



دور : يناير	كلية التربية الرياضية للبنين
العام الجامعي 2014/2013	قسم : الاداره الرياضيه والترويج
تاريخ الامتحان 2014/1/6	شعبة : اداره رياضيه
الزمن : ساعتان	امتحان مادة : العلاقات العامة و الإعلام الرياضي
الدرجة : (70)	الفرقه : الرابعه (نظام حديث)

نموذج اجابه

السؤال الأول : الدرجة (20)

تعرف العلاقات العامة على أنها "عملية مستمرة تقوم بها إدارة المؤسسة للفوز بثقة مستخدميها ومستهلكي منتجاتها والجمهور عموما والتفاهم معهم جميعا".

من خلال التعريف السابق اجب عن ما يلي :

1- اذكر وظائف العلاقات العامة ؟

1- البحث :

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأي العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم،

2- التخطيط :

يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة، ورسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة في إطار السياسة العامة للمؤسسة وخططها،

3- الاتصال

الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وعقد المؤتمرات،

4- التنسيق :

تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بينها، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا والمستويات العليا، كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين، وإدارة المشتريات والموردين والمؤسسة وحملة أسهمها.

5- التقييم :

ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها.

2- تكلم عن أسس ومبادئ العلاقات العامة ؟

هناك العديد من المبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة وهي:

- العلاقات العامة وظيفة إدارية تدخل ضمن العملية الإدارية فى أى مؤسسة بوصف أن كل مؤسسة تسعى إلى نجاح أهدافها وتحقيق الغاية من وجودها.
- العلاقات العامة عملية مستمرة فهى تلازم المؤسسة وجودا وعدما وهى ليست عملية وقتية وإنما هى وظيفة دائمة من وظائف المؤسسة.
- العلاقات العامة جهود مرسومة ومخططة أى أنها ليست عملية عشوائية تنتظر ردود الأفعال وإنما تقوم على مجموعة من المبادئ والوظائف الإدارية
- العلاقات العامة فى مكان الصدارة من الهيكل التنظيمى لأى مؤسسة ويرتبط بذلك أنها وظيفة استشارية تتصل مباشرة بخط السلطة المتصل بقيادة المؤسسة حتى يمكن أن تقوم بوظيفتها على أكمل وجه.
- العلاقات العامة علم وفن فهى تستند إلى مجموعة من الأسس النظرية تتطلب ممن يمارسها الإلمام بتقنيات الإعلام والإدارة.
- أنشطة العلاقات العامة تقوم على التعامل مع الجماهير حيث يشمل مفهوم الجمهور جميع المجموعات التى يكون من مصلحتها الإبقاء على وجود المؤسسة ويكون لها مصلحة من وجودها ويمكن تقسيم هذه الجماهير إلى:
 - جمهور داخلى ويشمل كل من يعمل فى المؤسسة من رؤساء ومرؤوسين وموظفين وعمال وفنيين.
 - جمهور خارجى ويشمل كل المتعاملين مع المنشأة فى وقت معين مثل المستهلكين والموزعين والمصدرين وكل من يستفيد من خدمات أو منتجات المؤسسة.
- للعلاقات العامة علاقة وثيقة بالإعلام فهى تستخدم كافة الأنشطة الإعلامية من دعاية وإعلان ومؤتمرات ومعارض بهدف تعريف الجمهور بالمعلومات الكاملة عن المؤسسة وإمدادها بالحقائق التى تساعد على تقدير جهودها.
- العلاقات العامة تهتم بكسب تأييد الرأى العام لما كانت العلاقات العامة مجموعة من الصلات المتبادلة بين المؤسسة وجماهيرها فإنها مطالبة بالاعتراف بقوة الرأى العام كأساس ومحرك لكافة نشاطاتها.
- العلاقات العامة تختلف عن العلاقات الإنسانية فالأولى تهتم بالجماهير بنوعها الداخلية والخارجية والثانية تهتم بالجمهور الداخلى فقط بالعلاقات العامة ينصب اتصالها بالجمهور الداخلى على تحقيق الاتصال المتبادل للتعرف على مشكلاته وتوجيه بهدف إبراز صورة حسنة للمنظمة بينما العلاقات الإنسانية تهتم بتوفير أوجه الرعاية الاجتماعية والثقافية والمادية لجميع العاملين.
- العلاقات العامة لها مبادئها الأخلاقية فهى تحترم الآداب العامة فليست مهمة العلاقات تحسين الزائف وإنما عليها تقديم الواقع الجيد وأشعار الجميع به.

3- وضح اختصاصات مسئول العلاقات العامة ؟

1- اختصاصات شخصية.

2- التأهيل العلمى.

أولاً - صفات شخصية:

حيث يجب أن يتوفر فى أخصائى العلاقات العامة بعض الخصائص الشخصية التى يمكنه من الإحساس ينبض الجمهور فيقوم بنقلها إلى المؤسسة التى ينتمى إليها بصدق وأمانة وهذه الصفات يكون الإنسان مولودا بها والخبرة تعمل على صقلها وهذه الصفات يمكن وضعها فى صورة نقاط وذلك كالتالى :

- قوة الشخصية .
- الحلم والأناة .
- الشجاعة .
- اللباقة .
- حب الاستطلاع .
- القدرة على الإقناع .
- الحماس .
- القدرة على الحتمال والمثابرة .
- الصبر .
- الأمانة .
- الموضوعية .
- القدرة على الإبداع والتخيل .
- الكياسة .

ثانياً - التأهيل العلمى :

1- اللغة :

أن يكون ملم بإحدى اللغات الأجنبية على الأقل ويكون متمكناً منها حيث تساعد على القيام بمهمته على اكمل وجهة وخاصة فى حالة وجود بعض الفرق أو الوفود الجنبية أو فى حالة السفر للخارج بصحبة الفرق الرياضية فى مختلف الرياضات والألعاب .

2- الاعلام :

أن يكون ملماً بالفنون الاعلامية المقررة والمسموعة والمرئية كصناعة الأخبار وإجراء التحقيقات والمقابلات وتحرير المقابلات حيث تحتم طبيعة عملة الاتصال الدائم برجال الصحافة والاعلام فى المجال الرياضى.

3- علم النفس الرياضى :

إلمام اخصائى العلاقات العامة فى المجال الرياضى بعلم النفس الرياضى يمكنه التعرف على الشخصية الرياضية ودوافع سلوكها ومصادر الاتجاهات وكيفية تكوينها والأزمات النفسية التى يمكن أن تتعرض لها وكيفية التعامل معها أو تجنبها .

4- علم الإجتماع الرياضى :

يجب على اخصائى العلاقات العامة فى المجال الرياضى أن يفهم طبيعة الجماعات الرياضية وانماط الاتصال فيها وقوة الروابط داخلها وبهذا يتحقق من خلال دراسة لعلم الاجتماع الرياضى .

5- علم الإدارة :

أن يكون ملم بعلم الإدارة حتى يمكن القيام بالمهام المناط بها مع فهم سياسة المؤسسة الرياضية التى يعمل فيها باعتبارها يعمل فى وحدة إدارية ضمن وحدات هذة المؤسسة ويساهم فى تحقيق أهدافها .

6- فن البحث العلمى :

من المهام الرئيسية لأخصائى العلاقات العامة هو إجراء البحوث الإجتماعية لقياس الرأى العام تجاه السياسات والأنشطة التى تقوم بها المؤسسة الرياضية وحتى يمكن لأخصائى العلاقات العامة القيام بها هذا يتطلب إلمامة بمهارة البحث العلمى

7- الإحصاء :

من المهام الرئيسية أيضا لأخصائى العلاقات العامة هو قيامه بجمع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها ولإستخلاص النتائج وتقديمها إلى الإدارة العليا وهذا العمل يتطلب فن الإلمام التام بالأساليب الإحصائية المختلفة كالمتوسط الحسابى والانحراف المعياري - المنوال - تحليل التباين - التحليل العاملى .

8- الحاسب الآلى :

يجب أن يكون ملم بمبادئ استخدام الكمبيوتر حتى يمكن إستخدامه فى إجراء البحوث والدراسات التى يجريها على الرأى العام كالإحصاء والاحتفاظ بالمعلومات التى تتعلق بالمؤسسة الرياضية وكذلك المؤسسات الأخرى التى تتعامل معها كالمعلومات التى تخص فرقة رياضية معينة معلومات من حيث السن والعمر التدريبي للاعبين وقياستهم البدنية والمهارية ومواعيد اللقاءات فى مختلف المسابقات أو البطولات وغير ذلك من المعلومات العامة والضرورية .

السؤال الثانى : الدرجة (20)

يعرف الإعلام الرياضي بأنه " عملية نشر الإخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع" من خلال التعريف السابق اجب عن ما يلي :

1- ما هي عناصر الإعلام الرياضي ؟

- 1- المرسل : صاحب الرسالة الاعلامية او الجهة المسئولة التى تصدر عنها الرسالة
- 2- المستقبل : من توجه الية الرسالة سواء فرد او جماعة
- 3- الاداة (الوسيلة) : ماتؤدى به الرسالة سواء كان صحافية او اذاعة او تليفزيون
- 4- الرسالة (المضمون):ماتحتملة وسيلة الاعلام الرياضية لتوصيلة الى المستقبل

2- اذكر نظريات الإعلام الرياضي؟

1- نظرية التاثير المباشر او قصير المدى

ظهر التيار النظري الذي يقول بالتاثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات من ق 20 أي بعد نهاية الحرب العالمية الأولى . و أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها نظرية الرصاصه أو الطلقة السحرية Magic Bullet Theory أي أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها ، و شبتت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تحطا الهدف مهما كانت دفاعاته ، كما سميت بنظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلدية Hypodermic Needle وشبتت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد و يصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية و يكون تأثيره قوي و لا يمكن الفكك منه.

وتعني هذه النظرية أن الفرد يتأثر بمضمون الوسيلة الإعلامية تأثيرا تلقائيا و مباشرة ، كما يرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام لها تأثير قوي و مباشر على الفرد و المجتمع يكاد يبلغ حد الهيمنة . وهذا التأثير قوي و فعّال مثل الرصاصه ، و لايفلت منه أحد ، و كما نرى أن تأثيرها قوي و

سريع و مباشر مثل تأثير رصاصه البندقية ، إلا أن أثرها قصير المدى.

2- نظرية التاثير على المدى الطويل او التراكمي

يرى أصحاب هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة ، و إنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية ، حيث يرون أن العرض الهائل للأفكار و القنوات المبتوثة عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل ملحوظ على المتلقي على مر الزمن.

و من أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت التي تقوم على فرضية : أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية ، يقلل من أفراد الرأي المعارض ، و تأثير هذه النظرية بطيء و طويل المدى ، إلا أن أثرها كبير و كبير جدا.

3- نظرية التطعيم أو التلقيح

و يمكن وصف هذه النظرية بأنها غرس تدريجي لما ينتقل عبر وسائل الإعلام ، حيث يتأثر المتلقي دون إدراك و وعي بما تعرضه وسائل الإعلام بشكل متواصل ، فيصاب بنوع من التبدل و عدم الإحساس ، فنكرار المناظرة الفاضحة عبر هذه الوسائل يصنع في نفوس الناس شيئاً من اللامبالاة تجاه ما يُرى في المجتمع من تبرج و فضائح . و نظرية التطعيم أو التلقيح هي جرعات من القيم الفكرية تجعل الأمور عادية و بديهية و مألوفة .

4- نظرية التاثير على مرحلتين

و يقصد بهذه النظرية انتقال المعلومات و الأفكار على مرحلتين من خلال تلقي الناس للمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام ومن خلال تفسيرات قادة الرأي لهذه المعلومات ، ففي السابق كان يظن أن لوسائل الإعلام التأثير المطلق في المتلقي ، إلا أن هذه النظرية تبثت عكس ذلك ، فالرسائل تنتقل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ومن ثم إلى الجماهير، فالإعلام المباشر قد لا يؤثر فينا أو يكون تأثيره محدود ، و على العكس من ذلك إذا انضم له قائد الرأي الذي لديه النفوذ المادي و المعنوي الذي يفسر الرسائل الإعلامية بالطريقة التي يراها ، على أساس تكوينه الثقافي ، وهذه النظرية تظهر بوضوح في الحملات الانتخابية ومثل هذه الأمور.

5- نظرية تحديد الاولويات

تصنّف نظرية تحديد الأولويات على أنها من نظريات القائم بالاتصال ، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب إهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى. فييدي الجمهور إهتمامه بهذه القضايا دون غيرها .و لهذه النظرية تأثير قوي جدا ، و ذلك من خلال وسائل الإعلام التي تبث أحيانا برامج و مواضيع تعطيها حيزا كبيرا من الوقت وتركز عليها حتى تبدو للمشاهد أنها أهم من غيرها و تجعله يهمل مواضيع أكثر منها أهمية وقيمة.

6- نظرية حارس البوابة

يقصد بنظرية حارس البوابة القائمون و المسؤولون على الوسيلة الإعلامية ، الذين يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة ، فتمر الرسالة الإعلامية بعدة مراحل و هي تنتقل من المصدر إلى المتلقي ليتم التقرير ما إذا كانت الرسالة التي تلقوها سوف ينقلونها أو لن ينقلونها أو ستطراً عليها بعض التغييرات و التعديلات ، فينشر ما يريدون ، ويمنعون ما لا يريدون نشره ، و نظرية حارس البوابة تعني السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الإتصال ، بحيث يصبح لحارس البوابة أي القائم على الوسيلة الإعلامية سلطة إتخاذ القرار فيما سيمر من

خلال بوابته ، فنظرية كهذه تؤثر من ناحيتين : من ناحية المادة التي تم نشرها ، ومن ناحية المادة التي تم منعها ! إن نظرية كهذه جميلة جداً، وفاعلة جداً، ومؤثرة جداً، إذا كان (حارس البوابة) على قدر المسؤولية ، ويدرك أهمية (فلتر) المضمون الإعلامي ، لتتوافق مع هوية الجمهور ، وتتسجم مع قيمه وثقافته، وهي - في المقابل - تعيسة جداً، وخطيرة جداً، إذا استغل هذا (الحارس) وظيفته في تمرير أهوائه، أو تحقيق مصالحه، أو تطويع (البوابة) لتتسلل من خلالها الأجسام الغريبة، والأفكار الرديئة

7- نظرية الاستخدامات او الاشباع

تعني نظرية الإشباع أن الأفراد و الجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل الإشباع لرغباتهم و حاجاتهم الكامنة الداخلية ، حيث أن الأفراد و الجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه ، وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات و الرغبات فقط.

2- اشرح أنواع تأثير الإعلام الرياضي؟

أنواع تأثير الإعلام الرياضي

هناك أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور:

(1) تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي.

(2) تغيير المعرفة الرياضية.

(3) التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.

(4) الإثارة الجماعية في المجال الرياضي.

(5) الاستثارة العاطفية في المجال الرياضي.

(6) الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي.

(7) صيانة الواقع في المجال الرياضي.

1- تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:

ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما وشعوره تجاهه وعلى هذا الموقف يبني الإنسان على أساس حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها.

هذا الموقف قد يتغير سلباً أو إيجابياً رفضاً أو قبولا حبا أو كرها وذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا.

2- تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه.

إن التغيير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية فيقوم باجتثاث الأصول

المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو لمجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.

3- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياض ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة والمراكز الدينية هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبحت عامل هام ومؤثر في هذه العملية لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت وخاطب النشء والشباب والكبار واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي.

4- الإثارة الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الإيجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في إساءة استخدام ذلك. ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها إلى الالتفات حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

5- الاستثارة العاطفية:

الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه يتنازع أمران: المشاعر والعواطف أو المنطق والعقل ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد لكل هناك عدة مشاعر وعدد من العواطف هناك الحب والكراهية . الحزن والسعادة - الرضا والغضب - وغيرها من المشاعر .

والإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانات تخاطب الفكر والوجدان فمثلا يستطيع الإعلامي الرياضي أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية بل ونبكي معها حينما تعرض لنا مشاهدة المعاناة والألم التي تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم إحدى المباريات مما أودى بحياته أو كالتى حدثت في كولمبيا عندما قام أحد أفراد الجمهورية بإطلاق النار على أحد اللاعبين لإهداره ضربة جزاء كانت سببا في خروج فريقه من كأس العالم 1994.

6- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية.

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي هو السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفكرة مع النظام القائم من قواعد وقوانين منظمة للعبة بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك في ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور .

فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم.

فالإعلام الرياضى بما يملكه من إمكانيات وقدرات كبيرة يمكنه من التأثير الإيجابي والفعال فى الجمهور واللاعبين فيحقق لنا الضبط الاجتماعى المنشود فى المجال الرياضى بما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

وللضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى ثلاثة أنواع هى:

- 1) عرف المجتمع الرياضى وتقاليده.
- 2) الضبط الاجتماعى الداخلى وهو مرتبط بالقيم الرياضيه للشخص وقناعاته بها.
- 3) الضبط الاجتماعى الخارجى وهو متعلق بقبول الآخرين وموافقتهم.

7- صياغة الواقع:

حيث يقوم الإعلام الرياضى بصياغة الرياضى ويقدمه للجمهور كما هو ويقصد بالواقع هو: ذلك الجزء الذى يعرضه أو ينشره الإعلامى الرياضى حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضيه داخل المجتمع الرياضى حيث يبدو وكأنه واقعى وطبيعى ومعبر عن الحقيقة. وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضى ولكن فى أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضى صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة فى مجتمع ما لكن الإعلام الرياضى من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطى انطباعا مختلفا عن الواقع الحقيقى السائد فى هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضى تكون عواقبه وخيمة.

الدرجة (30)

السؤال الثالث :

كيف تعد صفحة رياضية متخصصة ؟

عند قيام هيئة التحرير فى اى صحيفة او مجلة بالتفكير فى اعداد صفحة رياضية متخصصة لابد من الاجابة على تساؤلات الاتية :-

- 1 - ماهو الهدف من اعداد هذه الصفحة
 - 2 - ماهى الخصائص الجمهور المستهدف
 - 3 - ماهى السياسة التحريرية التى تتبعها الصفحة
 - 4- ماهو حجم المساحة المخصصة للصفحة
 - 5- هل يمكن التنوع فى نشر موضوعاتها
 - 6- هل هناك كوادر صحفية متخصصة رياضياً
- وللاجابة على هذه التساؤلات يمكن وضعها فى صورة نقاط وذلك كالآتى

أولاً :- هدف الصفحة الرياضية :

عند القيام بتنفيذ صفحة متخصصة فى مجال معين فى اى جريدة او مجلة لابد وان يكون لها هدف معين ومحدد ومن ثم تعمل هذه الصفحة على تحقيقه وبالتالي فأن الصفحة الرياضية المتخصصة لابد وان يكون لها

هدف محدد واضح ومعلوم وخاصة في ذهن القائمين على تنفيذها او تحريرها فقد يكون هذا الهدف الترويج او الترفيه او قد يكون للتنقيف الرياضى او التوعية الرياضية او قد يكون الاخبار او قد يكون مجرد تقديم الخدمة العامة في المجال الرياضى وغير ذلك من الاهداف وفي ضوء هذا الهدف تبني هيئة التحرير هذه الصفحة جهودها من اجل تحقيقه

ثانياً : خصائص الجمهور المستهدف

عند التخطيط لاعداد صفحة رياضيه متخصصه لايد من دراسه خصائص الجمهور المخاطب او الجمهور المستهدف للتعرف على اهتماماته واحتياجاته ورغباته واللغه الصحفيه التى تتناسب معه حتى يمكن اختيار الموضوعات الرياضيه التى يمكن ان نقدم له وكذلك اختيار اسلوب المعالجه التى يتناسب معه وبالتالي يمكن من خلال ذلك اشباع رغباته وميوله واحتياجاته بما يضمن زياده قاعده القراء والمهتمين بهذه الصفحه بل واستمرار متابعتهم بما يقدمه هذه الصفحه من موضوعات رياضيه مختلفه

ثالثاً :- السباسبه التحريريه للصفحه الرياضيه

ان الصفحه الرياضيه فى اى جريده او مجله لاتعمل من فراغ بل لابد وان يكون لها سياسه تحريريه معينه تميزها عن غيرها وقد يكون للصفحه اتجاه معين تلتزم به وتعمل على تأييده او قد تكون لسان حال جهه او هيئه او مؤسسها رياضيه معينه تعبر عن رأيها فى مختلف القضايا الرياضيه المطروحه على الساحة الرياضيه . كصحافه الانديه او الاتحادات الرياضيه او قد تكون محايده لا تنتمى لجهه او فئه معينه . وفى ضوء ماسبق تكون سياسه الصفحه التحريريه هنا اما ان تكون معتدله او متطرفه - او قد تكون مثيره ام وقوره ام سيغلب على هذه الصفحه المعالجه السطحيه ام المعالجه المتعمقه ام سيكون فى سياستها التركيز على الجانب الاخبارى ام التنوع فى استخدام الاشكال الصحفيه فى معالجه الموضوعات والقضايا الرياضيه المطروحه. وفى ضوء ما سبق ايضا تحدد السياسه التحريريه للصفحه الرياضيه ما اذا كانت ستشارك بالرأى فى هذه القضايا او سيقصر ضوءها على مجرد اداء واجبها الاخبارى فقط .

رابعاً : المساحه المخصصه للصفحه الرياضيه

ان المساحه المحدده او المخصصه للصفحه الرياضيه تمثل الحدود التى يمكن لهيئه تحرير هذه الصفحه التحرك فى اطارها فكلما زادت المساحه المخصصه لها كلما مكن توظيف هذه الصفحه فى تقديم خدمه صحفيه متميزه فتتعدد موضوعاتها واشكالها الصحفيه بل بمكن التوسع فى معالجه هذه الموضوعات من خلال هذه الاشكال كما انها تتيح الفرصه لتثبيت هذه الاشكال وايضا كلما زادت المساحه المخصصه لها كلما مكن التوسع فى استخدام عناصر

التيوغرافية كالصور والرسوم والجداول والاشكال وغير ذلك بشكل يضى على الصفحه الرياضيه التميز والاثارة

خامساً : التنوع فى موضوعات الصفحه الرياضيه

ومعنى ذلك ان هيئه تحرير هذه الصفحه تحدد ما اذا كانت هذه الصفحه سوف تنتوع فى موضوعاتها الرياضيه ام انها سوف تقتصر على موضوع محدد , كان مثلا تقتصر موضوعاتها عن كرة قدم فقط ام انها سوف تتناول كافة الالعاب والرياضات التنافسيه وكذلك تحدد ما اذا كانت هذه الصفحه سوف تنتوع فى استخدام الاشكال الصحفيه المختلفه ام انها سوف يقتصر على اسلوب تحريرها شكل الخبر فقط او شكل المقال او شكل التحقيق , وكذلك ايضا تحدد هيئه التحرير مدى امكانيه استخدام العناصر التيوغرافية فى تناولها للموضوعات الرياضيه ام انها

