

تصور مقترح لتحسين أداء البرامج الرياضية فى القناة الثامنة

*د. عادل محمد عبدالمنعم مكي

*د/ وليد رزق بدر

***د/ محمد حامد فتحي

**** أ/ محمد إسماعيل أحمد

المقدمة ومشكلة البحث

يعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام المختلفة حيث يعد وسيطا ثقافيا و قوة تربية تعمل كمصدر للمعرفة و ذلك لما له من خصائص ومميزات ينفرد بها لدى الجمهور حيث أنه يجمع بين الصوت والصورة واللون في آن واحد وهذا كله له تأثير كبير على الشخص المشاهد له فيفرض المادة التي يقدمها على الصغار و الكبار مما يسهم في تكوين الشخصية المتكاملة ويستطيع التلفزيون أن يشكل نوعية جديدة من المواطنين و أن يغير أبعاد مشاركة المواطنين في الحياة الاجتماعية بالاستعانة بما يقدمه التلفزيون من الحقائق والمعلومات . (٣:٢١)

ومن خلال هذه الوسيلة يعتبر الإعلام منهج وعملية يقوم على هدف التنوير و الإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم فترفع من مستواهم و تدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة و تخلق فيما بينهم مناخا يقظا يمكنهم من الانسجام و الحركة البسيطة و من ثم فإن الإعلام على هذا النحو يعد عملية ووظيفة اجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام للوصول إلى أفضل النتائج . (٢٧: ٢٧ - ٣٠)

فالإعلام الذى يقدمه التلفزيون وخاصة الرياضي له دور متشعب في المجتمع و لذلك أجمعت الحكومات رغم اختلاف سياستها الفكرية أن تخصص له الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية والخارجية وأيضا

زيادة الوعي الرياضي للمجتمع و تعريفه بأهمية دور الرياضة فى حياتهم العامة و
الخاصة .

لذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام المتعددة تهدف إلى توعية و تثقيف مختلف مستويات

* عميد كلية التربية الرياضية-الأستاذ بقسم الإدارة الرياضية والترويح- جامعة أسوان

** مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويح - كلية التربية الرياضية - جامعة أسوان

*** مدرس بقسم الإدارة الرياضية والترويح - كلية التربية الرياضية - جامعة أسوان

**** كبيرمخرجين بالقناة الثامنة بالتلفزيون المصري- الباحث بدرجة الدكتوراة

المجتمع التي تتابع ما ترسله من برامج فتؤثر بقوة فى تشكيل أسلوب حياة
الأفراد كما أن تطور تلك الوسائل يساعد فى نشر الوعي والثقافة الرياضية و تبادل
الخبرة والمعلومات و بالتالى تقدم المجتمع.(٨٠:٢)

ويرى الباحثين أن التلفزيون أصبح قوة كبيرة تؤثر فى الفرد والمجتمع
و مشاركاً مع الأسرة و المدرسة فى كافة المسئوليات تجاه تنمية الفرد
والمجتمع ويمكن من خلال التلفزيون الإسهام بدور إيجابي فى توجيه قدرات
الفرد لخدمة المجتمع والتوجيه الرياضي السليم و إكسابه الوعي الرياضي و
الثقافة الرياضية بأهمية ممارسة الرياضة و بعض الألعاب المفيدة

لذلك أدرك مخطو الإعلام فى مصر الدور الرائد و الخلاق الذي يمكن أن
يؤديه التلفزيون الإقليمي فى مجال تنمية المجتمعات المحلية وتطورها مما ينصب إلى
تحقيق أهداف التنمية القومية الشاملة و فتم إنشاء القنوات التلفزيونية المحلية لتساهم
فى التعبير عن واقع البيئات المحلية المختلفة و شرح أملها. (٨:٢)

فوسائل الإعلام المحلية و خاصة قنوات التلفزيون تستطيع أن تعالج الخلل
فى التوازن الإعلامى داخل الدولة و الناتج عن تركيز الإعلام فى العاصمة فهى

تستطيع أن تطور نمطا اتصاليا جيدا يقوم على نطاق أفقي يمكن الجماهير من المشاركة الفعالة فى المجتمع فالتلفزيون المحلي يهتم برجع الصدى من الجمهور و يركز على أهمية المشاركة والإدارة الذاتية لبرامجه كما أنه يغير التخطيط والأداء بتغير الظروف المحيطة به . (٧٣:٢٩)

و يتمثل دور القنوات التلفزيونية المحلية فى :-

- تغطية كافة الأنشطة والإنجازات التي تدور في المجتمع المحلي .
- تنمية الوعي الثقافي ورفع المستوى الثقافي المحلي للمجتمع.
- تنمية المهارات المختلفة ، وتغطية الأنشطة الرياضية والمسابقات المحلية والقومية .
- التنمية الاجتماعية من خلال برامج رفيعة المستوى عن المجتمع والأسرة وكافة قطاعات المجتمع .
- المساهمة في تربية النشء تربية صحيحة والاكتشاف المبكر وللمهارات والمواهب لدى الأطفال والعمل على تنميتها وتوجيهها ورعايتها .
- خدمة الجمهور المحلي من خلال برامج خدمة البيئة والمساهمة في عرض وإيجاد الحلول لمشكلات المواطنين .
- التنمية الاقتصادية وعرض الأنشطة الاقتصادية بالمجتمع المحلي والعمل على رفع معدلات الإنتاج وتحسين المنتج .
- الترفيه عن المواطنين وإسعادهم والترويح عنهم من عناء العمل ومشاكل الحياة اليومية . (١: ١٢١)

مما سبق يتضح لنا أهمية دور وسائل الإعلام الرياضية بصورة عامة والتلفزيون المحلي بصورة خاصة نحو نشر الوعي الرياضي ومحو الأمية الرياضية و تدعيم القيم التربوية والاجتماعية .

ويرى الباحثين أن البرامج الرياضية أصبحت بمثابة المدرسة العامة التي تتواصل وتتكامل مع عمل المؤسسات الرياضية فالبرامج الرياضية تستطيع أن تقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات الايجابية وتعديل السلوك بين الصغار و الكبار بما يتلاءم والعادات والتقاليد الرياضية السليمة ونشر الفكر بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة وأنها جماهيرية و لها القدرة على تغطية و مخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهيرة تهتم بكل القطاعات حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعاقين وهكذا تكون مرآة وصورة للمجتمع وبهذا تستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها ، فهي بذلك لا تتعارض مع القيم والعادات و التقاليد السائدة في هذا المجتمع.

فمن خلال عمل أحد الباحثين كمرجع للبرامج الرياضية بقناة طيبة واتصاله بالعاملين بالبرامج الرياضية من خلال مشاركتهم فى العمل والصعوبات التي تقابلهم أثناء تنفيذه ، ومن خلال المقابلات الشخصية التي قام بها الباحثون أتضح لهم عدم معرفة العاملين بالبرامج الرياضية بالدور الذي تقوم به تلك البرامج تجاه الجمهور المحلي وذلك لعدم توافر معلومات حول خصائص الجمهور سواء أرائه أو اتجاهاته فيما يقدم إليه وأن تلك البرامج لا تضع حدودا للعمر الذي تخاطبه و ينحصر اهتمامها غالبا على الرياضة الجماهيرية و تتجاهل الرياضات الأخرى.

وهو ما دفع الباحثين لتناول تلك الدراسة لمعرفة آراء العاملين تجاه البرامج الرياضية بالقناة الثامنة ومن ثم تقويمها حيث أن القدرة على معرفة ذلك يؤثر ايجابيا فى تفعيل دور القنوات المحلية لخلق أجيال على درجة عالية من الثقافة والوعي الرياضي فتلك المعرفة تمكن القائمين بالعمل على معرفة ومدى مطابقة ما تم انجازه من أعمال طبقا لما كان مخطط له وإتمام تنفيذه من خلال التخطيط المسبق لذلك وأيضا دراسة الآثار التي تنتج عن تدخل بعض العوامل والظروف التي ساهمت فى النجاح أو فى الفشل بالنسبة للأهداف بغرض اكتشاف نقاط القوة ودعمها واكتشاف

نقاط الضعف والقضاء عليها لتحقيق أقصى مدى لنجاح الأهداف الموضوعية وتحقيق مستوى عالى من الأداء .

أهميه البحث والحاجة إليه

١- فى ضوء ما اطلع عليه الباحثين من أبحاث ودراسات سابقة أتضح له بأنه لم تتوصل دراسة لمضمون ومحتوى البرامج الرياضية بالقناة الثامنة و ما تقدمه تلك البرامج لذلك قد يساعد البحث فى توضيح ومعرفة أهمية البرامج الرياضية تجاه الجمهور فى جنوب الصعيد .

٢- المساهمة فى توافر معلومات وثيقة حول محتوى ومضمون ما يقدم من برامج رياضية بالقناة تساعد على خلق رؤية جديدة حول مضمون البرامج الرياضية .

٣- محاولة الاستفادة من المقترحات التي يقدمها العاملين لتطوير البرامج الرياضية و أيضا الانتقادات حتى يستطيع المسئولين عن تلك البرامج تكوين رأى يساعدهم عند الإعداد و التنفيذ لبرامج جديدة والتخطيط لها .

هدف البحث

يهدف البحث إلى تحسين أداء العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة من خلال التعرف على:

- ١- رأى العاملين بالبرامج الرياضية فى الواقع الفعلى للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة .
- ٢- وضع تصور مقترح لتحسين أداء البرامج الرياضية فى القناة الثامنة .

تساؤلات البحث

١- ما رأى العاملين بالبرامج الرياضية فى الواقع الفعلى للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة؟

٢-ما التصور المقترح لتحسين أداء البرامج الرياضية فى القناة الثامنة؟

المصطلحات

القناة الثامنة:-

وهو ما يطلق على التليفزيون المحلي لجنوب الصعيد و التي يغطي إرسالها إقليم جنوب الصعيد بمحافظاته وهي تهتم بمشروعات وقضايا الخدمات والتنمية بصفة عامة وتسعى إلى التواصل مع الجماهير من خلال الاهتمام بمناقشة مشاكلهم ومحاولة حلها وطرح الحلول الملائمة لها . (١٧٦:٣٠)

البرنامج التليفزيوني . :

هو مجموعة من الأنشطة والإجراءات يتم تنفيذها في توقيتات محددة في علاقة مخططة باستخدام موارد وتقنيات يتولى مسئوليتها أفراد يعملون على شكل فريق وصولاً إلى أهداف تحاول القناة تحقيقها . (٧ : ٤)

يعتبر الإعلام منهج وعملية يقوم على هدف التنوير و الإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تتساق إلى عقول الأفراد ووجدانهم فترفع من مستواهم و تدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة و تخلق فيما بينهم مناخا يقظا يمكنهم من الانسجام و الحركة البسيطة و من ثم فإن الإعلام على هذا النحو يعد عملية ووظيفة اجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام و معنى ذلك أن الأعلام ينطوي على عنصر التوجيه بهدف أسمى هو تحقيق صالح الأمة وما يجلب لها من رفاهية ولكي يكون الإعلام مؤثرا لابد له من عملية تقويم مستمرة تؤكد على ايجابيته وتعمل الحد من سلبياته للوصول إلى أفضل النتائج .

-الإتصال:

١- تعريف الإتصال :

ويمكن تعريف الإتصال بأنه عملية نقل الأفكار والآراء من شخص لأخر أو داخل نفس الفرد بغرض خلق الفهم لدي الشخص الموجه إليه الإتصال مما يؤدي إلي تغيير في الموقف أو السلوك (١٢ : ٨٦)

٢-هدف الإتصال :-

هو إحداث الفهم أو إدراك الآخرين للأمور من أجل أن يتحقق تغيير ما في وجهة نظرهم أو في سلوكهم نحو الأشياء والأشخاص والأفكار . (١٦ : ١٢٩)
وهى من أهم أنواع الاتصال فى المجتمع هو ما يطلق عليه الاتصال المحلى

٣-الإتصال المحلى :

والإتصال المحلى مدخل أو تكتيك لا يقتصر على أشكال محددة من وسائل الإتصال ، أو أنماط معينة من الإتصال ، ولكنة يشير إلى استخدام المجتمع المحلى لوسائل إتصال مرتبطة به لتحقيق الأهداف التى يحددها هذا المجتمع ، وأن يكون للأفراد حرية الحصول على المعلومات والتعليم والتسلية ، فهو مدخل قائم على " نمط المشاركة أو الإدارة الذاتية وهو الطريق العملي لتطبيق ديمقراطية الإتصال " التى أوضح احد الباحثين أنها تقوم على ثلاث ركائز هي :-

• الحق فى الاتصال :

وهو يستند إلى الحق الطبيعى للفرد فى إن يجتمع مع الآخرين ، وان يعبر عن نفسه وان يعرف بصرف النظر عن المصدر ، الذى تأتى منه هذه المعرفة ، بالإضافة إلى حقه فى الرد على المعلومات التى أستند عليها فرد أو مجتمع بعينة .

• الانتفاع :

وهو يعنى إتاحة الوسائل للأفراد والمجتمعات وفرص الانتفاع بها لكي تتواصل فيما بينهما ومع الآخرين .

• المشاركة :

وهى تقوم على أساس أن عمل الوسائل ينطلق من افتراض وجود عقد اجتماعي او اتصالي بين الجمهور والوسيلة ، وبالتالي فالعلاقة بينهما علاقة بين طرفين وليست عملا منفردا من جانب واحد المشاركة الذهنية والوجدانية لما يقدم عن البيئة المحلية وكل ما يثير اهتمامه من خلال ما يقدم من قضايا محلية تهمة أو آراء المسئولين . (١٧ : ٣٣٧)

٤- دور الاتصال المحلي في تنمية المجتمع المحلي :

- ❖ تحقيق " وحدة المجتمع المحلي Community Consensus " من خلال التعرض لنفس المعلومات ، ونفس التفسير للأحداث ، مما يؤدي إلى تفكير الأفراد بنفس الطريقة ، وليس المهم الوصول إلى نفس النتائج .
- ❖ زيادة خبرات الأفراد أقبياً ، والتعرف على خبرات من المستحيل أو من الصعب مشاهدتها بطريقة شخصية .
- ❖ تسهيل حياه الفرد ، عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات عن الموضوعات الهامة وطرح ومناقشة البدائل .
- ❖ خلق الرغبة في لرفاهية ، عن طريق وصف طريقة معيشية الآخرين ، وخلق الحاجة لدى الأفراد لتحسين معيشتهم .
- ❖ عرض الأفكار الجديدة في المجتمع المحلي ، وحث عملية المناقشة حولها ، ونقل رجح الصدى حول القرارات التي يتم اتخاذها بشأنها .
- ❖ تعريف جمهور المجتمع المحلي بالخدمات والفرص المتاحة .
- ❖ تسليط الأضواء على مواقع الإهمال والانحراف في المجتمع المحلي .

❖ تقديم البرامج التى تساهم فى التنقيف البيئى والتنمية الفكرية والثقافية لجمهور المجتمع المحلى

❖ تسليط الأضواء على الإمكانيات غير المستغلة فى المجتمع . (١٧ : ١٣٤)
ومن خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة أيضا هي تلك الرسالة التى يتوافر فيها ما سبق ويتضح هذا فى المجتمعات المحلية والأقاليم التى تستطيع أن تؤثر فيها الرسالة للتقارب فى الصفات والطبائع والعادات والتقاليد فى تلك المجتمعات وهو ما يتوفر بمجتمع البحث فى هذه الدراسة بإقليم جنوب الصعيد .

لذا نستطيع أن نوضح الإعلام المحلى فيما يلي:

- مفهوم الإعلام المحلى :

وهو الإعلام الذى يخدم مجتمعا محدداً ومتناسقا من الناحيتين الاجتماعية والطبيعية
(الأثنربولوجية)وله خصائص بيئية ثقافية واقتصادية واجتماعية متشابهة وتمتيزة ، تجمع بين أفراده وحدة فكرية وثقافية وتراثهم وأفكارهم بل و لهجتهم المحلية وهو الإعلام الذى يستهدف عدة أقاليم جغرافية داخل الدولة على أساس تقسيم أداري أو سياسي بصرف النظر عن التجانس البيئى بين هذه الأقاليم ، وينطبق هذا المفهوم على الإعلام الإقليمى الذى يخدم إقليما واد داخل الدولة إذا يضم هذا الإقليم عدة مجتمعات محلية .
(٢٠ : ١٦٧)

فإن الإعلام المحلى بصفة خاصة بعد مرآة لبيئة المواطن فى المجتمعات المحلية نكس صورة هو جزء منها فهو يعنى على أن يكون الفرد ليس فقط مستفيدا من الخدمات ولكن مساهما بشكل فعال فى الحفاظ على سلامة مفردات هذا المحيط الحيوي الذى يعيش بداخله . (٢٦ : ١١٥)

- أهمية الإعلام المحلي :

- ❖ العمل على خلق مشاركة أبناء المجتمع المحلى فى عملية التنمية ، من خلال تطوير إتصالي على نطاق مع تنمية رغبتهم حول أهمية تغيير مجتمعهم .
 - ❖ تهيئة هذه المجتمعات للتطور من خلال " نشر الأفكار الحديثة فى كل المجالات وحث الأفراد على تبني هذه الأفكار والأساليب الحديثة " .
 - ❖ يعد أكثر قدرة على فهم ثقافة المجتمع المحلى لأنها تتعامل مع مجتمع متجانس ، وهذا يضيفي عليها إمكانيات لا تتاح لوسائل الإتصال المركزية التى تتعامل مع مجتمع كبير نسبياً وغير متجانس "
 - ❖ يستطيع أن يلعب دوراً هاماً فى التغلب على مصاعب الحياة خاصة فى أوقات الأزمات المحلية .
 - ❖ معالجة الخلل فى التوازن الإتصالي ، الناتج عن تركز الإتصال فى العاصمة.
 - ❖ محاولة القضاء على القيم البالية والغريبة عن المجتمع والمحافظة على قيمة الأصيلة ، وتأكيد القيم والمفاهيم الحديثة الإيجابية ، التى يمكن معها إعداد المواطن لمواجهة المستقبل (١:١٥)
- ويوجد فى مصر الآن ستة قنوات تلفزيونية محلية عامة القنوات الست هى قناة القاهرة التى بدأت إرسالها فى السادس من أكتوبر عام ١٩٨٥ م ، ويعطى إرسالها (القاهرة الكبرى) ، قناة القنال التى تعطى إرسالها (محافظات القناة) ، وقناة الإسكندرية الذى يعطى إرسالها محافظات (الإسكندرية ، البحيرة ، وأجزاء كبيرة من الساحل الشمالى ، والجهة الشمالية) ، وقناة الدلتا ويعطى إرسالها محافظات (الغربية ، الشرقية ، الدقهلية ، كفر الشيخ ودمياط) ، وقناة الصعيد التى يعطى إرسالها محافظات (المنيا وبنى سويف وأسيوط والفيوم) ، والقناة الثامنة، والتي يعطى إرسالها محافظات (سوهاج ، قنا، الأقصر ، أسوان). (٣:١٣٩-١٤٠)

وتتبع أهمية هذه الخدمات المحلية من دورها فى التنمية المحلية ، بما توفره من خدمة إعلامية متخصصة ، تدفع المواطنين إلى المساهمة الفعالة والمشاركة الإيجابية ومناقشة المشكلات فى البيئة المحلية التى تعمل بها ، ومعالجتها وإيجاد الحلول لها . كما تستطيع هذه القنوات المحلية القيام بدور فعال فى تطوير سلوكيات المواطنين ، ورفع تطلعاتهم وطموحهم ، وتحسين مستوى معيشتهم ، عن طريق اقترابها الصادق منهم.

-أهداف القنوات المحلية : -

- تقديم المعلومات المتصلة بالمجتمع المحلي وإعلام فئات الجماهير فى المجتمعات المحلية بالأحداث الجارية ومشروعات التنمية.
 - عرض المشكلات والقضايا المحلية الحيوية ، ومناقشتها ، حيث يجمع خبراء الإعلام على أن الدور التنموي المتميز لوسائل الإعلام يتبلور فى مدي قدرتها على عرض المشكلات التى يواجهها المجتمع بكفاءة والاستمرار فى تكثيف المعالجة الإعلامية لهذه المشكلات .
 - السعي وراء كشف جوانب الإهمال والفساد فى مواقع العمل المختلفة بالمجتمع المحلي متى وجدت ، خاصة تلك التى تضر بمشروعات التنمية .
 - يؤدي التلفزيون الإقليمي دوراً متكاملاً مع وسائل الاتصال الأخرى فى التبشير بالقيم الجديدة المصاحبة لمشروعات التنمية ، وتدعيم القيم التى تخدم التطور وتطوير أنماط السلوك الاجتماعية بما يتلاءم مع ظروف الحياة الجديدة المستهدفة .
 - توضيح الأساليب لاستغلال الإمكانيات البيئية المتاحة لخدمة مشروعات التنمية .
 - الإعلام عن المشروعات الناجحة وإبراز الشخصيات ذات الأيدي البيضاء فى إنجاح تلك المشروعات المحلية حتى يكونوا قدوة للآخرين . (٢٦:١٤)
- -التلفزيون:

▪ يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال الجماهيرية القوية حيث تغطى الآن محطات الإرسال التلفزيوني جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلي ان امتلاك الأجهزة يتزايد عاما بعد عام كما ان مشاهدة التلفزيون لا تتطلب من المشاهد اى إستعدادات حيث ان رساله الإعلامية تذهب إلى المشاهد داخل منزله دون عناء. (١٧٦:١٥)

- أساليب إنتاج البرامج التلفزيونية :-

تختلف أساليب إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية باختلاف الوسيلة واختلاف البرنامج فإن إنتاج البرامج الحية يختلف عن إنتاج البرامج الدرامية أو البرامج الخاصة وغيرها ، وهى برامج مختلفة الشكل والتكوين والبناء والوحدة الأساسية التي تستخدمها الإذاعة على سبيل المثال الكلمة والمؤثر الصوتي والموسيقى وتستخدم الكلمات فى تكوين الجملة والمسمع بينما يضاف إليها الكادر أو الإطار **frame** واللقطة والمشهد فى إنتاج البرامج التلفزيونية فالمشاهد تتكون من لقطات مختلفة متتالية وتعتبر اللقطة الواحدة أساس العمل التلفزيوني ، ومجموعة اللقطات تبنى تأثيرا كاملاً وتضفى معنى واضحاً لا يمكن أن تبلغه لقطة واحدة ، ويستخدم الإذاعيون مفهوم اللقطة فى تسجيلاتها الصوتية تجاوزاً وتستمر اللقطة الواحدة بضع ثوان أو دقيقة وقد تكون طويلة تستمر طيلة البرنامج اذا ما كان ذلك أفضل الأمور لعرض حادث يقع أمامنا ، ومن ثم كان على كل الذين يعملون فى مجال الإنتاج البرامجى أن يجيدوا معرفة اللقطات الأساسية المستخدمة فيه .

- الإمكانيات اللازمة للإنتاج البرامجى أو المرئي :-

يتطلب الإنتاج البرامجى فى محطات الإذاعة والتلفزيون توافر عدد من الإمكانيات اللازمة والضرورية على النحو التالي :-

أ- فريق الإنتاج :-

سواء من البرامجيين كالمعد أو كاتب النص والمخرج والمصورين والرسامين والخطاطين ومساعدى المخرج ومقدمى البرامج والفنانين أو الممثلين وغيرهم أو الفنيين كالسويتش وفنى الصوت ومدير الاستديو وموزعي الإضاءة ومسجلي الصوت والمسؤولين عن الخدمات الإنتاجية كالديكور والإكسسوار والملابس والأثاث والماكياج والمناظر والمؤثرات وغيرهم .

ب- الأجهزة والمعدات الخاصة بنقل أو تسجيل الصوت والصورة :-

كالكاميرات الخاصة بالتصوير الاليكتروني أو الفيلمي والإضاءة ومعدات الصوت من ميكروفونات وسماعات وأجهزة تكبير الصوت والنداء الالى والاتصال ٠٠٠٠ الخ

هذا بالإضافة إلى الأفلام والشرائط الصوتية على اختلافها ، والاسطوانات ، وشرائط الفيديو على اختلافها وأجهزة العرض المختلفة الخاصة بها وأجهزة المونتاج أو التوليف ووحدات النقل الخارجي ووصلات الميكروويف والهوائيات الخاصة بالتعامل مع الأقمار الاصطناعية للإرسال أو الاستقبال وغيرها من أجهزة ومعدات تكنولوجيا تخدم فى مجموعها عملية البث والاستقبال والتلفزيوني ، بالإضافة إلى المتطلبات الأخرى مثل الديكور والملابس أو الأزياء والماكياج ولوازمه والإكسسوار

ج- أماكن الإنتاج التلفزيوني (استوديوهات الإذاعة والتلفزيون)

وهى الأماكن الملائمة والمخصصة للإنتاج البرامجى فى الراديو والتلفزيون والتي يتوافر فيها مجموعة من الخصائص الهامة ومنها العزل الصوتى بحيث لا تظهر فى صورة التلفزيون أي أصوات أو لقطات مصورة غير مرغوب فيها ، كما يعالج الأستوديو من الداخل معالجة صوتية لا تسمح بأى انعكاسات صوتية ، وتتنوع استوديوهات التلفزيون وفقاً لاستخدامها وحسب الأغراض المخصصة لها فى الإنتاج البرامجى ،فعلى سبيل المثال استوديوهات البث والتنفيذ وهى التى تستخدم فى بث الرسائل التلفزيونية ، وتنفيذ البرنامج اليومي لها و استوديوهات التسجيل والإنتاج ومنها

الإنتاج البرامجى اليومى كالأحاديث والندوات والمناقشات والموسيقى والغناء ، وهناك استوديوهات الإنتاج الدرامي (التمثيليات والمسلسلات) .

د- الإمكانيات المادية :-

يتطلب إنتاج البرامج التليفزيونية ميزانية مالية تختلف من خدمة إلى أخرى ، ومن برنامج إلى آخر ، فجانبا الرواتب والأجور الثابتة ، يحتاج إنتاج البرامج الأموال اللازمة للوفاء بأجور المشاركين فى الإنتاج وإيجار أماكن لتصوير بعض الأعمال البرمجية خارج استوديوهات المحطة أو ثمن مشتريات بعض المواد كالملابس والمواد الخام اللازمة لإنتاج البرامج كالشرائط والأفلام الخام ولوازم الديكور أو الأثاث أو المناظر ٠٠٠ إلخ وكل ذلك من متطلبات تقتضى إنفاقات مالية .

و- الإلمام بطبيعة عملية الإنتاج وتنفيذها :-

بعد تحديد فكرة البرنامج ، والتعرف على جمهوره المستهدف من المشاهدين وتحديد أهداف البرنامج وشكله ومضمونه تتم كتابة نصه الذي يختلف من وسيلة لأخرى ، ومن برنامج لأخر وهى نماذج مختلفة التكوين والبناء فالبرامج الإخبارية تختلف عن البرامج الدرامية التى تختلف بالطبع عن البرامج المنوعة ، الأمر الذي يتطلب من القائمين بالإنتاج الإلمام بعملية الإنتاج ذاتها وبكافة مراحلها بدءاً من اختيار الفكرة ، وانتهاءً بالتقديم ، بما فى ذلك الإلمام بالأساليب العلمية فى الإنتاج بما يضمن توظيف الإمكانيات المرئية لتجسيد وتحقيق الهدف المطلوب . (٢٦:٢٨-٣٠)

وجدير بالذكر أن البرامج الرياضية بالقناة الثامنة تختلف فى أفكارها ومضامينها وأهدافها فمنها ما يستهدف قطاع البطولة مثل برنامج اللعبة الحلوة والآخر قطاع المدارس ومراكز الشباب مثل برنامج موعد مع الرياضة وآخر يتناول أحداث المنافسات وما يدور فيها مثل برنامج مشوار البطولة ولقد تعددت أشكال تقديم تلك البرامج سواء ريبورتاج مسجل أو لقاءات مباشرة فى الأستوديو وبهذا نجد أن تلك

الأشكال والمضامين تنوعت لتخاطب الجمهور بكافة أشكاله بهدف إكسابه المعلومات والمعارف الرياضية و تقديم الترويج في إطار من التسلية الممتعة والمفيدة .

ثانيا : بعض الدراسات المرتبطة :-

أ- الدراسات العربية:-

١- دراسة **أشرف منير صبري (١٩٩٩) (٦)** بعنوان " بناء استراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري " واستهدفت الدراسة تحليل طبيعة البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ومعرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو البرامج الرياضية . واستخدم الباحثين الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات وتم جمع البيانات من عينه عشوائية من الجمهور من سكان أقاليم القاهرة الكبرى الذي يضم محافظات (القاهرة . الجيزة . القليوبية) عن طريق الاستبيان ، دراسة الحالة ، المقابلة الشخصية وأشارت أهم النتائج إلي أن البرامج الرياضية بالتلفزيون تتعامل مع مفهوم الرياضة من خلال التصور الضيق المرتبط بإنجاز أهداف تنافسية ولا تهتم اهتماما كافياً بمفهوم الرياضة الأكثر ثراءً علي الجانب الاجتماعي والثقافي والبرامج الرياضية من أكثر البرامج التي يفضل الجمهور مشاهدتها علي شاشة التلفزيون .

٢- دراسة **أيمن محمد الهنداوي (٢٠٠١) (٨)** بعنوان " تحليل برامج التلفزيون الرياضية وآثارها علي نشر الوعي الرياضي" واستهدفت الدراسة التعرف علي البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ودورها في تنمية الوعي الرياضي وأسلوب تقديم البرامج الرياضية وعلاقته بجذب الجمهور واستخدم الباحثين الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات وتم جمع البيانات من عينه عشوائية من (١٤٧٠) طالب من المدارس الإعدادية بمحافظة الغربية و (١٠٠) من خبراء الاعلام والرياضة وأشارت أهم النتائج البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري لاتتفق مع ميول ورغبات أفراد العينة ومبلم لمشاهدة التلفزيون أيام الأجازات وتقل أيام الدراسة .

٣- دراسة حسام الدين السيد المرسي (٢٠٠٣) (١١) بعنوان " وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة علي اكتساب السلوك الرياضي للجماهير " واستهدفت الدراسة معرفة مدي تأثير وسائل الإعلام علي نشر الثقافة الرياضية لطلاب الجامعات المصرية وما هي أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً في نشر الثقافة الرياضية لدي طلاب وطالبات الجامعات المصرية وأستخدم الباحثين المنهج الوصفي (الدراسات المسحية) كمنهج بحث وكانت العينة بالطريقة العشوائية وبلغ عددهم ٧٢٠ طالب وطالبة واستخدم المقابلة الشخصية واستمارة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات وكانت أهم النتائج تشير إلي أن البرامج الرياضية تهتم بنقل الأحداث الرياضية المختلفة بينما تهمل تقديم برامج تقدم للمشاهد معلومات قد يستفيد منها في حياته اليومية . ويعتبر التلفزيون أهم وسيلة إعلامية تؤثر في نشر الثقافة الرياضية يليها الصحافة .

٤- دراسة احمد حسن بسيوني (٢٠٠٤) (٤) بعنوان " دور وسائل الإعلام المحلية في تكوين المعرفة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا " واستهدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام المحلية في تكوين المعرفة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا واستخدم الباحثين المنهج الوصفي وكان الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات وقد قام الباحثين باختيار عينة البحث بالطريق العشوائية وقوامها (٥٠٠) طالب وطالبة من طلاب جامعة المنيا وكانت أهم النتائج تشير إلى أن التلفزيون يلعب دورا كبيرا في تكوين المعرفة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا ثم الصحافة وهناك قصور بالنسبة للإذاعة والوسائل الإعلامية الأخرى بالإضافة إلى تفاوت تأثير كل وسيلة إعلامية في الجانب الرياضي تبعا لخصائص كلا منها

٥- دراسة علي طاهر إسحاق (٢٠٠٤) (٢٣) بعنوان " العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية بالراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري " واستهدفت الدراسة التعرف على ما هو معدل وانتظام الجمهور في التعرض للبرامج الرياضية وأسباب ونوع الاستفادة من ذلك واستخدم الباحثين المنهج الوصفي وكان الاستبيان كوسيلة لجمع

البيانات وكانت نتيجة البحث نسبة المشاهدين للبرامج الرياضية فى التلفزيون بلغ ٨٢.٥ % وأن ٩٦.٩ % مستفيدون من البرامج الرياضية فى التلفزيون ونسبة ٩٨.١ % تزداد معارفهم الرياضية من متابعة هذه البرامج.

٦- دراسة **دينا كمال محمود (٢٠٠٥)** (١٣) بعنوان "إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى" واستهدفت الدراسة التعرف على الجودة الشاملة كمدخل لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى من خلال دراسة الوضع الراهن لإدارة البرامج الرياضية بقناة النيل للرياضة وتحليل طبيعة البرامج الرياضية ودراسة إدارة الجودة الشاملة ودورها فى تطوير البرامج الرياضية واستخدام الباحثين المنهج الوصفي وكان الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات وكانت نتيجة الدراسة أهداف قناة النيل للرياضة غير واضحة و أهداف الجودة الشاملة تساهم فى تطوير البرامج الرياضية بقناة النيل للرياضة ولا توجد لجنة تخطيط للبرامج والتدريب المؤهل للعاملين غير موجود.

٧- دراسة **أحمد ماهر فتحى (٢٠٠٦)** (٥) بعنوان "تقويم البرامج الرياضية على شاشه القناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا واستهدفت الدراسة تقويم البرامج الرياضية بالقناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا استخدم الباحث المنهج الوصفي من الدراسات المسحية لمناسبته لطبيعة هذه الدراسة وقد تم اختيار عينه البحث بالطريقة العمدية العشوائية من مشاهدي البرامج الرياضية بالقناة السادسة من جمهور محافظه الغربية وبلغ حجم العينة (١٠٠٠) مشاهد وكانت أهم نتائج البحث ضرورة زيادة المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الرياضية بالقناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا الاهتمام بزيادة عدد البرامج الرياضية وإضافة برامج خاصة بذوي الاحتياجات والتنوع فى الفقرات والمواد الحية ضرورة إعادة تأهيل وتدريب القائمين على البرامج الرياضية بالقناة السادسة حتى يلحقوا بركب التقدم للمرحلة الاعلامية القادمة .

٨- دراسة علاء الدين أحمد متولى (٢٠٠٦) (٢٢) بعنوان " دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى الرياضى فى نشاط السباحة لتطوير مجال السياحة و العلاج و الترويج " واستهدفت الدراسة مدى مساهمة البرامج الرياضية بالإذاعة المرئية المحلية فى الارتقاء بالمستوى الفكرى لدى جمهور المشاهدين و العمل على إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الرياضية الخاصة بنشاط السباحة لما لها من فوائد عديدة فى مجال السياحة و العلاج و الترويج و ذلك من خلال دراسة دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى الرياضى لنشاط السباحة و لتطوير مجال السباحة السياحية الداخلية و السباحة العلاجية ونشاط السياحة الترويجية استخدم الباحثين المنهج الوصفي واختار الباحثين العينة بالطريقة العشوائية وتكونت حجم العينة من (٤٠) خبيراً ، و (٤٩٦) مشاهداً من محافظة الإسكندرية و كانت أهم النتائج التى توصل إليها أنه لا يوجد فى الوقت الحالى (وقت تنفيذ البحث) دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى الرياضى فى محو أمية السباحة و السباحة الترويحية والسباحة العلاجية والسباحة الرياضية الداخلية و الميل الرياضى و لا يوجد دور للإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى العام .

٩- دراسة وليد عبد الفتاح محمد (٢٠٠٧) (٣٢) بعنوان " دراسة تقييمية للبرامج الرياضية بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري " واستهدفت الدراسة تقييم البرامج الرياضية بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري واستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت عينة البحث من لاعبي الألعاب الجماعية و الفردية بالدوري الممتاز وكان حجم العينة ١٠٠ فرد والكوارر القيادية بالقناة والعاملين بالبرامج الرياضية وأستخدم أدوات جمع البيانات هي المقابلة الشخصية والاستبيان وكانت نتائج البحث عدم وضوح أهداف البرامج الرياضية بالقناة الثانية للعاملين وقصور التخطيط حيث يشارك فيه القيادات العليا فقط وفق السياسة العامة للدولة ولا يوجد متخصصين بالتخطيط ولا اهتمام بالديكور المخصص للبرامج .

١٠- دراسة **أيمن محمد الهنداوي (٢٠١٠) (٩)** بعنوان "الإعداد المهني والتوصيف الوظيفي لمعد البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى واستهدفت وضع تصور مقترح الإعداد المهني والتوصيف الوظيفي لمعد البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى وأستخدم الباحث أدوات جمع البيانات هي المقابلة الشخصية والاستبيان وكانت عينة البحث اشتملت على (١٥٠) خبير من خبراء الإدارة الرياضية و الإدارة العليا بإتحاد الإذاعة والتلفزيون والعاملين بالبرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى وكانت أهم نتائج البحث أهمية الإعداد المهني لمعد البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى وتحديد الشكل العام للتوصيف الوظيفي لمعد البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى

ب - الدراسات الأجنبية :-

١١- دراسة **Shifflet,-B;Revelle-R (1994) Gender equity in sports media coverage (٣٥)** بعنوان "المساواة بين الجنسين فى التغطية الإعلامية الرياضية " واستهدفت الدراسة تحديد مدى التغطية الإعلامية للإناث والذكور و مقارنة مباشرة بين المساحة المخصصة للذكور والإناث الرياضيين والمدربين أيضاً المخصصة لرياضتهم وأستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت أهم النتائج أن هناك نقص فى نسبة تمثيل الإناث بالنسبة للذكور .هناك اهتمام واضح بالتغطية الإعلامية للذكور سواء كان لاعبين أو مدربين بل أيضاً أنواع الرياضة الخاصة بهم .

١٢- دراسة **Patrick Richard (1995) Public television and high performance sport in canda (٣٤)** بعنوان "التلفزيون الجماهيري وعلاقته بأداء الرياضة الكندية " استهدفت الدراسة توضيح مدى أهمية ارتباط الرياضة بوسائل الإعلام وأستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة من جماهير مباريات الهوكي وكانت أهم النتائج أن الرياضة ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالإعلام الإذاعي في المجتمع الكندي وذلك منذ أن كان معدل مباريات الهوكي مثلاً بالنسبة للمحترفين محدود للغاية فى العشرينات حيث وصلت هذه الصناعة إلي ملايين الدولارات في

التسعينات وان هيئة الإذاعة الكندية وكذلك شبكة التلفزيون المتحدث باللغة الإنجليزية كأول منتج للرياضة ذو المستوي الرفيع لا تعمل علي نشر الثقافة الرياضية بين متابعي هذه الإذاعات لذا فقد أوصت علي ضرورة تقديم التلفزيون لرياضة الهواة علي شاشات هذه الشبكة كإنتاج ثقافي هام جنباً إلي جنب مع رياضة المحترفين والتي تعتبر عامل جذب لمتابعة هذه الإذاعات.

١٣- دراسة CHEN-T (1996) **Influence of sport media on teenaged students sports participation** (٣٣) بعنوان "تأثير الإعلام الرياضي على ممارسة الرياضة للطلاب" و استهدفت الدراسة دوافع الطلاب المدارس من (١٧:١٢ سنة) للمشاركة في فصول التربية البدنية وممارسة الرياضة ومعرفة ما حققوه فيها. تحليل تلك الدوافع والإنجازات وأستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة مجموعه من طلبة وطالبات المدارس الرياضية من (١٧:١٢) سنة وأدوات جمع البيانات المقابلة الشخصية و استمارة استبيان واهم النتائج هي أن الإعلام الرياضي ساعد في نشر الوعي الرياضي للطلاب من (١٧:١٢ سنة) وتصحيح النظرة إلي أهمية الرياضة وقيمتها.

١٤- دراسة SHIH-CHIH-PIN (1998) **Astudy of the Relationship Between Media Coverage** (٣٦) بعنوان "دراسة العلاقة بين التغطية الإعلامية وسلوك الجمهور خلال الأحداث الرياضية" واستهدفت الدراسة إلي معرفة العلاقة بين التغطية الإعلامية وسلوك الجمهور خلال الأحداث الرياضية. والتعرف علي تأثير التغطية الإعلامية علي الجمهور. وأستخدم الباحث المنهج الوصفي وكانت أدوات جمع البيانات المقابلة الشخصية، استمارة استبيان وكانت العينة من جمهور رياضة البيسبول وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية وعددهم (١٧٠) فردا وكانت أهم النتائج أن الطلاب والشباب الأقل من ٢٥ سنة هم أكثر الجمهور في حضور المباريات

، وأن التغطية الإعلامية والتعريف بالفريق والتسليية وقوة الجذب للجمهور لا تعتبر التوقع الإيجابي له علاقة بارتباط الجمهور ولعبة البيسبول .

ج- التعليق علي الدراسات المرتبطة:

استطاع الباحثين حصر مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية حيث ألفت تلك الدراسات الضوء على الكثير من المعالم التي تفيد الدراسة الحالية ، فكان لها جهود بحثية قيمة لم يسبق للباحث التعرف عليها الأمر الذي قد أثار لدى الباحثين أفكار جديدة لمعالجة موضوع الدراسة الحالية ، وخاصة وان البرامج الرياضية من الموضوعات الحديثة نسبيا ، كما أن المسح المكتبي قد أوضح أن الدراسات العربية تفتقر إلى العديد من الدراسات والبحوث التي تتعرض إلى مشكلات البرامج الرياضية والتي لم تأخذ حقها بعد ، كما أوضحت الدراسات السابقة المناهج والأدوات والأساليب البحثية المختلفة والتي استطاع الباحثين من خلالها دراسة مشكلة البحث ، وكذلك التوصل إلي نتائج البحث ، حيث سار الباحثين علي ما هو مفروض ومتبع من حيث ما انتهى إليه الآخرون فقد استعان الباحثين بنتائج الدراسات السابقة في تدعيم البحث من خلال:

- التعرف علي أفضل الإجراءات المناسبة والتي يمكن أن تؤدي إلي تحقيق أهداف الدراسة •
- تحديد المنهج العلمي المستخدم في الدراسة الحالية •
- تحديد الأسلوب الإحصائي المناسب لطبيعة الدراسة •
- طريقة اختيار العينة التي تتناسب مع طبيعة الدراسة •
- تحديد أدوات جمع البيانات •
- وضع تساؤلات البحث في ضوء هدف الدراسة •

○ مناقشة وتفسير نتائج الدراسة الحالية في ضوء ما توصلت اليه تلك الدراسات

• المرتبطة

خطة وإجراءات البحث

منهج البحث:

استخدم الباحثين المنهج الوصفي (المسح الميداني) لملاءمته وطبيعته وأهداف البحث.

مجتمع وعينة البحث:

يشمل مجتمع البحث العاملين بالبرامج الرياضية فى القناة الثامنة

وقد تم إجراء البحث على عينة بالطريقة العشوائية طبقاً لأهداف البحث تمثلت في التالي:

- العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة وتم اختيارهم بأسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة وعدد (٢٠) عاملاً كالاتى:

- عدد (٤) مقدم برامج
- عدد (٦) معد برامج
- عدد (٤) مخرج برامج
- عدد (٣) مصور تليفزيوني
- عدد (٣) مراسل

- أدوات جمع البيانات:

إستعان الباحثين بالاستبيان كأداة لجمع البيانات وقام بتصميم استمارة استبيان كالاتى :

- إستمارة استبيان للتعرف على رأي العاملين بالبرامج الرياضية الواقع الحالى البرامج الرياضية بالقناة الثامنة.

أولاً : خطوات تصميم استمارة الاستبيان :

١- تحديد هدف الاستبيان

لكي يتمكن الباحثين من تحقيق هدف البحث في وضع خطة مقترحة للبرامج الرياضية وذلك بالتعرف على الواقع الحالي للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة من خلال رأى العاملين بالبرامج الرياضية تجاه ما يقدمونه.

٢- تحديد محاور الاستبيان :

بعد الاطلاع علي الدراسات السابقة قام الباحثين بتنظيم المحاور الرئيسية في صورتها المبدئية ، ثم عرضها علي السادة الخبراء وعددهم (١٠) خبراء حيث راعي الباحثين أن يكون الخبراء من أساتذة الإعلام والإدارة الرياضية

بعد ذلك قام الباحثين بعرض المحاور الرئيسية بصورتها المبدئية في علي الخبراء بهدف الوصول إلي مدي مناسبة المحاور وكفايتها وذلك للتعرف علي :

- مدي مناسبة وكفاية المحاور الرئيسية الخاصة بأراء الجمهور والعاملين للواقع الفعلي بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة .

- تعديل أو حذف أو إضافة ما يراه الخبراء من محاور رئيسية

وبعد عرض الاستمارات علي الخبراء قام الباحثين بحساب النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية وفقا للجداول التالية :-

جدول (١)

النسبة المئوية لأراء الخبراء للمحاور الرئيسية الخاصة

جدول (١)

النسبة المئوية لأراء الخبراء للمحاور الرئيسية الخاصة

باستبيان رأي العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة

(ن = ١٠)

م	المحاور الرئيسية	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	الأهداف العامة للبرامج الرياضية	١٠	-	١٠٠%
٢	أهداف وسيلة الاتصال(التلفزيون)	٣	٧	٦٥%
٣	التخطيط للبرامج الرياضية	٩	١	٩٥%
٤	التمويل في البرامج الرياضية	٨	٢	٩٠%
٥	تنفيذ البرامج الرياضية (الزمن - التوقيت - التنفيذ)	١٠	-	١٠٠%
٦	تحليل البرامج الرياضية	٢	٨	٦٠%
٧	الإمكانات بالبرامج الرياضية (مادية- بشرية- تقنية)	١٠	-	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق (١) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول المحاور الرئيسية المناسبة قد تراوحت بين (٦٠% : ١٠٠%) ولقد ارتضى الباحثين نسبة (٧٠%) فأكثر من آراء السادة الخبراء لتحديد أهم المحاور الرئيسية لاستمارة استطلاع رأي العاملين بالبرامج الرياضية حول البرامج الرياضية ويصبح الشكل النهائي للمحاور الرئيسية للاستبيان كالتالى:

١- الأهداف العامة للبرامج الرياضية

٢- التخطيط للبرامج الرياضية

٣- التمويل في البرامج الرياضية

٤- تنفيذ البرامج الرياضية (الزمن - التوقيت - التنفيذ)

٥- الإمكانيات بالبرامج الرياضية (مادية- بشرية- تقنية)

٣- إعداد عبارات الاستبيان :

في ضوء نتائج آراء الخبراء حول المحاور المقترحة قام الباحثين بدراسة كل محور علي حدة دراسة تفصيلية وذلك لتحديد العبارات الخاصة بكل محور رئيسي وفرعي مسترشدا ببعض المراجع العلمية والدراسات السابقة (٥)، (٨)، (٣٥) الخاصة بالبرامج الرياضية .

ثم قام الباحثين بصياغة مجموعة من العبارات التي يمكن أن تتدرج تحت كل محور وتم إعداد استمارات الاستبيان في صورتها المبدئية وتم عرض الاستمارات بصورتها المبدئية علي السادة الخبراء وذلك للتأكد من صلاحية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتعرف علي مدى مناسبة العبارات المقترحة بالنسبة للمحاور وحذف أو تعديل للعبارات الغير مناسبة وأيضا إضافة أية عبارات أخرى مقترحة تكون غير مدرجة بالاستمارة والجداول .

جدول (٢)

النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول عبارات إستبيان

(آراء العاملين تجاه البرامج الرياضية) (ن = ١٠)

المحور الأول		المحور الثاني		المحور الثالث		المحور الرابع		المحور الخامس	
أهداف البرامج الرياضية		تخطيط البرامج الرياضية		التمويل في للبرامج الرياضية		تنفيذ البرامج الرياضية		الإمكانيات لبرامج الرياضية	
العبارة	النسبة	العبارة	النسبة	العبارة	النسبة	العبارة	النسبة	العبارة	النسبة
١	١٠٠ %	١	١٠٠ %	١	٦٠ %	١	١٠٠ %	١	١٠٠ %

١٠٠ %	٢	%٨٠	٢	١٠٠ %	٢	%٨٠	٢	١٠٠ %	٢
%٦٠	٣	١٠٠ %	٣	%٩٠	٣	١٠٠ %	٣	١٠٠ %	٣
%٩٠	٤	١٠٠ %	٤	١٠٠ %	٤	١٠٠ %	٤	%٦٠	٤
١٠٠ %	٥	%٦٠	٥	١٠٠ %	٥	%٦٠	٥	١٠٠ %	٥
%٥٠	٦	١٠٠ %	٦	%٨٠	٦	١٠٠ %	٦	%٦٠	٦
١٠٠ %	٧	١٠٠ %	٧	١٠٠ %	٧	%٩٠	٧	%٩٠	٧
١٠٠ %	٨	%٩٠	٨	%٧٠	٨	%٥٠	٨	١٠٠ %	٨
% ٨٠	٩	١٠٠ %	٩	%٦٠	٩	%٦٠	٩	%٨٠	٩
١٠٠ %	١٠	%٦٠	١٠	١٠٠ %	١٠	%٥٠	١٠	%٦٠	١٠
١٠٠ %	١١	١٠٠ %	١١	١٠٠ %	١١	١٠٠ %	١١	%٥٠	١١
%٩٠	١٢	١٠٠ %	١٢			١٠٠ %	١٢	%٥٠	١٢
١٠٠ %	١٣	%٧٠	١٣			%٩٠	١٣	%٨٠	١٣
١٠٠ %	١٤	%٩٠	١٤			%٩٠	١٤	١٠٠ %	١٤
%٦٠	١٥	١٠٠ %	١٥			١٠٠ %	١٥	١٠٠ %	١٥
%٩٠	١٦	%٩٠	١٦			١٠٠	١٦	%٦٠	١٦

						%			
١٠٠ %	١٧					%٥٠	١٧	١٠٠ %	١٧
%٦٠	١٨					%٦٠	١٨	١٠٠ %	١٨
١٠٠ %	١٩					%٦٠	١٩	%٩٠	١٩
١٠٠ %	٢٠					١٠٠ %	٢٠	١٠٠ %	٢٠
%٦٠	٢١							١٠٠ %	٢١

يتضح من الجداول أرقام (٣) ، (٤) أن النسبة المئوية لآراء السادة الخبراء حول مناسبة العبارات المقترحة للاستبيان قد تراوحت بين ٤٠% : ١٠٠% ولقد ارتضى الباحثين نسبة ٧٠% فأكثر من آراء السادة الخبراء وتم استبعاد العبارات التي لم تحصل علي هذه النسبة ، بالإضافة الي تعديل صياغة بعض العبارات ودمج وحذف العبارات المكررة وغير المفهومة بناء علي آراء السادة الخبراء ، وجدول رقم(٥) ، (٦) يوضح مجموع عبارات كل محور قبل وبعد العرض علي الخبراء .

جدول (٣)

عدد عبارات الاستبيان قبل وبعد العرض على الخبراء
(إستمارة آراء العاملين تجاه البرامج الرياضية)

م	المحاور الرئيسية	عدد العبارات قبل العرض	عدد العبارات بعد العرض
١	الأهداف العامة للبرامج الرياضية	٢١	١٤
٢	التخطيط للبرامج الرياضية	٢٠	١٣
٣	التمويل في البرامج الرياضية	١١	٩
٤	تنفيذ البرامج الرياضية (الزمن - التوقيت - التنفيذ)	١٦	١٤
٥	الإمكانات بالبرامج الرياضية (مادية- بشرية- تقنية)	٢٢	١٧
	المجموع	٩٠	٦٧

ثانيا : الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحثين بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة قوامها كالاتى : -

عدد (٥) أفراد من العاملين بالقناة الثامنة .

من خارج عينة البحث الأساسية وذلك فى الفترة من ٨/١ إلى ١٥/٨/٢٠٢٠ م .

حيث استهدفت الدراسة الاستطلاعية التعرف علي :

- مدى مناسبة صياغة العبارات لمستوي فهم العينة .

- التأكد من عدم وجود أي عبارات يصعب فهمها •

- إيجاد الصدق •

- إيجاد الثبات •

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

ثالثاً : المعاملات العملية لاستمارة الاستبيان:

رابعاً : المعاملات العلمية :

أ- صدق استمارات الاستبيان:

استخدم الباحثين صدق الاتساق الداخلي لحساب معامل الصدق للاستبيان وذلك بهدف التحقق من صدق استمارات الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٥) أفراد من العاملين بالقناة الثامنة من مجتمع البحث وخارج عينة البحث الأساسية وجدول (٤) يوضح ذلك :

جدول (٤)

معامل الارتباط بين عبارات الاستبيان والمحور المنتمي إليه

(إستبيان آراء العاملين تجاه البرامج الرياضية) ن = (٥)

المحور العبرة	الأهداف	التخطيط	التمويل	التنفيذ	الإمكانات
١	٠.٨٦	٠.٩٥	٠.٩٠	٠.٩٨	٠.٨٩

٠.٩٢	٠.٩٥	٠.٩١	٠.٩٧	٠.٩٧	٢
٠.٩٣	٠.٩١	٠.٩١	٠.٩١	٠.٩٠	٣
٠.٩١	٠.٩٥	٠.٩١	٠.٩٥	٠.٩٢	٤
٠.٩٢	٠.٨٨	٠.٨٩	٠.٨٩	٠.٩٣	٥
٠.٨٩	٠.٩٢	٠.٩٠	٠.٩٣	٠.٨٩	٦
٠.٨٢	٠.٩٤	٠.٨٧	٠.٩١	٠.٩٠	٧
٠.٩٣	٠.٩١	٠.٩١	٠.٩١	٠.٨٩	٨
٠.٩١	٠.٩٥	٠.٩٦	٠.٩٤	٠.٩٢	٩
٠.٩٢		٠.٩٤	٠.٨٨	٠.٩٠	١٠
٠.٨٩		٠.٩٠	٠.٩٧	٠.٨٦	١١
٠.٩٢		٠.٨٧	٠.٩٧	٠.٩٤	١٢
٠.٩٣		٠.٩١	٠.٩٠	٠.٩١	١٣
٠.٩١				٠.٨٦	١٤
٠.٨٩					١٥
٠.٩٣					١٦
٠.٨٨					١٧
٠.٩٢					١٨

قيمة(ر)الجدولية عند مستوي(٠.٥) = ٠.٣٦١

يتضح من جداول (٤) أن جميع قيم معاملات الارتباط بين المفردات المنتمية للمحور
تزاوحت ما بين (٠.٨٢ : ٠.٩٧) وهى معاملات دالة إحصائيا عند مستوي

معنوية(٠.٠٥) مما يشير إلى اتساق كل عبارة مع المحور الذي تنتمي إليه وبالتالي
صدق العبارات في التعبير عن المحور الذي تنتمي إليه

ب- ثبات استثمارات الاستبيان:

استخدم الباحثين طريق الاختبار وإعادة تطبيقه لحساب معامل الثبات لاستثمارات الاستبيان وذلك بهدف التحقق من ثبات استمارة الاستبيان حيث تم تطبيق الاستبيان على مجموعة قوامها (٥) أفراد من العاملين بالقناة الثامنة من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث الأساسية وجدول (٥) يوضح ذلك :

جدول (٥)

معاملات الارتباط بين التطبيق الأول والثاني لحساب معامل الثبات لاستبيان

رأى العاملين تجاه البرامج الرياضية (ن = ٥)

الصدق الذاتي	معامل الارتباط	التطبيق الثاني		التطبيق الأول		المحور
		ع	س	ع	س	
٠.٩٨	٠.٩٧	٠.٤١	٤.٧١	٠.٣٣	٤.٧٩	الأهداف العامة
٠.٩٢	٠.٨٦	٠.٦٥	٤.٤٥	٠.٦٨	٤.٥٣	التخطيط
٠.٩٥	٠.٩١	٠.٦٢	٤.٥٩	٠.٥٨	٤.٥٥	التمويل
٠.٩٨	٠.٩٦	٠.٥٩	٤.٤٥	٠.٥٩	٤.٤٧	التنفيذ
٠.٩٥	٠.٩٢	٠.٥٤	٤.٦٨	٠.٥٧	٤.٥٩	الإمكانات

(ر) الجدولية = ٠.٨١١ عند مستوي ٠.٠٥

يتضح من جدول (٥) أن معامل الارتباط بين التطبيق الأول و الثاني حيث أن قيمة (ر) اكبر من (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) مما يشير إلى أن ثبات استمارة الاستبيان كما يدل معامل الصدق على صدق الاستمارة.

رابعا : تطبيق الاستبيان (الدراسة الأساسية)

بعد تأكد الباحثين من صدق وثبات استثمارات الاستبيان :-

- استمارة استبيان للتعرف على رأي العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة.
وأصبحت فى صورتها النهائية قام الباحثين بتطبيق الاستبيان فى صورته النهائية بحيث كانت الإجابة على الاستبيان وفقا لميزان تقدير ثلاثي (نعم - إلى حد ما- لا) بناء على رأى الخبراء وتم تجميع البيانات وجدولتها ومعالجتها إحصائيا •

- المعالجة الإحصائية

بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائيا وقد استخدم الباحثين الأساليب الإحصائية:

- النسبة المئوية •

- الانحراف المعياري •

- معامل الارتباط لبيرسون.

- الدرجة المقدرة •

- المتوسط الحسابي •

عرض ومناقشة نتائج آراء العاملين بالبرامج الرياضية تجاه البرامج الرياضية بالقناة الثامنة.

المحور الأول : الأهداف العامة للبرامج الرياضية

جدول (٦)

الدرجة المقدرّة والنسبة المئوية لأراء عينة البحث في المحور الأول

الأهداف العامة للبرامج الرياضية ن = ٢٠

م	العبارة	نعم	أحيانا	لا	الدرجة المقدرّة	النسبة %
1	تختلف من برنامج إلي آخر وفق تخطيط محدد	٨	١٠	٢	36	72
2	تهتم بالارتقاء بالفكر والسلوك للمشاهد	١٨	٢	٠	48	96
3	تخدم كافة المستويات والطبقات في المجتمع	١٢	٨	٠	42	84
4	تخدم الأهداف العامة للرياضة في الدولة	١٨	٢	٠	48	96
5	تساهم في نشر الثقافة الرياضية	١٤	٦	٠	44	88
6	تتسم بالمرونة حسب تغير الأحداث في الإقليم	١٦	٤	٠	46	92
7	تتوازن وتتسم بالواقعية في عرض كافة القضايا الرياضية المحلية بالإقليم	٦	١٢	٢	34	68
8	تراعي الرؤيا المستقبلية للرياضة في الإقليم	٠	٨	١٢	18	36
9	ترتبط بمصادر التمويل لتنفيذ تلك البرامج	٠	٠	٢٠	10	20
10	تهتم بالسياحة الرياضية وتنفذ بالأماكن الأثرية كأحد وسائل الجذب في الإقليم	٠	٠	٢٠	10	20
11	تهتم بالنواحي التعليمية لكافة الأنشطة الرياضية المختلفة	٠	٤	١٦	14	28
12	تساهم في الكشف عن المواهب الرياضية في الإقليم ودعمها	٨	١٢	٠	38	76

92	46	٠	٤	١٦	تساهم في دعم المؤسسات الرياضية بالإقليم	13
100	50	٠	٠	٢٠	تكشف عن نواحي القصور و تساعد في تقديم المقترحات لحل المشاكل في عمل المؤسسات الرياضية	14
69.1	484					

يتضح من جدول (٦) ما يلي :

- أن النسبة المئوية لأراء عينة العاملين بالبرامج الرياضية في محور (الأهداف العامة للبرامج الرياضية) قد تراوحت ما بين (٢٠ % : ١٠٠٠ %) بنما حصل المجموع الكلى للمحور على نسبة (٦٩.١ %) .
- وحصلت العبارات أرقام (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤) على اعلي نسبة في الترتيب تراوحت ما بين (٧٢ % : ١٠٠ %) والتي تدل على أن الأهداف العامة للبرامج الرياضية تهتم بالارتقاء بالفكر والسلوك وتخدم كافة المستويات والطبقات طبقا للأهداف العامة في الدولة وتتسم الأهداف العامة أيضا بمساهمتها في نشر الثقافة الرياضية وتتغير بالمرونة حسب تغير الأهداف وتدعم المؤسسات الرياضية بالإقليم وتكشف عن المواهب الرياضية مع المساهمة في تقديم المقترحات لحل المشاكل التي تعترض مسيرة المؤسسات الرياضية بالإقليم ويتفق ذلك مع ما أشار إليه إبراهيم عبد الله المسلمي (١) المساهمة في تربية النشء تربية صحيحة والاكتشاف المبكر وللمهارات والمواهب لدى الأطفال والعمل على ترميتها وتوجيهها ورعايتها .
- وحصلت العبارات أرقام (٧ ، ٨ ، ٩ ، ١٠ ، ١١) على اقل نسبة في الترتيب تراوحت ما بين (٢٠ % : ٦٨ %) حيث يرى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة أن الأهداف العامة لا تتسم بالتوازن والواقعية في عرض كافة القضايا المحلية بالإقليم ولا تراعى التخطيط المسبق وتفقد الاهتمام بالتأكيد على النواحي التعليمية بمختلف الأنشطة الرياضية وكان اقل العبارات حصولا على اقل نسبة بمستوى ضعيف العبارات أرقام (٩ ، ١٠) وحصلت على (٢٠ %) وهي الخاصة بان الأهداف العامة لا تراعى مصادر التمويل عند تنفيذ البرامج المقدمة وتعانى من عدم الاهتمام بتنفيذها داخل الأماكن الأثرية كأحد وسائل الجذب في الإقليم وقصور الاهتمام بالسياحة الرياضية ويرى الباحثين أن مصادر التمويل تعتبر من العناصر الرئيسية لبناء وتطوير البرامج الرياضية لذا قصور تنفيذ البرامج بالأماكن الأثرية يؤدي لعدم استغلال الطبيعة الخاصة بالإقليم وتقليدية الشاشة وبالتالي عزوف المعننين مما يفقد البرامج وسيلة هامة من مصادر التمويل .

المحور الثاني : تخطيط البرامج الرياضية

جدول (٧)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لأراء عينة البحث في المحور الثاني

ن = ٢٠

تخطيط البرامج الرياضية

م	العبارة	نعم	أحيانا	لا	الدرجة المقدره	النسبة %
1	التخطيط عام ومسبق البرامج الرياضية وفقا لرؤيا مستقبلية	٠	٨	١٢	18	36
2	مشاركة العاملين بالبرامج الرياضية مع القيادات في التخطيط لتفعيل وتطوير البرامج	٠	٤	١٦	14	28
3	مرونة التخطيط في البرامج الرياضية لمواكبة الأحداث الرياضية بالإقليم	١٨	٢	٠	48	96
4	يمكن معالجة الخلل والقصور عند وضع تخطيط جديد للبرامج الرياضية	١٤	٦	٠	44	88
5	الاستعانة بالخبراء عند التخطيط للبرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
6	الاعتماد علي رأي الجمهور عند وضع تخطيط جديد للبرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
7	يراعي عند التخطيط الاهتمام بكافة الأنشطة الرياضية التي يتميز بها الإقليم	٠	٨	١٢	18	36
8	التخطيط في البرامج الرياضية يراعي البعد والتميز السياحي للإقليم	٠	٠	٢٠	10	20
9	يراعي التخطيط عنصر التسويق السياحي للاماكن الأثرية بإقامة البطولات بها وعرضها من خلال البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
10	يراعي عند التخطيط المصادر التمويلية للبرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
11	يراعي عند التخطيط الإمكانيات التقنية للأجهزة المتوافرة	٠	٨	١٢	18	36
12	يراعي عند التخطيط الإمكانيات البشرية للعاملين بالبرامج الرياضية	١٢	٨	٠	42	84

84	42	٢	٤	١٤	يراعي فى التخطيط الاهتمام بالنجوم الرياضيين فى الإقليم كمثل اعلى للنشء	13
46.7	304					

يتضح من جدول (٧) ما يلى :

أن النسبة المئوية لأراء عينة العاملين بالبرامج الرياضية فى محور (تخطيط البرامج الرياضية) قد تراوحت ما بين (٢٠ % : ٩٦ %) بنما حصل المجموع الكلى للمحور على نسبة (٤٦.٧ %) .

- وحصلت العبارات أرقام (٣، ٤، ١٢، ١٣) على اعلى نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٨٤ % : ٩٦ %) والتي تدل على أن تخطيط البرامج الرياضية يتميز بالمرونة فى مواكبة الأحداث الرياضية ويمكن معالجة اى خلل أو قصور عند وضع تخطيط جديد للبرامج وهو ما يؤكد على أهمية التخطيط فى الإدارة ويراعى أيضا فى التخطيط الإمكانيات البشرية للعاملين مع الاهتمام بالنجوم الرياضيين فى الإقليم كمثل يحتذى به للنشء ويتفق مع ما أشارت إليه دراسة **نرجس حلمي بباوى (٣١)** أن التلفزيون المحلى يهتم برفع الصدى من الجمهور ويركز على أهمية المشاركة والإدارة الذاتية لبرامجه كما أنه يغير التخطيط والأداء بتغير الظروف المحيطة به .

- وحصلت العبارات أرقام (١، ٢، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١٠، ١١) على اقل نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٢٠% : ٣٦ %) وهى نسب متدنية جدا حيث يرى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة أن التخطيط فى البرامج الرياضية لا يسير وفقا لروية مستقبلية ولا يشارك العاملين فى اى تخطيط مع القيادات لتفعيل وتطوير البرامج ولا يتم أيضا الاستعانة بخبراء أو الاعتماد على رأى الجمهور وبالتالي عدم الاهتمام بكافة الأنشطة الرياضية وفقا لتخطيط واضح ولا يتم الاعتماد على المصادر التمويلية عند التخطيط للبرامج ويختلف هذا مع ما أشار إليه **عبد الدايم عمر(١٨)** التخطيط لبرامج التلفزيون يجب أن يتعلق بوضوح الأهداف التي تقوم البرامج على خدمتها ومحاولة توفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذها ووضع الخطط البرمجية التي تحقق هذه الأهداف المرجوة فى إطار من التوازن بين رغبات المشاهدين واهتماماتهم واحتياجاتهم من جهة وتحقيق الأهداف المذكورة من جهة أخرى .

المحور الثالث : التمويل فى البرامج الرياضية

جدول (٨)

الدرجة المقدره والنسبة المئوية لأراء عينة البحث في المحور الثالث

التمويل في البرامج الرياضية ن = ٢٠

م	العبارة	نعم	أحيانا	لا	الدرجة المقدره	النسبة %
1	يتم التنسيق بين الرعاة للبرامج الرياضية لتقديم خدمات للمؤسسات الرياضية بالإقليم	٠	٠	٢٠	10	20
2	للبرامج الرياضية دور في الترويج السياحي الرياضي من خلال عرض البطولات بالأماكن السياحية المتميزة بالإقليم	٠	٤	١٦	14	28
3	لرجال الأعمال والمستثمرين دور في دعم تمويل البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
4	التخطيط المسبق للبرامج الرياضية باستغلال السياحة كأهم مصادر التمويل للبرامج	٠	٠	٢٠	10	20
5	مراعاة طرح قضايا استثمار البرامج الرياضية الرياضي كأحد الأهداف الرئيسية	٠	٦	١٤	16	32
6	مراعاة طرح قضايا تسويق البرامج الرياضية كأحد الأهداف الرئيسية	٠	٦	١٤	16	32
7	الاهتمام بأراء العاملين بالبرامج الرياضية لتطوير وسائل التمويل بها	٠	٠	٢٠	10	20
8	الاستعانة بالنجوم الرياضيين من أبناء الإقليم في البرامج الرياضية لجذب المعنئين في المساهمة لتمويل البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
9	الإعلانات قبل وداخل وبعد عرض البرامج الرياضية لها دورها في تمويل البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
					116	25.7

يتضح من جدول (٨) ما يلي :

أن النسبة لأراء عينة العاملين بالبرامج الرياضية فى محور (التمويل فى البرامج الرياضية) تراوحت ما بين (٢٠%:٣٢%) بينما المجموع الكلى للمحور نسبته (٢٥.٧%) .

- وحصلت العبارات أرقام (٥، ٦) على اعلى نسبة فى الترتيب وقدرها (٣٢ %)وهى نسبة ضعيفة و تدل على قصور مراعاة طرح قضايا استثمار وتسويق البرامج الرياضية كأحد الأهداف الرئيسية وأيضا حصلت باقية العبارات أرقام (١ ، ٢، ٤، ٧، ٨، ٩) على نسبة (٢٠ %) لتؤكد على عدم الاهتمام بأراء العاملين بتطوير وسائل التمويل وعدم الاستعانة بالنجوم الرياضيين من أبناء الإقليم لجذب المعنئين وانخفاض نسبة الإعلانات قبل وداخل وبعد عرض البرامج الرياضية وغياب دور رجال الأعمال والمستثمرين المعنئين فى دعم وتمويل البرامج وعدم تسويق برامج السياحة الرياضية كل ذلك يؤثر بالسلب على التسويق للبرامج الرياضية ومن ثم غياب عنصر مهم ومؤثر للنهوض بالبرامج الرياضية

فالتمول للبرامج الرياضية ضعيف للغاية بالرغم من أهمية الرياضة الآن كمنتج سلعى تستطيع منة البرامج الرياضية أن تشكل ضلعا مهما فى السوق مما يساعد على ارتفاع مستوى تلك البرامج فيعود ذلك بالنفع على الحركة الرياضية بالاقليم .

المحور الرابع : تنفيذ البرامج الرياضية

جدول (٩)

الدرجة المقدره والنسبة المنوية لأراء عينة البحث فى المحور الرابع

ن = ٢٠

تنفيذ البرامج الرياضية

م	المحور الفرعى	العبارة	نعم	أحيا نا	لا	الدرجة المقدره	النسبة %
1	الزمن	ملائمة زمن البرامج الرياضية للمعلومات لمقدمة	١٤	٦	٠	44	88
2		مناسبة الزمن المخصص للبرامج الرياضية لكافة المراحل العمرية التى يخاطبها	٢	٤	١٤	18	36
3		المساحة الزمنية البرامج الرياضية مناسبة فى نهاية الأسبوع والعطلات	١٢	٨	٠	42	84

20	10	٢٠	٠	٠	تحديد فترة زمنية لمشاركة الجمهور في البرامج	التوقيت	4
40	20	١٢	٦	٢	توقيت عرض البرامج مناسب للجمهور		5
96	48	٠	٢	١٨	مراعاة توقيت عرض البرامج الرياضية مع محتوى المادة المقدمة بها		6
100	50	٠	٠	٢٠	يتغير وقت عرض البرامج الرياضية وفق أهمية الحدث		7
20	10	٢٠	٠	٠	يتحدد وقت عرض البرامج الرياضية وفق تخطيط مسبق	التنفيذ	8
100	50	٠	٠	٢٠	تتنوع القوالب الفنية للبرامج الرياضية		9
20	10	٢٠	٠	٠	تراعي البرامج الرياضية أماكن التصوير في الأماكن السياحية المتوفرة بالإقليم		10
92	46	٠	٤	١٦	مراعاة اللغة التي يخاطب بها الجمهور في البرامج الرياضية		11
92	46	٠	٤	١٦	الاستعانة بالنواحي التكنولوجية الحديثة للصورة في البرامج الرياضية		12
96	48	٠	٢	١٨	تتنوع أماكن تصوير البرامج الرياضية وفق هدف البرنامج		13
100	50	٠	٠	٢٠	مراعاة التنوع في الشكل الفني أثناء عرض البرنامج الواحد		14
70.28	492						

يتضح من جدول (٩) ما يلي :

أن النسبة المئوية لأراء عينة العاملين بالبرامج الرياضية في محور (تنفيذ البرامج الرياضية) قد تراوحت ما بين (٨٤ % : ١٠٠ %) بنما حصل المجموع الكلي للمحور على نسبة (٧٠.٢٨ %) .

١- المحور الفرعي الأول : الزمن

وأرقام وعباراته من ١ : ٤

- وحصلت العبارات أرقام (١، ٣) على اعلى نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٨٤ % : ٨٨ %)
والتي تدل على أن زمن تنفيذ البرامج الرياضية يلاءم المعلومات المقدمة به وان المساحة الزمنية للبرامج
الرياضية تتناسب نهاية الأسبوع والعطلات

وحصلت العبارات أرقام (٢، ٤) على نسبة تراوحت ما بين (٢٠ % : ٣٦ %) وهى نسبة ضعيفة
تدل على أن الزمن المخصص للبرامج الرياضية لا يناسب كافة المراحل العمرية ولا يتم تحديد فترة
زمنية محددة لمشاركات الجمهور فى البرامج

٢- المحور الفرعي الثانى : التوقيت

وأرقام وعباراته من ٥ : ٨

- وحصلت العبارات أرقام (٦، ٧) على اعلى نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٩٦ % : ١٠٠ %)
(والتي تدل على توقيت تنفيذ البرامج الرياضية يراعى محتوى المادة المقدمة فيه ويتغير وقت عرض
البرامج الرياضية وفق أهمية الحدث .

وحصلت العبارات أرقام (٥، ٨) على اقل نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٢٠% : ٤٠%) وهى
نسب ضعيفة جدا حيث يرى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة أن توقيت عرض البرامج لا
يتناسب مع الجمهور المتلقى بإقليم جنوب الصعيد ويختلف ذلك عما أشار إليه جمال محمد على (١٠)
فى أن يقتضى حسن الإدارة إن يتم الاتصال فى الوقت المناسب فإجراء الاتصال قبل هذا التوقيت
يجعله عرضة للإهمال لعدم الحاجة إليه وعندما يحين الوقت قد ينعدم اثر الاتصال لصعوبة استرجاعه
أو دخول النسيان عليه ، وكذلك فان الاتصال بعد الوقت المناسب يهدد الفائدة المرجوة منه أو على
الأقل يقلل من فاعليه الاتصال .

وأیضا لايتفق ذلك مع محمد معوض إبراهيم (٢٨) فى أنه يجب أن يراعى فى كل دورة برامجية ضرورة
تنويع البرامج وتوزيعها والتناسق والتكامل فيما بينها لتحقيق الأهداف الموضوعه وجذب انتباه المستمعين
والمشاهدين وإثارة اهتمامهم وتوقيتات التقديم الملائمة لهم .

٣- المحور الفرعي الثالث : التنفيذ

وأرقام عباراته من ٩ : ١٤

- وحصلت العبارات أرقام (٩، ١١، ١٢، ١٣، ١٤) على اعلي نسبة في الترتيب تراوحت ما بين (٩٢% : ١٠٠%) والتي تدل على أن تنفيذ البرامج الرياضية يراعى تنوع القوالب الفنية للبرنامج الواحد واختيار اللغة التي يخاطب بها جمهور إقليم جنوب الصعيد وتنوع أماكن تصوير البرامج الرياضية وفق هدف البرامج المحدد له ولتنفيذ ذلك تستعين بالنواحي التكنولوجية الحديثة لجودة الصورة التلفزيونية .

- وحصلت العبارة رقم (١٠) على اقل نسبة في الترتيب وهي (٢٠%) وهي نسب ضعيفة حيث يرى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة أن البرامج الرياضية لا تهتم بالتصوير في الأماكن السياحية المتوفرة بالإقليم لايتفق ذلك مع سميح محمد حسين (١٤) موضحاً أن من أهم أهداف القنوات المحلية توضيح الأساليب المثلى لاستغلال الإمكانيات البيئية المتاحة لخدمة مشروعات التنمية ويختلف في هذا مع رأى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة مما يفقد البرامج وسيلة هامة للتميز والإنفراد .

جدول (١٠)

الدرجة المقدره والنسبة المنوية لأراء عينة البحث في المحور الخامس

الإمكانيات بالبرامج الرياضية ن = ٢٠

م	المحور الفرعي	العبارة	نعم	أحيا نا	لا	الدرجة المقدره	النسبة %
1	إمكانيات مادية	تناسب الأجور المالية للعاملين مع الجهد المبذول	٢	١٦	٢	30	60
2		يتم تقديم أجور وبدل سفر للضيوف بالبرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
3		يمكن تأجير أدوات مساعدة لتنفيذ البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
4		يمكن تقديم أجور للخبراء الرياضيين المساهمين في إعداد البرامج الرياضية	٠	٠	٢٠	10	20
5	إمكانيات بشرية	توافر الفنيين المؤهلين بقسم الديكور لظهور حلقات البرامج بشكل جيد	٤	١٦	٠	34	68
6		توافر الفنيين المؤهلين بقسم الإضاءة لظهور حلقات البرامج بشكل جيد	٢	١٦	٢	30	60
7		توافر الفنيين المؤهلين بقسم المونتاج لظهور حلقات البرامج بشكل جيد	١٦	٤	٠	46	92

100	50	٠	٠	٢٠	الاعتماد علي مهندس الديكور في تنفيذ وتطوير شكل البرنامج		8
60	30	٨	٢	٨	توافر مهندسي الإضاءة المؤهلين لتنفيذ البرامج بالأستوديو		9
80	40	٠	١٠	١٠	التسيق مع الإدارات المعاونة يتم بشكل جيد مع البرامج الرياضية		10
100	50	٠	٠	٢٠	توافر المصورين لتنفيذ البرامج الرياضية بالشكل الفني المتميز		11
68	34	٠	١٦	٤	التدريب المستمر للعاملين بالبرامج الرياضية علي أحدث التقنيات الفنية		12
88	44	٠	٦	١٤	توافر ماكينات المونتاج الالكترونية الحديثة		13
56	28	٦	١٠	٤	الاعتماد علي الخامات الحديثة عالية الجودة في تنفيذ الديكور		14
88	44	٠	٦	١٤	توافر الكاميرات ووسائل الإضاءة ذات الجودة العالية		15
36	18	١٢	٨	٠	الاعتماد علي مكتبة الشرائط في توفير المواد المصورة	إمكانات تقنية	16
88	44	٠	٦	١٤	استخدام الأجهزة الالكترونية الحديثة في تنفيذ البرامج الرياضية		17
64.9	552						

يتضح من جدول (١٠) ما يلي :

أن النسبة المئوية لأراء العينة في محور (الإمكانات بالبرامج الرياضية) قد تراوحت ما بين (٢٠ % : ١٠٠ %) بنما حصل المجموع الكلى للمحور على نسبة (٦٤.٩ %)

١- المحور الفرعي الأول : الإمكانات المادية

وأرقام وعباراته من ١ : ٤

- وحصلت العبارة رقم (١) على اعلي نسبة فى الترتيب وقدرها (٦٠ %) والتي تدل على أن الأجور المالية للعاملين لاتتناسب إلى حد ما مع الجهد المبذول لتقديم خدمة متميزة للجمهور على الشاشة .

-وحصلت العبارات أرقام (٢ ، ٣ ، ٤) على نسبة وقدرها (٢٠ %) وهى نسبة ضعيفة تدل على أنه لا يتم تخصيص أجور وبدل سفر للضيوف وخاصة البعدين عن مقر القناة بأسوان ولا يمكن تقديم أجور لاي مساهم فى إعداد البرامج من الخبراء وعدم وجود بنود تسمح بالاستعانة بأدوات مساعدة لتنفيذ البرامج الرياضية .

٢- المحور الفرعي الثاني : الإمكانيات البشرية

وأرقام وعباراته من ٥ : ١٢

-وحصلت العبارات أرقام (٨، ٧، ١٠، ١١) على اعلي نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٨٠ % : ١٠٠ %) والتي تدل على أن الإمكانيات البشرية متوفرة بصورة جيدة فى أقسام المونتاج والتصوير والاعتماد على مهندس الديكور فى تنفيذ وتطوير شكل البرامج يتم بصورة كبيرة والتعاون والتنسيق بين الإدارات المختلفة والبرامج الرياضية بصورة جيدة .

-وحصلت العبارات أرقام (٥، ٦، ٩، ١٢) على اقل نسبة فى الترتيب تراوحت ما بين (٦٠ % : ٦٨ %) والتي تدل على أن الإمكانيات البشرية غير متوفرة بقسم الديكور والإضاءة وقلة مهندسي الإضاءة لتنفيذ وتطوير شكل البرامج بصورة جيدة وان التدريب للعاملين بالبرامج الرياضية لا يتم بصورة مرضية .

المحور الفرعي الثالث : الإمكانيات التقنية

وأرقام وعباراته من ١٣ : ١٧

-وحصلت العبارات أرقام (١٣، ١٥، ١٧) على اعلي نسبة فى الترتيب وقدرها (٨٨ %) والتي تدل على أن الإمكانيات التقنية لتنفيذ البرامج الرياضية متوفرة فى عناصر ماكينات المونتاج الالكترونية الحديثة والكاميرات ووسائل الإضاءة ذات الجودة العالية

-وحصلت العبارة أرقام (١٦، ١٤) على اقل نسبة فى الترتيب من (٢٠ % : ٥٦ %) حيث يرى العاملين بالبرامج الرياضية بالقناة الثامنة انه لا يتم الاعتماد على مكتبة الشرائط فى توفير المواد المصورة وهى تختص بالعبارة رقم (١٦) التي حصلت على نسبة ضعيفة جدا فى حين أن الخامات الحديثة عالية الجودة فى تنفيذ الديكور المخصص للبرامج الرياضية تتوافر بصورة متوسطة .

من خلال العرض السابق يكون الباحثين قد إستطاعوا الإجابة على التساؤل الأول للدراسة والخاص
بالتعرف على الواقع الفعلي للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة .

الإستنتاجات

فى ضوء هدف البحث وتحقيقا للإجابة على تساؤلاته وفى حدود مجتمع وعينة البحث ومن خلال
عرض ومناقشة النتائج وتحليلها وتفسيرها ، توصل الباحثين إلى الإستنتاجات التالية والخاصة بالواقع
الفعلي للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة وجاءت كالتالى : -

١-الأهداف العامة

- تهتم بالارتقاء بالفكر والسلوك وتعكس قيم المجتمع وتتنوع وفق رغبات كافة المشاهدين .
- تساهم فى نشر الثقافة الرياضية .
- الحياض فى عرض كافة القضايا الرياضية المحلية بالإقليم .
- تأكيد دورها فى الكشف عن المواهب الرياضية بالإقليم .
- أما بالنسبة لوسائل الجذب فى الإقليم كالأماكن الأثرية لا تقوم باستغلالها فى تنمية السياحة
الرياضية وهى تدل على عدم استغلال طبيعة الإقليم السياحية .
- تتسم الأهداف العامة بمساهمتها فى نشر الثقافة الرياضية وتتميز بالمرونة حسب تغير الأهداف
- تدعم المؤسسات الرياضية بالإقليم وتكشف عن المواهب الرياضية مع المساهمة فى تقديم المقترحات
لحل المشاكل التى تعترض مسيرة المؤسسات الرياضية بالإقليم

٢- محتوى ومضمون البرامج الرياضية

- يتنوع فى طرح الموضوعات مع الاهتمام بحسن اختيار الضيف المناسب للموضوع من خلال المادة
المقدمة .
- يهتم بالتغطية الشاملة لكافة الأحداث الرياضية الداخلية ولا تهتم بتناول الأحداث الرياضية الخارجية.
- قضية الأزمات الرياضية هى القضية الرئيسية التى تقدمها البرامج الرياضية وتختفى قضايا قوانين
ولوائح الهيئات الرياضية وقوانين الألعاب الرياضية من على مائدة الحوار .
- اللعبات الجماعية تسيطر على الرياضات المقدمة التى تعرض فى البرامج الرياضية ثم الرياضات
الفردية بنسبة اقل من المتوسط .

٣-تخطيط البرامج الرياضية

-التخطيط فى البرامج الرياضية لا يسير وفقا لرؤية مستقبلية ولا يشارك العاملين فى اى تخطيط مع القيادات لتفعيل وتطوير البرامج.

- لا يتم أيضا الاستعانة بخبراء أو الاعتماد على رأى الجمهور عند التخطيط للبرامج .
- لا يتم الاعتماد على المصادر التمويلية عند التخطيط للبرامج.

٤-التمويل فى البرامج الرياضية

- عدم الاهتمام بأراء العاملين بتطوير وسائل التمويل وعدم الاستعانة بالنجوم الرياضيين من أبناء الإقليم لجذب المعلنين .

- عدم تسويق برامج السياحة الرياضية يؤثر بالسلب على التمويل للبرامج الرياضية ومن ثم غياب عنصر مهم ومؤثر للنهوض بمستوى الإعلام والتسويق معا .

٥- تنفيذ البرامج الرياضية

- زمن تنفيذ البرامج الرياضية يلاءم المعلومات المقدمة به وان المساحة الزمنية للبرامج الرياضية تتناسب نهاية الأسبوع والعطلات .

- الزمن المخصص للبرامج الرياضية لا يناسب كافة المراحل العمرية .
- الجمهور غير راضى عن الفترة الزمنية المسموح بها لمشاركته فى البرامج الرياضية .
- - توقيت عرض البرامج لا يتناسب مع الجمهور المتلقي بإقليم جنوب الصعيد .
- تنفيذ البرامج الرياضية يراعى تنوع القوالب الفنية للبرنامج الواحد .
- لا تهتم البرامج الرياضية بالتصوير فى الأماكن السياحية المتوفرة بالإقليم .
- جميع البرامج الرياضية التي تعرض على شاشة القناة الثامنة برامج أسبوعية فقط .

٦- الإمكانيات بالبرامج الرياضية

- الإمكانيات البشرية غير متوفرة بقسم الديكور والإضاءة
- قلة مهندسي الإضاءة لتنفيذ وتطوير شكل البرامج بصورة جيدة
- قصور التدريب للعاملين بالبرامج الرياضية لا يتم بصورة مرضية .
- الإمكانيات التقنية متوفرة فى عناصر ماكينات المونتاج الالكترونية الحديثة والكاميرات ووسائل الإضاءة ذات الجودة العالية .
- لا يتم الاعتماد على مكتبة الشرائط فى توفير المواد المصورة .

التوصيات

١- توصيات عامة :

- إعادة صياغة أهداف البرامج الرياضية لتكون واضحة ومحددة للعاملين على أن تراعى كافة احتياجات ورغبات المشاهدين .
- الإهتمام بتقديم برامج رياضية تحتوى على كافة أنواع الرياضات دون التركيز على رياضات بعينها .
- الإهتمام بالتخطيط المسبق مع ضمان مشاركة العاملين بالبرامج الرياضية فى التخطيط مع وضع مصادر التمويل فى الاعتبار ومناسبتها لما يتم عمله .
- الإهتمام بوسائل تمويل البرامج مع تطوير عمل لجان التسويق والإعلان والبحث عن كافة الطرق المناسبة لزيادة مصادر التمويل للبرامج الرياضية خاصة مع ارتفاع نسبة المشاهدين للرياضة .
- ضمان توقيت مناسب لعرض البرامج الرياضية يناسب كافة الرغبات على مدار اليوم وزمن مناسب للحلقة الواحدة يراعى المعلومة المقدمة فيه .
- مراعاة استغلال المناطق السياحية والأثرية فى التصوير وتسويق البرامج الرياضية من خلالها .
- العمل على تخصيص فقرات لمشاركة الجمهور وإبداء رأيه فيما يقدم إليه تجاه البرامج الرياضية .
- لا يجب أن يقتصر مفهوم البرامج الرياضية على مجرد نقل ومناقشة المنافسات الرياضية فقط ولكن يجب أن تقدم نماذج ومعلومات تساعد المشاهد على التوجه لممارسة الرياضة .
- مراعاة تنوع القوالب الفنية داخل الحلقة الواحدة من البرنامج لضمان عنصر التشويق فى الحلقة .
- الإهتمام بالرياضات التي تختص بالسيدات والأطفال وعمل فقرات خاصة بهم خلال البرامج بما يتناسب مع ميولهم ورغباتهم .
- تطبيق التصور المقترح لتحسين أداء البرامج الرياضية بالقناة الثامنة .

٢- التصور المقترح لتحسين أداء العاملين بالبرامج الرياضية فى القناة الثامنة : رؤية التصور المقترحة :

- يسعى التصور المقترح إلى تحسين وتطوير الأداء داخل البرامج الرياضية بالقناة الثامنة وتحديد الواجبات والمسئوليات داخل إدارة البرامج الرياضية وتفعيل دور الرقابة على الأداء وهو ما سوف ينعكس بدوره على الارتقاء بمستوى العاملين والحصول على رضا جميع المشاهدين .

رسالة التصور المقترح :

- إعداد جيل حديث من العاملين بالبرامج الرياضية مزودين بكافة المعارف والمهارات اللازمة للقيام بعمل حقيقي قائم على التواصل مع الجمهور والاستفادة من كافة الإمكانيات الحديثة المتطورة لرفع شأن شاشة القناة الثامنة .

هدف التصور :

- العمل على تحسين وتطوير أداء العاملين بالبرامج الرياضية بما يتواءم مع ضرورة الإعلام الحديث .

- تقوية الثقة وتدعيمها بين الجمهور المتلقي والعاملين بالبرامج الرياضية لتحقيق متطلبات الجمهور .

- محاولة تحقيق النزاهة والحيادة والشفافية الكاملة في تناول كافة القضايا الرياضية بالإقليم .

- تفعيل دور العاملين بالبرامج الرياضية في المشاركة في التخطيط واتخاذ القرار .

- الارتقاء باللوائح المالية المنظمة للعمل داخل البرامج الرياضية .

- تأهيل وإعداد جيل حديث من العاملين بالبرامج الرياضية لديهم الكفاءة والقدرة العقلية على التطور والتفاعل مع الجمهور وقراءة المستقبل لمعرفة متطلبات الجمهور المتلقي بالإقليم .

متطلبات التصور المقترحة :

تتضمن متطلبات التصور المقترح مجموعة من الإجراءات داخل البرامج الرياضية من حيث الشكل

(كيف يقال) والمضمون (ماذا قيل) وتتضمن تلك المتطلبات الخطوات والإجراءات التالية : -

١-الأهداف العامة

- الأهداف العامة للبرامج الرياضية يجب أن تهتم بالارتقاء بالفكر والسلوك للمشاهد وتتنوع وفق رغبات كافة المشاهدين .

-لابد أن تساهم في نشر الثقافة الرياضية وتعكس قيم المجتمع .

- الحياذ فى عرض كافة القضايا الرياضية المحلية بالإقليم .
 - التأكيد على الدور فى الكشف عن المواهب الرياضية بالإقليم .
 - توافق الأهداف العامة للبرامج الرياضية بالقناة الثامنة مع الأهداف العامة للرياضة فى الدولة .
 - التوازن والواقعية فى عرض كافة القضايا المحلية بالإقليم .
 - عند وضع الأهداف العامة لابد أن تراعى مصادر التمويل للبرامج المقدمة .
 - تدعم المؤسسات الرياضية بالإقليم مع المساهمة فى تقديم المقترحات لحل المشاكل التى تعترض مسيرة المؤسسات الرياضية بالإقليم .
 - تتحرك البرامج الرياضية وفق تخطيط محدد و تتسم بالمرونة .
 - التنوع فى الهدف الرئيسى من البرنامج الواحد .
- ## ٢-تخطيط البرامج الرياضية

- أن يكون تخطيط البرامج الرياضية يتميز بالمرونة فى مواكبة الأحداث الرياضية .
- عند وضع تخطيط جديد للبرامج يجب أن يعالج أى خلل أو قصور .
- يراعى فى التخطيط الإمكانيات البشرية للعاملين .
- أن يسير التخطيط فى البرامج الرياضية وفقا لرؤية مستقبلية .
- الاعتماد على مشاركة العاملين فى أى تخطيط مع القيادات لتفعيل وتطوير البرامج .
- الاستعانة بالخبراء و الاعتماد على رأى الجمهور عند وضع تخطيط جديد .
- الاعتماد على المصادر التمويلية ومعرفتها مسبقا عند التخطيط للبرامج .
- التخطيط فى البرامج الرياضية يراعى البعد والتميز السياحي للإقليم .

٣-التمويل فى البرامج الرياضية

- التنسيق بين الرعاة للبرامج الرياضية لتقديم خدمات للمؤسسات الرياضية بالإقليم .
- الاهتمام بأراء العاملين بتطوير وسائل التمويل .
- الاستعانة بالنجوم الرياضيين من أبناء الإقليم لجذب المعلنين .
- وضع إستراتيجية لعمل الإعلانات بالبرامج الرياضية للاستفادة من عائدها .
- عمل لجنة لتسويق برامج السياحة الرياضية نظرا لطبيعة الإقليم المتميزة .
- الاستعانة بأراء الخبراء المتخصصين فى التمويل و الإعلانات و التسويق .

٤- محتوى ومضمون البرامج الرياضية

--التنوع فى طرح الموضوعات مع الاهتمام بحسن اختيار الضيف المناسب للموضوع من خلال المادة المقدمة.

- الاهتمام بالتغطية الشاملة لكافة الأحداث الرياضية الداخلية و الخارجية .
- طرح الموضوعات بصورة جيدة ترفع من مستوى المعارف الرياضية .
- شرح القوانين والقواعد للألعاب الرياضية وشرح وتفسير اللوائح والقوانين الخاصة بالمؤسسات الرياضية لزيادة الوعي المعرفي للجمهور .
- العدالة فى التغطية الإعلامية لكافة محافظات الاقليم .

٥- تنفيذ البرامج الرياضية

- مراعاة زمن فقرات البرامج الرياضية بما يلاءم المعلومات المقدمة بها .
- الزمن المخصص للبرامج الرياضية لايد ان يناسب كافة المراحل العمرية .
- تخصيص فترة الزمنية لمشاركه الجمهور فى البرامج الرياضية .
- مراعاة توقيت عرض البرامج ليتوافق مع رغبات الجمهور المتلقي بإقليم جنوب الصعيد .
- المحافظة على تنوع القوالب الفنية للبرنامج الواحد واختيار اللغة السهلة التي يخاطب بها جمهور إقليم جنوب الصعيد .
- تنوع أماكن تصوير البرامج الرياضية وفق هدف البرامج المحدد له .
- الاستعانة بالنواحي التكنولوجية الحديثة لجودة الصورة التلفزيونية .
- الاهتمام بالتصوير فى الأماكن السياحية المتوفرة بالإقليم .
- ضمان التنوع فى نوعية المعلومات المقدمة للجمهور .
- الالتزام بالحياد عند تناول القضايا التي تقدمها البرامج الرياضية .
- الاهتمام بتوافق ومناسبة الصور المصاحبة للمعلومات .

٦-الإمكانات بالبرامج الرياضية

- الاعتماد على الإمكانيات البشرية المدربة فى أقسام المونتاج والتصوير والإضاءة والديكور فى تنفيذ وتطوير شكل البرامج •
- التعاون والتنسيق بين الإدارات المختلفة والبرامج الرياضية •
- توفير فرص التدريب للارتقاء بكفاءة العاملين بالبرامج الرياضية والتدريب على الأساليب الحديثة للعمل •
- تخصيص أجور وبدل سفر للضيوف وخاصة البعدين عن مقر القناة بأسوان •
- توفير الإمكانيات التقنية فى عناصر ماكينات المونتاج الالكترونية الحديثة والكاميرات ووسائل الإضاءة ذات الجودة العالية •
- تحديث مكتبة الشرائط للاعتماد عليها فى توفير المواد المصورة •
- توفير الخامات الحديثة عالية الجودة فى تنفيذ الديكور المخصص للبرامج الرياضية •
- تعديل الأجور للعاملين لتتناسب مع الجهد المبذول •

٧- المتابعة والتقييم

فى تلك الفترة من المتابعة للبرامج يتم التعرف على نواحي الضعف والقوة داخل البرامج الرياضية وتحديد الفجوة بين الواقع الحالى وما يجب أن يكون عليه الواقع الحديث فى ظل التغير الدائم للظروف وفقا للخطة المقترحة والعمل على تلاشى السلبيات وتدعيم الايجابيات عند تطبيق تلك الخطة أى انه يتم التأكيد على ضمان الاستمرار فى التحسن والرقى لتحقيق الجودة والتميز فى الأداء لإرضاء المشاهد المتلقي بإقليم جنوب الصعيد •

وبهذا ومن خلال العرض السابق يكون الباحثين قد إستطاعوا الإجابة على التساؤل الثانى للدراسة والخاص بوضع تصور مقترح لتحسين أداء البرامج الرياضية بالقناة الثامنة •

المراجع العربية والأجنبية

أولا : المراجع العربية

- ١ - إبراهيم عبد الله المسلمي: الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلى ، دار الفكرالعربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٦م •
- ٢- إبراهيم عبد الله المسلمي : الراديو والتلفزيون الإقليمي، العربى للنشر ،القاهرة، ١٩٩٦ م.

- ٣- اتحاد الإذاعة والتلفزيون:الكتاب السنوي،اتحاد الإذاعة والتلفزيون،القاهرة،١٩٩٠م.
- ٤-أحمد حسن بسيونى: دور وسائل الإعلام المحلية فى تكوين المعرفة الرياضية لدى طلاب جامعة المنيا، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، ٢٠٠٤ م
- ٥- أحمد ماهر فتحى : تقويم البرامج الرياضيه بالقناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا،رسالة ماجستير،كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا،٢٠٠٦م.
- ٦- أشرف منير صبري : بناء إستراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ، رسالة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة القاهرة، ١٩٩٩م.
- ٧-الكتاب السنوي:اتحاد الإذاعة والتلفزيون، دارالجمهورية للطباعة والنشر،القاهرة،٢٠٠٤م.
- ٨- أيمن محمد الهنداوي : تحليل برامج التلفزيون الرياضية وآثارها علي نشر الوعي الرياضي،رسالة ماجستير،كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا،٢٠٠١م.
- ٩- أيمن محمد الهنداوي :الإعداد المهني والتوصيف الوظيفي لمعدي البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري، رسالة دكتوراة كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا،٢٠٠٩م.
- ١٠- جمال محمد علي : التنمية الإدارية فى الإدارة الرياضية والإدارة العامة ، مركز الكتاب للنشر ، ط ١ ، القاهرة ، ٢٠٠٨ م .
- ١١- حسام الدين السيد المرسي :دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدي طلاب بعض الجامعات المصرية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ،جامعة طنطا ، ٢٠٠٣م ،
- ١٢- حسن احمد الشافعي وآخرون: العلاقات العامة فى التربية الرياضية ،مكتبة ومطبعة الإشعاع ،القاهرة، ١٩٩٩م .
- ١٣- دينا كمال محمود عوض الله : إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ،دراسة تطبيقية على قناة النيل للرياضة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٥ م .
- ١٤- سمير محمد حسين:الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام،عالم الكتب،القاهرة،١٩٩٣م

- ١٥- صالح أبوصبع: قضايا إعلامية ،دار البيان،دبي، ١٩٩٠م .
- ١٦- طلحة حسام الدين وآخرون:مقدمة فى الإدارة الرياضية،مركزالكتاب للنشر،القاهرة، ١٩٩٠م .
- ١٧- عاطف عدلي العبد : مدخل إلي الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والإسهامات العربية)،دار الفكر العربي ،القاهرة، ١٩٩٥م .
- ١٨- عبد الدايم عمر حسني:إنتاج البرامج التلفزيونية ،الدار القومية العربية للنشر، ط ١ ، القاهرة ٢٠٠٣م .
- ١٩- عبد الفتاح أبو معال:اثر وسائل الإعلام علي الطفل ،الشروق للنشر والتوزيع، ط ١ ، القاهرة ١٩٩٠م .
- ٢٠- عبد المجيد شكري:الإعلام المحلي رؤية مستقبلية ،دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة، ١٩٩٥م .
- ٢١- عصام الدين بدوي محمد :موسوعة التنظيم و الإدارة فى التربية البدنية و الرياضية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠١م .
- ٢٢-علاء الدين أحمد متولي : دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعي الرياضي فى نشاط السباحة لتطوير مجال السياحة و العلاج و الترويج ، رسالة دكتوراة كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٦م
- ٢٣- علي طاهر إسحاق :العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية بالراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤م.
- ٢٤- ماجي الحلواني حسين :مدخل الفن الإذاعي والتلفزيوني و الفضائي ، عالم الكتب ، القاهرة ٢٠٠٠م .
- ٢٥- مجدي عبد الكريم حبيب:التقويم والقياس فى التربية وعلم النفس،طبعة أولى ،مكتبة النهضة المصرية،القاهرة، ١٩٩٦م .
- ٢٦- مجلة الفن الإذاعي : العدد ١٤٤، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ،القاهرة ١٩٩٥م .
- ٢٧- محمد محمد الحماحمي:الرياضة للجميع بين الفلسفة والتطبيق، مركز الكتاب للنشر،

القاهرة، ١٩٩٧م.

٢٨- محمد معوض إبراهيم: إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، جامعة الكويت، الكويت

١٩٩٨م .

٢٩- محمد نصر مهنا : في تنظير الإعلام ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، ٢٠٠٩م .

٣٠ - مني سعيد الحديدي، سلوى إمام علي: الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة
> ٢٠٠٤م

٣١- نرجس حلمي بباوى :استخدام الفيديو في التنمية الزراعية ، دراسة نظرية و تحريرية عن
دور الفيديو في توعية المزارعين المصريين ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ،
جامعة القاهرة، ١٩٩٢م .

٣٢- وليد عبد الفتاح محمد:دراسة تقويمية للبرامج الرياضية بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري
، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ٢٠٠٧م.

ثانيا : المراجع الأجنبية:

33-Chen.T: Influence of sport media on teenaged students sports participation ،Journal of shanghai, physical.education
institute,1996

34-Patrick Richard : Public television and high performance sport in
canda , PHD, carleton university canda ,1995

35-Shifflett,B.&Revelle R.: Gender equity in sports media coverage ,
Journal of sport and social issues , May , 1994

36-Shih.chih pin: Astudy of the Relationship Between Media
Coverage, Audience Behavior and sporting Events,EDD
,University of Northern Colorado,1998.