

تصور مقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة

م.د / عادل أحمد حسن محمد

مدرس بقسم الإدارة الرياضية – كلية التربية الرياضية – جامعة دمياط

مقدمة البحث :

يقوم الإعلام الرياضي بدور كبير في نشر الأخلاق الرياضية وعن طريقه يمكن إعادة المجتمع الرياضي إلى المنهج الصحيح وذلك بالحرص على نشر الموضوعات والبرامج الرياضية الهادفة والنقد البناء ومناقشة المشاكل الرياضية وإيجاد الحلول لها، وتأكيد الإيمان الكامل بأن الرياضة فوز وخسارة وتقبل النتائج أيضاً، إضافة لدور الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة لتصحيح السلوكيات الخاطئة كالتعصب الجماهيري بأسلوب تربوي، إلا أنه في الفترة الأخيرة أتهم الإعلام الرياضي بأنه حاد عن دوره الأساسي وأصبح محركاً أساسياً للتعصب والإحتقان في الشارع الرياضي المصري من خلال مشاركة الإعلاميين المتعصبين لألوان الأندية والتأثير السلبي المحتمل لذلك كله على كافة أنواع الجماهير وخاصة الصغار والشباب. (١٦: ١٢)

ومع التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والإعلام والوضع التنافسي بين القنوات التلفزيونية المتعددة، دعت الحاجة إلى التخصص لضمان إقبال العديد من الفئات الجماهيرية على متابعة فقراتها وكافة برامجها ومجالاتها المختلفة التي تبث عليها، فتم تخصيص بعض من تلك القنوات للرياضة والبعض الآخر للأخبار والعديد من المجالات الأخرى. (٣: ٢١)

وتتعدد المجالات التي يمكن للإعلام الرياضي أن يكون له دور كبير في التأثير عليها، كالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي، وظاهرة العنف التي تحدث في الملاعب الرياضية، أي أن الإعلام الرياضي يمكنه التأثير في كل ماله علاقة بالسلوك الإنساني في المجال الرياضي، وبالتالي يتضح أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في تشكيل الرأي العام الرياضي وربط شرائح المجتمع المختلفة نحو المفاهيم الحقيقية للرياضة، وتوسيع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها. (١٥: ٢١)

كما أن هناك العديد من التأثيرات التي يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور، وذلك من خلال تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي، وتغيير المعرفة الرياضية، والتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي، والإثارة الجماعية في المجال الرياضي، والإستثارة العاطفية في المجال الرياضي .

والضبط الإجتماعى في المجال الرياضى، وصياغة الواقع في المجال الرياضى، فلذا يجب على القائمين في مجال الإعلام الرياضى أن يقوموا بصياغة الواقع دون مزايده أو نقصان حتى لا يصيب الجمهور بالتمزق ويفقد الثقة في المجتمع الرياضى. (١٢ : ٤٣)

يحدث الإعلام الرياضى تأثيراً واضحاً في الجمهور الرياضى، وذلك وفقاً لنظرياته وأنواعه، ويتوقف ذلك على بعض العوامل والشروط التى يجب توافرها كما يلي:

- شروط لها علاقة بالمصدر أى نوع الوسيلة الإعلامية (الإعلامى الرياضى).
- شروط لها علاقة بالبيئة المحيطة التى تبث فيها الرسالة الإعلامية.
- شروط لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية.
- شروط لها علاقة بالجمهور (المستقبل). (١١ : ١٧) (١٢ : ٥٥)

مشكلة البحث :

يعتبر التلفزيون أقوى جهاز إعلامى ظهر في القرن العشرين حيث ساهم في نشر الثقافة بصفة عامة والثقافة الرياضية بصفة خاصة بين قطاعات المجتمع المختلفة، ويعد النافذة السحرية التى يرى المشاهد من خلالها الواقع الإجتماعى، وتشير إحدى النظريات المرئية إلى أن مداولة مشاهدة التلفزيون لفترات زمنية طويلة تولد لدى المشاهد اعتقاداً بأن ما يراة على شاشة التلفزيون ما هو إلا صورة مطابقة لما يحدث في العالم الحقيقى، حيث تتشكل المعلومات التى يتلقاها المشاهد من التلفزيون أساساً طبقاً للصورة الذهنية التى يكتسبها عن العالم الذى يعيش فيه. (٢ : ٣٨)

وبمرور الوقت أصبحت القنوات الرياضية المتخصصة وعن طريق برامجها أصبحت مصدراً مهماً لنشر الثقافة الرياضية من خلال عرض الأحداث الرياضية مباشرة أمام المشاهد، إلا أن البرامج الرياضية بها سلكت الطريق الخطأ فبدلاً من دورها في نشر الثقافة الرياضية للجمهور والعمل على تطويرها ومساعدة المشاهد على التحلي بالروح الرياضية وقبول الفوز والهزيمة قامت بالشحن المتوالي نحو زيادة التعصب في برامجها الموجهة واستعانت بلاعبين لديهم الشهرة والنجومية لمخاطبة الجمهور بغض النظر عن إمتلاكهم الأدوات الإعلامية. (٢٠ : ٥٤)

ومع تزايد حدة الإنتقادات والإتهامات الموجهة لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة مثل (قناة النيل للرياضة، قناة مودرن سبورت، قناة أون تايم سبورت ١، قناة أون تايم سبورت ٢، قناة الأهل، قناة الزمالك) وبوجه خاص حالات التراشق الموجودة بين مقدمي البرامج الرياضية، وضعف الأداء الإعلامى والتجاوز الأخلاقي، قام الباحث برصد العديد من الحالات التى تدل على ضعف الأداء الإعلامى لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة، فعلى سبيل المثال حالة التراشق بالألفاظ الشهيرة بين الإعلامي أحمد شوبير مقدم برنامج ستاد النيل والمستشار مرتضى منصور بتاريخ ١٣/١٠/٢٠٠٩م، علي قناة النيل للرياضة، وأيضاً إستقالة مقدم برنامج (هنا القاهرة) الإعلامى علاء صادق علي الهواء مباشرة بعدما وجه عبارات حادة للجهة لأحد الاعلاميين بالقناة، بتاريخ ١٦ / ١٠ / ٢٠٠٩م، علي قناة مودرن سبورت، وأخيراً اشتباك الإعلامي أحمد شوبير والمعلق الرياضى أحمد الطيب بالأيدي، علي قناة دريم بتاريخ ٢٨ / ٥ / ٢٠١٦م في برنامج العاشرة مساءً.

وبالرغم من الحالات السابقة قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية علي عدد (٥٠) فرداً من الجمهور الرياضي المتابع للبرامج الرياضية على القنوات الرياضية المتخصصة بفنائه المختلفة في محاولة التعرف علي مدي رضا عينة الدراسة الاستطلاعية عن الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية مرفق رقم (١)، وكان التساؤل كالتالي هل أنت راض علي الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة، دلل مع ذكر أسبابك؟ وكانت نتائج هذا التساؤل كالتالي:

أكدت ٩٠% من عينة الدراسة الإستطلاعية علي عدم رضاهم عن الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة، وكانت أهم نتائج الدراسة الإستطلاعية وأسباب عدم الرضي حول الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة كالتالي:

- ١- معظم مقدمي البرامج الرياضية لاعبين سابقين ذوي تعصب لأنديتهم.
- ٢- عدم سلامة اللغة الإعلامية المقدمة من الإعلاميين الرياضيين.
- ٣- عدم التنوع في المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور المتابع (يستحوذ نشاط كرة القدم علي أغلب أوقات البث مع إغفال باقي الأنشطة والرياضات الأخرى).
- ٤- كثرة المشاجرات والمشاحنات بين مقدمي البرامج الرياضية لإختلاف وجهات النظر وميولهم.

كما أكدت نتائج دراسة نور الدين غمام عمارة (٢٠١٣) (٣٦)، علي ضعف المحددات المهنية والضوابط الأخلاقية الواجب توافرها لدى القائم بالاتصال (مقدمي البرامج)، كما أكدت نتائج دراسات كل من أمال محمد إبراهيم، وعثمان عبد الوهاب (٢٠١٤ م) (٩)، علي وجود حدة في لغة مقدمي البرامج الرياضية، وأن عدم الحيادية هي السمة الأساسية لأداء مقدمي البرامج الرياضية، وأكدت نتائج دراسة نزهة حنون الجالي (٢٠٢١ م) (٣٤)، علي وقوع عديد من أحداث العنف نتيجة التعصب الرياضي الذي إنتشر مؤخراً في البرامج الرياضية والدور الخطير الذي يمارسه الإعلام الرياضي وخاصة من خلال البرامج والمواد التليفزيونية الرياضية في الفضائيات المصرية وما تقدمه من مبالغة وإثارة وتبادل للإتهامات وملسانات بين مقدمي البرامج وضيوفها، كما أشارت نتائج دراسة هشام عبادة الحصري (٢٠٢١) (٣٧)، علي وجود مشاحنات ومشاجرات من بعض الإعلاميين الرياضيين بما يتعارض مع أهدافهم الخاصة وأهداف مؤسساتهم، وقد أشارت نتائج دراسة لبنى محمود عبدالله عبيدات (٢٠١٦ م) (٢٤)، إلي ضرورة تبنى الإعلام الرياضي بث برامج هادفة تحاكي إهتمام وميول وأفكار الشباب للبعد عن الانحرافات الفكرية مثل (التطرف، الإرهاب، العدوانية)، وأشارت نتائج دراسة أحمد إبراهيم عباس (٢٠١٦ م) (١)، علي حظر ظهور مقدمي البرامج الرياضية والضيوف المتعصبين رياضياً، وضرورة الإهتمام بعنصري الكفاءة والتخصص عند إختيار مقدمي البرامج الرياضية، كما أكدت نتائج دراسة كل من سحر محمد صوفي (٢٠١٦) (١٧)، وعلاء مرتضى شحته (٢٠٢١ م) (٢٢)، علي ضرورة إلزام الإعلاميون بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تقديم البرامج الرياضية بما لا يثير المشاكل بين أطراف الجماهير العاشقة لأنديتها، ويجب أن يكون مقدمو البرامج الرياضية من المتخصصين والدارسين للإعلام الرياضي بما يتناسب مع إستخدام الأسلوب الأمثل في مخاطبة الجمهور الرياضي.

كما إطلع الباحث على العديد من الأدبيات النظرية والدراسات السابقة والمرتبطة بموضوع البحث ومن خلال خبرة الباحث ونتائج الدراسة الإستطلاعية وما أوردته نتائج وتوصيات الدراسات السابقة، تولّد لدى الباحث الدافع الأكبر للقيام بهذا البحث " تصور مقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة".

أهداف البحث :

- يهدف البحث إلى وضع تصور مقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة وذلك من خلال التعرف على:
- دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.
- التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

تساؤلات البحث :

- ما الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة ؟
- ما هو التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة ؟

مصطلحات البحث:

- **تطوير الأداء*:** تطوير معرفة الفرد ومهاراته وقدراته عن طريق التعليم والتدريب المستمر والمنظم بالطرق العلمية، لتعزيز قدرته ومهارته علي الإلمام بكل المستجدات المرتبطة بمجال تخصصي معين.

الدراسات السابقة والمرتبطة :

١- اسم الباحث: **نور الدين غمام عمارة (٢٠٢٠) (٣٥)**، عنوان البحث: تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي، هدف البحث: التعرف على تأثير الإعلام الرياضي على تحقيق قيمة التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، أهم النتائج: الإعلام الرياضي فرع من منظومة الإعلام ككل يؤدي دور كبير في النهوض بالحركة الرياضية وأهميته للفرد والمجتمع في تحقيق اللياقة البدنية والصحة النفسية والجسمية، وللإعلام الرياضي دور كبير في التأثير على الكثير من السلوك الإنساني في المجال الرياضي والتأثير على العديد من المجالات كالتنشئة الاجتماعية التي تحدث أثارا كبيرة على فئات المجتمع وخاصة جيل الشباب والنشء، ويستطيع الإعلام الرياضي أن يؤثر على السلوك الإنساني ومجال التنشئة الاجتماعية التي تعتبر عملية أساسية في حياة الفرد التي تتناول القيم والمبادئ الرياضية والمحافظة عليها بما ينتج سمة التوافق في المجتمع، وهنا تتجلى وظيفة الإعلام الرياضي في المساعدة على إدراك قيمة المسؤولية الاجتماعية ويحولها مع ما يتفق مع القيم والمعايير الاجتماعية.

٢- اسم الباحث: مى عثمان صلاح الدين (٢٠٢٠) (٣٣)، عنوان البحث: أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة، هدف البحث: التعرف على أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، أهم النتائج: وجود تفاوت في التزام مقدمى البرامج الرياضية بأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف نمط ملكية القناة، وجود تفاوت في التزام مقدمى البرامج الرياضية بأخلاقيات التقديم تبعاً لاختلاف تخصص مقدم البرنامج، أظهرت النتائج أن مقدمى البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية أكثر التزاماً بالضوابط والمعايير الأخلاقية في معالجتهم للقضايا.

٣- اسم الباحث: محمد شهابى المنير (٢٠٢٠) (٢٧)، عنوان البحث: دور الإعلام الرياضى فى ممارسة الضبط الإجتماعى عبر الفضاء الافتراضى، أهداف البحث: معرفة دور الإعلام الرياضى فى ممارسة الضبط الإجتماعى بين جميع فئات الجمهور المختلفة ومقاربة للعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام الرياضية منها وعملية الضبط الاجتماعى باعتبار أن عملية الضبط الاجتماعى تساهم بدور فعال فى تحقيق الأمن والسلم الاجتماعيين، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفى التحليلي، أهم النتائج: يقوم الإعلام الرياضى بدور كبير فى نشر الأخلاق الرياضية وعن طريقه الإعلام الهادف يمكن إعادة المجتمع الرياضى إلى المنهج الصحيح وذلك بالحرص على نشر الموضوعات والبرامج الرياضية الهادفة والنقد البناء، ومناقشة المشاكل الرياضية وإيجاد الحلول لها، وتأكيد الإيمان الكامل بأن الرياضة فوز وخسارة وإمتلاك الروح الرياضية وتقبل النتائج والعمل الجاد المتواصل لتحسينها وفقاً للأنظمة والقوانين.

٤- اسم الباحث: محمد نادر شلبى (٢٠٢٠) (٣١)، عنوان البحث: دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات، هدف البحث: يهدف معرفة دور الإعلام الرياضى فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفى التحليلي، أهم النتائج: ساهم الإعلام الرياضى بشكل إيجابى فى نشر الثقافة القوامية للنساء العاملات كما يعرض الإعلام الرياضى المعلومات القوامية الصحية بطريقة علمية حديثة كما يقدم الإعلام الرياضى معلومات عن القوام السليم.

٥- اسم الباحث: مرنيز محمد جلال (٢٠١٩) (٣٢)، عنوان البحث: دور الإعلام الرياضى فى تغطية المنافسات والأحداث الرياضية، هدف البحث: التعرف على العلاقة بين دور الإعلام الرياضى فى تغطية البطولات والأحداث الرياضية ورضاء الجمهور وأشباع رغباته وإهتماماته بجميع الأحداث والمعلومات المرتبطة بالأحداث والبطولات الرياضية بالإضافة إلى التزويد بالمعلومات والمعارف وكذا إشباع حاجات التحليل لدى الجمهور، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفى التحليلي، أهم النتائج: التنوع فى الأخبار والإهتمام أكثر بنوعية المواضيع المطروحة بالتركيز على الأحداث الرياضية الكبرى بشكل أكبر دون غض الطرف عن باقى الأحداث كونها تشغل رأي فئات أخرى معينة من المجتمع، زيادة الحجم الخاص بالأحداث الرياضية المحلية والدولية فى كل التخصصات والتطرق لها بشكل أكبر، العمل على نقل ونشر أكبر قدر من الأخبار الخاصة بالأحداث الرياضية لحظة وقوعها.

٦- اسم الباحث: آمال جبر سيموسى (٢٠١٨) (٨)، عنوان البحث: الإعلام الرياضى وسيلة للحد من العنف فى الملاعب الرياضية، هدف البحث: التعرف على دور الإعلام الرياضى للتقليل والحد من ظاهرة العنف داخل الملاعب الرياضية، منهج البحث: استخدم الباحث المنهج الوصفى بالأسلوب المسحى، أهم النتائج: الإعلام الرياضى سلاحاً ذو حدين يؤثر سلباً فيزيدي في انتشار ظاهرة العنف من خلال تكثيف وتكرار عرضه للمشاهد العنيفة وإظهارها بشكل كبير وتحريض الفرق الرياضية والجمهور على الثأر والفوز والتككيل بالخصم، الإعلام الرياضى يؤثر إيجابياً نجده وسيلة تهدف إلى تنمية المعرفة والوعي لدى الجمهور الرياضى بما ينمي مدركاته تجاه العنف وآثاره السلبية.

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفى بأسلوب الدراسات المسحية وذلك لملائمته لطبيعة هذا البحث والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، حيث يعتمد هذا المنهج على دراسة الظاهرة كما هي عليه في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفاً وكماً ولا يقف عند مجرد جمع المعلومات والحقائق بل يهتم بتصنيفها وتحليلها ثم إستخلاص النتائج.

مجتمع البحث :

يتكون مجتمع البحث من أربعة فئات رئيسية؛ الفئة الأولى تتمثل في (الإعلاميين) مقدمى البرامج بالقنوات الرياضية الخاصة، الفئة الثانية تتمثل في (الأكاديميين)، الفئة الثالثة تتمثل (النقاد والخبراء)، الفئة الرابعة تتمثل في (الجمهور الرياضى).

عينة البحث :

- تم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية لفئات الإعلاميين والأكاديميين والنقاد والخبراء، وهم ما تمكن الباحث من الوصول إليها من تلك الفئات كما تم إختيار الفئة الرابعة المتمثلة في الجمهور الرياضى بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث بلغ إجمالي عينة البحث (٤٠٩) فرداً موزعين كما يوضحها جدول رقم (١):

جدول رقم (١)

توصيف فئات عينة البحث

مسلسل الفئة	فئة العينة	عينة تقنين أداة البحث	العينة الأساسية	المجموع
1	إعلاميين	٣	١١	14
2	أكاديميين	٨	٢٥	٣3
3	النقاد والخبراء	6	21	27
4	الجمهور الرياضى	٤٠	295	335
	الإجمالي	57	352	409
	النسبة المئوية	%16.42	%83.58	%100

يوضح جدول رقم (١) أن إجمالي حجم العينة من فئات مجتمع البحث قد بلغ (٤٠٩) مفردة، وقد تم اختيار (٥٧) مفردة بنسبة مئوية بلغت (١٦.٤٢%) بالطريقة العمدية كعينة لبناء وتقنين أداة البحث وتم استبعادهم من إجمالي حجم عينة البحث ليصبح حجم العينة الأساسية للبحث (٣٥٢) مفردة بنسبة مئوية بلغت (٨٣.٥٨%).

أدوات جمع البيانات :

قام الباحث باستخدام استمارة استبيان من تصميمه كأداة أساسية لجمع البيانات وإتبع الخطوات التالية لتصميم الإستمارة :

- إجراء مسح للدراسات النظرية والبحوث والمراجع العلمية المرتبطة بموضوع البحث.

- الاستفادة من نتائج الدراسة الإستطلاعية عن طريق المقابلة الشخصية المقننة. مرفق رقم (١)

- تم تحديد محاور الإستبيان وإشتمل على محورين إثنين حسب الأهداف الموضوعية وهما:

- المحور الأول: دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

- المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

المعاملات العلمية لإستمارة الإستبيان :**أولاً : صدق الاستمارة : وقد تم حساب الصدق بطريقتين :****أ- صدق المحتوى :**

- تم عرض المحاور المقترحة على مجموعة من السادة الخبراء المتخصصين في مجالات الإدارة الرياضية والإعلام الرياضي والذي يتوافر فيهم شرط الحصول علي درجة الأستاذية في التخصص وعددهم (٨) خبراء مرفق رقم (٢) بهدف إستطلاع رأى سيادتهم على مدى صلاحية المحاور المقترحة لتحقيق أهداف البحث، وقد أجمع السادة الخبراء بنسبة (١٠٠%) على صلاحية المحاور المقترحة.

- تم تحديد مفردات العبارات التي تعبر عن محاور الإستبيان، وإشتمل المحور الأول على (٢١) عبارة رئيسية، كما اشتمل المحور الثاني على (٤٤) عبارة رئيسية، وبذلك أصبحت إستمارة الإستبيان في صورتها الأولية.

- تم عرض الإستبيان في صورته الأولية على مجموعة من السادة الخبراء المتخصصين في مجالات الإدارة الرياضية والإعلام الرياضي وعددهم (٨) خبراء مرفق رقم (٢) لابداء الرأي في مدى كفاية العبارات المقترحة لكل محور وأي تعديل يرونه سيادتهم من (صياغة العبارات، إضافة، حذف، دمج، نقل)، وتراوحت نسبة اتفاق السادة الخبراء على صلاحية العبارات المقترحة من (٧٥% إلى ١٠٠%) والجدول رقم (٢) يوضح ذلك، وقد تم الاتفاق على ميزان تقدير ثلاثي وهو أوافق (٣)، إلى حد ما (٢)، لا أوافق (١).

جدول رقم (٢)

التكرار والنسبة المئوية لآراء الخبراء حول عبارات الاستبيان في صورته الأولى ن = (٨)

م	المحور	رقم العبارة	الخبراء الموافقون		رقم العبارة	الخبراء الموافقون		رقم العبارة	الخبراء الموافقون	
			التكرار	%		التكرار	%		التكرار	%
١	المحور الأول: دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة	١	٨	%١٠٠	٨	٨	%١٠٠	١٥	٨	%١٠٠
		٢	٨	%١٠٠	٧	٨٧.٥%	٩	٨	٨	%١٠٠
		٣	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	١٠	٨	٨	%١٠٠
		٤	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	١١	٨	٨	%١٠٠
		٥	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	١٢	٨	٦	٧٥%
		٦	٦	٧٥%	٨	%١٠٠	١٣	٨	٨	%١٠٠
		٧	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	١٤	٨	٨	%١٠٠
٢	المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	٢٢	٧	٨٧.٥%	٨	%١٠٠	٣٧	٨	٥٢	%١٠٠
		٢٣	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٣٨	٨	٥٣	%١٠٠
		٢٤	٧	٨٧.٥%	٨	%١٠٠	٣٩	٧	٥٤	٨٧.٥%
		٢٥	٧	٨٧.٥%	٧	٨٧.٥%	٤٠	٧	٥٥	%١٠٠
		٢٦	٧	٨٧.٥%	٨	%١٠٠	٤١	٨	٥٦	%١٠٠
		٢٧	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٤٢	٨	٥٧	%١٠٠
		٢٨	٨	%١٠٠	٧	٨٧.٥%	٤٣	٧	٥٨	%١٠٠
		٢٩	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٤٤	٨	٥٩	%١٠٠
		٣٠	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٤٥	٨	٦٠	%١٠٠
		٣١	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٤٦	٨	٦١	%١٠٠
		٣٢	٨	%١٠٠	٦	٧٥%	٤٧	٦	٦٢	٨٧.٥%
		٣٣	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٤٨	٨	٦٣	%١٠٠
		٣٤	٧	٨٧.٥%	٨	%١٠٠	٤٩	٨	٦٤	%١٠٠
		٣٥	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٥٠	٨	٦٥	%١٠٠
		٣٦	٨	%١٠٠	٨	%١٠٠	٥١	٨		

يوضح جدول رقم (٢) النسبة المئوية لاتفاق آراء الخبراء حول عبارات الاستبيان، وقد إرتضى الباحث العبارات التي حصلت على نسبة مئوية لا تقل عن (٧٥%) من مجموع آراء الخبراء، وقد حصلت جميع عبارات الاستبيان وعددها (٦٥) عبارة على النسبة المئوية التي إرتضاها الباحث.

ب- صدق الاتساق الداخلي :

تم تطبيق الاستبيان على عينة استطلاعية من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية بلغ عددها (٥٧) مفردة في الفترة من ٢٠٢٠/٩/١٢ وحتى ٢٠٢٠/٩/٢٢، وذلك بهدف تقنين أداة البحث، وبعد جمع البيانات قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات كل محور وذلك بإيجاد معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة كل من المحور الذي تنتمي إليه والدرجة الكلية للاستبيان، وكذلك حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للاستبيان والتي توضحها الجداول أرقام (٣، ٤):

جدول رقم (٣)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الذي تنتمي إليه والدرجة الكلية للإستبيان ن = (٥٧)

م	المحور	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الارتباط بالإستمارة	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الارتباط بالإستمارة	رقم العبارة	الارتباط بالمحور	الارتباط بالإستمارة
١	المحور الأول: دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالتقنيات الرياضية المتخصصة	١	*.٤٩١	*.٥١١	٨	*.٥٦٧	*.٤٩٦	١٥	*.٤٠٦	*.٥٠١
		٢	*.٥٥٤	*.٤٧٢	٩	*.٤٨٤	*.٤٧٤	١٦	*.٤٧٩	*.٤٧٨
		٣	*.٤٣٢	*.٤٧٨	١٠	*.٥٥٨	*.٥٠٣	١٧	*.٥٢٢	*.٥١٠
		٤	*.٥٠٢	*.٤٧٥	١١	*.٤٩٣	*.٥١١	١٨	*.٤٦٤	*.٥١١
		٥	*.٥٣٣	*.٤٨٩	١٢	*.٥١٧	*.٤٩٢	١٩	*.٥١١	*.٤٩٠
		٦	*.٤٨٥	*.٤٨٨	١٣	*.٥٠٣	*.٤٦٣	٢٠	*.٤٢٦	*.٤٧٤
		٧	*.٥٦١	*.٤٧٠	١٤	*.٤٣٤	*.٤٥٣	٢١	*.٥٦٥	*.٤٨٥
٢	المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالتقنيات الرياضية المتخصصة.	٢٢	*.٥٤٩	*.٤٩٧	٣٧	*.٥٩١	*.٤٧١	٥٢	*.٥٦٢	*.٤٩٦
		٢٣	*.٤٤٨	*.٤٦٥	٣٨	*.٥٦٣	*.٤٩٢	٥٣	*.٥٨٣	*.٥١١
		٢٤	*.٥٣٥	*.٤٨٩	٣٩	*.٥٥٢	*.٥٠٧	٥٤	*.٥٢٧	*.٤٦٦
		٢٥	*.٤٠٦	*.٤٧٠	٤٠	*.٥٩٤	*.٤٨٧	٥٥	*.٥٩٤	*.٤٨٧
		٢٦	*.٥٠٦	*.٤٥٤	٤١	*.٥١٧	*.٤٩٨	٥٦	*.٥٤٩	*.٥٠٣
		٢٧	*.٤٨٤	*.٤٨٨	٤٢	*.٥٣٨	*.٤٧٢	٥٧	*.٤٤٨	*.٤٩٤
		٢٨	*.٥٥٨	*.٥١١	٤٣	*.٥٧٩	*.٤٧٨	٥٨	*.٥٣٥	*.٤٥٨
		٢٩	*.٤٩٣	*.٤٦٢	٤٤	*.٥٢٢	*.٤٧٥	٥٩	*.٤٥٢	*.٥١١
		٣٠	*.٥١٧	*.٤٥٣	٤٥	*.٥٤٩	*.٤٨٩	٦٠	*.٥٠٦	*.٤٦٢
		٣١	*.٥٢٢	*.٤٧٥	٤٦	*.٤٤٨	*.٥١١	٦١	*.٤٨٤	*.٤٥٣
		٣٢	*.٥٤٩	*.٥٠٣	٤٧	*.٥٣٥	*.٤٦٢	٦٢	*.٥٥٨	*.٤٥٣
		٣٣	*.٤٤٨	*.٤٩١	٤٨	*.٤٥٢	*.٤٥٣	٦٣	*.٤٩٣	*.٥٠٣
		٣٤	*.٥٣٥	*.٤٦٢	٤٩	*.٥٠٦	*.٤٥٣	٦٤	*.٥١٧	*.٤٩٧
		٣٥	*.٤٥٢	*.٤٥٣	٥٠	*.٥٥٢	*.٤٨٨	٦٥	*.٤٥٨	*.٤٧٨
		٣٦	*.٥٠٦	*.٤٤٨	٥١	*.٥٩٤	*.٤٧٨			

* دالة عند مستوى (٠.٠٥)، قيمة "ر" الجدولية = ٠.٢٣٧

يوضح جدول رقم (٣) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط المحسوبة أكبر من قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وذلك بين درجة كل عبارة ودرجة كل من المحور الذي تنتمي إليه العبارة والدرجة الكلية للإستبيان، حيث تراوحت قيمة معامل الارتباط بالمحور بين (٠.٤٠٦ : ٠.٥٩٤) وقيمة معامل الارتباط بالإستمارة بين (٠.٤٤٨ : ٠.٥١١) مما يشير إلى وجود صدق اتساق داخلي لاستمارة الاستبيان.

جدول رقم (٤)

معامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للإستبيان $n = (٥٧)$

م	المحاور	معامل الارتباط بالإستمارة
المحور الأول:	دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	* ٠.٥٨٧
المحور الثاني:	التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	* ٠.٥٧٤
البعد الأول:	المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:	* ٠.٥٧٧
البعد الثاني:	المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:	* ٠.٥٦٩
البعد الثالث:	المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة:	* ٠.٥٥٣

* دالة عند مستوى (٠.٠٥)، قيمة "ر" الجدولية = ٠.٢٣٧

يوضح جدول رقم (٤) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط المحسوبة أكبر من قيمة "ر" الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وذلك بين درجة كل محور من المحورين وبين الدرجة الكلية للإستبيان، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط المحورين بالإستمارة (٠.٥٨٧، ٠.٥٧٤) على التوالي مما يشير إلى صدق محاور الاستبيان.

ثانياً : ثبات الاستمارة :

قام الباحث بحساب ثبات إستمارة الإستبيان وثبات كل من المحاور ومفردات كل محور باستخدام معامل ألفا كرونباخ *Alpha Cronbach* ، كما توضحه الجداول أرقام (٥، ٦)، والجدول التالي يوضح معامل ثبات المحاور والإستبيان الكلي.

يوضح جدول رقم (٥) أن معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الإستبيان أقل من أو يساوي معامل الثبات الكلي للإستبيان، مما يدل على أن محوري الإستبيان على درجة عالية من الثبات، حيث أن تدخل المحور لا يؤدي إلى خفض معامل الثبات الكلي للإستبيان.

جدول رقم (٥)

معامل الثبات بين درجة كل محور والدرجة الكلية للإستبيان

م	المحاور	معامل الثبات
المحور الأول:	دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	*٠.٧٧٢
المحور الثاني:	التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	*٠.٨١٢
	البعد الأول:	المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:
	البعد الثاني:	المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:
	البعد الثالث:	المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة:
	معامل الثبات الكلي للإستبيان	*٠.٨٤١

جدول رقم (٦)

معامل الثبات بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة

م	المحور	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات	رقم العبارة	معامل الثبات
١	دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	١	٠.٧٦١	٨	٠.٧٦٧	١٥	٠.٧٢٦
		٢	٠.٧٥٦	٩	٠.٧٥٤	١٦	٠.٦٧٩
		٣	٠.٧٣٥	١٠	٠.٧٥٨	١٧	٠.٧٧٢
		٤	٠.٧٠٤	١١	٠.٧٥٣	١٨	٠.٧٦٤
		٥	٠.٧٣٣	١٢	٠.٧١٥	١٩	٠.٧١١
		٦	٠.٧٠٦	١٣	٠.٧٠٣	٢٠	٠.٧٢٦
		٧	٠.٧٥٢	١٤	٠.٧٥٩	٢١	٠.٧١٥
٢	التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	٢٢	٠.٨٠٥	٣٧	٠.٨٠١	٥٢	٠.٨١١
		٢٣	٠.٨٠٨	٣٨	٠.٨١١	٥٣	٠.٧٩٦
		٢٤	٠.٧٩٣	٣٩	٠.٨٠٨	٥٤	٠.٧٩٥
		٢٥	٠.٨١٢	٤٠	٠.٧٦١	٥٥	٠.٨٠٧
		٢٦	٠.٧٩٣	٤١	٠.٧٥٦	٥٦	٠.٨٠٣
		٢٧	٠.٨١١	٤٢	٠.٨٠٨	٥٧	٠.٧٩٨
		٢٨	٠.٨١٢	٤٣	٠.٨١١	٥٨	٠.٧٩٣
		٢٩	٠.٧٦٤	٤٤	٠.٧٢٦	٥٩	٠.٨١٢
		٣٠	٠.٨١١	٤٥	٠.٨٠٤	٦٠	٠.٧٧٩
		٣١	٠.٧٦٧	٤٦	٠.٨١٢	٦١	٠.٨٠١
		٣٢	٠.٧٨٤	٤٧	٠.٧٩٨	٦٢	٠.٨١١
		٣٣	٠.٧٥٨	٤٨	٠.٨٠٦	٦٣	٠.٧٦٧
		٣٤	٠.٨٠١	٤٩	٠.٨٠٣	٦٤	٠.٧٨٤
		٣٥	٠.٧٥٦	٥٠	٠.٧٠٣	٦٥	٠.٨٠٥
		٣٦	٠.٨١١	٥١	0.811		

يوضح جدول رقم (٦) أن معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان أقل من أو يساوي معامل الثبات للمحور الذي تنتمي إليه العبارة، مما يدل على أن جميع عبارات الاستبيان على درجة عالية من الثبات، حيث أن تدخل العبارة لا يؤدي إلى خفض معامل الثبات للمحور الذي تنتمي إليه العبارة، وبذلك أصبحت إستمارة الاستبيان قابلة للتطبيق على عينة البحث.

مرحلة تطبيق استمارة الاستبيان :

تم تطبيق إستمارة الاستبيان في صورتها النهائية مرفق رقم (٣) على عينة البحث الأساسية والتي بلغ عددها (٣٥٢) مفردة خلال الفترة من ٢٠٢٠/١٠/٣ إلى ٢٠٢٠/١٠/٣١.

المعالجات الإحصائية :

- النسبة المئوية لحساب صدق المحتوى.
- معامل ارتباط بيرسون لحساب صدق الإتساق الداخلي.
- معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات إستمارة الاستبيان.
- إختبار "*One Way Anova*" للتأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية من عدمه بين استجابات فئات عينة البحث الأساسية حول محاور استمارة الاستبيان.
- التكرارات لحساب درجة الموافقة على كل عبارة من عبارات إستمارة الإستبيان.
- مربع كاي (χ^2) لحساب الفروق بين استجابات عينة البحث على كل عبارة من عبارات إستمارة الإستبيان.
- النسبة الترجيحية لحساب الإستجابة المرجحة لكل عبارة من عبارات إستمارة الإستبيان.

عرض ومناقشة النتائج :

قام الباحث بإختبار "One Way Anova" للتأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية من عدمه بين استجابات فئات عينة البحث الأساسية حول محاور استمارة الاستبيان وكانت النتائج كالتالى:

جدول رقم (٧)

تحليل التباين الأحادى (One Way Anova) لاستجابات فئات عينة البحث

حول محاور استمارة الاستبيان $n=352$

م	المحاور	فئات العينة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)
١	دراسة الواقع الفعلى للأداء الإعلامى لمقدمى البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	إعلاميين (ن=١١)	بين المجموعات	٣٤٨.٨٤	٣.٠٠	١١٦.٢٨	١.١٧
		أكاديميين (ن=٢٥)	داخل المجموعات	٣٤٦١٢.٠٨	٣٤٨.٠٠	٩٩.٤٦	
		النقاد والخبراء (ن=٢١)	المجموع	٣٤٩٦٠.٩٢	٣٥١.٠٠		
		الجمهور الرياضي (ن=٢٩٥)					
٢	التصور المقترح لتطویر الأداء الإعلامى لمقدمى البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.	إعلاميين (ن=١١)	بين المجموعات	٩٧٢.٤٨	٣.٠٠	٣٢٤.١٦	٢.١٨
		أكاديميين (ن=٢٥)	داخل المجموعات	٥١٧٦١.٥٢	٣٤٨.٠٠	١٤٨.٧٤	
		النقاد والخبراء (ن=٢١)	المجموع	٥٢٧٣٤.٠٠	٣٥١.٠٠		
		الجمهور الرياضي (ن=٢٩٥)					
-	مجموع الإستمارة الكلي	إعلاميين (ن=١١)	بين المجموعات	١٤٤٧.١١	٣.٠٠	٤٨٢.٣٧	١.٤٩
		أكاديميين (ن=٢٥)	داخل المجموعات	١٠٥١٦٩.٠٨	٣٤٨.٠٠	٣٠٢.٢١	
		النقاد والخبراء (ن=٢١)	المجموع	١٠٦٦١٦.١٩	٣٥١.٠٠		
		الجمهور الرياضي (ن=٢٩٥)					

* دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٣ ، ٣٤٨)

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) = ٢.٦٥

يتضح من جدول رقم (٧) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات فئات عينة البحث حول محاور استمارة الاستبيان، حيث كانت قيم (ف) المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٣، ٣٤٨) ومستوى معنوية (٠.٠٥) في جميع المحاور ومجموع الإستمارة الكلى وهذا ما يؤكد تجانس استجابات فئات عينة البحث، وعلى هذا فسوف يتعامل الباحث مع تلك الفئات على أنها مجموعة واحدة قوامها (٣٥٢) فرداً عند إجراء باقى المعالجات الإحصائية للبحث.

المحور الأول: دراسة الواقع الفعلى للأداء الإعلامى لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

جدول رقم (٨)

التكرارات والنسب المئوية وكأ^٢ والنسبة الترجيحية لإستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الأول: دراسة الواقع الفعلى للأداء الإعلامى لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

ن=(٣٥٢)

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كأ ^٢	النسبة الترجيحية	الترتيب
١	يتقن مقدمي البرامج الرياضية ويستخدم لغة سليمة ودقيقة تتناسب مع الجمهور المتابع.	٤٢	٤٨	٢٦٢	*٢٦٧.٧	%٤٥.٨	٢١
		%١١.٩	%١٣.٦	%٧٤.٤			
٢	يمكن مقدمي البرامج الرياضية من إجادة اللغة الإنجليزية في نقل المصطلحات ونطق أسماء لاعبي الدول الأجنبية بطريقة صحيحة وسليمة.	١٣٧	٦٢	١٥٣	*٤٠.٢٣	%٦٥.٢	١٠
		%٣٨.٩	%١٧.٦	%٤٣.٥			
٣	يتمتع مقدمي البرامج الرياضية بالمصداقية في نقل وعرض الموضوعات الرياضية.	٨٤	١٧٨	٩٠	*٤٧.٢٠	%٦٦.١	٨
		%٢٣.٨	%٥٠.٧	%٢٥.٥			
٤	يعرض مقدمي البرامج الرياضية المشكلات الرياضية بمهنية واضحة من خلال التوازن في عرض جميع وجهات النظر.	٣٦	٨٩	٢٢٧	*١٦٥.٧	%٤٨.٦	٢٠
		%١٠.٢	%٢٥.٣	%٦٤.٥			
٥	يقدم مقدمي البرامج الرياضية نقداً بناءً للمشاكلات الرياضية دون التناول على الأشخاص أو المؤسسات الرياضية.	١١٢	١٤٥	٩٥	*١١.٠٢	%٦٨.٣	٤
		%٣١.٨	%٤١.٤	%٢٦.٨			
٦	يتمتع أداء مقدمي البرامج الرياضية بالجودة والاحترافية.	٧٥	٧٨	١٩٩	*٨٥.٣٠	%٥٤.٩	١٣
		%٢١.٣	%٢٢.٢	%٥٦.٥			
٧	يعرض مقدمي البرامج الرياضية الموضوعات في توقيتها المناسب ويتم التوزيع المنطقي لوقت الحلقة.	٩٥	١٤٥	١١٢	*١١.٠٢	%٦٥.١	١١
		%٢٦.٩	%٤١.٤	%٣١.٧			

تابع جدول رقم (٨)

ن(٣٥٢)

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا	النسبة الترجيحية	الترتيب
٨	يراعى مقدمي البرامج الرياضية جميع الأنشطة الرياضية والأزمات المرتبطة بها ولا يهتم بنشاط واحد بعينه.	التكرار ٥٢	٨١	٢١٩	*١٣٥.٧	%٥٠.٩	١٨
		النسبة %١٤.٨	%٢٣.٠	%٦٢.٢			
٩	يجيد مقدمي البرامج الرياضية إدارة الحوار باحترافية دون حدوث أخطاء.	التكرار ٤٩	٧٢	٢٣١	*١٦٧.٤	%٤٩.٤	١٩
		النسبة %١٣.٩	%٢٠.٥	%٦٥.٦			
١٠	يتناول مقدمي البرامج الرياضية موضوعات المجتمع الرياضي المعاصرة.	التكرار ١٥٩	٦٩	١٢٤	*٣٥.١٠	%٧٠.٠	٣
		النسبة %٤٥.٢	%١٩.٦	%٣٥.٢			
١١	يبعد مقدمي البرامج الرياضي عن إثارة الفتن والشحن بين أطراف المجتمع الرياضي عامة والجمهور الرياضي خاصة.	التكرار ٦٨	٧٩	٢٠٥	*٩٨.٧٧	%٥٣.٧	١٤
		النسبة %١٩.٣	%٢٢.٤	%٥٨.٢			
١٢	يتميز الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالحيادية والموضوعية في تناول القضايا والأزمات الرياضية.	التكرار ٦٨	٧١	٢١٣	*١١٧.٠	%٥٢.٩	١٥
		النسبة %١٩.٣	%٢٠.٢	%٦٠.٥			
١٣	يتنوع مقدمي البرامج الرياضية في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	التكرار ٢١٧	٦٩	٦٦	*١٢٧.٠	%٨١.٠	١
		النسبة %٦١.٦	%١٩.٦	%١٨.٨			
١٤	يطور مقدمي البرامج الرياضية من أدائهم المهني كل دورة إعلامية.	التكرار ٥٥	٢٣١	٦٦	*١٦٥.٧	%٦٥.٦	٩
		النسبة %١٥.٦	%٦٥.٦	%١٨.٨			
١٥	يقدر مقدمي البرامج الرياضية فريق العمل الخاص به.	التكرار ٢١٢	٧١	٦٩	*١١٤.٦	%٨٠.٢	٢
		النسبة %٦٠.٢	%٢٠.٢	%١٩.٦			
١٦	يحترم مقدمي البرامج الرياضية آراء وأفكار وإتجاهات مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الأخرى.	التكرار ٦٩	٥٢	٢٣١	*١٦٦.٤	%٥١.٣	١٦
		النسبة %١٩.٦	%١٤.٨	%٦٥.٦			
١٧	يشارك مقدمي البرامج الرياضية في بناء مجتمع رياضي إيجابى.	التكرار ٨٤	١٥٦	١١٢	*٢٢.٤٥	%٦٤.٠	١٢
		النسبة %٢٣.٨	%٤٤.٥	%٣١.٧			
١٨	يسعى مقدم البرنامج الرياضي لإجتذاب جمهور من خارج القطر لبرنامجهم ومتابعة ردود الأفعال خارجياً من خلال التنويع اللغوي والاهتمام بمختلف الأنواع والآراء.	التكرار ٥٩	٧٠	٢٢٣	*١٤٣.٣	%٥١.١	١٧
		النسبة %١٦.٨	%١٩.٩	%٦٣.٤			
١٩	يسعى مقدمي البرامج الرياضية التنويع فى شكل الحلقات وأسلوب تقديم البرامج.	التكرار ٧٢	٢١٢	٦٨	*١١٤.٦	%٦٧.١	٥
		النسبة %٢٠.٥	%٦٠.٢	%١٩.٣			
٢٠	يهتم مقدمي البرامج الرياضية بقضايا ومشكلات المجتمع الرياضي ويسعى لإيجاد حلول لها، وليس الاكتفاء بعرضها.	التكرار ٧٣	٢١٠	٦٩	*١٠٩.٩	%٦٧.١	م٥
		النسبة %٢٠.٧	%٥٩.٧	%١٩.٦			
٢١	يتناول مقدمي البرامج الرياضية دعم وحماية حق المجتمع الرياضي في المعرفة.	التكرار ٨٩	١٧٧	٨٦	*٤٥.٦	%٦٧.٠	٧
		النسبة %٢٥.٢	%٥٠.٢	%%٢٤.٤			

* دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢)، قيمة (كا) الجدولية = (٥.٩٩).

** دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (١)، قيمة (كا) الجدولية = (٣.٨٤).

يوضح جدول رقم (٨) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة البحث في جميع عبارات المحور الأول (دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) لصالح الإستجابة الأعلى تكراراً، حيث تراوحت قيمة (كأ) المحسوبة ما بين (١٢٧.٠ : ٢٦٧.٧) وكانت تلك القيم قد فاقت قيمتها الجدولية عند درجة حرية (١)، ومستوي معنوية (٠.٠٥).

كما يوضح جدول رقم (٨) أن النسبة الترجيحية لعبارات المحور الأول (دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) قد تراوحت ما بين (٤٥.٨% : ٨١.٠%)، ما يُعد مؤشراً على تنوع استجابات عينة البحث على تلك العبارات، حيث كانت في اتجاه (غير موافق) بنسبة مئوية تراوحت ما بين (١٨.٤% : ٧٤.٤%) وفي اتجاه (إلى حد ما) بنسبة مئوية تراوحت ما بين (١٣.٦% : ٦٥.٦%) وفي اتجاه (موافق) بنسبة مئوية تراوحت ما بين (١٠.٢% : ٦١.٦%).

وقد حصلت العبارتان أرقام (١٣، ١٥) على الترتيب الأول والثاني بنسبة ترجيحية بلغت (٦١.٦%، ٦٠.٢%) على التوالي ما يشير إلى تنوع مقدمي البرامج الرياضية في استخدام وسائل الاتصال الحديثة، وكذلك تقدير مقدمي البرامج الرياضية لفريق العمل الخاص به.

كما أكدت نتائج دراسة محمد علي الراجحي (٢٠١٤) (٢٩)، لبنى محمود عبدالله عبيدات (٢٠١٦) (٢٤)، أن توفير نظام إتصالات داخلية ذات كفاءة عالية يؤدي إلى تدفق المعلومات بين الإدارات بسهولة ويسر وذلك مما يعزز الثقة التبادلية وتحقيق أكبر قدر ممكن من الشفافية في التعاملات، كما أن التنوع في استخدام وسائل الإتصال الحديثة له أثر إيجابي للحصول على المعلومات بشكل دقيق وفعال.

كما يشير كمال الدين درويش، محمد صبحي حسانين (٢٠٠٤) (٢٣)، إلى أن أهم أهداف فريق العمل في المجال الرياضي بناء روح الثقة والتعاون بين الأفراد وكذلك زيادة تدفق المعلومات بين أجزاء المنظمة، وخلق بيئة عالية التحفيز والجودة ومناخ مناسب لفريق العمل.

كما جاء في الترتيب الثالث العبارة رقم (١٠) بنسبة ترجيحية بلغت (٧٠.٠%) وتشير إلى تناول مقدمي البرامج الرياضية موضوعات المجتمع الرياضي المعاصرة، وقد أشار نور الدين غمام عمارة (٢٠٢٠) (٣٥) إلى ضرورة تنوع البرامج الرياضية في المحتوى المقدم لما له من أثر إيجابي على التنشئة الاجتماعية للفرد وتوسيع أفكار ومفاهيم الأفراد بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة.

وتؤكد نتائج دراسة كل من (٢٠٠٧) (٤١) gill lines (٤٠) Daeyeon Kim، (2016) Minkyoo Lee علي أن مشاهدة الأحداث والبرامج الرياضية في توقيتاتها المباشرة توفر لهم دوافع جيدة لممارسة النشاط البدني، كما يؤكد علي الدور الهام لمقدمي البرامج الرياضية، والعلاقة بين جودة الأداء ومتعة الجماهير.

بينما تشير نتائج العبارات أرقام (١، ٤، ٩، ٨، ١٨، ١٥) ذات دلالة منخفضة لإستجابات عينة البحث حول دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة بنسبه ترجيحية تتراوح ما بين (٤٥.٨% : ٥٢.٩%) على التوالي، وتشير إلى أن مقدمي البرامج الرياضية لا يتقنوا استخدام اللغة السليمة والدقيقة التي تتناسب مع الجمهور الرياضي المتابع، كما لا يعرض مقدمي البرامج الرياضية المشكلات الرياضية بمهنية

واضحة وذلك من خلال التوازن في عرض جميع وجهات النظر، كما لا يجيد مقدمي البرامج الرياضية إدارة الحوار بإحترافية، وكذلك عدم مراعاة مقدمي البرامج الرياضية جميع الأنشطة الرياضية الأخرى والالتزامات الرياضية المرتبطة بها والاهتمام بنشاط واحد بعينه، كما لا يسعى مقدمي البرامج الرياضية لإجذاب جمهور من خارج القطر لبرنامجهم والإقتصار على الجمهور المحلي فقط وعدم الاهتمام بمختلف الأنواق والأراء، وكذلك لا يعرض مقدمي البرامج الرياضية آراء وأفكار وإتجاهات مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الأخرى والاهتمام بالرأى الفردى الخاص به، وأن الأداء الإعلامى لمقدمي البرامج الرياضية لا يتميز بالحيادية والموضوعية في تناول القضايا والالتزامات الرياضية وذلك نظراً لإهتمامه بآراء واتجاهات القناة الإعلامية والنادى الرياضى التابع له.

وهذا يتوافق مع نتائج دراسة رضوان لعجيمى بلخيري (٢٠١٩) (١٤)، سارة إسماعيل محمد (٢٠١١م) (١٦)، والتي أكدت على أن الإعلام يؤثر في جمهوره الذى يمثل في الأفراد والجماعات المتلقين بصورة عميقة وبالتالي عدم تناسب لغة الحوار المقدمة بالبرامج الرياضية مع الذوق العام والآداب الاجتماعية للمجتمع في بعض المواقف، وعدم توافر الصبغة العلمية في لغة الحوار التي تقدم في البرامج الرياضية.

كما يري عبدالله عمر الحسن (٢٠١٠م) أن بعض المذيعون لا يجيدون لغة الحوار ولا يتمتعون بالقدرة علي ترتيب وتنظيم الأفكار بالشكل الدقيق والمرتب، كما أنهم يخطئون في لغة الحوار ومخارج الحروف بالطريقة الصحيحة التي تتوافق مع الجمهور المتابع. (٢١ : ٤١٠)

ويؤكد محمد بدر العتيق (٢٠١٣م)، علي أن لغة الخطاب التي يتبناها مقدمي البرامج الرياضية أصبحت تضع نوعاً من الإحتقان والإستفزاز لجمهور الأندية المختلفة وهو ما يبدو أن هؤلاء الأعلاميون مندوبين عن الأندية بالقنوات الرياضية المختلفة. (٢٥ : ١٤٥)

وتشير نتائج دراسة (٤٢) (2003) Nabi Robin, And Hendriks Alexandra إلي أن أهم الإتجاهات الإيجابية نحو البرامج الرياضية هي أن هذه البرامج تطرح موضوعات وقضايا هامة مجتمعية معاصرة ويجب أن تتوافق مع الرأى العام للجمهور المتابع.

ويرى الباحث ضرورة أن تكون المادة المباشرة والحية هي أساس البرامج الرياضية حيث يحرص مقدمي البرامج الرياضية علي تناول موضوعات المجتمع الرياضي المعاصرة من خلال تقديم تغطية حية بالصوت والصورة للأحداث الرياضية ولصانعيها وللمشاركين في صنعها، كما أن التطور المذهل وإنتشار التقنيات الحديثة للإتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام يحتم علي العاملين في تقديم البرامج الرياضية العمل بمقتضى هذه التطورات من تحسين وتطوير الأداء الإعلامى.

المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

جدول رقم (٩)

التكرارات والنسب المئوية وكما^٢ والنسبة الترجيحية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

(البعد الأول) المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

ن=(٣٥٢)

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كأ	النسبة الترجيحية	الترتيب
٢٢	يتمتع بالأخلاق الفاضلة الحميدة (الأمانة والسمعة الجيدة والصدق في التعامل مع الناس ويتمتع بجميع حقوقه المدنية والسياسية).	١٣٥	١٤٦	٧١	*٢٧.٩٦	%٧٢.٧	٣
		النسبة	%٣٨.٤	%٤١.٥	%٢٠.٢		
٢٣	يراعى المظهر العام دون تكلف زائد، صاحب شكل لائق ومقبول.	١٣٥	١٤٩	٦٨	*٣١.٩٥	%٧٣.٠	٢
		النسبة	%٣٨.٤	%٤٢.٣	%١٩.٣		
٢٤	يجيد قواعد اللغة العربية صوته واضح جهوري في مخارج الحروف والألفاظ، حسن الالتقاء، لبق الحديث.	٨٣	٨١	١٨٨	*٦٣.٨٦	%٥٦.٧	١٢
		النسبة	%٢٣.٦	%٢٣.٠	%٥٣.٤		
٢٥	يمتلك شخصية قوية ولا يخشى المواجهة الحوارية، ويتحلى بأخلاقيات الاعلام من (مصادقية، شفافية، ومرونة).	٧٢	١٩٤	٨٦	*٧٦.٠	%٦٥.٣	١٠
		النسبة	%٢٠.٥	%٥٥.١	%٢٤.٤		
٢٦	يتمتع بالمهارات الاتصالية، قادر علي التواصل والتعامل مع الجمهور بالشكل اللائق.	٧٩	٢٠٥	٦٨	*٩٨.٧٧	%٦٧.٧	٨
		النسبة	%٢٢.٤	%٥٨.٢	%١٩.٣		
٢٧	قادر علي التواصل والتكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية.	٩١	٢٢٧	٣٤	*١٦٧.٦	%٧٢.١	٥
		النسبة	%٢٥.٩	%٦٤.٥	%٩.٧		
٢٨	سريع البديهة لتلافي أخطاءه وأخطاء الضيوف، قادر علي التخلص من المواقف المحرجة.	٨١	٨٩	١٨٢	*٥٣.٧٣	%٥٧.١	١١
		النسبة	%٢٣.٠	%٢٥.٣	%٥١.٧		

تابع الجدول رقم (٩)

ن(٣٥٢)

م	العبارة	—	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا	النسبة الترجيحية	الترتيب
٢٩	يحترم المهنة من خلال الإلتزام بالمواعيد المحددة، ويتصف باللباقة ويحرص على بث روح المرح بين طاقم العمل.	التكرار	١٦٧	٨٢	١٠٣	*٣٣.٤١	%٧٢.٧	م٣
		النسبة	%٤٧.٤	%٢٣.٣	%٢٩.٣			
٣٠	موضوعي غير متحيز في السلوك وإصدار الأحكام والإستنتاجات للقضايا الخلافية	التكرار	٦٨	٢٢٩	٥٥	*١٦٠.١	%٦٧.٩	٧
		النسبة	%١٩.٣	%٦٥.١	%١٥.٦			
٣١	ذو خبرة كافية بالمجال الرياضي مطلع على كل جديد فيما يتعلق باللوائح والقوانين المتعلقة بالنشاط.	التكرار	٦٩	٢٣٠	٥٣	*١٦٣.٤	%٦٨.٢	٦
		النسبة	%١٩.٦	%٦٥.٣	%١٥.١			
٣٢	واسع الثقافة والإطلاع في المجال الرياضي خاصة، ملم بجميع جوانب موضوع الحلقة لكي يستطيع إدارة الحوار بموضوعية وشفافية.	التكرار	٦٨	٢١٧	٦٧	*١٢٧.٠	%٦٦.٨	٩
		النسبة	%١٩.٣	%٦١.٦	%١٩.٠			
٣٣	يتميز بالهدوء والصبر، متأنياً مع ضيوفه في البرنامج ويسعى لإدارة الحوار بالشكل المطلوب.	التكرار	٢٢٨	٨١	٤٣	*١٦٢.٧	%٨٤.٢	١
		النسبة	%٦٤.٨	%٢٣.٠	%١٢.٢			

* دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢)، قيمة (كا) الجدولية = (٥.٩٩).

يوضح جدول رقم (٩) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة البحث في جميع عبارات المحور الثاني (التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) البعد الأول (المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) لصالح الإستجابة الأعلى تكراراً، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٦٣.٨٦ : ١٦٢.٧) وكانت تلك القيم قد فاقت قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوي معنوية (٠.٠٥).

كما يوضح الجدول أن النسبة الترجيحية لعبارات المحور الثاني (التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) البعد الأول (المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) قد تراوحت ما بين (٥٦.٧% : ٨٤.٢%).

وقد حصلت العبارتان أرقام (٢٣، ٣٣) على الترتيب الأول والثاني على التوالي بنسبة ترجيحية بلغت (٨٤.٢٪، ٧٣.٠٪) على التوالي، والتي تشير إلى أن الإعلامى الرياضى يتميز بالهدوء والصبر متأثراً مع ضيوفه في البرنامج ويسعى لإدارة الحوار بالشكل المطلوب، كما أن الإعلامى الرياضى يراعى المظهر العام دون تكلف زائد صاحب شكل لائق ومقبول.

وقد أكدت نتائج دراسة أمل منير صبري (٢٠٠٤م) (١٠)، علي ضرورة توافر العديد من المواصفات في القائمين علي تقدم البرامج الرياضية وهي القدرة علي إدارة العمل الإعلامى علي نحو فعال وإتخاذ القرارات الفورية، ولديه الإلتزان النفسي وأن يكون ملماً بقواعد اللعبة الرياضية التي يغطيها بما ينعكس في النهاية علي جودة المنتج المقدم وإقبال الجمهور عليها.

كما حصلت العبارتين أرقام (٢٢، ٢٩) على الترتيب الثالث والثالث مكرر بنسبة ترجيحية بلغت (٧٢.٧)، وتشيرا إلى أن من أهم المواصفات العامة التي يجب توافرها فى مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية الخاصة أن يتمتع بالأخلاق الفاضلة الحميدة (الأمانة والسمعة الجيدة والصدق في التعامل مع الناس ويتمتع بجميع حقوقه المدنية والسياسية، كما أنه يحترم المهنة من خلال الإلتزام بالمواعيد المحددة كما أنه يتصف بالإبتسامة ويحرص على بث روح المرح بين طاقم العمل.

كما أشارت نتائج دراسة مى عثمان صلاح الدين (٢٠٢٠) (٣٣)، على أن مقدمى البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية أكثر إلتزاماً بالضوابط والمعايير الأخلاقية فى معالجتهم للقضايا المختلفة، كما يوجد تفاوت فى إلتزام مقدمى البرامج الرياضية بأخلاقيات التقديم تبعاً لإختلاف تخصص مقدم كل برنامج رياضى وأيضاً إختلاف ميولهم وإتجاهاتهم الشخصية.

ويؤكد حسني محمد نصير (٢٠١٥)، أن أهم العوامل المؤثرة علي مضمون الرسالة الإعلامية هو تأثير القائمين بعملية الإتصال في وسائل الإعلام (مقدمى البرامج الرياضية)، ومن هذه التأثيرات سماتهم الشخصية كالصدق والأمانة والأخلاق الحميدة وإتجاهاتهم. (١١ : ١٩١)

وقد حصلت العبارات أرقام (٢٥، ٢٦، ٢٧، ٣٠، ٣١، ٣٢) على نسب ترجيحية تراوحت بين (٦٥.٣ : ٧٢.٣)، ما يرجح أن استجابات عينة البحث على تلك العبارات كانت فى اتجاه (إلى حد ما)، ويشيرا إلى أنه إلى حد ما يتمتع بالمهارات الانصائية قادر علي التواصل والتعامل مع الجمهور بالشكل اللائق، كما أنه إلى حد ما موضوعي غير متحيز في السلوك وإصدار الأحكام والإستنتاجات للقضايا الخلافية، كما أنه إلى حد ما واسع الثقافة والإطلاع في المجال الرياضى خاصةً ملم بجميع جوانب موضوع الحلقة لكي يستطيع إدارة الحوار بموضوعية وشفافية، ذو خبرة كافية بالمجال الرياضى مطلع علي كل جديد فيما يتعلق باللوائح والقوانين المتعلقة بالنشاط.

وتؤكد نتائج دراسات كل من أمل منير صبري (٢٠٠٤م) (١٠)، محمد شريف مرسى (٢٠٠٩) (٢٨)، علي ضرورة توافر العديد من المواصفات في القائمين علي تقديم البرامج الرياضية وهي القدرة علي إدارة العمل الإعلامي علي نحو فعال وإتخاذ القرارات الفورية بالشكل المناسب مع مراعاة التوقيت الزمني لإتخاذ القرار، كما يجب أن يكون لديه الإلتزان النفسي وأن يكون ملماً بقواعد اللعبة الرياضية التي يغطيها بما ينعكس في النهاية علي جودة المنتج المقدم وإقبال الجمهور عليها.

كما يري محمد فريد عزت (٢٠١٠م)، أن التوظيف يعتبر واحداً من الأنشطة التي تباشرها قيادة المؤسسات الإعلامية (الإدارة العليا)، ولعملية الإختيار والتعيين أهمية كبرى فكل وظيفة إحتياجاتها ومواصفاتها لشغل تلك الوظيفة، ولكل فرد قدراته ومؤهلاته وصفاته. (٣٠ : ٢٤٣)

وقد أشارت العبارتان أرقام (٢٤، ٢٨) بنسب ترجيحية (٥٦.٧، ٥٧.١) على التوالي، ما يرجح أن استجابات عينة البحث على تلك العبارات كانت فى اتجاه (غير موافق)، ويشير إلى أن مقدمى البرامج الرياضية لا يجيدو قواعد إستخدام اللغة العربية بشكل جيد، كما أن مخارج الحروف والألفاظ غير دقيقة وغير واضحة، كما يوجد ضعف فى إدارة المناقشات الخلافية بين المتحاويين مما يؤدى إلى وجود خلافات تظهر للجمهور على الشاشات الإعلامية المختلفة .

وقد أكدت نتائج دراسة أحمد محمد يس (٢٠١٦) (٧)، على أهمية توافر مواصفات ومعايير محددة لإختيار مقدمى البرامج التلفزيونية الرياضية على القنوات الرياضية المتعددة وذلك لإدارة الحوار بشكل مناسب وجيد، كما يجب تجنب الخلافات والمشادات أمام الجمهور الرياضى المتابع.

المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة :

جدول رقم (١٠)

التكرارات والنسب المئوية وكما^٢ والنسبة الترجيحية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة :

(البعد الثاني) المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

ن=(٣٥٢)

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كأ	النسبة الترجيحية	الترتيب
المؤهل الدراسي:							
٣٤	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي مؤهل عالي مناسب مثل بكالوريوس إعلام أو بكالوريوس التربية الرياضية (قسم الادارة الرياضية).	٢٦٧ %٧٥.٩	٦١ %١٧.٣	٢٤ %٦.٨	*٢٩٢.٢	%٨٩.٧	١
٣٥	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دبلوم مهني في مجال الإعلام الرياضي.	٦١ %١٧.٣	٢٦٩ %٧٦.٤	٢٢ %٦.٣	*٣٠٠.٦	%٧٠.٤	١٠
٣٦	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية على دورات متخصصة في الإعلام الرياضي.	٢٤٩ %٧٠.٧	٥٦ %١٥.٩	٤٧ %١٣.٤	*٢٢٢.٠	%٨٥.٨	٤
٣٧	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية على ماجستير في الإعلام الرياضي.	٢٢٩ %٦٥.١	٦٩ %١٩.٦	٥٤ %١٥.٣	*١٦٠.٤	%٨٣.٢	٥
٣٨	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دكتوراه في الاعلام الرياضي.	٢٣١ %٦٥.٦	٦٣ %١٧.٩	٥٨ %١٦.٥	*١٦٥.٣	%٨٣.١	٦
دورات المذيع الشامل:							
٣٩	التدريب على تقديم البرامج الرياضية والقدرة على طرح الأسئلة و إدارة الحوار.	٢٥٤ %٧٢.٢	٥٣ %١٥.١	٤٥ %١٢.٨	*٢٣٩.١	%٨٦.٥	٣
٤٠	التدريب على ضبط النفس والأداء الصوتي.	١١٣ %٣٢.١	١٧٢ %٤٨.٨	٦٧ %١٩.١	*٤٧.٢٢	%٧١.٠	٩
٤١	التدريب على تقديم البرامج المباشرة.	٦٤ %١٨.٢	٢٢٨ %٦٤.٨	٦٠ %١٧.٠	*١٥٦.٦	%٦٧.١	١٣
٤٢	الأخلاق المهنية للإعلامي بصفة عامة وللإعلامي الرياضي بصفة خاصة.	١٣٠ %٣٦.٩	١٨٩ %٥٣.٦	٣٣ %٩.٥	*١٠٥.٨	%٧٥.٩	٨

تابع الجدول رقم (١٠)

(٣٥٢)ن

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا	النسبة الترجيحية	الترتيب
٤٣	التدريب على مواجهة الكاميرا وإجتياز إختبار الكاميرا.	٦٧	٢٢٢	٦٣	١٤٠.١*	٦٧.١%	١٣م
		النسبة	١٩.٠%	٦٣.١%	١٧.٩%		
٤٤	يجيد لغة الجسد الإعلامية ويتعد عن الإيحاءات السلبية.	٥٧	٢٤٦	٤٩	٢١١.٩*	٦٧.٤%	١١
		النسبة	١٦.٢%	٦٩.٩%	١٣.٩%		
٤٥	معايير الحيادية والمصادقية الإعلامية.	٦٨	٢٢٢	٦٢	١٤٠.٢*	٦٧.٢%	١٢
		النسبة	١٩.٣%	٦٣.١%	١٧.٦%		
٤٦	التدريب على التواصل مع المصادر و الجمهور الرياضي.	١٨٨	٩٨	٦٦	٦٨.٢*	٧٨.٢%	٧
		النسبة	٥٣.٦%	٢٧.٨%	١٨.٦%		
الدورات التكميلية:							
٤٧	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دورات في إتقان اللغة الانجليزية.	٤٩	٢٥٩	٤٤	٢٥٦.٧*	٦٧.١%	١٣م
		النسبة	١٣.٩%	٧٣.٦%	١٢.٥%		
٤٨	يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دورات في الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	٢٦٨	٤٦	٣٨	٢٩٠.٥*	٨٨.٥%	٢
		النسبة	٧٦.١%	١٣.١%	١٠.٨%		

* دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢)، قيمة (كا) الجدولية = (٥.٩٩).

يوضح جدول رقم (١٠) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة البحث في جميع عبارات المحور الثاني **التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة (البعد الثاني) المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة**، لصالح الإستجابة الأعلى تكراراً، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٤٧.٢٢ : ٣٠٠.٦)، وكانت تلك القيم قد فاقت قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوي معنوية (٠.٠٥).

كما يوضح الجدول أن النسبة الترجيحية لعبارات المحور الثاني **(التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) (البعد الثاني) المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة** قد تراوحت ما بين (٦٧.١% : ٨٩.٧%)، ما يرجح أن استجابات عينة البحث على تلك العبارات كانت في اتجاه (موافق)، وهذا يعطى مؤشراً قوياً على إتفاق عينة البحث على معظم المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

أولاً بالنسبة لشروط **المؤهل الدراسي** قد حصلت العبارة رقم (٣٤) على الترتيب الأول بنسبة ترجيحية بلغت (٨٩.٧%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي مؤهل عالي مناسب مثل بكالوريوس إعلام أو بكالوريوس التربية الرياضية (قسم الإدارة الرياضية)، وقد حصلت العبارة رقم (٣٦) على الترتيب الثاني بنسبة ترجيحية بلغت (٨٥.٨%)، على أنه يجب

أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية على دورات متخصصة في الإعلام الرياضي، وقد حصلت العبارة رقم (٣٧) على الترتيب الثالث بنسبة ترجيحية بلغت (٨٣.٢%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي ماجستير في الاعلام الرياضي، وقد حصلت العبارة رقم (٣٨) على الترتيب الرابع بنسبة ترجيحية بلغت (٨٣.١%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دكتوراه في الاعلام الرياضي.

ثانياً بالنسبة للدورات المذيع الشامل قد حصلت العبارة رقم (٣٩) على الترتيب الأول بنسبة ترجيحية بلغت (٨٦.٥%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دورات في الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد حصلت العبارة رقم (٤٦) على الترتيب الثاني بنسبة ترجيحية بلغت (٧٨.٢%)، على أنه يجب التدريب على التواصل مع المصادر و الجمهور الرياضي، وقد حصلت العبارة رقم (٤٢) على الترتيب الثالث بنسبة ترجيحية بلغت (٧٥.٩%)، على أنه الأخلاق المهنية للإعلامي بصفة عامة وللإعلامي الرياضي بصفة خاصة، وقد حصلت العبارة رقم (٤٠) على الترتيب الرابع بنسبة ترجيحية بلغت (٧١.٠%)، على أنه يجب التدريب على ضبط النفس والأداء الصوتي.

ثالثاً بالنسبة للدورات التكميلية قد حصلت العبارة رقم (٤٨) على الترتيب الأول بنسبة ترجيحية بلغت (٨٨.٥%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي مؤهل عالي مناسب مثل بكالوريوس إعلام أو بكالوريوس التربية الرياضية (قسم الادارة الرياضية)، وقد حصلت العبارة رقم (٤٧) على الترتيب الثاني بنسبة ترجيحية بلغت (٦٧.١%)، على أنه يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دورات في إتقان اللغة الانجليزية.

وهذا يتوافق مع نتائج دراسات كل من محمد شريف مرسي (٢٠٠٩م) (٢٨)، أحمد محمد يس (٢٠١٦) (٧)، حول شروط شغل وظيفة مقدم البرامج الرياضية حيث أشارت النتائج إلى ضرورة الحصول على مؤهل عالي مناسب بشرط توافر خبرة علمية وعملية في المجال الرياضي لا تقل عن خمس سنوات مع ضرورة الإلمام بأحد اللغات الأجنبية والحاسب الآلي، وضرورة اجتياز البرامج التدريبية المتخصصة لنوع العمل الإعلامي التي تتيحها إدارة القناة بنجاح وفقاً للاحتياجات التدريبية.

وقد أوصت دراسات كل من أمل منير صبري (٢٠٠٤) (١٠)، محمد سمير عبدالفتاح (٢٠٢٠) (٢٦)، على ضرورة وضع إطار لمهنة العمل في الإعلام الرياضي، عمل دورات تثقيفية للإعلاميين الرياضيين من خلال لجنة ضبط أداء الإعلام الرياضي بالهيئة الوطنية للإعلام، للالتزام بميثاق الشرف الإعلامي من قبل إعلام الأندية الرياضية والقنوات المتخصصة التابعة لها.

ويشير عاطف عدلي العبد (٢٠٠٩)، وياسين فضل ياسين (٢٠١٠)، إلي أن التدريب الإعلامي يعد قضية مستمرة باستمرار مزاولة للعمل الإعلامي، وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي المستمر للوسائل الاعلامية، حيث أن التدريب يؤدي الي إعداد العاملين الجدد وتأهيلهم الإعلامي، إضافة إلي تطوير مهارات القائمين بالعمل فعلاً، ونشر المعلومات التي تساعد علي تطوير العمل الإعلامي وإقتراح وسائل جديدة، كما أن هناك شروط يجب توافرها في مصر الرسالة الاعلامية ومنها توافر مهارات الاتصال (القراءة، الكتابة، المحادثة، الانصات). (١٩ : ٩٠). (٣٨ : ٢١١)

المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة :

جدول رقم (١١)

التكرارات والنسب المئوية وكما^٢ والنسبة الترجيحية لاستجابات عينة البحث حول عبارات المحور الثاني: التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة :

(البعد الثالث) المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة:

ن= (٣٥٢)

م	العبارة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا ^٢	النسبة الترجيحية	الترتيب
٤٩	الدقة والموضوعية في عرض النتائج والإحصائيات الرياضية.	١٥٦	١٠٤	٩٢	*١٩.٧٣	%٧٢.٧	١٣
		%٤٤.٣	%٢٩.٥	%٢٦.٢			
٥٠	الشمولية والتكامل في نشر الأخبار الرياضية والبحث عن العناصر المكملة لها سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.	١٨٩	٩٨	٦٥	*٧٠.٣٠	%٧٨.٤	٦م
		%٥٣.٦	%٢٧.٨	%١٨.٦			
٥١	الإنصاف والنزاهة في نقل الأحداث الرياضية باستخدام التعبيرات التي قيلت بأعلى درجة من الأمانة.	١١٢	١٤٦	٩٤	*١١.٩٠	%٦٨.٤	١٤
		%٣٢.٠	%٤١.٠	%٣٢.٠			
٥٢	الموضوعية وإدراك الأشياء كما هي عليه دون أن يشوبها مصالح شخصية أو تحيز.	١١٧	١٣٣	١٠٢	٤.١٠	%٦٨.١	١٥
		%٣٣.٣	%٣٧.٧	%٢٩.٠			
٥٣	عدم المحاباة والحياد في التغطية الإعلامية أو المبالغة التي تخدم وجهة نظر معينة.	١٠٣	١٥٥	٩٤	*١٨.٤٨	%٦٧.٥	١٧
		%٢٩.٢	%٤٤.٠	%٢٦.٨			
٥٤	الوضوح في عرض القضايا الرياضية التي تؤدي إلى فهم المحتوى من جانب فئات الجمهور المتابع، مع تجنب خطر التبسيط الذي قد يؤدي إلى التحريف.	١٦٥	١١٤	٧٣	*٣٦.٢١	%٧٥.٤	١٢
		%٤٦.٨	%٣٢.٤	%٢٠.٨			
٥٥	التوازن في نقل المعلومات وآراء المصادر دون أي أحكام أو تقييم.	١٩٨	٥٨	٩٦	*٨٩.٣	%٧٦.٣	٩م
		%٥٦.٢	%١٦.٤	%٢٧.٤			

تابع جدول رقم (١١)

ن (٣٥٢)

م	العبارة	—	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا	النسبة الترجيحية	الترتيب
٥٦	مدي مناسبة زي المقدم الرياضي والتناسق الجسماني الرياضي له.	التكرار	٢٧٠	٤٥	٣٧	*٢٩٨.٢	%٨٨.٧	١
		النسبة	%٧٦.٧	%١٢.٨	%١٠.٥			
٥٧	المستوي اللغوي ومدي الثقافة والخبرة في المجال الرياضي.	التكرار	١١٢	١٤٣	٩٧	*٩.٣٨	%٦٨.١	١٥م
		النسبة	%٣٢.٠	%٤٠.٦	%٢٧.٤			
٥٨	مدي التنوع في أسلوب مقدم البرامج الرياضية بين (التحليل، الاستفسار، الإستنتاجات الموضوعية).	التكرار	١٩٦	٨٤	٧٢	*٧٩.٧٣	%٧٨.٤	٦
		النسبة	%٥٥.٦	%٢٤.٠	%٢٠.٤			
٥٩	إستطلاع آراء الجمهور الرياضي علي صفحات القناة الرياضية علي مواقع التواصل الاجتماعي حول الأداء المهني لمقدمي البرامج الرياضي، والتعرف علي نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف ومعالجتها.	التكرار	٢١٢	٧١	٦٩	*١١٤.٦	%٨٠.٢	٥
		النسبة	%٦٠.٢	%٢٠.٢	%١٩.٦			
٦٠	إستطلاع آراء زملاء العمل الإعلامي (الإعداد وهينة الإخراج ...) حول مدي التعاون والمهنية التي يتحلى بها مقدم البرنامج الرياضي.	التكرار	٢٢٣	٧٠	٥٩	*١٤٣.٣	%٨٢.٢	٣
		النسبة	%٦٣.٤	%١٩.٩	%١٦.٨			
٦١	تقييم الأداء لمقدمي البرامج الرياضية من خلال مؤشرات نسب المشاهدة والإعلانات الرياضية والمواقع الالكترونية والتواصل الاجتماعي.	التكرار	٢٤٩	٥٦	٤٧	*٢٢٢.٠	%٨٥.٨	٢
		النسبة	%٧٠.٧	%١٥.٩	%١٣.٤			

تابع جدول رقم (١١)

ن (٣٥٢)

م	العبارة	—	موافق	إلى حد ما	غير موافق	كا	النسبة الترجيحية	الترتيب
٦٢	التعرف علي عدد الشركات التي ترغب في رعاية أحد البرامج الرياضية مؤشر لقوة الأداء المهني للمقدم الرياضي لهذا البرنامج.	التكرار	٢٢٤	٦٥	٦٣	*١٤٥.٥	%٨٢.٠	٤
		النسبة	%٦٣.٦	%١٨.٤	%١٨.٠			
٦٣	مدي إستخدامه للغة الجسد من خلال الإشارات والرموز والصور والرسومات وكذلك تعابير الوجه التي تنقل الحالة النفسية لمقدم البرنامج.	التكرار	١٦٦	١٢٥	٦١	*٤٧.٧٣	%٧٦.٦	٨
		النسبة	%٤٧.١	%٣٥.٥	%١٧.٤			
٦٤	مدي الربط والتنوع في مشاركات الجماهير من خلال (التقارير الخارجية، المداخلات الهاتفية، البريد الالكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي....).	التكرار	١٨١	٩٢	٧٩	*٥٢.٥٤	%٧٦.٣	٩
		النسبة	%٥١.٤	%٢٦.١	%٢٢.٥			
٦٥	استطلاع آراء زملاء العمل الإعلامي (المعد وهيئة الاخراج ...) حول احترام الآخرين والقدرة علي العمل الجماعي بشكل إيجابي.	التكرار	١٧٤	١٠٤	٧٤	*٤٤.٨٩	%٧٦.١	١١
		النسبة	%٤٩.٤	%٢٩.٥	%٢١.١			

* دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢)، قيمة (كا) الجدولية = (٥.٩٩).

يوضح جدول رقم (١١) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة البحث في جميع عبارات المحور الثاني (التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) البعد الثالث (المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة) لصالح الإستجابة الأعلى تكراراً، حيث تراوحت قيمة (كا) المحسوبة ما بين (٤.١٠ : ٢٩٨.٢)، وكانت تلك القيم قد فاقت قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوي معنوية (٠.٠٥) عدا العبارة رقم (٥٢)، والتي تشير إلى ضعف وقلة الموضوعية لدى الإعلاميين وعدم إدراك الأشياء كما هي عليه ووجود مصالح شخصية وتحيز للقضايا الخلافية.

كما يوضح الجدول رقم (١١) أن النسبة الترجيحية لعبارات المحور الثاني (التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة) البعد الثالث (المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة) قد تراوحت ما بين (%٦٨.١ : %٨٨.٧).

وقد حصلت العبارات أرقام (٥٦، ٦١، ٦٠) على الترتيب الأول والثاني والثالث على التوالي بنسبة ترجيحية بلغت (٨٨.٧٪، ٨٥.٨٪، ٨٢.٢٪) على التوالي، والتي تشير إلى مدى مناسبة زي المقدم الرياضي والتناسق الجسماني الرياضي له، كما أن تقييم الأداء لمقدمي البرامج الرياضية يتم من خلال مؤشرات نسب المشاهدة والإعلانات الرياضية والمواقع الالكترونية والتواصل الاجتماعي، كما أن آراء زملاء العمل الإعلامي (الإعداد، هيئة الإخراج،) تشير إلى مدى التعاون والمهنية التي يتحلى بها مقدم البرنامج الرياضي داخل بيئة العمل.

كما حصلت العبارات أرقام (٦٢، ٥٩، ٥٨، ٥٠) على الترتيب الرابع والخامس والسادس والسادس مكرر بنسبة ترجيحية بلغت (٨٢.٠٪، ٨٠.٢٪، ٧٨.٤٪، ٧٨.٤٪) على التوالي، ويشير إلى أن زيادة عدد الشركات التي ترغب في رعاية أحد البرامج الرياضية مؤشر لقوة الأداء المهني للمقدم الرياضي لهذا البرنامج، كما أن إستطلاع آراء الجمهور الرياضي علي صفحات القناة الرياضية علي مواقع التواصل الاجتماعي حول الأداء المهني لمقدمي البرامج الرياضي معيار جيد وسليم للإعلامي الرياضي كما يتيح الفرصة للتعرف علي نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف ومعالجتها، كما يوجد تنوع في أسلوب مقدم البرامج الرياضية بين (التحليل، الاستفسار، الإستنتاجات الموضوعية)، كما أن هناك شمولية في نشر الأخبار الرياضية والبحث عن العناصر المكمل لها سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

وقد أكدت نتائج دراسات كل من أحمد محمد صالح العميري (٢٠١٩) (٦)، دينا إبراهيم محمد كشك (٢٠٢٠) (١٣)، إلى إرتفاع نسب المشاهدة للشباب الجامعي لبرامج المسابقات والأحداث الرياضية بالقنوات الفضائية العربية وجذب أكبر عدد من المشاهدين لها، كما أن المرأة المصرية والتي يتراوح عمرها ما بين (٢٠ : ٣٠) سنة والتي تمارس الرياضة بانتظام تهتم بشدة وتتابع اللقاءات والأحداث والمباريات والمنافسات الرياضية كما أنها تشاهد الأحداث الرياضية والبرامج الرياضية بصفة مستمرة وفقاً لموعد الإذاعة ومحتوى البرنامج التليفزيوني، وأن عدد الشركات التي ترغب في رعاية أحد البرامج الرياضية مؤشر لقوة الأداء الإعلامي للمقدم الرياضي لهذا البرنامج .

كما أشارت نتائج دراسة مى عثمان صلاح الدين (٢٠٢٠) (٣٣)، إلى أن مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة الحكومية أكثر التزاماً بالضوابط والمعايير الأخلاقية في معالجتهم للقضايا المختلفة، ووجود تفاوت في التزام مقدمي البرامج الرياضية بأخلاقيات التقديم تبعاً لإختلاف تخصص مقدم البرنامج.

كما يشير سليمان صالح (٢٠٠٥) إلي أن الهدف العام من إصدار المواثيق الأخلاقية هو تشكيل صورة جيدة للوسيلة الاعلامية عند الجمهور وأن الهدف الأساسي هو زيادة مصداقية الوسائل الإعلامية، وتقرير بأن المؤسسات الاعلامية تعمل طبقاً لمجموعة من المبادئ الأخلاقية والتي تستهدف مصالح المجتمع وتشكيل الرأي العام للجمهور المتابع لها. (١٨ : ٣٤)

ويشير أحمد سيد مصطفى (٢٠٠١) إلي أن الغرض من عملية تقييم الأداء هو تحديد أوجه القصور في أداء الفرد وإحتياجه إلى التطوير وذلك من خلال جهود التدريب. (٤ : ٣٢٢)

ويفضل أحمد ماهر (٢٠٠٧)، استخدام معايير موضوعية في تقييم الأداء وهي التي تختص بنتائج الأداء الفعلي، وأقلها موضوعية هي التي تمس الصفات الشخصية. (٥ : ٤٣٣)

ويرى الباحث أهمية تقييم ودراسة الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية المتخصصة للتحقق من مدى نجاح الخطة الإعلامية، كما أن تقييم أداء مقدمي البرامج الرياضية يساهم في قياس النتائج والآثار التي تحققت من خلال دراسة كفاءة وجودة المنتج النهائي لأدائهم الفعلي، وهو بالطبع ما يعزز تطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

استخلاصات البحث :

في ضوء أهداف البحث واستناداً إلى الإجراءات العلمية المرتبطة بموضوعه، ومن خلال تطبيق المعاملات الإحصائية وما تم التوصل إليه من نتائج يستخلص الباحث أهم الإستخلاصات التالية :

- دراسة الواقع الفعلي للأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

- عدم تناسب اللغة المستخدمة من قبل الإعلاميين لفئات الجمهور الرياضي المتابع.
- لا يتمكن مقدمي البرامج الرياضية من إجادة اللغة الإنجليزية ونقل المصطلحات ونطق أسماء لاعبي الدول الأجنبية بطريقة صحيحة وسليمة.
- لا يهتم مقدمي البرامج الرياضية بالأنشطة الرياضية المختلفة ومشكلاتها وعرض الحلول المناسبة لها، والتركيز على نشاط واحد فقط (كرة القدم).
- يستخدم مقدمي البرامج الرياضية وسائل الإتصال الحديثة.
- يتم عرض نقداً غير بناء للمشاكلات الرياضية من قبل مقدمي البرامج الرياضية كما يتم التناول على الأشخاص والمؤسسات والهيئات الرياضية وفقاً لميول وإتجاهات مقدم البرنامج.
- ضعف الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بما يتوافق مع معايير الجودة والإحتراف.
- ضعف الأداء لمقدمي البرامج الرياضية ويجب عليهم التطوير من خلال الإلمام بالدورات الإعلامية المقدمة من الجهات والهيئات الرياضية والإعلامية المتخصصة.
- يعمل مقدمي البرامج الرياضي على إثارة الفتن والشحن بين أطراف المجتمع الرياضي عامة والجمهور الرياضي خاصة .
- قلة الإحترام المتبادل لوجهات نظر مقدمي البرامج الرياضية وآرائهم وأفكارهم وإتجاهاتهم بالقنوات الرياضية المختلفة.
- لا يسعى مقدم البرنامج الرياضي لإجتذاب جمهور من خارج القطر لبرنامجهم، بالإضافة إلى ضعف متابعة ردود الأفعال الخارجية وقلة الإهتمام بمختلف الآراء.

- التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

- المواصفات العامة التي يجب توافرها في مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:

- يتمتع بالأخلاق الفاضلة الحميدة (الأمانة والسمعة الجيدة والصدق في التعامل مع الناس ويتمتع بجميع حقوقه المدنية والسياسية).
- يتميز بالهدوء والصبر متأنياً مع ضيوفه ويسعى لإدارة الحوار بالشكل المطلوب.
- يراعى المظهر العام دون تكلف زائد، صاحب شكل لأثق ومقبول.
- يحترم المهنة من خلال الإلتزام بالمواعيد المحددة، ويتصف باللباقة والإبتسامة ويحرص على بث روح المرح بين طاقم العمل.
- يمتلك شخصية قوية ولا يخشى المواجهة الحوارية، ويتحلى بأخلاقيات الاعلام من (مصادقية، وشفافية، ومرونة).
- **المؤهلات العلمية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة:**
- يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي مؤهل عالي مناسب مثل بكالوريوس إعلام أو بكالوريوس التربية الرياضية (قسم الادارة الرياضية).
- يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية على دورات متخصصة في الإعلام الرياضي.
- يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دكتوراه في الإعلام الرياضي.
- يجب التحلي بالأخلاق المهنية للإعلامي بصفة عامة وللإعلامي الرياضي بصفة خاصة.
- يجب التدريب على تقديم البرامج الرياضية والقدرة على طرح الأسئلة وإدارة الحوار.
- يجب أن يحصل مقدمي البرامج الرياضية علي دورات في الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- **المعايير المهنية لتقييم الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة:**
- يتم تقييم الأداء لمقدمي البرامج الرياضية من خلال مؤشرات نسب المشاهدة والإعلانات الرياضية والمواقع الإلكترونية والتواصل الإجتماعي.
- يعد عدد الشركات التي ترغب في رعاية أحد البرامج الرياضية مؤشر قوى للأداء المهني للمقدم الرياضي لهذا البرنامج.
- الوضوح في عرض القضايا الرياضية التي تؤدي لفهم المحتوى من جانب فئات الجمهور.
- التنوع في أسلوب مقدم البرامج الرياضية بين (التحليل، الإستفسار، الإستنتاجات الموضوعية).
- يجب التكامل والشمولية في نشر الأخبار الرياضية والبحث عن العناصر المكملة لها سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.
- يتم الربط والتنوع في مشاركات الجماهير من قبل الإعلامي الرياضي من خلال (التقارير الخارجية، المداخلات الهاتفية، البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي....).
- يتمتع الإعلامي الرياضي بالتعاون والمهنية مع الزملاء من خلال إستطلاع آراء زملاء العمل الإعلامي (الإعداد وهيئة الإخراج ...).

توصيات البحث :

- في ضوء استخلاصات البحث يوصي الباحث فئات البحث الأربعة بما يلي :
- إعتداد التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.
- ضرورة إلتزام الإعلاميين بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تقديم البرامج الرياضية بما لا يثير المشاكل بين أطراف الجماهير العاشقة لأنديةها.
- ضرورة الإهتمام بعنصري الكفاءة والتخصص عند إختيار مقدمي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية المتخصصة.
- الشمولية والتكامل في نشر الأخبار الرياضية والبحث عن العناصر المكملة لها سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات مع التنوع في المادة الإعلامية المقدمة بحيث تشمل جميع الألعاب الرياضية وليس نشاط واحد فقط (كرة القدم).
- ضرورة حصول مقدمي البرامج الرياضية علي مؤهل عالي مناسب مثل بكالوريوس إعلام، أو بكالوريوس التربية الرياضية (قسم الادارة الرياضية).
- إجتذاب جمهور من خارج القطر للبرامج الرياضية المحلية، ومتابعة ردود الأفعال الخارجية والإهتمام بمختلف الآراء والإتجاهات والأفكار وطرحها بموضوعية تامه.
- إجراء دراسات وبحوث مستمرة لإيجاد أفضل الطرق لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

قائمة المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية:

١. أحمد إبراهيم عباس (٢٠١٦): دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الرياضة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢. أحمد الخطيب (٢٠٠٦): تقويم البرامج الرياضية بالقناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا.
٣. أحمد سعيد رجب، محمد محمد الحماحمي (٢٠٠٩): الإعلام التربوي، دار الكتاب للنشر، ط (٢)، القاهرة، مصر.
٤. أحمد سيد مصطفى (٢٠٠١): إدارة الموارد البشرية (المهارات المعاصرة في إدارة البشر)، دار الفكر العربي، القاهرة.
٥. أحمد ماهر (٢٠٠٧): إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
٦. أحمد محمد صالح العميري (٢٠١٩): دوافع مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، مجلد (١٨).
٧. أحمد محمد يس على (٢٠١٦): دراسة تقييمية لمعايير إختيار مقدمي البرامج التلفزيونية بالقنوات الفضائية المصرية، المؤتمر العلمي الدولي السابع بكلية التربية الرياضية للبنات، جامعة حلوان، مجلد (٣).
٨. آمال جبر سيموسى (٢٠١٨): الإعلام الرياضى وسيلة للحد من العنف فى الملاعب، بحث منشور، مجلة المحترف، مجلد (٤).
٩. آمال محمد إبراهيم، عثمان عبد الوهاب (٢٠١٤): دور الإعلام الرياضي في تطوير العلاقات الدولية نموذج (السودان – مصر – الجزائر)، بحث منشور مجلة العلوم الانسانية، مجلد (١٥).
١٠. أمل منير صبري (٢٠٠٤): بناء استراتيجية لقناة الرياضة الفضائية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
١١. حسني محمد نصير (٢٠١٥): نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، الامارات.
١٢. خير الدين على عويس، عطا حسن عبدالرحيم (٢٠٠٠): الإعلام الرياضى، مركز الكتاب للنشر.
١٣. دينا إبراهيم محمد كشك (٢٠٢٠): المشاهدة الرياضية للمرأة المصرية (دراسة تحليلية)، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، جامعة الإسكندرية، مجلد (١٥).
١٤. رضوان لعجيمى بلخيرى (٢٠١٩): البرامج الرياضية فى وسائل الإعلام (دراسة فى التلقى والتأثير لدى الشباب)، بحث منشور، مجلة علوم التربية الرياضية والعلوم الأخرى، مجلد (٤).
١٥. رفيق الزنكاوي (٢٠١٠): الأسس العلمية لنظريات الإعلام في المجال الرياضي، ط (١)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر.
١٦. سارة اسماعيل محمد (٢٠٠٨): المعالجة الإعلامية للقضايا الرياضية المقدمة بالبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا.

١٧. سحر محمد صوفي (٢٠١٦): تقييم معايير الأداء المهني بمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٨. سليمان صالح (٢٠٠٥): أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط (٢)، مصر.
١٩. عاطف عدلي العبد (٢٠٠٩): التخطيط الاعلامي، الدار العربية للنشر، القاهرة.
٢٠. عبد العزيز عبد الكريم المصطفى (٢٠٠٤): شغب الملاعب الرياضية دوافعه وأنواعه، مركز الدراسات والبحوث جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
٢١. عبدالله عمر الحسن (٢٠١٠): التليفزيون، الدار العالمية للتوزيع والنشر، مصر.
٢٢. علاء مرتضى شحته (٢٠٢١): دور الإعلام الرياضي فى القضاء على التعصب فى عصر العولمة، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢٣. كمال الدين درويش، محمد صبحي حسانين (٢٠٠٤): موسوعة متجهات إدارة الرياضة في مطلع القرن الجديد، ط (١)، القاهرة، دار الفكر العربي.
٢٤. لبنى محمود عبدالله عبيدات (٢٠١٦): الإعلام الرياضي ودوره فى حماية الشباب من الانحرافات الفكرية، بحث منشور، مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، مجلد (٣).
٢٥. محمد بدر العتيق (٢٠١٣): التعصب الرياضي أسبابه وآثاره وسبل معالجته بالحوار، سلسلة رسائل في الحوار ضمن إصدارات مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، الرياض السعودية.
٢٦. محمد سمير عبدالفتاح (٢٠٢٠): دراسة تحليلية لوظائف الإعلام الإلكتروني بالأندية الرياضية بجمهورية مصر العربية، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، جامعة بنها، مجلد (٢٥).
٢٧. محمد شابى المنير (٢٠٢٠): دور الإعلام الرياضي فى ممارسة الضبط الإجتماعى عبر الفضاء الافتراضى، بحث منشور، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والإجتماعية والإنسانية، مجلد (٣).
٢٨. محمد شريف مرسى الشربيني (٢٠٠٩): التوصيف الوظيفي للعاملين بإدارة البرامج الرياضية بقنوات التليفزيون المصرى، بحث منشور، المؤتمر العلمى الدولى الرابع بكلية التربية الرياضية، جامعة أسبوط، مجلد (٢).
٢٩. محمد على الراجحي (٢٠١٤): الشفافية وعلاقتها بالثقة التنظيمية في المؤسسات الأكاديمية الأمنية السعودية من وجهة نظر العاملين فيها (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، كلية العلوم الإجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
٣٠. محمد فريد محمود عزت (٢٠١٠): إدارة المؤسسات الاعلامية، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر.
٣١. محمد نادر شلبى (٢٠٢٠): دور الإعلام الرياضي فى نشر الثقافة القوامية لدى النساء العاملات، بحث منشور، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، مجلد (٢٦).
٣٢. مرنيز محمد جلال (٢٠١٩): دور الإعلام الرياضي فى تغطية المنافسات والأحداث الرياضية، بحث منشور، مجلة الإبداع الرياضي، مجلد (١٠).
٣٣. مى عثمان صلاح الدين (٢٠٢٠): أخلاقيات تقديم البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة، بحث منشور، المجلة العلمية لكلية الأداب، المجلد (٤).

٣٤. نزهة حنون الجالي (٢٠٢١): الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة العنف الرياضي، بحث منشور، مجلة زيان الجلفة، مجلد (١٢).

٣٥. نور الدين غمام عمارة (٢٠٢٠): تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي، بحث منشور، مجلة الإبداع الرياضي.

٣٦. نور الدين غمام عمارة (٢٠١٣): سيكولوجية الإعلام الرياضي ومحتوى الرسالة الإعلامية في المجال الرياضي، بحث منشور، مجلة الإبداع الرياضي، مجلد (٤).

٣٧. هشام عبادة الحصري (٢٠٢١): الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرياضي التليفزيوني، بحث منشور، مجلة الإبداع الرياضي، مجلد (١٢).

٣٨. ياسين فضل ياسين (٢٠١٠): الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

ثانيًا : المراجع باللغة الأجنبية:

39. [Achim Vogt](#): Regulation and Self-Regulation: The Role of Media Commissions and Professional Bodies in the Muslim World, Journal [Political Communication](#), Volume 19, [Issue 2](#), 2002, pp. 211-223.
40. Minkyoo Lee, Daeyeon Kim, Antonio S. Williams, and Paul M. Pedersen: Investigating the Role of Sports Commentary: An Analysis of Media-Consumption Behavior and Programmatic Quality and Satisfaction, Journal of Sports Media, Volume 11, Number 1, 2016, pp. 145-167.
41. **gill lines** :The impact of media sport events on the active participation of young people and some implications for PE pedagogy, Journal Sport, Education and Society, Volume 12, [Issue 4](#), Pages 349-366 | Published online: 27 Sep 2007.
42. Nabi Robin, Hendriks Alexandra: The Persuasive Effect of Host and Audience Reaction Shots in Television Talk Shows, Journal Of Communication, Volume 53, Issue 3, September 2003, Pages 527-543.

ملخص البحث

"تصور مقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة"

*م. د/ عادل أحمد حسن محمد

يهدف البحث إلى وضع تصور مقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة، وتم استخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملائمته لطبيعة هذا البحث، وتمثل مجتمع البحث في أربعة فئات رئيسية الفئة الأولى تتمثل في (الإعلاميين) مقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة، الفئة الثانية تتمثل في (الأكاديميين)، الفئة الثالثة تتمثل (النقاد والخبراء)، الفئة الرابعة تتمثل في (الجمهور الرياضي)، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية لفئات الإعلاميين والأكاديميين والنقاد والخبراء، وهم ما تمكن الباحث من الوصول إليها من تلك الفئات كما تم اختيار الفئة الرابعة المتمثلة في الجمهور الرياضي بالطريقة العشوائية البسيطة، كما تمثلت عينة البحث في (٤٠٩) فرداً، واستخدم الباحث استمارة استبيان من تصميمه كأداة لجمع البيانات، وقد أشارت أهم نتائج البحث أنه يجب أن تكون المواصفات العامة لمقدمي البرامج الرياضية هي الموضوعية وعدم التحيز في السلوك وإصدار الأحكام والاستنتاجات، كما يجب أن يعرض مقدمي البرامج الرياضية المشكلات الرياضية بمهنية واضحة من خلال التوازن في عرض جميع وجهات النظر والتحلي بأخلاقيات الإعلام من مصداقية، وشفافية، ومرونة، يجب أن يراعى مقدمي البرامج الرياضية جميع الأنشطة الرياضية والأزمات المرتبطة بها ولا يهتم بنشاط واحد بعينه، وأن يحصل علي مؤهلات علمية مناسبة إضافة إلي دورات المذيع الشامل، ضرورة إجراء عمليات التقييم المستمرة سواء من خلال تحليل شكل البرنامج أو المضمون الاعلامي، ومن أهم التوصيات اعتماد التصور المقترح لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة، ضرورة الإهتمام بعنصري الكفاءة والتخصص عند اختيار مقدمي البرامج الرياضية، ضرورة الوضوح في عرض القضايا الرياضية والتنويع في المادة الإعلامية بحيث تشمل جميع الألعاب الرياضية وليس نشاط واحد فقط (كرة القدم)، إجراء دراسات وبحوث مستمرة لإيجاد أفضل الطرق لتطوير الأداء الإعلامي لمقدمي البرامج بالقنوات الرياضية المتخصصة.

الكلمات المفتاحية : (الأداء الإعلامي- القنوات الرياضية المتخصصة)

Abstract

" A proposed vision to develop the media performance of program presenters in specialized sports channels "

* Dr. Adel Ahmed Hasan Mohamed

The research aims to develop a proposed vision for developing the media performance of program presenters in specialized sports channels. The descriptive survey method was used to suit the nature of this research. The research community was represented in four main categories. The first category is (media professionals) who present programs in specialized sports channels, the second category is (academics), the third category is (critics and experts), the fourth category is (sports audience), The research sample was chosen by the intentional method for the categories of media professionals, academics, critics and experts, and they are what the researcher was able to reach from these categories. The fourth category represented by the sports audience was chosen in a simple random way. The researcher used a questionnaire designed as a tool for data collection, and the most important results of the research indicated that the general specifications of sports program presenters should be objectivity, impartiality in behavior, judgments and conclusions, and sports program presenters should present sports problems with clear professionalism through balance in presentation. All points of view and adherence to media ethics in terms of credibility, transparency, and flexibility. Sports program providers must take into account all sports activities and crises associated with them and not be interested in one particular activity, and obtain appropriate educational qualifications in addition to the comprehensive broadcaster courses. The proposal to develop the media performance of program presenters in specialized sports channels. The need to pay attention to the elements of competence and specialization when choosing sports program presenters, the need for clarity in presenting sports issues and diversification in the media material so that it includes all sports and not just one activity (football), conducting continuous studies and research to find the best ways to develop the media performance of program presenters in specialized sports channels .

Keywords: (Media Performance - Alb Sports)

* Lecturer in Department of Sport Management, Faculty of Physical Education, Damietta University