارتقاء بمستواهم المهني.

٧. التطوير عملية متكاملة، بمعنى أن تطوير جانب دون آخر يُعد تطويراً مبتوراً مشوهاً، ولا يحقق أهدافاً عملية، فعمليات تطوير تجهيزات وتقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية على سبيل المثال، دون إعداد الكوادر البشرية وتنميتهم مهنياً وإكسابهم المهارات والكفايات لإدارة هذه التقنيات وتوظيفها في العمل، لا تُعد تطويراً حقيقياً؛ لأن التطوير يجب أن يتضمن كل جوانب العمل، وأن يسير بطريقة متوازية ومتوازنة.

٨. التطوير عملية متدرجة، فلا يعني وضع خطة أو تصور لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، ضرورة أن يتم ذلك دفعة واحدة؛ وإنما يجب التدرج في التطبيق بطريقة مدروسة ومن خلال خطة زمنية، وفقاً للأولويات التي يفرضها الواقع والإمكانات والموارد المتاحة.

٩. التطوير يجب أن يكون نابعاً من رغبة حقيقية في التغيير، وتفهم لأهميته والحاجة إليه، وهو ما يعني ضرورة أن تبدأ عمليات التطوير بالعاملين في البرامج الرياضية، ودراسة مرئياتهم حول الواقع، وحاجته إلى التطوير، ثم الانطلاق بعد ذلك في وضع التصورات والرؤى التطويرية.

١٠. واقعية الرؤى التطويرية، وتفهمها للعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في عمل البرامج الرياضية التلفزيونية، من أبرز أسس النجاح في التطبيق على أرض الواقع.

مصادر التصور المقترح:

يمكن تحديد أهم مصادر التصور المقترح فيما يأتي:

١. الأدبيات النظرية ونتائج الدراسات المرتبطة بواقع القنوات والبرامج الرياضية التلفزيونية، وما تضمنته من توصيات وتصورات وأفكار للتحسين والتطوير ومواجهة المعوقات.

٢. الاستشارات المتخصصة مع بعض الإعلاميين الرياضيين، والمتخصصين الأكاديميين في الإعلام، والإدارة الرياضية.

٣. خبرة الباحث في العمل بالبرامج الرياضية التلفزيونية وتنقله بين عددٍ من القنوات في المملكة العربية السعودية، ومعايشته أهم قضايا ومشكلات هذه البرامج ومعوقات عملها، والجوانب التي تتطلب التحسين والتطوير.

٤. نتائج الدراسة الحالية، وما أظهرته من ضعف في توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في المملكة العربية السعودية.

متطلبات تطبيق التصور المقترح:

تتحدد متطلبات تطبيق التصور المقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في المملكة العربية السعودية، من خلال نتائج الدراسة الحالية التي رصدت مدى توفر المتطلبات التخطيطية، والبشرية، والمادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية، وفيما يأتي تحديد أهم المتطلبات في ضوء هذه النتائج:

١. **المتطلبات التخطيطية:** يُعدُ التخطيط عصب نجاح أي منظومة عمل، مهما كانت صغيرة أو كبيرة، أو مهما كان مجال عملها، ومن خلال النتائج المتعلقة بهذا المحور في أداة الدراسة، أمكن تحديد المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية فيما يأتي:

- وضع خطة استراتيجية للبرامج الرياضية في ضوء دراسة الواقع الرياضي بالمملكة
- إسناد مهمة وضع خطط البرامج لفريق عمل متخصص في التخطيط الإعلامي.
- تضمين الهيكل التنظيمي للبرنامج المستويات الإدارية لكل فرد في فريق العمل.
- اعتماد نموذج مكتوب يحدد مسؤوليات كل فرد في فريق العمل.
- إشراك العاملين والمتخصصين في الإعلام الرياضي في وضع خطط البرامج الرياضية وخرائطها.
- وضع آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن البرنامج وضيوفه بصفة دورية.
- تضمين الخطة السنوية للقنوات الرياضية معظم الأنشطة الرياضية، بمعنى عدم التركيز على نشاط رياضي معين على حساب الأنشطة الرياضية الأخرى.
- تضمين الخطط آليات التقييم الدوري لمستوى أداء البرنامج.
- متابعة تنفيذ الخطط وفق معايير واضحة تستند إلى مبادئ الجودة الشاملة.
- التخطيط للاستفادة من آراء الجماهير في تطوير مضمون البرامج الرياضية (تغذية راجعة).

- تفعيل نظام الرقابة الداخلية لأداء العاملين في البرنامج.
- التخطيط للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي خلال البرنامج الرياضي.
- الاتفاق على ضوابط ومعايير لاختيار ضيوف البرامج بما يتفق مع أهداف البرنامج ومضمونه.
- توفير نظام اتصال فعّال بين العاملين في كل برنامج رياضي.

٢. **المتطلبات البشرية**، تمثل الكوادر البشرية أحد أعمدة الارتقاء والتطوير، فبهم تنهض البرامج الرياضية وتحقق أهدافها، وقد أمكن من خلال النتائج المتعلقة بهذا المحور في أداة الدراسة، تحديد أهم المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، وتتمثل فيما يأتي:

- تحديد ضوابط لاختيار مقدمي البرامج الرياضية ومعديها، يكون على رأسها التخصص في الإعلام الرياضي، والتمكن من المهارات اللغوية (العربية والأجنبية).
- تبني اتجاه التنمية المهنية المستمرة للعاملين في البرامج الرياضية، بالاستناد إلى خطط تطوير مهني تنطلق من احتياجاتهم الفعلية.
- التخطيط لتدريب العاملين على المهارات الإبداعية المتصلة بالعمل كلٌ في مجال تخصصه.
- تطوير مهارات العاملين في البرامج الرياضية في مجال صناعة المحتوى الرقمي.
- تنمية مهارات الاتصال الفعّال لدى العاملين بالبرامج الرياضية.
- تهيئة ظروف عمل مناسبة للعاملين في البرامج الرياضية.
- تطوير نظام حوافز فعال لتشجيع العاملين في البرامج الرياضية على الإبداع والابتكار.
- تفعيل ميثاق الرياض للإعلام الرياضي، وإلزام العاملين به.
- تنمية قيم العمل الإعلامي وأخلاقياته وشرف المنافسة الرياضية، والحيادية لدى العاملين في البرامج الرياضية.
- تشجيع العاملين بالبرامج الرياضية على التنمية المهنية الذاتية، وتوفير فرص لاستكمال الدراسات العليا ضمن برامج أكاديمية متخصصة في مجال عملهم.

٣. **المتطلبات المادية والتقنية**، من الضروري للوصول إلى تطوير حقيقي توفر التجهيزات والتقنيات التي تحقق أهداف العمل، وتسهم في إنتاج برامج رياضية تواكب المستحدثات، وتجذب

المشاهدين، وتحدث نقلة نوعية في العمل الإعلامي الرياضي، وقد أمكن من خلال النتائج المتعلقة بهذا المحور في أداة الدراسة، تحديد أهم المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، والتي تتمثل فيما يأتي:

- توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتوى البرامج الرياضية.
- استقطاب الكفاءات المميزة في التسويق الرياضي للعمل في البرامج الرياضية.
- الاستفادة من الخبرات العالمية في الاستثمار بالبرامج الرياضية.
- وضع خطة تسويقية لتحسين مصادر دخل البرامج الرياضية.
- تطوير آلية لتوظيف الإعلان بطريقة علمية واقتصادية في البرامج الرياضية.
- تنويع تقنيات تقديم البرامج الرياضية بما يتفق والتقدم التقني الإعلامي.
- تنويع المحتوى بطريقة تجذب الجماهير والمعلنين.
- توفير تقنيات الاتصال الحديثة في استوديوهات البرامج الرياضية.
- إطلاق تطبيقات للبرامج الرياضية التلفزيونية على الهواتف الذكية (Android -iOS - Windows Phone).
- استثمار شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً مساعداً في تحسين دخل البرامج والقنوات الرياضية.
- توفير استوديوهات رياضية متطورة تحاكي النماذج العالمية.
- تخصيص ميزانية تشغيلية مناسبة لكل برنامج رياضي.
- توفير محطات بث فضائي متنقلة لتسهيل بث البرامج الرياضية من خارج الاستوديوهات.

آليات تنفيذ التصور المقترح وإجراءاته:

لتنفيذ التصور المقترح لتطوير البرامج الرياضية بالقنوات التلفزيونية السعودية الحكومية والخاصة؛ فإنه من الضروري العمل على ما يأتي:

١. وضع دليل تنظيمي للقنوات والبرامج الرياضية التلفزيونية، يتضمن هيكلاً تنظيمياً مرناً لكل برنامج وقناة، بحيث يحدد المهام الوظيفية، ويصف المستويات الإدارية لكل فرد في فريق العمل

بالبرامج الرياضية، كما يتضمن خريطة تنظيمية للعمل بالبرنامج، وآليات الاتصال الفعال بين العاملين، ويحدد محاور خطة العمل ومسؤوليات إعدادها ومتابعة تنفيذها وأدوار كل فرد فيها.

٢. وضع دليل إجرائي لوصف العمليات والإجراءات التي يقوم بها فريق العمل في البرنامج الرياضي وتحديدها، على أن يتضمن وصفاً دقيقاً لجميع مهام العمل، وكيفية تنفيذ كل فرد لعمله وفقاً لما هو مخطط له، بما يضمن توحيد إجراءات العمل، ووضوحها بالنسبة للعاملين، ووضوح مسار كل عملية وإجراءاتها وتحديد المختص عنها في فريق العمل، ومساعدة العاملين في البرنامج على تسلسل الإجراءات وانسياب العمل بما يحقق الكفاءة ويضمن حسن الأداء وفاعليته، ويقلل من الاجتهادات الشخصية، ويحسن عمليتي المتابعة والتقييم.

٣. إلزام جميع العاملين بالقنوات والبرامج الرياضية التلفزيونية بالانضواء التنظيمي تحت مظلة الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي، وتوسيع مسؤولياته لتتضمن رقابة وتقييم الأداء الإعلامي، واتخاذ الإجراءات التصحيحية التي تضمن الحيادية والموضوعية في عمل البرامج الرياضية، بما لا يخل بحرية الإعلام الرياضي في إطار الثوابت الدينية والاجتماعية وما تقتضيه أخلاقيات المهنة.

٤. تشكيل فريق تخطيط متخصص لكل برنامج رياضي، يتكون من المتخصصين في التخطيط الإعلامي الرياضي، تكون مهمته وضع خطة استراتيجية متكاملة للبرنامج في ضوء دراسة الواقع الرياضي بالمملكة، إضافة إلى الخطة السنوية للبرنامج التي يجب أن تراعي التوازن في تناول الأنشطة الرياضية، وتتضمن آليات للتقييم الدوري لمستوى أداء البرنامج بالاستفادة من آراء الجماهير، والتخطيط للاستفادة من آرائهم في تطوير مضمون البرامج الرياضية واختيار ضيوفها، مع وضع آليات لمتابعة تنفيذ الخطط وفق معايير واضحة تستند إلى مبادئ الجودة الشاملة. كما يجب على فريق التخطيط أن يهتم بإشراك العاملين والمتخصصين في الإعلام الرياضي في وضع خطط البرامج الرياضية التي يعملون بها وخرائطها.

٥. تبني الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي وضع معايير وضوابط ملزمة لاختيار ضيوف البرامج الرياضية، بما يتفق مع أهداف هذه البرامج ومضمونها، والأصول المهنية للإعلام الرياضي، والقيم الرياضة، واتجاه المجتمع وهويته.

٦. تحديد ضوابط لاختيار مقدمي البرامج الرياضية ومعديها، بوصفهم أكثر الأشخاص تأثيراً في تحقيق أهداف هذه البرامج، بحيث يكون على رأس هذه الضوابط: التخصص في الإعلام الرياضي، والتمكن من المهارات اللغوية (العربية والأجنبية)، والتمكن من المهارات المرتبطة بطبيعة العمل، أو اشتراط الحصول على دورات تدريبية متخصصة في موضوعات تتصل مباشرة بطبيعة العمل في البرامج الرياضية التلفزيونية كبديل عن التخصص للعاملين فعلياً في البرامج الرياضية.

٧. وضع تنظيم حكومي أو غير حكومي، يجمع العاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية في المملكة، مثل النقابات والجمعيات المهنية، لتكون حلقة وصل بينهم، بما يسهم في تكامل جهودهم، وتجنب الخلافات والصراعات بينهم، والعمل على الاستفادة من خبرات بعضهم بعضاً.

٨. تصميم نظام تدريبي حديث ومتكامل ومستمر، تحت إشراف الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي، كون أحد أهداف عمل الاتحاد "الارتقاء بالمستوى المهني للعاملين في المجال الإعلامي الرياضي عن طريق إقامة دورات متخصصة ولقاءات وندوات تتعلق بالإعلام الرياضي" (الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي، ٢٠١٨)، مع أهمية التعاون مع مراكز التدريب الإعلامي المحلية والعربية والعالمية، ويكون هذا النظام موجهاً لجميع العاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية، منطلقاً من تقصي احتياجاتهم التدريبية بصفة دورية باستخدام أدوات علمية، والوفاء بهذه الاحتياجات من خلال دورات وبرامج تدريبية مخططة بعناية. إضافة إلى تصميم برامج تدريبية تستهدف تنمية المهارات الإبداعية المرتبطة بجوانب العمل الإعلامي، مثل مهارات التقديم والحوار، ومهارات صناعة المحتوى الرقمي، ومهارات الاتصال الفّعال مع الجماهير الرياضية ومهارات الاتصال بين العاملين والقيادات، إضافة إلى تنمية قيم العمل الإعلامي الرياضي وأخلاقياته، وشرف المنافسة الرياضية، والحيادية لدى العاملين في هذه البرامج. وقبول التغيير، والمشاركة في التطوير، ونحوها من المهارات اللازمة للعاملين في البرامج الرياضية التلفزيونية.

٩. تطوير نظام حوافز فعّال تتنوع فيه الحوافز ما بين مادية ومعنوية، ويهدف إلى تشجيع العاملين في البرامج الرياضية على الإبداع والابتكار، على أن يرتبط بمؤشرات لتقييم أداء البرنامج بصورة

عامة، وتقييم أداء العاملين بصورة خاصة، وقدرتهم على الالتزام بمعايير العمل المهنية وضوابطها، ومراعاة القيم الأخلاقية، وتجنب استثارة الجماهير الرياضية.

١٠. وضع آلية مناسبة لتفعيل ميثاق الرياض للإعلام الرياضي، وإلزام العاملين بالبرامج الرياضية على الالتزام بالضوابط والقيم المهنية التي تضمنها.

١١. تشجيع المستثمرين في المجال الرياضي على إنشاء شركات إعلامية رياضية، تقدم خدمات وأفكاراً تطويرية للبرامج والقنوات الرياضية من خلال كفاءات وكوادر متخصصة وتقنيات متقدمة، بما يمثل عامل جذب للبرامج والقنوات الرياضية للاستفادة منها في تحسين دخلها، من خلال مساعدتها في وضع الخطط التسويقية العامة، وتصميم الخطط المنفردة لتحسين دخل كل برنامج رياضي وفقاً لواقعه وخصائصه وإمكاناته وجماهيره والفرص الاستثمارية المتاحة له، ودراسة الفرص التي يمكن أن تضيفها المستحدثات التكنولوجية لدخل هذه البرامج والقنوات، مثل شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية على منصات الهواتف الجوالة. إضافة إلى القدرة على إعادة هيكلة البرامج وتخطيطها ذاتها لتكون جاذبة للإعلانات والاستثمارات.

١٢. إطلاق تطبيقات للبرامج الرياضية التلفزيونية على منصات الهواتف الذكية (Android -iOS Windows Phone-)، بحيث تواكب البرامج الرياضية من خلالها المستحدثات، وتكون أقرب لجماهيرها في كل مكان، وجاذبة للمشاهدين، وتزيد من جذبها لفئات جديدة من المعلنين، وتضيف مصادر دخل جديدة ترتبط بمسوقي الإعلانات العالميين من خلال التطبيقات الإلكترونية.

١٣. تصميم استوديوهات رياضية حديثة ومتطورة تحاكي النماذج العالمية لاستوديوهات البرامج الرياضية؛ بحيث تتنوع فيها التقنيات والتجهيزات الإلكترونية، وتقنيات الاتصال الحديثة، وتوظف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد المحتوى، بما يتفق والتقدم التقني الإعلامي.

١٤. تحسين مصادر دخل البرامج الرياضية من خلال حزمة الإجراءات التي سبق الإشارة إليها؛ فإنه يمكن توظيف هذا الدخل في تخصيص ميزانية تشغيلية مناسبة للبرامج الرياضية، كما يمكن توفير التقنيات ومحطات البث الفضائي المتنقلة اللازمة لتحسين وتطوير العمل.

الفصل الخامس

ملخص النتائج والتوصيات والمقترحات

- أولاً: ملخص النتائج
- ثانياً: التوصيات
- ثالثاً: المقترحات

الفصل الخامس

ملخص النتائج والتوصيات والمقترحات

يقدم هذا الفصل ملخصاً عاماً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، مع اقتراح عدد من التوصيات والدراسات المستقبلية في ضوء هذه النتائج.

أولاً: ملخص النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

١. تتوفر المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة متوسطة.

٢. تتوفر المتطلبات البشرية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة منخفضة.

٣. تتوفر المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية بدرجة منخفضة.

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفر المتطلبات اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية تعزى إلى متغير تبعية القناة لصالح القنوات الحكومية، كما وجدت فروق دالة إحصائياً تعزى إلى اختلاف عدد الدورات التدريبية لصالح الذين حصلوا على خمس دورات فأكثر، وكذلك وجدت فروق تعزى إلى اختلاف عدد سنوات الخبرة لصالح الذين قضوا في العمل من ١٠ إلى أقل من ١٥ سنة، بينما لم توجد فروق دالة إحصائياً تعزى إلى اختلاف طبيعة العمل، والمؤهل العلمي.

٥. قدمت الدراسة تصوراً مقترحاً لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية.

ثانياً: التوصيات

أوصت الدراسة بما يأتي:

١. العمل على توفير المتطلبات التخطيطية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، وذلك من خلال ما يأتي:

- إعداد أدلة تنظيمية وإجرائية للعمل بالبرامج الرياضية، لتكون مرجعاً لتنظيم العمل.
- تشكيل فريق متخصص في التخطيط الإعلامي الرياضي لكل برنامج رياضي، يقوم على وضع الخطط الشاملة في ضوء الواقع واستشراف المستقبل، مع إشراك العاملين في البرامج في إعداد الخطط، وتحديد معايير وضوابط العمل.
- وضع آلية محددة ومكتوبة للعمل على قياس مستوى الرضا الجماهيري عن البرامج الرياضية وضيوفها والاستفادة من آرائهم في عمليات التطوير المستمرة والمستقبلية.
- تصميم نظام اتصال فعّال بين العاملين في كل برنامج رياضي، وبينهم وبين الجماهير الرياضية.

٢. تحسين مستوى العاملين في البرامج الرياضية ليكونوا أكثر مهنية وأفضل أداءً، وذلك من خلال ما يأتي:

- اختيار العاملين في البرامج الرياضية وفقاً لمعايير وضوابط تركز على التخصص في الإعلام الرياضي أو في مجال العمل ضمن فريق البرنامج، والتمكن من المهارات الاتصالية واللغوية والإبداعية.
- تنمية العاملين في البرامج الرياضية من خلال خطة للتنمية المهنية المستمرة، تهتم بتحسين أدائهم، والتزامهم بقيم العمل، والمواثيق الإعلامية، وتدريبهم على الحيادية، ومهارات صناعة المحتوى.
- تطوير نظام حوافز فعّال ومتعدد الجوانب، لتشجيع العاملين في البرامج الرياضية على الإبداع والابتكار.

٣. السعي إلى توفير المتطلبات المادية والتقنية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية، وذلك من خلال ما يأتي:

- وضع خطط تسويقية واستثمارية من قبل لجان ومؤسسات متخصصة لتحسين دخل البرامج الرياضية والتلفزيونية، بما يسهم في توفير الميزانية اللازمة لتوفير التقنيات والأجهزة والتجهيزات.

- تجهيز استوديوهات رياضية متطورة تواكب النماذج العالمية، وتوظف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتوى البرامج الرياضية.
- توفير التقنيات والتجهيزات ومحطات البث الخارجي المتنقلة اللازمة لعمل البرامج من خارج الاستوديوهات والنقل الحي من مواقع الفعاليات الرياضية.
- إطلاق تطبيقات للبرامج الرياضية التلفزيونية على منصات الهواتف الذكية.

ثالثاً: المقترحات

فيما يأتي بعض الدراسات المستقبلية المقترحة التي ترتبط بموضوع الدراسة، ومن أهمها:

١. إعداد دليل إجرائي مقترح لتنظيم العمل في البرامج الرياضية المرئية بالقنوات التلفزيونية المملكة العربية السعودية.
٢. تقديم تصور مقترح لتطوير العاملين في البرامج الرياضية المرئية بالمملكة العربية السعودية في ضوء الاتجاهات الحديثة في التدريب الإعلامي.
٣. تقديم تصور مقترح لتحسين فرص التمويل الذاتي للبرامج الرياضية التلفزيونية في ضوء الواقع والإمكانات المتاحة.
٤. إعداد دراسة حول معوقات تفعيل ميثاق الرياض للإعلام الرياضي ٢٠١٤ من وجهة نظر العاملين في البرامج الرياضية المرئية.

المـــراجـــع

- المراجع العربية
- المراجع الأجنبية
- المواقع الإلكترونية

المراجع

المراجع العربية:

إبراهيم، زاهية شاع الدين (٢٠١٥). **معايير تصميم وإنتاج البرامج التعليمية التلفزيونية بالتعليم الأساسي بالسودان**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

إبراهيم، سهير صالح (٢٠١٣). دور البرامج الرياضية فى القنوات الفضائية المصرية فى مواجهة التعصب الرياضى. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**- جامعة القاهرة، ١٢(١)،١ - ٨١.

براهيمي، مبروك (٢٠١٣). **دور الإعلام الرياضي المرئي والمسموع في صنع القرار داخل الهيئات الرياضية العليا**. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر.

الجفيري، محمد (٢٠١٥). **إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية**. الدوحة: دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع.

الحيلة، محمد محمود (٢٠١٤). **تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق**. ط١٤. عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

درباس، محمود خضر (٢٠١٥). **اتجاهات النخبة الرياضية إزاء القناة الرياضية الأردنية**. رسالة ماجستير غير منشورة. إربد – الأردن: جامعة اليرموك.

راجحي، صابر (٢٠١٢). **تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (١٧-٢٥) سنة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر.

رحاحلة، صفوان محمد (٢٠١٣). دور **الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية: دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.

الزواوي، أحمد المهدي (٢٠١٦). دراسة لبعض الوسائل والتقنيات التي تشجع تلبية رغبات الجمهور في مجال البرامج الرياضية للتلفزيون الجزائري، **مجلة المحترف** – جامعة زيان عاشور بالجلفة – الجزائر، (١١)، ٢٧٤-٢٩٤.

سبتان، محمد بن حسن (٢٠٠١). **تقويم أساليب تعليم القرآن الكريم وعلومه في وسائل الإعلام**. المدينة المنورة: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف.

سعيد، مباركة سهيلة الحاج (٢٠١٥). **آراء وتوجهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية**. رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

السيد، زينب محمد وعثمان، عبدالناصر عابدين (٢٠١٨). واقع البرامج الرياضية في قنوات التلفزيون السودانية. **مجلة العلوم الإنسانية**- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ١٩(١)، ٩٦-١١٤.

الشال، انشراح (٢٠٠٨). **تكنولوجيا الاتصال عن بعد**. القاهرة: دار الفكر العربى للطباعة.

الشربيني، محمد مرسي (٢٠٠٩). **تنظيم إعلامي مقترح لإدارة البرامج الرياضية بالقناة الخامسة بالتلفزيون المصري**. رسالة دكتوراه غير منشورة. مصر: جامعة الإسكندرية- التربية الرياضية للبنات.

الشربيني، محمد شريف (٢٠٠٩). التوصيف الوظيفي للعاملين بإدارة البرامج الرياضية بقنوات التلفزيون المصري. **المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية التربية الرياضية "الاتجاهات الحديثة لعلوم الرياضة في ضوء سوق العمل"**، كلية التربية الرياضية – جامعة أسيوط، مج (٢)،١٧٧ – ٢٢٣.

شطاح، محمد (٢٠١٦). القنوات التلفزيونية المشفرة والبرامج الرياضية: دراسة ميدانية للجمهور الرياضى فى الوسط الجامعى. **المجلة العربية للإعلام والاتصال** – الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، (١٦)،٢٥٣ – ٣١٤.

الشميمري، فهد عبدالرحمن (٢٠١٠). **التربية الإعلامية**. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

طبيشات، هيا محمد عدنان (٢٠١٧) **المنظومة القيمية للعاملين في الإعلام الرياضي**. رسالة ماجستير غير منشورة. إربد – الأردن: جامعة اليرموك.

الطيب، حبيبة عثمان (٢٠١٦). **معايير الجودة في إنتاج البرامج التلفزيونية: دراسة تطبيقية على البرامج الإخبارية في تلفزيون السودان في الفترة من ٢٠١٣ – ٢٠١٥**. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

العجمي، عبدالهادي فهيد (٢٠٠٥). **تقييم واقع قناة الكويت الرياضية كما يراه أفراد المجتمع الرياضي في دولة الكويت**. رسالة ماجستير غير منشورة. إربد – الأردن: جامعة اليرموك.

عبدالعاطي، خالد إبراهيم (٢٠٠٩). **نموذج مقترح لصناعة الإعلام الرياضي المرئي في جمهورية مصر العربية**. رسالة دكتوراه غير منشورة. مصر: جامعة حلوان– كلية التربية البدنية والرياضية للبنين بالهرم.

عبدالمقصود، حمدي (٢٠٠٩). البرامج التلفزيونية: مفهوم الإعداد بين السائد والمهمش. **مجلة الإذاعات العربية**، (٣)، ٨٧ – ١٠١.

عبيدات، ذوقان وأبو السميد، سهيلة (٢٠٠٢). **البحث العلمي: البحث النوعي والبحث الكمي**. عمان: دار الفكر.

العدوان، ماجد محمد (٢٠١١). **دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

علي، جرمون (٢٠١٣). البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري بين الواقع ومتطلبات المشاهد: دراسة ميدانية لتلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي بولاية عين الدفلى. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** – جامعة قاصدي مرباح بالجزائر، (١١)، ١٧٥ – ١٨٧.

عمرون، مفتاح (٢٠١٤). البرامج الرياضية الإذاعية ودورها في استقطاب الجمهور: برنامج " أستوديو الكرة " بالقناة الأولى للإذاعة الوطنية أنموذجاً: دراسة ميدانية على طلبة معهد علوم وتقنيات

النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** – جامعة قاصدي مرباح – الجزائر، (١٥)، ١٩٧ – ٢١٢.

عوض الله، دينا كمال (٢٠٠٥). **إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري: دراسة تطبيقية على قناة النيل للرياضة**. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان، مصر.

عويس، خير الدين علي وحسن، عطا (٢٠٠٠). **الإعلام الرياضي**. الجزء الأول. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.

الفارس، فؤاد عبدالسلام (١٤١٨). **الأصالة والمعاصرة "المعادلة السعودية"**. جدة: شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر.

فلية، فاروق عبده والزكي، أحمد عبدالفتاح (٢٠٠٤م). **معجم مصطلحات التربية لفظاً واصطلاحاً**. الإسكندرية: دار الوفاء.

الفكي، فخري عبدالقادر (٢٠٠٨). **الأسس العلمية لإعداد البرامج التلفزيونية: دراسة تطبيقية لإعداد البرامج بتلفزيون السودان في الفترة من ٢٠٠٦ – ٢٠٠٧**. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، الخرطوم.

الكريم، ياسر يوسف (٢٠٠٧). **دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية: دراسة تطبيقية على استخدام التقنية الرقمية في المونتاج التلفزيوني بالسودان في الفترة من ١٩٩٩ – ٢٠٠٦م**. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

محمد، أحمد آدم وعلي، عمر محمد (٢٠١٣). واقع الاستديو التحليلي الرياضي لكرة القدم بالفضائيات السودانية. **مجلة العلوم الإنسانية** – جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. ١٤(٣)، ٨٠ – ٩٦.

محمد، أحمد إسماعيل (٢٠١٧). تخطيط البرامج الإخبارية التلفزيونية: رؤية نقدية. **مجلة جامعة غرب كردفان للعلوم والإنسانيات**، (١٤)،٣٧ – ٦٦.

محمد، حيدر علي يوسف (٢٠٠٩). **فاعلية الرؤية الإخراجية في إنتاج البرامج التلفزيونية: دراسة في مسح أساليب الممارسة بالتطبيق على تلفزيون ولاية الخرطوم للفترة من ٢٠٠٤ – ٢٠٠٨**. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

الملا، فيصل حميد (٢٠١٨). دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الوعي الرياضي بين الشباب الجامعي بمملكة البحرين. **مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية**، ٤٤(١٧٠)، ٢٣ – ٦٣.

المهندي، سهير سند (٢٠٠٥). تقويم برامج الإعلام الرياضي بمملكة البحرين. **مجلة العلوم التربوية والنفسية**- البحرين، ٦(٢)، ٢٨٩-٢٩٠.

المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني (٢٠٠٨). **حقيبة المونتاج التلفزيوني**. الرياض: مطبوعات المؤسسة.

النجار، رضا (٢٠٠٠). حول حقوق نقل الأحداث الرياضية "الرياضة والمال". **مجلة الإذاعات العربية**، (٤)، ٥٢-٦٨.

النجار، رضا (٢٠٠٩). حقوق نقل الأحداث الرياضية في التلفزيون. **مجلة الإذاعات العربية**، (٦٧)، ١-٥٦.

المراجع الأجنبية:

Capranica, Laura; at el (2008).Italian Women's Television Coverage and Audience during the 2004 Athens Olympic Games**,** ***Research Quarterly for Exercise and Sport*****,** 79 (1), 101-115.

Hills ,Laura& Kennedy, Eileen (2009). ***Sport, Media aSociety***. New York :Berg Publisher.

Smith, Ben J.; Bonfiglioli, Catriona M. F.(2015). Physical Activity in the Mass Media: An Audience Perspective**,** ***Health Education Research***, 30 (2),359-369.

Stauff, Markus .(2011). ***Sport op Televisie: nationaal gevoel en verbroedering.*** In: Televisiestudies,. Joke Hermes and Maarten Reesink, 173-187. Den Haag: Boom Lemma.

Unal, Hakan (2014). Determination of Media and Television Literacy Levels of Sport Consumers Filtered out of the Students of the School

of Physical Education and Sports, ***Educational Research and Reviews***, 9 (16), 568-575.

المواقع الإلكترونية:

الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي (٢٠١٩). تعريف بالاتحاد، عبر الرابط https://ssmfksa.com/، تم الاسترجاع بتاريخ (٥/٤/ ٢٠١٩).

قناة الرياضية السعودية (٢٠١٩) عن القناة، عبر الرابط http://ksasports.triangle.codes/about-us/، تم الاسترجاع بتاريخ (١/٢/ ٢٠١٩).

قناة الإخبارية (٢٠١٩). برنامج المنتصف. عبر الرابط http://alekhbariya.net/ar/node/2947، تم الاسترجاع بتاريخ (٧/٢/ ٢٠١٩).

الملاحق

ملحق رقم (١) قائمة بأسماء المحكمين

ملحق رقم (٢) الاستبانة في صورتها النهائية

ملحق رقم (١)

قائمة بأسماء المحكمين

قائمة بأسماء المحكمين

م	الاسم	الدرجة	التخصص وجهة العمل
١	أ. د.علي بن محمد جباري	أستاذ	فسيولوجيا الجهد البدني- جامعة جازان
٢	أ. د. محمد عبدالله عسيري	أستاذ	التربية وعلم النفس- جامعة تبوك ورئيس هيئة تحرير مجلة جامعة تبوك
٣	أ.د. محمد على محمد غريب	أستاذ	قسم الإعلام – جامعة أم القرى
٤	أ. د. نبيل عبدالمطلب محمد عمر	أستاذ	قسم التربية البدنية- جامعة أم القرى
٥	أ.د. وديع محمد سعيد العزعزي	أستاذ	قسم الإعلام – جامعة أم القرى
٦	د. سلطان بن عبدالصمد خضري	أستاذ مشارك	قسم التربية البدنية- جامعة أم القرى
٧	د. هاني سعيد حسن محمد	أستاذ مشارك	قسم علم النفس- جامعة أم القرى
٨	د. وجدي حلمي عبدالظاهر	أستاذ مشارك	قسم الإعلام – جامعة أم القرى
٩	د. تركي بن صالح العواد	أستاذ مساعد	قسم الإعلام- معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية. وعضو مجلس إدارة الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي
١٠	د. توفيق بن إدريس البكري	أستاذ مساعد	قسم التربية البدنية- جامعة أم القرى
١١	د. عبدالرحمن ذياب الحازمي	أستاذ مساعد	قسم التربية البدنية- جامعة أم القرى

ملحق رقم (٢)

الاستبانة في صورتها النهائية

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة أم القرى
كلية التربية
قسم التربية البدنية

بسم الله الرحمن الرحيم

سعادة الأستاذ الفاضل..... **حفظكم الله**

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يجري الباحث دراسة بعنوان "**تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية**"، وهي دراسة علمية ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة الرياضية، وتسعى الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية بالقنوات السعودية الرسمية والخاصة، ويتطلب ذلك تحديد مدى توافر المتطلبات التخطيطية والبشرية والمادية اللازمة لتطوير البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية من وجهة نظركم كأحد العاملين في البرامج الرياضية، وفي ضوء ذلك تم إعداد الاستبانة التي بين يديكم. ويأمل الباحث منكم التكرم بتعبئة الاستبانة، والاهتمام بدقة تحديدكم لمدى توفر المتطلبات؛ نظراً لأهمية رأيكم في إعداد التصور المقترح للتطوير، علماً بأن جميع البيانات سرية وتستخدم لغرض البحث العلمي فقط، ولا تتطلب تسجيل الاسم حفاظاً على سرية معلوماتكم. شاكراً لكم اهتمامكم وتعاونكم.

الباحث

هاني جميل حسن حجازي

جوال: ٠٥٥٥٧٥١٥٠٥

تعليمات الاجابة:

١. من فضلك ضع علامة (✓) أمام الاستجابة التي تناسبك لكل عبارة كما في المثال الآتي:

م	الفقرة	درجة التوافر		
		عالية	متوسطة	منخفضة
١	يتوفر نظام اتصال فعّال بين العاملين في كل برنامج رياضي.		✓	
٢	يوجد نظام رقابة داخلية لأداء العاملين في البرامج الرياضية.			✓

٢. يُرجى عدم ترك عبارات من دون إجابة.

٣. يرجى تعبئة نموذج البيانات الشخصية لأهميته في تحليل البيانات.

البيانات الخاصة:

١. اسم القناة:.....

٢. تبعية القناة:

- حكومية [ ]
- خاصة [ ]

٣. طبيعة العمل:

- رئيس تحرير. [ ]
- مخرج. [ ]
- مقدم برنامج (مذيع). [ ]
- مُعدّ. [ ]
- فني إنتاج (ممنتج). [ ]

٤. المؤهل العلمي:

- ثانوي. [ ]
- جامعي. [ ]
- دراسات عليا [ ]

٥. عدد سنوات الخبرة في العمل الحالي:

- أقل من خمس سنوات. [ ]
- من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات. [ ]
- من ١٠ فأكثر. [ ]

٦.عدد الدورات التدريبية في مجال البرامج الرياضية

- لا يوجد. [ ]
- من ١- ٥ دورات. [ ]
- أكثر من ٥ دورات. [ ]

الاستبانة:

فضلاً: ضع علامة (✓) أمام الخيار الذي يناسبك:

المحور الأول: مدى توافر المتطلبات التخطيطية في البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية

م	الفقرات	درجة التوافر		
		عالية	متوسطة	منخفضة
١	أهداف كل برنامج رياضي محددة بوضوح.			
٢	توجد خطة استراتيجية للبرنامج الرياضي في ضوء دراسة الواقع الرياضي بالمملكة.			
٣	يوجد هيكل تنظيمي يحدد المستوى الإداري لكل فرد بفريق العمل في البرنامج.			
٤	يتم العمل وفق نموذج يحدد مسؤوليات كل فرد بفريق العمل في البرنامج.			
٥	يتوفر نظام اتصال فعّال بين العاملين في كل برنامج رياضي.			
٦	تُسند مهمة وضع خطط البرامج إلى فريق عمل متخصص في التخطيط الإعلامي لكل برنامج.			
٧	يتم متابعة تنفيذ الخطط وفق معايير واضحة تستند إلى مبادئ الجودة الشاملة.			
٨	توجد آلية للتقييم الدوري لمستوى أداء البرنامج.			
٩	يتوفر نظام رقابة داخلية لأداء العاملين في البرنامج.			
١٠	تشمل الخطة السنوية للبرنامج الرياضي معظم الأنشطة الرياضية بنسب متفاوتة.			
١١	يشترك العاملون والمتخصصون في الإعلام الرياضي في وضع خطط البرامج الرياضية وخرائطها.			
١٢	يتم التخطيط للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي خلال البرنامج الرياضي.			
١٣	توجد آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن البرنامج بصفة دورية.			
١٤	توجد آلية لاختيار ضيوف البرامج وفق معايير تتفق مع أهداف البرنامج ومضمونه.			
١٥	توجد آلية للاستفادة من آراء الجماهير في تطوير مضمون البرامج الرياضية.			
١٦	توجد آلية لقياس مستوى الرضا الجماهيري عن ضيوف البرامج الرياضية			

المحور الثاني: مدى توافر المتطلبات البشرية في البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية

م	الفقرات	درجة التوافر		
		عالية	متوسطة	منخفضة
١	تتبنى إدارة البرنامج مبدأ التنمية المهنية المستمرة للعاملين.			
٢	توجد خطط تطوير مهني للعاملين في البرامج تنطلق من احتياجاتهم الفعلية.			
٣	يُشترط التخصص (في الإعلام الرياضي) عند اختيار مقدمي البرامج الرياضية.			
٤	ظروف العمل مناسبة للعاملين في البرامج الرياضية.			
٥	يوجد نظام حوافز لتشجيع العاملين في البرامج الرياضية.			
٦	يتسم مقدمو البرامج الرياضية بالحيادية الكاملة عند تناول القضايا الرياضية.			
٧	يلتزم العاملون في البرامج الرياضية باتباع مواثيق الإعلام الرياضي.			
٨	تعمل الإدارة باستمرار على تنمية قيم العمل وأخلاقياته لدى العاملين في البرامج الرياضية.			
٩	تدرب الإدارة العاملين بالبرامج الرياضية على المهارات الإبداعية.			
١٠	تعمل الإدارة على تنمية مهارات الاتصال الفعّال لدى العاملين بالبرامج الرياضية.			
١١	يُشترط في اختيار العاملين بالبرامج الرياضية تمكنهم من المهارات اللغوية (العربية والأجنبية).			
١٢	تتوافق تخصصات العاملين بفريق العمل وكفاءاتهم مع هدف البرنامج			
١٣	تعمل الإدارة على تطوير مهارات العاملين في البرامج الرياضية في مجال صناعة المحتوى الرقمي.			
١٤	تتوفر فرص لاستكمال الدراسات العليا للعاملين بالبرامج الرياضية.			

المحور الثالث: مدى توفر المتطلبات المادية والتقنية في البرامج الرياضية التلفزيونية في القنوات السعودية

م	الفقرات	درجة التوافر		
		عالية	متوسطة	منخفضة
١	تتوفر استوديوهات رياضية متطورة تحاكي النماذج العالمية.			
٢	توجد محطات بث فضائي متنقلة لتسهيل بث البرامج الرياضية من خارج الاستوديوهات.			
٣	هناك ميزانية تشغيلية مناسبة مخصصة للبرنامج.			
٤	للبرامج الرياضية خطة تسويقية لتحسين مصادر الدخل.			
٥	توجد آلية لتوظيف الإعلان بطريقة علمية واقتصادية في البرامج الرياضية.			
٦	يتم توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إعداد محتوى البرامج الرياضية.			
٧	يتم استثمار شبكات التواصل الاجتماعي بوصفه مصدراً مساعداً في تحسين دخل البرامج والقنوات الرياضية.			
٨	تتوفر تقنيات الاتصال الحديثة في استوديوهات البرامج الرياضية.			
٩	يتم التخطيط لتطوير محتوى البرامج الرياضية بما يجذب الجماهير والمعلنين.			
١٠	للبرامج الرياضية تطبيقات على منصات الهواتف الإلكترونية.			
١١	تستفيد البرامج الرياضية من الخبرات العالمية في الاستثمار.			
١٢	يتم استقطاب الكفاءات المميزة في التسويق الرياضي للعمل في البرامج الرياضية.			
١٣	هناك تنويع في تقنيات تقديم البرامج الرياضية بما يتفق والتقدم التقني الإعلامي.			