

بناء مقياس لتقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الأعلام في المنافسات الرياضية

أ.م.د. وليد خالد همام النعمة

السيد عبد الحكيم مصطفى رسول

قسم التربية الرياضية
كلية التربية الأساسية / جامعة الموصل

تاريخ تسليم البحث: ٢٠١٠/١٢/٢٩ ؛ تاريخ قبول النشر: ٢٠١١/٦/١٤

ملخص البحث:

يعتمد الإعلاميون على مراكز الإعلام كمصدر موثوق به للحصول على المعلومات عن المنافسات الرياضية و يحضرون بانتظام الإحاطات الصحفية التي تقام في المراكز. ويمكن لمراكز الإعلام في أحيان كثيرة الاضطلاع بدور (تحفيزي) في تجميع الناس لمتابعة الأحداث الرياضية . إذ تساعد مراكز الإعلام على استمرار تدفق المعلومات الحديثة عن المؤسسات الرياضية وأنشطتها من خلال استخدام آليات الاتصال الحديثة، والتي تضخ الأخبار وكل ما يهم الجمهور الرياضي، وتصدر مراكز الإعلام منشورات تبرز فيها جوانب الحدث الرياضي من زوايا مختلفة.

وتستعين مراكز الإعلام بمتترجمين لتسهيل مهمة المستفيدين من المركز من الإعلاميين والمدرربين والباحثين الوافدين إلى المنافسات الرياضية. وتتأكد مراكز الإعلام من صحة إجراءات عملها باستخدام طرائق البحث العلمي للوقوف على مواطن القوة و الضعف في أدائها.

ونظرا لعدم وجود مركز إعلامي بمعايير حديثة في العراق، ومن أجل توظيف نتائج هذه الدراسة في خدمة العملية التعليمية والرياضية والإعلامية ، ارتأى الباحث بناء مقياس لتقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية.

هدف البحث إلى :

• بناء مقياس لتقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية. وقد تناول الإطار النظري نبذة عن الإعلام و خصائصه و وظائفه، والرياضة ووسائل الإعلام، والعلاقة بين هذه الوسائل والإعلام والرياضة والمجتمع ، و الإعلام الرياضي وعناصره، وأهمية الإعلام الرياضي وأهدافه وخصائص الإعلام الرياضي، و الحاجات التي يمكن له إشباعها، و مفهوم المركز الإعلامي، ونبذة عن المركز الإعلامي و مهامه و أهدافه ، ومراكز الإعلام الرياضية، و متطلبات الإعلام في مواقع المنافسات الرياضية.

وفي إجراءات البحث استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح بوصفه الأسلوب الأمثل لحل مشكلة البحث ، وقد شمل مجتمع البحث الإعلاميين الوافدين إلى مراكز الإعلام في المنافسات الرياضية لبطولات تصفيات المجموعة الثالثة لبطولة أمم آسيا للشباب لكرة القدم و بطولة حلب الدولية لكرة السلة و بطولة العالم للتايكواندو و بطولة أمم آسيا لكرة اليد للمتقدمين و بطولة أمم أفريقيا لكرة اليد للمتقدمين و بطولة العرب لرفع الأثقال للشباب و بطولة الاسكندريات الدولية للتايكواندو .

وتكونت عينة البحث من (٢٢٤) إعلامياً يمثلون (١٣٣) بلداً، وقد تم اختيار العينة بطريقة الحصر الشامل، تلا ذلك اختيار عينة البناء ثم عينة التطبيق. ولتحقيق هدف البحث استخدم الباحث الوسائل الإحصائية الآتية : الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، النسبة المئوية ، معامل الارتباط البسيط ل (بيرسون)، اختبار (ت) لعينتين مستقلتين، تحليل التباين .

وفي ضوء عرض النتائج ومناقشتها تم التوصل إلى الاستنتاجات الآتية :

- ١ - فاعلية مقياس تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية.
- ٢ - يمكن استخدام أي محور من محاور المقياس كعامل مستقل لقياس مهمة من مهام مراكز الإعلام.
- ٣ - لمراكز الإعلام دور ايجابي في تزويد الجمهور بالمعلومات حول الأحداث الرياضية التي تنفذها المؤسسات الرياضية المحلية والعربية و القارية والدولية ، وجعل الجمهور على وعي دائم بتلك الأحداث.

وأوصى الباحثان:

- ١ - تشييد مراكز الإعلام في مواقع المنافسات الرياضية ودعمها لتكون واجهة الإعلام العراقي الرياضي في العالم لكون الرياضة من الوسائل المهمة التي تفهمها الشعوب كافة.
- ٢ - إنشاء مركز الإعلامي داخل كل جامعة من جامعات العراق ليقدم الخبرة والمشورة المهنية لوحدات الإعلام والعلاقات العامة في الكليات، وإعداد استطلاعات الرأي العام أو المشاركة فيها، وتهيئة الظروف المناسبة لتسهيل مهمة الإعلاميين ووسائل الاتصال.
- ٣ - اعتماد المقياس المعد في هذه الدراسة كمؤشر للتعرف على جودة المراكز الإعلامية وصلاحيتها في المنافسات الرياضية القادمة.

Assessment of some Administrative Duties of Media Centers in Athletic Competitions

Asst. Prof. Dr. Waleed K. Humam Researcher Abdulhakeem M. Rasul
Sport Education Department
College of Basic Education / Mosul University

Abstract:

Media centers present many services to pressmen like issuing daily newsletters in more than one language, sufficient facts, information, statistics and data about the previous and immediate championship within the frame of information, unity of the centre, direct contact and continuous with hearable, readable and visible mass media to assure the delivery of the championship news to a larger number of people and in any time from different corners. Media center supplied with computers and modern means of communication, the geographical areas of media centers to be different area to another, in the Olympic tournaments, continental and world championships larger than regional areas.

Media center is considered venue for dialogue between the media men who attended the athletics competitions . Media center is also a bridge for continuation professional relationships between media men.

Media centers held press conferences and included media library contain complete information about the previous and current competitions, and there is halls for meeting , changeable and permanent news summary area, an office for all officials and other media representatives , an office for official trade partners and to provide TV sets and video recorders .

Owing to unavailability media center according to modern criterion in Iraq, and in order to employ the findings of the current study in favor of the instructional, sport and media process, the researcher deemed appropriate to building up an analogy for assessment some duties of media centers in athletic competitions.

The research aims at:

1- Building up a scale for assessing some administrative duties of media centers in athletic competitions.

The theoretical framework presents a summary about synopsis of media, characteristics of media, assignment of media and sport, means of media, the relationship between media, sport and society, and sport media, factors of sport media, the significance of sport media, goals of sport media, characteristics of sport media, the needs which sport media able to achieve, the concept of media center, synopsis of media centers, the duties of media centers, goals of media centers, media sport centers and demands of sport media in the sites of sport competitions.

Regarding the research procedures, the researcher has applied the descriptive method for solving the research problem. The research sample consisted of (224) media men the (133) state who delegated to the media centers related to, Preliminaries of third group of Asia youth football championship, Halab basketball championship, WFTth4 World Tawkwondo Pos, Asia handball championship, Africa handball championship, Arab weightlifting championship, Askandarya Tawkwondo championship.

To fulfill the research objectives, the researcher has applied the following statistical tools:

Arithmetic mean, standard deviation, percentage, simple correlation coefficient (Pearson), T-test of independent samples.

The researchers presented a number of recommendations as follows:

1- Building media centers in the sites of sport competitions and support it to be brilliant face for Iraqi sport media in the world because the sport is a significant way of understanding by all peoples.

2- Building media centers in the all universities of Iraq.

١- التعريف بالبحث:

١-١ مقدمة البحث وأهميته :

ترتبط مراكز الإعلام مواقع المنافسات الرياضية بال جماهير الرياضية ، وتساعدها في الحصول على معلومات حديثة عن المؤسسات الرياضية وأنشطتها عبر وحدة المعلومات فيها و التي تضخ الأخبار وكل ما يهم الجمهور الرياضي.

وتتصل مراكز الإعلام أثناء إقامة المنافسات الرياضية يوميا بمصادر الإعلام المحلية والعالمية من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور. ويقوم موظفو المراكز بإصدار نشرات وكتابة مقالات صحفية والمشاركة في برامج الإذاعة والتلفاز الوطنية ، فضلا عن قيام هذه المراكز بإنتاج برامج خاصة بها تذيعها المحطات التلفازية المختلفة.

"ومن مهام المركز الإعلامي المشاركة في رسم الخطط الإعلامية الخاصة بالمؤسسة الرسمية ووضع البرامج اللازمة لتنفيذها بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية ومتابعة النتائج المترتبة عليها وتقييمها، و تنسيق الجهود بشأن توفير المعلومات الأساسية ذات الصلة بشؤون المؤسسة للرد على استفسارات الجمهور داخل البلاد وخارجها . " (نظام المركز الأردني للإعلام، ٢٠٠٤، ٤).

وتعقد في مراكز الإعلام مؤتمرات صحفية على هامش المنافسات الرياضية ، ليكون الجمهور على معرفة مباشرة بأعمال الاتحادات والمنظمات الرياضية .

وتقوم مراكز الإعلام بالتعريف بإنجازات البلد في مجالات الثقافة، والعلم والمعرفة والرياضة والفنون وتزويد الباحثين والدارسين بمعلومات عن البلد وتطوره و إقامة علاقات مع مؤسسات

الإعلام المختلفة ، وتزويدها بشكل مستمر بالصحف والمجلات والدوريات والمواقع على شبكة الإنترنت وأشرطة الفيديو والملصقات والمعلومات. (الذيقاني ، ٢٠٠١ ، ٢).

وأبلغ دليل على الاهتمام المتبادل بين الإعلام الرياضي والدورات الاولمبية تلك التجهيزات التي أعدتها اللجنة المنظمة لدورة الألعاب الاولمبية السابعة والعشرين ، والتي أقيمت خلال الفترة من ١٥ تشرين الأول إلى الأول من تشرين الثاني ٢٠٠٠م بسيديني ، إذ أعدت اللجنة المنظمة مركزا إعلاميا على أعلى مستوى من التكنولوجيا وقد بدأ عمله الفعلي اعتبارا من ١٥ آب ٢٠٠٠م ، أي قبل بداية الدورة الاولمبية بحوالي شهر ، ثم بدأ في العمل لمدة ٢٤ ساعة متواصلة يوميا اعتبارا من الثاني من أيلول ٢٠٠٠م حتى الرابع من تشرين الثاني ٢٠٠٠م ، أي بعد نهاية الدورة الاولمبية بثلاثة أيام. وخصصت اللجنة المنظمة حوالي (٦ آلاف) مكان لإقامة الإعلاميين لتغطية فعاليات الدورة، كما خصصت للإعلاميين سيارات تنقلهم من مقر إقامتهم إلى الملاعب والصالات التي أقيمت فيها مسابقات الدورة ولمدة ٢٤ ساعة يوميا ، كما تم تخصيص حوالي ٣٨٠٠ مقعد للإعلاميين بمختلف الملاعب والصالات المقامة فيها مسابقات الدورة ليتمكنوا من تغطية فعاليات الدورة ، فضلا عن المراكز الإعلامية الفرعية الموجودة بالملاعب والصالات كافة والتي لا يقل مستواها عن المركز الإعلامي الرئيس من حيث الخدمات والتكنولوجيا .

ومن الإشارات المهمة التي تؤكد اهتمام اللجنة الاولمبية الدولية بدور الإعلام الرياضي، هي أن الميثاق الاولمبي شدد على أهمية توفير التغطية الإعلامية المتكاملة والواسعة للدورات الاولمبية، إذ نص الميثاق الاولمبي في مادته رقم (٥٩) على ما يأتي :

- لضمان تغطية كاملة لأنباء الدورات الاولمبية وإتاحة اكبر فرصة لمشاهدتها يجب أن تتخذ جميع الخطوات الضرورية لتسهيل قيام مختلف وسائل الإعلام بأداء مهامها بوصف الألعاب الاولمبية .

- يجب أن يتم تسجيل كل دورة اولمبية على الفيلم الاولمبي والأفلام الفنية (البيوميكانيكية)، وذلك لإمكان الرجوع إليها مستقبلا .

- تقع في نطاق صلاحيات المكتب التنفيذي مسؤوليات القضايا الإعلامية كافة منها إصدار أو سحب أية بطاقات هوية اولمبية أو بطاقات اعتماد(رجب، ٢٠٠٠ ، ٥٣-٥٦).

ومن هنا تبرز أهمية البحث في وجود مركز إعلامي في المنافسات الرياضية لتحري الدقة في نقل المعلومات دون مبالغة، و سرعة توصيلها للجمهور من خلال وسائل الإعلام كافة، وإعداد العديد من الأعمال الصحفية والإذاعية والتلفازية المتخصصة التي تهدف إلى إعلام الجمهور برسالة الرياضة، وتوعيتهم لأهمية تفعيل دورها في المجتمع. و ذلك في إطار تخطيط سليم، يمهد للمركز الإعلامي أداء الدور المسند إليه، و تنظيم يرقى إلى أهمية الحدث الرياضي و تقويم موضوعي يعطي كل ذي حق حقه، هدفه فتح آفاق جديدة أمام القائمين على إدارة المركز الإعلامي.

٢-١ مشكلة البحث :

تؤدي مراكز الإعلام مهاماً حيوية" في المنافسات الرياضية، إذ لا يمكن لكثير من المؤسسات والاتحادات الرياضية العربية والإقليمية والقارية و الدولية أن تحقق أهدافها ما لم تكن الجماهير على إحاطة بمقاصدها وأنشطتها .. ونظراً لعدم وجود تصور مسبق عن أداء مراكز الإعلام في المنافسات الرياضية وخلو المجال الأكاديمي - على حد علم الباحثين - من مقياس موضوعي يتمكن من خلاله التعرف على مهام المركز الإعلامي ، فقد تحددت مشكلة البحث في تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية وذلك من خلال بناء مقياس يعد لهذا الغرض .

٣-١ هدف البحث :

١-٣-١ بناء مقياس لتقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية .

٤-١ مجالات البحث :

٤-١-١ المجال البشري : عدد من الإعلاميين الوافدين إلى مراكز الإعلام في المنافسات الرياضية العربية والإقليمية و الدولية .

٤-١-٢ المجال المكاني : أربيل ، حلب ، القاهرة ، الإسكندرية ، بيروت ، عمان .

٤-١-٣ المجال الزمني : ١٥ / ٧ / ٢٠٠٩ ولغاية ٢٤ / ٤ / ٢٠١٠ .

١ - ٥ تحديد المصطلحات :

١-٥-١ التقييم الإعلامي :

تقدير قيمة واقع وكائن ما، انطلاقاً من حدود موضوعية تتحدى النزعات الفردية الذاتية وهو مبني على أسس ومعايير علمية وقياس وحساب، ويشمل تقييم السياسات والمؤسسات وأداء الأشخاص وتقييم النتائج وهو لا يمكن فصله عن تجديد الإدارات وتحديثها.(تيشوري، ٢٠٠٦، ٥).

٢-٥-١ المركز الإعلامي :

ثمرة من ثمرات إستراتيجية النهوض والتطوير الذي يشهده العالم ، و هو استجابة مهمة لمواكبة التطور الذي يشهده قطاع الإعلام الذي بات لغة العصر ولتطلعات المؤسسات في التواصل الإعلامي المستمر وعلى مدار الساعة مع الوسائل الإعلامية كافة ، و تتبثق أهداف المركز من منطلق الحرص على تحقيق مبدأ الشفافية لتقديم المعلومات والأخبار ، من حيث أن المركز هو الجهة والواجهة الإعلامية للمؤسسة الرسمية ، ويعنى بتغطية أخبارها ونشاطاتها وفعاليتها والمصدر الرئيس لتزويد كافة الوسائل الإعلامية بكل ما تحتاجه من معلومات ويقوم المركز بمهمة تزويد المؤسسة بالأخبار التي يتطلبها عملها ويغذيها بكل ما هو جديد ويضعها بصورة الأحداث وآخر المستجدات (الداخلية ، ٢٠١٠ ، ٤).

٣-٥-١ المنافسات الرياضية :

شكل من أشكال الرياضة وأكثرها شيوعا في العالم ، وذلك لكثرة مسابقاتها الدولية والقارية والإقليمية وتعددتها، وكذلك لجماهيريتها ، إذ يقبل الجمهور على مشاهدة مبارياتها و مسابقاتها دائما سواء في مكان إقامتها أو عبر شاشات التلفزيون أو الاستماع إلى تفاصيل إذاعتها عبر الأثير أو قراءة أحداثها من خلال الصحافة وهدفها الرئيس هو التفوق على المنافس.

والمنافسات الرياضية مرتبطة بقطاع البطولة ، وهي قاصرة على المتفوقين في الأداء البدني والمهاري والخططي لتحقيق الفوز في المباريات أو المسابقات أو البطولات.

(الحماحي ورجب ، ٢٠٠٦ ، ٨٥) .

٤-٥-١ التعريف الإجرائي للمركز الإعلامي :

تجمع إعلامي يعتمد على العمل الجماعي ، يقوم بتسهيل مهمة رجال الإعلام من خلال وجودهم الميداني في الأماكن التي تقام فيها المنافسات الرياضية ، إذ تقوم المراكز الإعلامية بتوفير المادة الإعلامية المتكاملة من أخبار وصور والمعلومات الخاصة بالأحداث المتلاحقة في لحظة وقوعها ، وذلك من خلال وجهة نظر لا تميل إلى الانحياز المؤسساتي. وتمهد المراكز الإعلامية التعرف على تفاصيل المنافسة الرياضية وحيثياتها بمختلف فعاليتها، وتعد هذه المراكز العصب الأساس في كل منافسة لمساعدة الإعلاميين في نقل الأخبار بأسرع طريقة ممكنة وأفضلها.

١-٢ الإطار النظري :

١-١-٢ الإعلام

١-١-٢-١ تعريف الإعلام :

هو الإحاطة بقضايا العصر ومشاكله وتقديمها إلى الجمهور، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة .

ويعرف الألماني "أوتجروت" الإعلام بأنه " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه."

وواقع الإعلام يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة ، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس ، وترفع من مستواهم ، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة ، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز (عامر ، ٢٠٠٨ ، ٣) .

وذكر (أبو عايد، ٢٠٠٢) أن الإعلام عملية اتصال تهدف إلى تبصير الجماهير وتوعيتهم عن طريق الإقناع وذلك من خلال نشر المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة والأخبار الصادقة

والوقائع المحددة والأفكار المنطقية مما يكون له تأثير فعلي على سلوك الفرد والجماعة (ابو عايد، ٢٠٠٢، ٢٠).

٢-١-٢ مفهوم الإعلام :

إن كلمة إعلام تعني أساسا الإخبار وتقديم المعلومات (أن أعلم) ، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار - معلومات - أفكار - آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في الوقت نفسه يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختراجه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني " تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية الحقائق كافة ومن جوانبها كافة ، اذ يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم وللمجتمع الذي يعيشون فيه " (عامر ، ٢٠٠٨ ، ٤) .

وذكر (الخوري، ٢٠٠٥) أن الإعلام يقوم على الاتصال فهو يعني تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات عبر الوسائل التقنية المختلفة ، والإعلام عملية بث المعلومات والمعارف والآراء والأفكار والأحكام في الجمهور وبوسائل وطرائق مختلفة ، هناك علاقة وثيقة إذا بين الإعلام والمعرفة، ويساعد العلم بالشيء في إزالة الغموض من أمام المتعلم بما يقترب من تخفيف الاحتمالات والتساؤلات حول هذا الشيء (الخوري، ٢٠٠٥ ، ٧٧) .

وأشار (الحماحمي ورجب ، ٢٠٠٦) إن الإعلام ضرورة حتمية في المجتمعات المعاصرة بعد تفجر ثورة الاتصال عن بعد (telecommunication revolution) وتقدم العمل والمعرفة وتطبيق النظريات العلمية في جميع مجالات الحياة ، إذ أن المجتمعات كلما ازدادت تقدما تكون في حاجة أكثر للإعلام أو الاتصال الجماهيري . كما أن عملية الإعلام information process في جوهرها عملية اتصال communication process بين مرسل ومستقبل ومتلقي من خلال وسيلة إعلامية أو اتصالية تحقق الهدف من نقل الرسالة الإعلامية بين المرسل إلى المتلقي (الحماحمي ورجب ، ٢٠٠٦ ، ٢٢) .

وذكر (أبو عايد ، ٢٠٠٢) عن زيدان عبد الباقي بان الإعلام كمفهوم يعرف على انه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (أبو عايد ، ٢٠٠٢ ، ٢١) .

٢-١-١-٢ خصائص الإعلام :

- **نشاط اتصالي** : وذلك لأن مكوناته تتمثل في مصدر الإعلام والرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية ، المتلقين للرسالة الإعلامية ، تقدير الأثر الإعلامي .
 - **المصداقية** : وذلك فيما يرتبط بعرض الحقائق والوقائع والأخبار والإحصائيات والآراء والأفكار التي تتناولها الرسالة الإعلامية ، إذ يجب أن يتوفر لمضمون أو محتوى هذه الرسالة الصدق والدقة في مكوناتها ، ومن ثم مراعاة البعد عن العرض المضلل للأحداث والوقائع .
 - **قوة التأثير** : وذلك فيما يرتبط بتكوين رأي عام واتجاهات نحو العديد من الموضوعات أو القضايا المعاصرة ، وقد أكدت الدراسات العلمية على أهمية الإعلام الجماهيري في تكوين الاتجاهات والرأي العام .
 - **استخدام وسائل اتصال جماهيرية** : وذلك لبث الوسائل الإعلامية كالصحف والإذاعة والتلفاز عبر هذه الوسائل الاتصالية .
 - **حرية القبول أو الرفض** : إذ يحق للمتلقي للرسالة الإعلامية قبول كل أو بعض ما جاء بمضمونها أو رفض كل أو بعض ما بها من معلومات أو آراء أو أخبار أو أحداث .
 - **الاتساق مع المجتمع** : يتأثر الإعلام بقضايا المجتمع ومشكلاته ، وذلك على المستويين المحلي والدولي وبوجه خاص بعد ظهور الأقمار الصناعية .
 - **نظام متداخل للعلوم** : إذ أن الإعلام يتم دراسته في ضوء العديد من النظريات المرتبطة بعلوم الاتصال والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس والعلوم السياسية والتربوية والإحصاء .
 - **الانتشار والشيوع** : اسهم في ذلك انتشار التقنيات الحديثة التي يتم استخدامها كوسائل للاتصال الجماهيري لبث الرسائل الإعلامية .
 - **تنوع الجمهور** : إذ أن الإعلام من خلال وسائل الاتصال الجماهيري يخاطب جمهورا يمثل العديد من الفئات ذات الميول والاتجاهات المتباينة والمستويات التعليمية والاجتماعية والاقتصادية المتفاوتة، كما أنه يخاطب مراحل عمرية مختلفة من الذكور والإناث ، وكذلك مستويات متباينة من الذكاء والثقافة ، لذا يهتم الإعلام بمراعاة خصائص كل من هذه الفئات.
- (أبو عايد ، ٢٠٠٢ ، ٢٢ - ٢٩) .

٢-١-١-٢ ٤.١ وظائف الإعلام :

- نشر الأخبار والإعلام :

برزت هذه الوظيفة مع ظهور الصحافة المطبوعة في غرب أوروبا في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر إذ كانت تلك الصحافة تقتصر على نشر الأخبار دون التعليق

عليها، لتؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار وإعلام الناس بما يهمهم ويتصل بحياتهم العامة والخاصة سواء في مجتمعهم الداخلي أو المجتمع العالمي .

- وظيفة الشرح والتفسير والتوعية والتثقيف والتأثير في الرأي العام :

ظهرت هذه الوظيفة نتيجة لما شهدته المجتمعات الأوروبية من تطور هائل في أنظمتها الاجتماعية والسياسية ، وبذلك أصبح للصحافة وظيفة ثانية لا تقل أهمية عن وظيفة نشر الأخبار والإعلام، وهي وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير في الرأي العام ، ويمكن اعتبار قيام الثورة الفرنسية بداية التاريخ الحقيقي للصحافة الرأي إذ تغيرت نظرة المثقفين إلى الصحافة ، وأصبحت نظرة تقدير واحترام ، حتى أن عددا كبيرا من المثقفين الفرنسيين قام بإصدار الصحف للتعبير عن آرائهم وأفكارهم. أما الوطن العربي فقد ظلت الصحافة فيه خبرية ، حتى نشأت الصحافة الشعبية. ففي مصر مثلا عرفت الصحافة والإعلام وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير في الرأي العام، بظهور الصحف الشعبية في عصر الخديوي إسماعيل.

- وظيفة الإعلان وتقديم الخدمات التسويقية :

ظهر الإعلان في الصحف منذ نشأتها، ولكن لم يتحول إلى وظيفة مهمة إلا في منتصف القرن التاسع عشر. وظلت الصحافة فترة طويلة تنشر الإعلان باعتباره (نصائح advices) ولم تستخدم كلمة الإعلان (advertisement) بمعناها المألوف الآن إلا في عام ١٦٥٥. وكانت إعلانات متواضعة عن الكتب والأدوية والشاي والبن والشيكولاتة والأشياء المفقودة، وغير ذلك.

- وظيفة التسلية :

لقد برزت هذه الوظيفة نتيجة الانتشار الواسع والتوزيع الكبير للصحف بسبب زيادة إيراداتها من الإعلان الذي أدى إلى تخفيض سعر بيعها للقراء، وتخفيض قيمة الاشتراك فيها.

- وظيفة تسجيل وقائع الحياة لتكون مصدرا للتاريخ :

شهد الربع الأخير من القرن العشرين ثورة معلوماتية تجاوزت توقعات المؤرخين، ولم يعد في مقدور الكتاب المطبوع بشكله المعروف ، أن يلبي حاجة المؤرخين إلى رصد الوقائع المتلاحقة، وهو الدور الذي نجحت الصحافة والإعلام في القيام به برصد الوقائع وتسجيلها وتصنيفها والاحتفاظ بها للأجيال القادمة ، والقيام بقياس الرأي العام ، وآراء الجماعات إزاء وقائع أو قضايا مهمة (عزت ، ١٩٩٣ ، ٢٤٣) .

١-٢-٥ الرياضة ووسائل الإعلام :

تساعد الرياضة من خلال وسائل الإعلام على إشباع حاجة الجمهور الدائم إلى شيء جديد ومختلف إلى جانب الأشياء المألوفة والمعروفة . كما تقدم الرياضة لوسائل الإعلام العناصر الأساسية لجمع الأخبار ونشرها ، وتزودها بأخر الأخبار بشكل مستمر وبناتج المباريات واهم الأخبار وبالمعلومات السرية خلف الستار وغير ذلك . وهكذا فان الرياضة تقف عند نقطة التقاء وظيفتين مهمتين لوسائل الإعلام وهما تقديم الأخبار والتسلية . وتوضع الرياضة بعناية في المساحات المناسبة في النشرات الإخبارية والصحف ، فهي تقدم لوسائل الإعلام المادة الإخبارية وتعد في الوقت نفسه عنصرا جوهريا من مكونات البنية التحتية للأخبار (روي ، ٢٠٠٤ ، ٧٨ - ٧٩) .

إن التطور الهائل الذي حدث في المجتمعات وتنوع وسائل الإعلام وتطورها أدى إلى تنوع وظائفها وأدوارها التي تقوم بها بالنسبة للأفراد والمجتمعات وتعددها، فلم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات أو نشر الأخبار فقط ، ولكن أصبح لها أدوار متشعبة ذات تأثيرات مهمة في الحياة المعاصرة، ونظراً لأهمية الإعلام في المجتمع فقد تعددت أشكاله وأنواعه والتي منها الإعلام الرياضي الذي يعد من أهم أنواع الإعلام انتشاراً وقبولاً بين أفراد المجتمع بل وأكثرها. وتتعدد الأدوار الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الرياضي في الحياة المعاصرة فهذه الوسائل دورها البارز في تشكيل مفاهيم الأفراد وتصوراتهم بالنسبة للحقائق في المجالات كافة وتزويد المجتمعات بالخبرات الرياضية التي من خلالها يتم تشكيل الرأي العام .

ووسائل الإعلام الرياضي لا تمدنا فقط بالمواد الإعلامية ولكنها قد تؤثر في تحديد ما الذي ستتاح له فرصة جيدة ليصبح موضوعاً للمناقشات الرياضية بطريقة تضخيم الخبر أو التركيز على جانب منه دون بقيته (البدنية ، ٢٠٠٨ ، ٣) .

١-٢-٦ العلاقة بين وسائل الإعلام والرياضة والمجتمع :

تغير عالم الرياضة في عصر وسائل الإعلام الجماهيرية وتحول من مجرد المشاركة الترفيهية للهواة في بداية القرن التاسع عشر إلى التكنولوجيا والأعمال التي تركز على المشاهد في القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين (real ,1998,14) .

إن الرياضة ووسائل الإعلام باعتبارهما مؤسستين تنظيميتين مختلفتين لهما أسباب مختلفة للوجود والبقاء مثل العاملين فيهما والمتطلبات المهنية والعلاقة بين الوكالات الحكومية وغير الحكومية وغير ذلك ، وباختصار فمن المتوقع أن تظل الرياضة التي تتطلب بذل جهد بدني ووسائل الإعلام التي تتطلب قدرة ومهارة على صياغة الرموز بين مجالين ثقافيين برغم وجود بعض الأسباب التي تجبرهما على الارتباط معا في علاقة مستمرة، ولكن على مدى القرن الماضي

أصبحت الحدود الفاصلة بين المجالين باهتة أحيانا لدرجة انه لم يعد احد يتخيل أن يوجد احدهما دون الآخر على الإطلاق ، وذلك لأنه من شبه المستحيل الآن أن نتخيل رياضة دون أن نستحضر في أذهاننا ما ستوفره لنا وسائل الإعلام من إمكانيات مثل إعادة اللقطة والتريك البطيء للصور والصور المأخوذة من عدة زوايا ومصحوبة بأصوات المعلقين الرياضيين ، ولكن كيف يحدث هذا التداخل والتشابك بين الرياضة ووسائل الإعلام؟

وفي البحث عن إجابة لهذا السؤال يجب أن ننظر إلى التغيرات العظيمة التي جددت نظام الحياة وإيقاعها بالنسبة لمعظم سكان العالم مثل ظهور الرأسمالية والصناعة بوجه عام وظهور الاستهلاك بالجملة وتحول الترفيه إلى صناعة (روي ، ٢٠٠٤ ، ٢٠) .

وفي مجال الرياضة اتفق الباحثون الاجتماعيون بان الاتجاه الايجابي نحو الرياضة واختيار لعبة معينة يتكون من خلال مشاهدة الرياضة في القنوات الرياضية الفضائية، وهذا الاتجاه الايجابي يدفع المهتم إلى الاستماع إلى الأخبار الرياضية في الإذاعة وقراءة أخبارها في الصحف، وهذا الشكل من الاتصال هو الأساس في المساهمات الرياضية بالمجتمع (lawre, 1989, 15).

وتلعب وسائل الاتصال أو الإعلام دورا أساسيا في تكوين المجتمعات وفي نشر إنتاج هذه المجتمعات وتطورها فتنقل العلم والمعرفة للغير ، والرياضة بوصفها سمة المجتمع الصغير الذي يرتبط بممارسة نشاطات جسدية وفكرية معينة بين أفراد تعتمد إلى حد كبير على هذه الوسائل في سرعة نقلها وتطويرها وتحسين مستوى أدائها على نطاق المجتمع الصغير إلى نطاق المجتمع الكبير. ووسائل الإعلام لها من الإمكانيات الشيء الكثير ولها من القدرات ما يجعل منها الوسيلة الفاعلة التي تحدث التغيير المنشود في المجتمع الرياضي شريطة أن يتم استغلالها على أسس علمية وفنية (بدوي ، ٢٠٠١ ، ٢٠٥) .

ومع بداية العصر الصناعي وتراكم رأس المال الذي تحول فيه الاقتصاد الثقافي والمادي للرياضة إلى كيان بالغ التعقيد والتطور ، وبمجرد تحليل وتصنيع العوامل المكونة للرياضة فإنها بالضرورة تدخل في علاقات مع كيانات اقتصادية أخرى تعمل قنوات تحمل الثقافة الرياضية إلى أماكن أخرى بعيدة عن المكان الذي نشأت فيه ، وكما أوضحنا من قبل فان المؤسسة التي أصبحت ذات أهمية حيوية بالغة لمستقبل الرياضة الحديثة هي وسائل الإعلام وهي ليست مجرد مؤسسة بل هي بالأحرى مجموعة متداخلة من الأنظمة والأنشطة المتنوعة المتشابكة ، ولقد وفرت وسائل الإعلام للرياضة إمكانية الوصول إلى جمهورها الضخم العريض في جميع أنحاء العالم وخدمة هذا الجمهور وإعادة تقديم وتحويل الثقافة الرياضية من خلال عملية ضخمة ولا نهائية من عرض الرياضة وإذاعتها ومناقشتها وتصويرها وباختصار تقديمها في عشرات الآلاف من الطرائق المتنوعة (real, 1998, 16) .

٢-١-٢ الإعلام الرياضي :

الإعلام الرياضي جزء من مسيرة الأمم وسجل حافل بالإنجازات والمكاسب الرياضية للبلدان والشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية محليا وخارجيا ، والصحافة الرياضية مجال جذب جماهير وهي نتاج إعلام رياضي متكامل تبثه وسائل الإعلام المختلفة من خلال الملاحق والصفحات اليومية وحسب زمن صدور المطبوعة والصحف اليومية والأسبوعية ذات الطابع الرياضي البحت ، أيضاً هناك برامج إذاعية يومية وبرامج تلفزيونية تدعم النشاط الرياضي من خلال تسليط الضوء عليه لأنه وبكل بساطة لا يمكن التفرقة بين النشاط الرياضي ودوائر الضوء والتي من شأنها صناعة جمهور رياضي متذوق للفن الرياضي .

إن الإعلام الرياضي هو الجسر الذي يعبر من خلاله الجمهور إلى بعضهم البعض من خلال المنافسات الرياضية محليا وخارجيا . وهو السجل الرياضي الذي ينقل لنا مسيرة النشاط الرياضي ونشأته في مختلف أنحاء العالم (الشمري ، ٢٠٠١ ، ٥) .

وذكر(عصام الدين، ٢٠٠٠) بأن الإعلام هو من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الأعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم ، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين الثقافة وتطورها في مختلف أوجه أنشطة المجتمع ، وان اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي ، والذي له ادوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية.(عصام الدين ، ٢٠٠٠ ، ٤٥) .

وأشار (شحادة ، ٢٠٠٨) نقلا عن العبادي ، أن الإعلام الرياضي هو جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفاتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع (شحادة ، ٢٠٠٨ ، ٢٥) .

ويعرف (عويس وعبدالرحيم ، ١٩٩٨) ، الإعلام الرياضي بأنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي".

(عويس وعبدالرحيم ، ١٩٩٨ ، ٢٢)

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ، إذ أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفاز وتوجهها نحو أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور

وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة (إبراهيم ، ٢٠٠٣ ، ١١) .

وذكر (خضور ، ١٩٩٤) إن الإعلام الرياضي انعكاس دقيق للحياة الرياضية ، وإن النظرة الأكثر شمولية وعمقا للحياة الرياضية والمستندة إلى معطيات العلم الرياضي في مجالاته المختلفة، وضعت الصحافة الرياضية أمام مسؤوليات جديدة ، وجد الإعلام الرياضي المرتبط عضويا بالحياة الرياضية نفسه مضطرا بدوره إلى التخلي عن بساطته القديمة المتمثلة في التغطية الإخبارية السريعة والموجزة والسطحية ، إذ أن الواقع الرياضي الجديد يفرض إعلاما رياضيا جديدا (خضور ، ١٩٩٤ ، ٤) .

وتشير (جول ، ٢٠٠٩) لا يختلف اثنان على إن الإعلام الرياضي بصوره كافة كمشريك حقيقي في نجاح أي موسم رياضي ، وهو أيضا معني في أن يقدم الانجازات والتطورات الرياضية للعالم . وللاعلام الرياضي تأثير كبير في مسيرة الشكل العام للرياضة واتجاهها (جول ، ٢٠٠٩ ، ٧) .

٢-١-٢ عناصر الإعلام الرياضي: تنحصر عناصر الإعلام الرياضي في :-

- المرسل : وهو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة .
- المستقبل : من توجه له الرسالة الرياضية .
- الوسيلة : الأداة المستخدمة لتوصيل الرسالة ، سواء الإذاعة أو التلفاز أو الصحيفة .
- الرسالة : ما تحمله وسيلة الإعلام لتبليغه من مضمون إلى المستقبل . و يتوقف مدى نجاح الرسالة على دقة المضمون وما يحويه من حقائق ودرجة مسابرة لروح العصر و الشكل الفني الملائم و الجمهور المستهدف من حيث حاجاتهم وأعمارهم.

٢-٢-١-٢ أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية. والإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار والكبار بما يتلاءم و العادات و التقاليد الرياضية السليمة .

وفي ظل التقدم العلمي و التكنولوجي السريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار (المركز التربوي ، ٢٠٠٧ ، ٢-٣) .

٣-٢-١-٢ أهداف الإعلام الرياضي:

- ١ - نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها .
- ٢ - تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها إذ أن لكل مجتمع نسقا " قيميا" يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي منققة مع تلك القيم والمبادئ لأن التوافق سمة من سمات المجتمع .
- ٣ - الترويج عن الجمهور وتسليتهم للتخفيف من صعوبات الحياة اليومية .
- ٤ - نشر الأخبار و المعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لإتاحة الفرصة للرأي العام لإتخاذ ما يراه من قرارات تجاه القضايا في المجال الرياضي.

٤-٢-١-٢ خصائص الإعلام الرياضي :

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ومن أبرزها :

- ١- الاختيار: فالإعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه فهذا برنامج عبر محطة الراديو موجه إلى جمهور فريق كرة القدم ، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة ، وهذا برنامج تلفزيوني موجه لجمهور كرة اليد ، وهكذا.
- ٢- الجماهيرية : يتميز الإعلام الرياضي بأنه جماهيري له القدرة على تغطية قطاعات كثيرة من الجماهير ومخاطبتهم.
- ٣- الإهتمام بكل قطاعات المجتمع : فالإعلام الرياضي يهتم بكل قطاعات المجتمع حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعاقين وهكذا .
- ٤- الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع : فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات و التقاليد السائدة في هذا المجتمع (المركز التربوي، ٤،٢٠٠٧ - ٦) .

٥-٢-١-٢ الحاجات التي يمكن للإعلام الرياضي إشباعها :

- الحاجة إلى المعلومات والمعارف الرياضية .
- الحاجة إلى الأخبار الآنية (أخبار الساعة) في المجال الرياضي .
- الحاجة إلى معرفة القواعد واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية .
- الحاجة إلى الإلمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة .

- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي.
(إبراهيم، ٢٠٠٣ ، ١٤-١٥) .

٣-١-٢ مفهوم المركز الإعلامي :

منظومة تسهل عمل الوفود الإعلامية في وسائل الإعلام المحلية والأجنبية، من خلال شبكة تقنية عالية كالإنترنت ووسائل الاتصال المختلفة وبسرعات عالية ومن أرض الواقع، ويتمتع المركز بقربه من مناطق الأحداث ، وتحتضن القاعة التي أعدت لهذا الغرض كل ما يلزم لتسهيل نقل المعلومة من و إلى أي مكان في العالم لتغطية هذه الأحداث ونقل صورها المختلفة إلى جميع وسائل الإعلام المختلفة وتجهز قاعة المركز الإعلامي بالكثير من التقنيات العالية والشاشات المرئية صوتا وصورة والكثير من أجهزة الكمبيوتر والأسطوانات الممغنطة ، وذلك ما هو إلا تعزيز لأهمية الرسالة الإعلامية ودورها التكاملية مع الجهات كافة.(القربي، ٢٠٠٩ ، ٥)
وتذكر (عدوى ، ٢٠١٠) إن المركز الإعلامي نافذة مفتوحة لنشر المعلومات من خلال وسائل الإعلام المختلفة ، فهو يعمل على تعريف الجمهور بالإجراءات والانجازات التي تقوم بها المؤسسة الرسمية ونشرها عبر وسائل الإعلام ، وهو تعزيز لثقة المواطن بالمؤسسة من خلال وجود القوانين والضوابط التي تنظم عمل الإعلام . والمركز الإعلامي يساعد الصحفيين على التوجه إلى مواقع عملهم بالتنسيق المسبق لهم للحضور وبإدخال كاميراتهم للتصوير، وكما يعمل المركز على تزويد الصحفي بالمعلومات اللازمة عن أنشطة السلطة الرسمية من خلال إصدار البيانات الصحفية وورش العمل وتحديث الصفحة الإلكترونية لموقع المؤسسة بشكل متواصل أو الحصول بشكل مباشر بالاتصال على الأخبار . وكذلك التزويد بالمعلومات التي تطلب بشكل خاص من خلال بعض القضايا الإدارية والتخصصية إذا رغب الصحفي بالحديث مع أي ناطق متخصص فبذلك يقوم المركز بتوفيره.(عدوى ، ٢٠١٠ ، ٤) .

٣-١-٢-٣ نبذة عن مراكز الإعلام:

فكرة إقامة مراكز إعلامية في الدول ، فكرة قديمة وانتهت بعد سقوط الاتحاد السوفييتي في عام ١٩٨٩ إذ كانت هذه المراكز الإعلامية تروج للفكر الاشتراكي . كذلك أغلقت الولايات المتحدة مراكزها الإعلامية في الخارج بسبب ارتفاع التكلفة وانتهاء الغرض منها في عصر الانفتاح الإعلامي والاقتصادي في عصر العولمة.

ولكن دول عديدة في العالم ومنها دول الخليج العربي عادت لتتسابق بإنشاء المراكز الإعلامية والمسارح والدور الثقافية والرياضية وإقامة المتاحف الفنية بالاستعانة بالدول الغربية المتميزة في الفن لإقامة هذه المشاريع الرائدة (العيسى ، ٢٠١٠ ، ٤) .

وذكر (الذيقاني ، ٢٠٠١) أن المركز الإعلامي هو بمثابة ملتقى للحوار الإعلامي بين الصحفيين ومراسلي وسائل الإعلام الخارجية ورؤساء تحرير الصحف الرسمية وغير الرسمية، والأكاديميين ويسهم المركز في خلق جسور من التواصل والحوار البناء بينها. (الذيقاني، ٢٠٠١: ٢) .

وأوضح (الصبيح ، ٢٠٠٩) أن إنشاء المركز الإعلامي وتجهيزه يعد عملية مهمة لوزارة الإعلام إذ أنها دائماً ما تسعى إلى توفيره بكل الانتخابات التي تمر بها فضلاً عن أن تلك المراكز الإعلامية لا تقتصر على تغطية الانتخابات فقط إنما تمتد إلى تغطية مؤتمرات القمة أو أية إحداث مهمة تقام على البلاد (الصبيح ، ٢٠٠٩ ، ٤) .

ويشير (قسم تكنولوجيا المعلومات ، ٢٠٠٢) الى أن مراكز الإعلام في الأمم المتحدة تقوم بمهمة حيوية وهي على اتصال يومي بوسائل الأعلام لضمان أن تصل رسائل الأمم المتحدة إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين وفي أسرع وقت ممكن .

ويصدر موظفو مراكز الأمم المتحدة للإعلام بيانات وملفات صحفية وكتيبات وملصقات ومعلومات أساسية عن مواضيع مختلفة تتعلق بالأمم المتحدة . كما يتحدثون للصحفيين بشأن القضايا الموضوعية على جدول أعمال الأمم المتحدة ، ويقدمون مقالات للجرائد ويشتركون في برامج الإذاعة والتلفزيون . وتنتج العديد من المراكز برامجها الخاصة بها لتذاع في المحطات المحلية . وترجم مراكز الأمم المتحدة للإعلام النشرات الصحفية و مواد إعلامية أخرى إلى اللغات المحلية وبذلك تصل المادة الإعلامية الخاصة بالأمم المتحدة لجمهور أوسع. (قسم تكنولوجيا المعلومات ، ٢٠٠٢ ، ٢) .

٢-٣-١-٢ مهام مراكز الإعلام :

- ١ - المشاركة في رسم الخطط الإعلامية الخاصة بالمؤسسة الرسمية ووضع البرامج اللازمة لتنفيذها بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية ومتابعة النتائج المترتبة عليها وتقييمها .
- ٢ - إعداد تقارير يومية ودورية رصدية وتحليلية، حول ما تطرحه وسائل الإعلام المحلية والعربية والأجنبية من قضايا ذات أهمية رئيسة للحكومة .
- ٣ - إعداد المواد الإعلامية المتعلقة بأنشطة المؤسسة، بما في ذلك البيانات الصحفية والنشرات والمطبوعات والمواد المسموعة والمرئية، وتوزيعها بالتعاون مع الجهات المعنية ومتابعة مدى استخدامها والاستفادة منها من قبل وسائل الإعلام المحلية والعربية والأجنبية.

- ٤ - تنسيق الجهود بشأن توفير المعلومات الأساسية ذات الصلة بشؤون المؤسسة للرد على استفسارات الجمهور داخل البلاد وخارجها.
- ٥ - متابعة الاطلاع على الدراسات والمعلومات الصادرة عن المراكز الرئيسية للبحوث الوطنية والعربية والأجنبية ، ودراستها وتوفير الاقتراحات اللازمة والخاصة بالتعامل الإعلامي مع معطياتها ونتائجها وتقديمها إلى الجهات الرسمية ومؤسساتها المختلفة.
- ٦ - توثيق العلاقات مع وسائل الاتصال الوطنية، وممثلي وسائل الاتصال العربية والأجنبية وتزويدهم بالمواد الإعلامية المختلفة، وتقديم التسهيلات اللازمة لهم ، والإجابة على استفساراتهم وطلباتهم.
- ٧ - تنظيم المقابلات واللقاءات والمؤتمرات الصحفية للمسؤولين الرسميين ولضيوف البلاد الرسميين بالتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية.
- ٨ - المشاركة في استقبال الوفود الرسمية الإعلامية بالتنسيق مع الجهات المختصة ذات العلاقة وتزويد هذه الوفود بالمعلومات والمواد الإعلامية لهذه الغاية .
- ٩ - تنظيم الزيارات الإعلامية والجولات الاستطلاعية لوسائل الإعلام الوطنية والخارجية بما يساعد على تحقيق أهداف المركز.
- ١٠ - توثيق الاتصال مع مراكز الإعلام في الخارج ، والتعامل مع طلباتها واستفساراتها وتوفير المواد الإعلامية والمعلومات الأساسية التي تساعد على القيام بمهامها .
- ١١ - العمل على استمرار تدفق المعلومات الأساسية عن البلاد إلى الإعلام الخارجي بدقة وسرعة من خلال استخدام آليات الاتصال الحديثة لهذه الغاية .
- ١٢ - تهيئة الظروف المناسبة لتسهيل مهمة الصحفيين والإعلاميين ووسائل الاتصال الوطنية والعربية والأجنبية.
- ١٣ - تقديم الخبرة والمشورة المهنية لوحدة الإعلام والعلاقات العامة في الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكومية .
- ١٤ - إعداد الدراسات التي تستهدف تطوير الخطط الإعلامية ، ودراسات تحليل المضمون والتعرف على مواقف وسائل الإعلام ، واتجاهاتها نحو سياسات الحكومة.
- ١٥ - إعداد استطلاعات الرأي العام أو المشاركة فيها، والقيام بالدراسات المتعلقة بتوجهاته ومسارته إزاء القضايا العامة (نظام المركز الأردني للإعلام ، ٢٠٠٤ ، ٤) .

٤.١.٢ مراكز الإعلام الرياضية:

يشكل المركز الإعلامي مصدراً حيوياً للمعلومات المتعلقة بالمنافسات الرياضية ويعد قناة اتصال أساس بينه وبين الجمهور. ويسهم المركز في بناء صورة إعلامية متكاملة لجهود الجهة

المنظمة للمنافسة الرياضية و التي ترمي إلى تحقيق الأهداف المخططة لها في المنافسات الرياضية. ويسهم المركز في تعميق قنوات الحوار بين الجمهور والمؤسسات الرياضية المحلية والدولية من خلال الخطط الخاصة بالاتحادات وأنشطتها الرسمية وتوفير المعلومات المتعلقة بها في المنافسات الرياضية الرسمية وغير الرسمية. ويسعى المركز إلى تكوين رأي عام رياضي يسهم في تفهم الأنشطة التي تتبناها الاتحادات والمؤسسات الرياضية ، وذلك باستخدام أدوات الاتصال المتاحة ووسائلها.

ويتساءل الكثير من الجماهير الرياضية عن الدور الحقيقي الذي تقوم به تلك المراكز في خدمة المتلقين وذلك بعد أن اختلفت الأهداف الحقيقية وراء إنشاء تلك المراكز ، إذ يردد الكثيرون أن بعض تلك المراكز أنشئت لتكون وسيلة دفاع عن حقوق الأندية عبر وسائل الإعلام خصوصا المقروءة منها في حين يقول آخرون إن المراكز الإعلامية أنشئت في عدد من الأندية نوعا من (الموضة) وتماشيا مع لغة العصر ، وان العمل الأساسي يكمن في إصدار البيانات الصحفية فقط إلا أن الرأي الأقوى يكمن في أن دور المراكز الإعلامية يعد تنويريا بالدرجة الأولى ويعتمد في المقام الأول على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة عن طريق بث أخبار تلك الأندية باستمرار مدعمة بالصور الحية وذلك من أجل إبراز الأنشطة العامة خصوصا في بعض الألعاب المهمة (موسوعة العجائب ، ٢٠٠٩ ، ٥).

٣ - إجراءات البحث:

١-٣ منهج البحث :

- استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب المسح لملاءمته الدراسة الحالية ، إذ يطبق البحث المسحي لتحقيق واحدا من الأغراض الآتية:
- معرفة بعض الحقائق عن واقع الظاهرة المدروسة .
 - تحديد المشكلات أو تقديم أدلة لتبرهن على سلوكيات واقعية و أوضاع راهنة .
 - إجراء مقارنات بين واقعين أو أكثر .
 - إصدار أحكام تقويمية على واقع معين .
 - تحليل تجارب بهدف الاستفادة منها عند اتخاذ قرار بشأن أمور مشابهة لها. (العساف ، ١٩٨٨ ، ١٩٣) .

٢-٣ مجتمع البحث وعينته:

١-٢-٣ مجتمع البحث :

يعرف المجتمع بأنه "مجموعة العناصر والأفراد الذين ينصب عليهم الاهتمام في دراسة معينة أو مجموعة المشاهدات أو القياسات التي تم جمعها عن تلك العناصر" (أبو صالح ، ٢٠٠٠ ،

(٢٤٩) ، اشتمل مجتمع البحث على (٢٢٤) إعلاميا ممن وفدوا إلى مراكز الإعلام في المنافسات الرياضية لبطولات تصفيات المجموعة الثالثة لبطولة أمم آسيا لكرة القدم للشباب في مدينة اربيل - العراق (٢٠٠٩) ، بطولة حلب الدولية لكرة السلة في سوريا - حلب (٢٠٠٩) ، بطولة العالم للتايكواندو بالبومبسي للمتقدمين في مصر - القاهرة (٢٠٠٩) ، بطولة العرب لرفع الأثقال للشباب في المملكة الأردنية الهاشمية - عمان (٢٠١٠) ، بطولة الاسكندريات الدولية للتايكواندو في مصر - الإسكندرية (٢٠١٠) ، بطولة أمم أفريقيا لكرة اليد للمتقدمين في مصر - القاهرة (٢٠١٠) ، بطولة أمم آسيا لكرة اليد للمتقدمين في لبنان - بيروت (٢٠١٠) ، الملحق (١) ، وتم إحصاء مجتمع البحث من واقع السجلات المعتمدة في مراكز الإعلام ، إذ دونت أسماء الإعلاميين الذين دخلوا المراكز بهدف الاستفادة من الخدمات التي قدمتها.

٢-٢-٣ عينة البحث الأساسية :

تم اختيار عينة البحث بطريقة الحصر الشامل والتي تعني " أن الباحث يجمع بيانات بحثه من جميع المفردات التي تشكل مجتمعه ومن المجالات كافة التي تنطبق عليها خصائص معينة دون ترك أي مفردة " (التكريتي، والعبيدي، ١٩٩٩ ، ١٥) . و تم تقسيم عينة البحث التي تكونت من (٢٢٤) إعلاميا إلى قسمين :-

١-٢-٣ عينة البناء :

تم اختيار (٩٨) إعلاميا من (٧٣) دولة من مجتمع البحث بطريقة عشوائية موزعين على ثلاثة مراكز إعلامية خاصة بتصفيات المجموعة الثالثة لبطولة شباب آسيا لكرة القدم و بطولة حلب الدولية لكرة السلة و بطولة العالم للتايكواندو كعينة بناء، الجدول (١) . وتم الحصول على (٦٨) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، مثلت (٣٣ %) من المجتمع الكلي ، واستبعدت (١٠) استمارات لعدم إعادتها و (٤) استمارات غير صالحة للتحليل الإحصائي لعدم اكتمال إجاباتها . واستخدمت (٨) استمارات من تصفيات المجموعة الثالثة لبطولة أمم آسيا لكرة القدم لإجراء الثبات، و (٨) استمارات لإجراء التجربة الاستطلاعية من بطولة حلب الدولية لكرة السلة. الملحق (٥)

الجدول (١) عينة البناء

ت	المنافسة الرياضية	مجتمع العينة	عينة البناء
١	تصفيات المجموعة الثالثة لبطولة آسيا لكرة القدم للشباب	٣٧	٢٩
٢	بطولة حلب الدولية لكرة السلة	٢٠	٨
٣	بطولة العالم للتايكواندو للمتقدمين	٤١	٢١
	المجموع	٩٨	٦٨

٢-٢-٣ عينة التطبيق :

اشتملت عينة التطبيق على (١٢٦) إعلاميا من (٦٠) دولة موزعين على أربع بطولات هي بطولة العرب لرفع الأثقال للشباب ، بطولة أمم آسيا لكرة اليد للمتقدمين ، بطولة أمم أفريقيا لكرة اليد للمتقدمين ، بطولة الاسكندريات للتايكواندو ، الجدول (٢) . وتم الحصول على (٥٦) استمارة واستبعدت (٧٠) استمارة لعدم استعادة (٥٠) منها و(٢٠) استمارة غير مكتملة الإجابة، ومثلت نسبة عينة التطبيق (٢٥ %) من المجتمع الكلي.

الجدول (٢) عينة التطبيق

ت	المنافسة الرياضية	مجتمع العينة	عينة التطبيق
١	بطولة العرب لرفع الأثقال للشباب	١٩	١٣
٢	بطولة كاس أمم آسيا لكرة اليد للمتقدمين	٣٥	١٩
٣	بطولة كاس أمم أفريقيا لكرة اليد للمتقدمين	٣٦	٦
٤	بطولة الاسكندريات للتايكواندو	٣٦	١٨
	المجموع	١٢٦	٥٦

٣-٣ أداة البحث :

لتحقيق أهداف البحث تطلبت الدراسة استخدام أدواتي الاستبيان والمقابلة لقياس بعض المهام الإدارية مراكز الإعلام في المنافسات الرياضية.

١-٣-٣ إعداد محاور المقياس :

لغرض إعداد محاور المقياس قام الباحث بمراجعة الأطر النظرية والمقالات والتقارير ذات العلاقة وإجراء مقابلات شخصية مع الأكاديميين في مجال الإعلام والصحفيين أصحاب الخبرة الميدانية في إدارة المراكز الإعلامية ، ومن خلال خبرة الباحثين الإعلامية ، تم تحديد ثلاثة محاور أساسية لمهام مراكز الإعلام ، و (٢٧) فقرة بواقع (٨) فقرة لمحور التخطيط و (١٠) فقرة لمحور التنظيم و (٩) فقرة لمحور التقييم الملحق (٢) ، و بعد أن تم عرض المحاور و فقراتها على الخبراء و المختصين في مجالي الإدارة والتنظيم والإعلام ، اقترحوا إضافة فقرات وحذف وتعديل فقرات أخرى، والملحق (٣) والملحق(٤) يوضحان ذلك.

٢-٣-٣ إعداد العبارات وصياغتها :

بعد تحديد محاور المقياس قام الباحث بإعداد وصياغة عدد من الفقرات لكل محور مع مراعاة أن تكون الفقرة معبرة عن فكرة واحدة وقابلة للتفسير (رويدري ، ٢٠٠٠ ، ٣٣٥).

وللتحقق من المواصفات العلمية للمقياس قام الباحث بالإجراءات الآتية :

٣-٢-١ صدق المحتوى:

يتحقق هذا النوع من الصدق من خلال التحليل العقلاني لمحتوى المقياس وتحديد مستندا إلى أحكام ذاتية، (علاوي ورضوان، ٢٠٠٠ ، ٢٥٥) .
تم التوصل إلى صدق المحتوى عن طريق مراجعة الأطر النظرية من الكتب والمقالات و التقارير المتعلقة بموضوع البحث وتحليل محتواها وعلى أساسها تم تحديد محاور المقياس وصياغة الفقرات الخاصة بكل محور كما ذكر سابقا.

٣-٢-٢ الصدق الظاهري للمقياس :

ويقصد به "مناسبة الأداة للهدف الذي أعدت لقياسه" (الغريب ، ١٩٨٥ ، ٦٨) . ويمكن تقييم درجته من خلال التوافق بين تقديرات الخبراء، وبما ان هذه التقديرات تتصف بدرجة عالية من الذاتية، لذا تعطى الأداة لأكثر من خبير (عودة ، ١٩٩٩ ، ٣٧٠) . وقد تم إخضاع المقياس لهذا النوع من الصدق الذي يتسم التحليل فيه على أساس تقرير الخبراء والمختصين للحكم عليه، وعلى ضوء ذلك تم عرض المقياس على مجموعة من المختصين المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاصين في مجال العلوم الرياضية والإعلامية، الملحق (٣) وذلك لمعرفة وضوح الفقرات وصياغتها ودقتها وملاءمتها وما تمتع به من موضوعية، ومدى ملاءمة البدائل فضلا عن ملاحظات يرتوونها. و قد أبدى جميع المحكمين ملاحظاتهم حول الفقرات إذ تم الأخذ بها وتم إضافة بعض الفقرات وإجراءات التعديلات على البعض الآخر وحذف مجموعة أخرى ، ليصبح المقياس بصورته الأولية مكون من (٥٥) فقرة موزعة على (٣) محاور بواقع (٢٠) فقرة للتخطيط و(٢١) فقرة للتنظيم و(١٤) فقرة للتقويم، الملحق (٤) .

وقد تم إجراء هذه التعديلات والإضافات بعد الاعتماد على نسبة اتفاق في آراء المحكمين لأدنى فقرة (٧٥ %) من فقرات المقياس إذ أشار (بلوم، ١٩٨٣) انه لتحقيق صدق الخبراء على الباحث الحصول على نسبة لا تقل عن (٧٥ %) من آرائهم في صلاحية الفقرات، (بلوم، ١٩٨٣ ، ١٣٦) .

٣-٢-٣ صدق البناء :

يعد التحليل الإحصائي للفقرات أكثر أهمية من التحليل المنطقي، لأنه يتحقق من مضمون الفقرات في قياس ما أعدت لقياسه من خلال التحقق من بعض المؤشرات القياسية للفقرة وقدرتها على التمييز بين المجيبين (الكبيسي، ١٩٩٥ ، ٥) .

ومن سمات المقياس الجيد قدرته على التمييز بين الأفراد الذين يحصلون على درجات عالية والذين يحصلون على درجات منخفضة في المقياس نفسه أي استخراج القوة التمييزية لل فقرات فضلا عن تمتعه بالاتساق الداخلي بين الفقرات (جابر وكاظم ، ١٩٩٣ ، ٢٧٢) . لذا كان لابد من تحليل الفقرات إحصائيا من اجل الكشف عن كفاية هذا المقياس وقدرته، وقد اعتمد الباحث أسلوبين لتحليل الفقرات هما أسلوب المجموعتين المتطرفتين ومعامل الاتساق الداخلي، وتم إجراء التحليل الإحصائي على إجابات أفراد عينة البناء البالغة (٦٨) فردا إذ تم تطبيق الآتي:

١-٣-٢-٣ أسلوب المجموعتين المتطرفتين:

تم إجراء الآتي :

- ترتيب الدرجات تنازليا لكل فقرة من فقرات المقياس ولجميع الاستمارات على وفق درجات المجموع الكلي للاستمارات .
- تحديد حجم المجموعتين المتطرفتين العليا والدنيا بسحب نسبة (٥٠ %) من المجموعة العليا والبالغة (٣٤) استمارة و(٥٠ %) من المجموعة الدنيا والبالغة (٣٤) استمارة .
- و تم حساب القوة التمييزية للفقرات باستخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ، وكانت النتائج كما في الجدول (٣) .

الجدول (٣) القيم التائية المحسبة بين المجموعتين العليا والدنيا لعينة التمييز

ت	(ت) المحتسبة	ت	(ت) المحتسبة	ت	(ت) المحتسبة	ت	(ت) المحتسبة
١	*٠,٠٠٠	١٦	٣,٩٩٦	٣١	٢,٦٥٩	٤٦	*١,٤٦٤
٢	٣,١٨٧	١٧	٤,٧١٥	٣٢	٢,٢٨٣	٤٧	٣,٣٠٩
٣	*٠,٣٩٤	١٨	٤,١٠٣	٣٣	*٠,٤٨٦	٤٨	*٠,٥١٢
٤	*٠,٣٥٣	١٩	٣,٠٧١	٣٤	٣,٣٦٣	٤٩	٢,٦٢٨
٥	٣,٩٨٢	٢٠	٥,٦٥١	٣٥	*٠,٠٠٠	٥٠	*١,١٩٥
٦	٣,٠٨٩	٢١	٥,١٠٤	٣٦	٢,٣٦٧	٥١	٢,٧٣٦
٧	٣,٤١٣	٢٢	٣,٤٤٧	٣٧	٣,٢٢٨	٥٢	٢,٧٣٦
٨	٤,١٠٣	٢٣	٤,٥٢٠	٣٨	*٠,٤٨٦	٥٣	*٠,٩٧٨
٩	٢,٥٤٤	٢٤	٤,٥٢٠	٣٩	٢,٥١٩	٥٤	٣,٦٧٩
١٠	٢,٠٦٤	٢٥	٣,١٧٢	٤٠	*٠,٧٢٢	٥٥	٤,٦٩٣
١١	٤,٤٩٦	٢٦	*١,٨٠٦	٤١	٢,٥٤٤		
١٢	٢,١٧١	٢٧	٢,٣١٣	٤٢	*١,٤٨١		
١٣	٢,٤٧١	٢٨	٢,٠٩٨	٤٣	*٠,٧٢٠		

١,٤٦٧	٤٤	٢,١٢٩	٢٩	٢,٢٥٦	١٤
٢,٢٨٣	٤٥	٢,٩٠٤	٣٠	٥,٠٧٠	١٥

* معنوي عند نسبة خطأ $\geq (٠,٠٥)$ ودرجة حرية (٦٦) وقيمة (ت) الجدولية (٢)
يتبين من الجدول (٣) أن (٤١) فقرة من فقرات المقياس تميز بين المجموعتين العليا والدنيا للمقياس إذ ان القيم التائية المحسوبة لها تراوحت بين (٢,٠٦٤-٥,٦٥١) وهي اكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (٢) عند درجة حرية (٦٦) ونسبة خطأ (٠,٠٥) ، فيما تبين أن (١٤) فقرة غير مميزة بين المجموعتين العليا والدنيا ، الملحق (٦) ، إذ تراوحت قيمها التائية المحسوبة ما بين (صفر -١,٨٠٦) وهي اصغر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (٢) عند درجة حرية (٦٦) ونسبة خطأ (٠,٠٥).

٢-٣-٢-٣ أسلوب معامل الاتساق الداخلي:

وبعد استبعاد الفقرات غير المميزة تم إيجاد معامل ارتباط درجة كل فقرة بالدرجة الكلية لعينة البناء نفسها والبالغة (٦٨) إعلامياً ، وقد تم حساب معاملات ارتباط درجة كل فقرة بالدرجة الكلية باستخدام معامل ارتباط بيرسون ، كما مبين في الجدول (٤).

الجدول (٤) قيم معامل الارتباط بين درجة الفقرة والدرجة الكلية للمقياس

ت	(ر) المحتسبة	ت	(ر) المحتسبة	ت	(ر) المحتسبة	ت	(ر) المحتسبة
١		١٦	*٠,٦٣٣	٢١	*٠,٣٩٤	٤٦	
٢	*٠,٤٥٩	١٧	*٠,٥٥٣	٢٢	*٠,٢٤٩	٤٧	*٠,٣٨١
٣		١٨	*٠,٥٧٥	٢٣		٤٨	
٤		١٩	*٠,٥٢٥	٢٤	*٠,٤٢٣	٤٩	*٠,٣٦٧
٥	*٠,٥٣١	٢٠	*٠,٦٦٣	٢٥		٥٠	
٦	*٠,٤٢٥	٢١	*٠,٥١٨	٢٦	*٠,٣٣٢	٥١	*٠,٣٩٣
٧	*٠,٥١١	٢٢	*٠,٥٧٧	٢٧	*٠,٣٩٣	٥٢	*٠,٢٩٩
٨	*٠,٥٠٧	٢٣	*٠,٤٨٨	٢٨		٥٣	
٩	*٠,٣١١	٢٤	*٠,٤٧٨	٢٩	*٠,٣٢٨	٥٤	*٠,٣٣٢
١٠	*٠,٤٤٨	٢٥	*٠,٤٧٣	٤٠		٥٥	*٠,٣٤٢
١١	*٠,٦٣٧	٢٦		٤١	*٠,٤٠٥		
١٢	*٠,٢٦٧	٢٧	*٠,٤٤٨	٤٢			
١٣	*٠,٣٣٦	٢٨	*٠,٤٠١	٤٣			
١٤	*٠,٥٠٣	٢٩	*٠,٥٠٨	٤٤	*٠,٣٥٨		
١٥	*٠,٦٠٠	٣٠	*٠,٥٢٥	٤٥	*٠,٣٥٥		

* قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٦٦) ومستوى معنوية (٠,٠٥) = (٠,٢٣٢)

يتبين من الجدول (٦) ان معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس تراوحت ما بين (٠,٢٦٧ - ٠,٦٦٣) وهي اكبر من قيمة (ر) الجدولية البالغة (٠,٢٣٢) عند درجة حرية (٦٦) ونسبة خطأ (٠,٠٥) وبهذا لم تسقط أية فقرة.

٤-٣-٣ معامل ثبات المقياس:

يقصد بالثبات (الاستقرار) بمعنى انه لو كررت عمليات قياس الفرد الواحد لتبين من درجته شيئاً من الاستقرار . ومعامل الثبات بين درجات الأفراد في الاختبار في عدد مرات الإجراءات المختلفة (باهي، ١٩٩٩ ، ٥) ويعني الاتساق في النتائج. (Marshall, 1972,104) .
لأجل الحصول على ثبات المقياس استخدم الباحث طريقة إعادة الاختبار إذ طبق المقياس على (٨) إعلاميين من تصنيفات المجموعة الثالثة لبطولة شباب آسيا لكرة القدم في ٤ - ١١ - ٢٠٠٩ ثم أعيد الاختبار بعد عشرة أيام ، وبعد جمع الاستمارات تمت معالجتها إحصائياً باستخدام معامل الارتباط (بيرسون) ، تم الحصول على معامل الثبات ٠,٨٥ .

٥-٣-٣ التجربة الاستطلاعية :

وهي تجربة مصغرة مشابهة للتجربة الحقيقية ، (محجوب وحسين ، ٢٠٠٢ ، ٣٥) . تضمنت أداة البحث المواصفات والشروط العلمية ، و تم إجراء تجربة استطلاعية على عينة من الإعلاميين في وسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئي من بطولة حلب الدولية لكرة السلة لكرة القدم بلغ عددها (٨)إعلاميين، في ٢ - ١٢ - ٢٠٠٩ ، لمعرفة مدى وضوح العبارات وفهمها ، وان كانت هنالك أسئلة تحتاج إلى توضيح (فرحات ، ٢٠٠١ ، ١٧١) . وتبين أن الفقرات واضحة ومفهومة واستغرق معدل زمن الإجابة على فقرات المقياس (١٥ دقيقة) .

٦-٣-٣ وصف المقياس وتصحيحه :

المقياس هو " معيار محكم يثبت المستوى في إعطاء حكم محدد على المفحوص أو المختبر ويثبت نسبياً" ، أما مقاييس الاستبانة فهي " المقاييس التي في صورة استبيان إذ تحتوي على عدد من الأسئلة أو العبارات ، ويطلب من المبحوث إبداء رأيه في كل عبارة أو سؤال ، وتحتسب الدرجات باستخدام الأوزان التقديرية" (عويس ، ٢٠٠٣ ، ٢٧٤ - ٤٤٨) وبلغ عدد الفقرات الايجابية (٣٧) فقرة ، وعدد الفقرات السلبية (٤) فقرات.

وتكون المقياس من (٤١) فقرة في ثلاثة محاور:

- محور مهام التخطيط - ١٧ فقرة
- محور مهام التنظيم - ١٦ فقرة

• محور مهام التقويم - ٨ فقرة

وتمت الإجابة على فقرات المقياس على وفق بديلين (نعم ، كلا) وتعطى أوزان درجات الإجابة على بدائل المقياس (١- ٢) على التوالي لتصبح الحدود العليا لدرجات المقياس (٨٢) درجة والحدود الدنيا لدرجات المقياس (٤١) درجة.

٤-٣ الوسائل الإحصائية :

لأجل التوصل إلى النتائج استخدم الباحث الوسائل الإحصائية الآتية:

- الوسط الحسابي .
- الانحراف المعياري .
- النسبة المئوية .
- معامل الارتباط البسيط ل (بيرسون) (التكريري والعبيدي ، ١٩٩٩ ، ١٠١- ٢٧٦)

٤- عرض وتحليل النتائج ومناقشتها

من خلال هذه الدراسة تم بناء مقياس تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية من خلال الإجراءات الخاصة ببناء المقياس وذلك لتحقيق هدف البحث، وكما في الملحق (٧).

٥- الاستنتاجات والتوصيات:**١-٥ الاستنتاجات :**

- ١ - فاعلية مقياس تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية .
- ٢ - يمكن استخدام أي محور من محاور المقياس كعامل مستقل لقياس مهمة من مهام مراكز الإعلام.
- ٣ - لمراكز الإعلام دور ايجابي في تزويد الجمهور بالمعلومات حول الأحداث الرياضية التي تنفذها المؤسسات الرياضية المحلية والعربية والقارية والدولية ، وجعل الجمهور على وعي دائم بتلك الأحداث .

٢-٥ التوصيات:

- ١ - تشييد مراكز الإعلام في مواقع المنافسات الرياضية ودعمها لتكون واجهة الإعلام العراقي الرياضي في العالم لكون الرياضة من الوسائل المهمة التي تفهمها الشعوب كافة .
- ٢ - إنشاء مركز الإعلامي داخل كل جامعة من جامعات العراق ليقدم الخبرة والمشورة المهنية لوحدات الإعلام والعلاقات العامة في الكليات ، وإعداد استطلاعات الرأي العام أو المشاركة فيها ، وتهيئة الظروف المناسبة لتسهيل مهمة الإعلاميين ووسائل الاتصال .
- ٣ - اعتماد المقياس المعد في هذه الدراسة كمؤشر للتعرف على جودة و صلاحية المراكز الإعلامية في المنافسات الرياضية القادمة.

المصادر العربية : القرآن الكريم

- ١- إبراهيم ، نشوى إمام (٢٠٠٣) : تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية ، جامعة حلوان ، مصر .
- ٢- أبو صالح ، محمد صبحي (٢٠٠٠) : الطرائق الإحصائية ، دار المعارف للتوزيع والنشر، عمان.
- ٣- أبو عايد ، احمد فاروق احمد محمد (٢٠٠٢) : الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني في الفترة من (١٩٩٥ - ٢٠٠٠) ، رسالة ماجستير ، مصر .
- ٤- باهي ، مصطفى حسين (١٩٩٩) : المعاملات العلمية العملية بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر ، مصر .
- ٥- بلوم، بنيامين ، وآخرون (١٩٨٣) : تقييم تعلم الطالب التجميعي والتكويني، ترجمة محمد أمين المغني وآخرون ، دار ماكروهيان ، القاهرة ، مصر ..
- ٦- بدوي، عصام ، (٢٠٠١) : موسوعة التنظيم والإدارة في التربية البدنية والرياضة، دار الفكر العربي، القاهرة ، مصر .
- ٧- التكريتي، وديع ياسين والعبدي ، حسن محمد عبد (١٩٩٩) : التطبيقات الإحصائية واستخدامات الحاسوب في بحوث التربية الرياضية ، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل.
- ٨- تيشوري، عبد الرحمن (٢٠٠٦) : مجلة الحوار المتمدن ، العدد ١٥٤٠ .
- ٩- جابر، عبد الحميد ، وكاظم ، احمد خيرى (١٩٩٣) : مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار النهضة العربية، القاهرة ، مصر .
- ١٠- جول (٢٠٠٩) : مجلة مصرية ، العدد ٧٠٩ .
- ١١- الحماحي ورجب (٢٠٠٦) : الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة .
- ١٢- خضور، أديب (١٩٩٤) : الإعلام الرياضي ، دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، مكتبة الأسد ، دمشق .
- ١٣- الخوري، نسيم (٢٠٠٥) : الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية ، مركز الدراسات العربية ، بيروت .

- ١٤- رجب، احمد سعيد (٢٠٠١) : صياغة جديدة للصحافة الرياضية لمواجهة متطلبات الإعلام الرياضي في الدورات الاولمبية الحديثة ، رسالة دكتوراه في التربية الرياضية غير منشورة، كلية التربية الرياضية ، جامعة حلوان .
- ١٥- روي، ديفيد (٢٠٠٤) : الرياضة والثقافة ووسائل الإعلام (الثالث الصعب)، ترجمة، (خير الدين علي عويس) ، ط٢ ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- ١٦- رويدري، رجاء وحيد (٢٠٠٠) : البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر، دمشق.
- ١٧- الشمري ، متعب صويان (٢٠٠١) : جريدة الجزيرة السعودية ، العدد ١٤ ١٠٥ .
- ١٨- شحاذه، عثمان محمود (٢٠٠٨) : دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية غير منشورة ، جامعة ديالى.
- ١٩- علاوي، محمد حسن و رضوان ، نصر الدين (٢٠٠٠) : القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي ، ط٣ ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- ٢٠- عزت، محمد فريد محمود (١٩٩٣) : مدخل إلى الصحافة ، مكتب احمد فؤاد للكوميوتر، القاهرة.
- ٢١- عصام الدين، عادل(٢٠٠٠): دور وسائل الإعلام في امن الملاعب الرياضية، (بحث ضمن أبحاث الندوة العلمية امن الملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية).
- ٢٢- عويس، وعبد الرحيم (١٩٩٨) : الإعلام الرياضي ، ج ١ ، مركز الكتاب للنشر، جمهورية مصر العربية.
- ٢٣- عدوي، رغدة (٢٠١٠) : شبكة فلسطين الإخبارية PNN ، المركز الإعلامي القضائي.
- ٢٤- عويس، محمد (٢٠٠٣) : البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية ، الدراسة والتشخيص في بحوث الممارسة ، ط٣ ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
- ٢٥- العساف ، صالح بن حمد (١٩٨٨) : المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، المديرية العامة للمطبوعات ، الرياض .
- ٢٦- عودة، احمد سليمان (١٩٩٩) : القياس والتقويم في العملية التدريسية، جامعة اليرموك، عمان.
- ٢٧- الغريب، رمزية (١٩٨٥) : التقويم والقياس النفسي والتربوي ، مكتبة ألا نجلو المصرية، القاهرة.
- ٢٨- فرحات، ليلي السيد (٢٠٠١) : القياس والاختبارات في التربية الرياضية، مركز الكتاب للنشر، جامع حلوان، مصر.

- ٢٩ - القربي، عيسى (٢٠٠٩) : المجلة الاقتصادية السعودية، العدد ٥٨٨٦ .
٣٠ - الكبيسي، كامل ثامر (١٩٩٥) : أثر اختلاف حجم العينة والمجتمع الإحصائي في القدرة التمييزية لفقرات المقياس، أطروحة دكتوراه، كلية التربية ابن رشد، جامعة بغداد.
٣١ - محجوب، وجيه، وحسين، احمد بدري (٢٠٠٢) : البحث العلمي، مطابع التعليم العالي، بابل.

المصادر الأجنبية :

- 32- Real; Media Sport(1998); Technology and the commdification of postmodern Sport Winner (ed) Media sport .London ,Routiedge,M, ,P14.
33- Lawre. A, Wenner(1989); Media Sport and Society Sage Publications; USA , ,P15
34-Marshall John (1972): Essential testing , California :Addison.

مصادر الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت):

- ٣٥ -الذيقاني ، عبد الله (٢٠٠١) : وكالة الأنباء اليمنية .
http://www.yemeninfo.gov.ye/info_cernters.htm
٣٦ - قسم تكنولوجيا المعلومات (٢٠٠٢) : إدارة شؤون الإعلام، الأمم المتحدة .
www.unitrdnations.com
٣٧ - نظــــام المــــركــــز الأــــردنــــي للإعــــلام (٢٠٠٤) .
<http://www.dahsha.com/viewarticle.php?id=>
٣٨ - المركز التربوي (٢٠٠٧) : سلطنة عمان ، وزارة التربية والتعليم .
www.omanet.om/arabic/social/dev2.asp?cat=sdev
٣٩ - البدنية (٢٠٠٨) : . //www.badnia.net . :
http://osamahariri.blogspot.com/2008/07/blog-post_5505.html
٤٠ - عامر، عادل (٢٠٠٨) : مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي والاتصال الدعوي ومفهوم الدعوة .
[/http://news.maktoob.com/forum/news71111](http://news.maktoob.com/forum/news71111) .
٤١ - الصبيح، عبد اللطيف (٢٠٠٩) : وزارة الإعلام الكويتي ، قطاع الأخبار والبرامج السياسية.
<http://www.news.gov.kw/a/73149>
٤٢ - موسوعة الغرائب والطرائف والعجائب (٢٠٠٩) .
<http://www.kingsof3rb.com/t45821.html>
٤٣ - الداخلية، الإدارة العامة لديوان الوزارة (٢٠١٠) : وزارة الداخلية ، المركز الإعلامي .
<http://www.policemc.gov.bh/aboutmc.aspx>
٤٤ - العيسى، د.شملان يوسف (٢٠١٠) ، جريدة الوطن الكويتية .
<http://www.alwatan.com.kw/newsMainPage.aspx>

الملحق (١) مجتمع البحث

ت	المنافسة الرياضية	عدد الفرق	مكان وزمان إقامتها	أسماء الفرق
١	تصفيات بطولة أمم آسيا لكرة القدم	٦	أربيل من ١١-٢٠٠٩ ولغاية ١٦ منه	العراق، السعودية، الكويت، سلطنة عمان، الهند، أفغانستان
٢	بطولة حلب الدولية لكرة السلة	٨	حلب من ٢٩-١١-٢٠٠٩ لغاية ٤-١٢-٢٠٠٩	الاتحاد السكندري، النصر الإماراتي، جامعة العلوم التطبيقية الأردني، الاتحاد السوري، الجلاء السوري، الشانفيل اللبناني، الجيش القطري، أضنه سبور التركي
٣	بطولة العالم للتايكواندو	٥٩	القاهرة من ٢٩-١١-٢٠٠٩ ولغاية ٣-١٢-٢٠٠٩	فرنسا، كرواتيا، قطر، ماكاو، باكستان، إيران، نيوزيلندا، أيرلندا، ألمانيا، السنغال، فيتنام، زيمبابوي، النرويج، النمسا، هولندا، روسيا، الكونغو، مدغشقر، أستراليا، كازاخستان، المغرب، كينيا، بيرو، الأكوادور، منغوليا، البرتغال، اليابان، ماليزيا، فنلندا، البرازيل، التشيك، الدنمرك، كولومبيا، السويد، أذربيجان، أسبانيا، السودان، أوزبكستان، الصين، جواتيمالا، صربيا، أمريكا، نيجيريا، الفلبين، تونس، المجر، لبنان، تايوان، موريشيوس، سيريلانكا، المملكة المتحدة، الهند، ليبيا، سويسرا، إيطاليا، كوريا، المكسيك، البحرين، مصر
٤	بطولة العرب لرفع الأثقال	١١	عمان من ٢٣-١٢-٢٠١٠ لغاية ٢٩ منه	العراق، مصر، الجزائر، المغرب، فلسطين، السعودية، قطر، عمان، سوريا، اليمن، الأردن
٥	بطولة أمم آسيا لكرة اليد	١٢	بيروت من ٦-٢-٢٠١٠ لغاية ١٩ منه	السعودية، الصين، سوريا، اليابان، البحرين، العراق، كوريا ج، قطر، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، إيران، الأردن
٦	بطولة أمم أفريقيا لكرة اليد	١٢	القاهرة من ١٠-٢-٢٠١٠ لغاية ٢١ منه	الكونغو الديمقراطية، نيجيريا، تونس، ليبيا، مصر، الجابون، أنجولا، الكاميرون، المغرب، الكونغو، كوت ديفوار، الجزائر.
٧	بطولة الاسكندريات للتايكواندو	٢٥	الإسكندرية من ١٠-٢-٢٠١٠ لغاية ١٤ منه	الأردن، الهند، نيجيريا، اليونان، بيلاروسيا، ليبيا، البحرين، الكويت، الإمارات العربية المتحدة، قطر، السودان، المملكة العربية السعودية، كرواتيا، فلسطين، كوريا، روسيا، أثيوبيا، تونس، مصر، سوريا، المغرب، أوكرانيا، جورجيا، سويسرا، كينيا

الملحق (٢)

بسم الله الرحمن الرحيم

م / استبيان

آراء السادة الخبراء والمختصين في مجال الإدارة والتنظيم والإعلام والإعلام الرياضي

الأستاذ الفاضل المحترم

تحية طيبة :

في النية إجراء البحث الموسوم (تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية) ، وبعد إجراء تحليل محتوى المصادر العلمية والدراسات السابقة تم تحديد المحاور وفقراتها ، ولكونكم من ذوي الخبرة والاختصاص في الإدارة والتنظيم والإعلام والإعلام الرياضي ، يرجى بيان رأيكم في المحاور وفقراتها .
ولكم فائق الاحترام والتقدير

المحاور الأساسية لتقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية

المحور الأول : التخطيط الإعلامي

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	صالحة بعد التعديل
١	الاستفادة من نتائج خطط المراكز السابقة في إعداد الخطط الحالية .			
٢	وضع بدائل لتسهيل عمل العاملين في المركز .			
٣	وضع خطط لتطوير كفاءة الكادر الإداري للمركز .			
٤	وضع هيكل إداري منسجم مع طبيعة عمل المركز .			
٥	العمل وفق الإمكانيات البشرية والمادية لتحقيق أهداف المركز .			
٦	اعتماد أسلوب استشارة العاملين السابقين في المركز الإعلامي .			
٧	متابعة تنفيذ الخطط وفق المعايير المحددة .			
٨	توفير وسائل الاتصالات الحديثة لتسهيل عمل الإعلاميين الوافدين إلى البطولة .			

المحور الثاني : التنظيم الإعلامي

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	صالحة بعد التعديل
١	توزيع الواجبات بين العاملين في المركز على أساس الكفاءة والخبرة .			
٢	توفير الظروف المناسبة لعمل القائمين على المركز الإعلامي .			
٣	تشكيل لجان عمل لتنظيم المركز الإعلامي وإدارته .			
٤	تحديد سياقات عمل اللجان على وفق جداول زمنية .			
٥	توفير المعلومات الضرورية عن طبيعة العمل في المركز الإعلامي			
٦	وضع معايير لأداء العاملين في المركز .			
٧	تشخيص المشكلات المحتملة التي تواجه عمل المركز الإعلامي .			
٨	توفير وسائل تدريب مختلفة للعاملين في المركز قبل البطولة .			
٩	منح الصلاحيات المناسبة التي تتفق مع مؤهلات العاملين في المركز .			
١٠	استخدام طرائق البحث العلمي في تطوير أداء العاملين .			

المحور الثاني : التقويم الإعلامي

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	صالحة بعد التعديل
١	وضع معايير خاصة لتقويم العمل في المركز .			
٢	متابعة نتائج أداء العاملين في المركز.			
٣	متابعة مدى تحقق أهداف عمل المركز.			
٤	التشخيص المبكر لأسباب الخلل في تنفيذ العمل .			
٥	وضع المعالجات اللازمة باستخدام الوسائل المناسبة .			
٦	وضع نظام رقابي لأداء العاملين في المركز .			
٧	الاطلاع على البحوث والدراسات التقييمية لطبيعة عمل المركز الإعلامي .			
٨	تقويم نظام أداء الفرد من خلال مدير المركز أو من خلال نفسه .			
٩	التأكيد على المعايير الموضوعية للتقويم التي توازي إمكانات التنفيذ .			

الملحق (٣)

بسم الله الرحمن الرحيم

م / استيبان آراء الخبراء حول صدق المقياس

الأستاذ المحترم

نهديكم أطيب تحياتنا :

يقوم الباحث ببناء مقياس (تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية) يرجى تفضلكم بإبداء رأيكم بمحاور المقياس وفقراتها التي يتضمنها موضوع دراستنا في ضوء ما يأتي ، شاكرين تعاونكم معنا خدمة للبحث العلمي مع التقدير .

١- مدى وضوح الفقرات .

٢- مدى ملائمة الفقرات للمجال المخصص .

٣- صلاحية المحاور في قياس المهام .

٤- ملائمة البدائل (نعم ، كلا) .

أسماء السادة الخبراء والمختصين

ت	الاسم	مكان العمل	الاختصاص
١	أ.د راشد حمدون ذنون	كلية التربية الرياضية - جامعة الموصل	الإدارة والتنظيم
٢	أ.م.د مؤيد الخفاف	كلية الآداب - جامعة الموصل	الإعلام
٣	أ.م.د رياض احمد اسماعيل	كلية التربية الرياضية - جامعة الموصل	الإدارة والتنظيم
٤	أ.م.د احمد عبد المجيد	كلية الإعلام - جامعة بغداد	الإعلام
٥	أ.م.د عمار ظاهر	كلية الإعلام - جامعة بغداد	الإعلام
٦	أ.م.د عدي غانم الكواز	كلية التربية الرياضية - جامعة الموصل	الإدارة والتنظيم
٧	م.د محمد ذاکر سالم	كلية التربية الرياضية - جامعة الموصل	الإدارة والتنظيم
٨	م.د هادي عبد الله	كلية الإعلام - جامعة بغداد	الإعلام
٩	م.د سلطان جرجيس حامد	كلية الآداب - جامعة الموصل	إعلامي
١٠	م.م.م سالم مطر السبعواوي	كلية العلوم السياسية - ماجستير دراسات دولية	الإعلام

الإعلام	كلية العلوم السياسية – ماجستير دراسات دولية	م.م عدنان خلف البدراني	١١
صحفي	عضو الهيئة الإدارية للاتحاد العراقي للصحافة الرياضية	حسين الخرساني	١٢
صحفي	عضو الهيئة الإدارية للاتحاد العراقي للصحافة الرياضية	يوسف فعل ضمد	١٣
صحفي	رئيس نقابة صحفيي محافظة نينوى	فوزي يحيى القاسم	١٤
صحفي	مدير إعلام جامعة الموصل	ثامر معيوف خليل	١٥

السادة ذوي الخبرة والاختصاص الذين تم مقابلتهم

ت	اسم الخبير	مكان العمل	الصفة
١	أ.د ذنون الأطرقجي	جامعة الموصل – كلية التربية الأساسية	صحفي سابق
٢	أ.م.د عادل فاضل	اللجنة الاولمبية الوطنية العراقية	الأمين العام للجنة الاولمبية العراقية
٣	أ.د مكي محمود حسين	كلية التربية الرياضية – جامعة الموصل	خبير في مجال القياس والتقويم
٤	أ.م.د نجم الدين عبد الله	جامعة الموصل – كلية الزراعة والغابات	إعلامي سابق
٥	غازي الشايح	نقابة الصحفيين العراقيين	النائب الأول لنقيب الصحفيين العراقيين
٦	خالد جاسم السامرائي	الاتحاد العراقي للصحافة الرياضية	رئيس الاتحاد العراقي للصحافة الرياضية
٧	عدنان لفتة	فضائية قناة الحرة	صحفي
٨	عبد الوهاب اسماعيل	مديرية الثقافة الجماهيرية	صحفي
٩	ذو اليزن محمود	وزارة الثقافة	صحفي
١٠	صباح شكر الأطرش	نقابة الصحفيين العراقيين – نينوى	عضو الهيئة الإدارية
١١	نور الدين حسين	جمعية المصورين – نينوى	مصور صحفي
١٢	خالد حمادي حسين	معهد الدراسات العربية – القاهرة	صحفي

الملحق (٤) الفقرات المضافة والمعدلة والمحذوفة حسب رأي الخبراء والمختصين

الفقرات المضافة		
المحور	ت	نص الفقرة
التخطيط	١	الأجهزة الكهربائية والالكترونية المستخدمة في المركز ذات صلاحية جيدة .
	٢	إعداد كادر مؤهل لإصدار نشرات يومية عن البطولة .
	٣	إعداد مواد إعلامية مترجمة عن المعالم الحضارية والرياضية للبلد .
	٤	منطقة اتصالات مجهزة بجحرات هاتف فردية وآلات تلي فاكس .
	٥	منطقة اتصالات مجهزة بجحرات هاتف فردية وآلات تلي فاكس .
	٦	منطقة تصوير مع غرفة معتمة مجهزة بالماء والكهرباء وجهاز التصوير السلكي (ISDN). وخدمة تصوير (استنساخ) .
	٧	وجود شاشات تلفزيون ومسجلات فيديو .
	٨	منطقة إيجاز إعلامي دائمة وقابلة للتغيير .
	٩	متسع مكتبي لموظفي الاتحاد الدولي للعبة .
	١٠	مكتب أو متسع مكاني للشركاء التجاريين الرسميين .
	١١	متسع للراحة للمستفيدين من المركز الإعلامي .
	١٢	موقع المركز الإعلامي قريب من الملعب .
التنظيم	١	ضمان وجود إشراف فاعل وحقيقي على عمل الأفراد .
	٢	تحقيق الاتصال الفاعل لجميع المشتغلين في المركز لضمان انسيابية العمل .

٣	توجيه كافة الجهود لتحقيق الأهداف المحددة للمركز .	
٤	أن يكون المركز على اتصال مباشر ومستمر مع وسائل الإعلام لضمان وصول أخبار البطولة لأكبر عدد من الجمهور وفي كل أوقات اليوم .	
٥	إصدار رسائل إخبارية يومية بأكثر من لغة .	
٦	الاستعانة بمترجمين لتسهيل مهمة المستفيدين من المركز من الإعلاميين والمدربين والباحثين الوافدين إلى البطولة .	
٧	إصدار بطاقات تعريفية خاصة بالمستفيدين من المركز .	
٨	وضع ملصقات خاصة بالبطولة في أماكن مختلفة في المدينة المضيئة للبطولة وفي الملاعب التي تقام فوقها المباريات .	
٩	يسمح لي البقاء في المركز لفترة طويلة .	
١٠	هناك جهاز حاسب (مربوط بخط انترنت) لكل صحفي .	
١١	هناك صحيفة يومية بعدة لغات عن البطولة .	
١٢	أشجع تواجد خبراء في مجال اللعبة في المراكز الإعلامية لتحليل مباريات البطولة .	
١٣	حضرت مركز إعلامي في بطولة سابقة وكان في مستوى المركز الحالي .	
١٤	جلبت معي جهاز الحاسب المحمول واستخدمه عوضا عن المجيء إلى المركز الإعلامي .	
١٥	المركز الإعلامي لم يعد يؤدي وظيفة إعلامية حيوية في ظل التطور التكنولوجي وسهولة الاتصالات .	
١٦	احتكار بث المباريات من قبل قنوات رياضية فضائية محددة يؤثر على دور المركز الإعلامي الذي يؤديه الآن .	
١٧	المركز الإعلامي يقيم مؤتمر صحفي بعد المباراة .	
١	تعريف أهداف العمل بوضوح .	التقويم
٢	اعتماد طرائق إحصائية وجداول قياسية للكشف عن نواحي القوة والضعف .	
٣	الرغبة في التعاون وانجاز العمل في الوقت المحدد له .	
٤	سيادة الروح الديمقراطية في عملية التقويم .	
٥	عرض نتائج العمل بشفاافية عالية وبهدف سام بعيدا عن أي تجاوز مهني .	
٦	المقوم ليس جهة حكومية وتوصياته غير ملزمة بالتنفيذ .	
الفقرات المعدلة		
ت	صيغة الفقرة قبل التعديل	صيغة الفقرة بعد التعديل
١	وضع بدائل لتسهيل عمل العاملين في المركز .	توفير المرونة في العمل لمواجهة المتغيرات دون الحاجة إلى إحداث تغييرات جوهرية في الهيكل التنظيمي .
٢	وضع هيكل إداري منسجم مع طبيعة عمل المركز .	التزام العاملين في المركز بمختلف عناوينهم بالقواعد التي تحكم سير العمل و المحددة مسبقا من قبل الإدارة العليا للمركز .
٣	اعتماد أسلوب استشارة العاملين السابقين في المركز الإعلامي .	الاستعانة بإداريين عملوا في مراكز الإعلام يتمتعون بخبرات نجاح سابقة .
٤	توفير وسائل الاتصالات الحديثة لتسهيل عمل الإعلاميين الوافدين إلى البطولة .	توفير المعلومات والإحصائيات والبيانات الكافية عن البطولات السابقة والبطولة الحالية في إطار وحدة معلومات المركز البطولة .
٥	العمل وفق الإمكانيات المادية والبشرية لتحقيق أهداف المركز .	تلافي تداخل الأعمال ومراعاة أن يكون كل عمل مكمل للآخر .
١	توزيع الواجبات بين العاملين في المركز على أساس الكفاءة والخبرة .	تقسيم الواجبات بين العاملين في المركز لتحقيق الكفاءة والجودة والتميز .
٢	تشكيل لجان عمل لتنظيم وإدارة المركز الإعلامي .	تحديد إطار عمل الإدارات والأقسام المختلفة بالمركز التي تعمل معا لتحقيق أهداف المركز .
١	وضع معايير خاصة لتقويم العمل في المركز .	تحديد المعايير التي تقيس عليها العمل .
٢	وضع نظام رقابي علمي لأداء العاملين في المركز .	وضع نظم مراقبة داخلية وتعديد أنواع ومحتويات

التقارير الواجب تقديمها للمستويات الإدارية المختلفة	الإطلاع على البحوث والدراسات التقييمية	٣
التأكد من صحة إجراءات العمل باستخدام طرائق البحث العلمي .	لطبيعة عمل المركز الإعلامي .	
الاهتمام بكل وسائل العمل وغاياته .	وضع المعالجات اللازمة باستخدام الوسائل المناسبة .	٤

الفقرات المحذوفة		
الفقرة المحذوفة	ت	
الاستفادة من نتائج خطط المراكز السابقة في إعداد الخطط الحالية .	١	التخطيط
وضع خطط لتطوير كفاءة الكادر الإداري للمركز .	٢	
العمل وفق الإمكانيات المادية والبشرية لتحقيق أهداف المركز .	٣	
متابعة تنفيذ الخطط وفق المعايير المحددة .	٤	
توفير الظروف المناسبة لعمل القائمين على المركز الإعلامي	١	التنظيم
تحديد سياقات عمل اللجان وفق جداول زمنية محددة .	٢	
وضع معايير لأداء العاملين في المركز .	٣	
تشخيص المشكلات المحتملة التي تواجه عمل المركز الإعلامي .	٤	
توفير وسائل تدريب مختلفة للعاملين في المركز قبل البطولة .	٥	
منح الصلاحيات المناسبة التي تتفق مع مؤهلات العاملين في المركز .	٦	
استخدام طرائق البحث العلمي في تطوير أداء العاملين .	٧	
توفير المعلومات الضرورية عن طبيعة العمل في المركز الإعلامي .	٨	
متابعة نتائج أداء العاملين في المركز .	١	التقويم
متابعة مدى تحقيق أهداف عمل المركز .	٢	
التشخيص المبكر لأسباب الخلل في تنفيذ العمل .	٣	
تقويم نظام أداء الفرد من خلال مدير المركز أو من خلال نفسه .	٤	
التأكيد على المعايير الموضوعية للتقويم التي توازي إمكانيات التنفيذ .	٥	

الملحق (٥) المقياس بصورته الأولية

بسم الله الرحمن الرحيم

م / مقياس تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية

بطولة أنموذجا

السيد ----- المحترم

الصفة -----

تحية طيبة :

نضع بين أيديكم المقياس الخاص والذي تم إعداده من قبل الباحث للدراسة الموسومة (تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية) . راجين الإجابة على فقرات المحاور المرفقة طيا بوضع علامة (/) في الحقل المناسب لإجاباتكم شاكرين تعاونكم معنا خدمة للبحث العلمي مع التقدير .

المحور الأول

التخطيط الإعلامي :

هو التفكير المسبق وعمل الترتيبات عادة في ضوء التجارب والحاجات المعروفة والمتوقعة كما أنه أسلوب في التفكير والتدبير والتنظيم والتنسيق والتوقيت والعمل . وهو في أساسه عملية مستمرة لتحقيق الأهداف المتناسقة والمتكاملة والمتراطة وغيرها المتعارضة التي يتقرر بلوغها . ويعرف أيضا بأنه جهود واعية لتكييف نظام مع بيئة لغرض إنجاز أهداف النظام ذاته . و يضم خمسة عناصر أساسية تكون ما يعرف بالتخطيط وهي النظام و البيئة و التكيف و الجهود و الأهداف (الأخضر ، ٢٠١٠ ، ٣) .

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	التعديل المقترح
١	موقع المركز الإعلامي قريب من الملعب .			
٢	مراعاة صلاحية الأجهزة الكهربائية والالكترونية المستخدمة في المركز .			
٣	مراعاة السقف الزمني للعمل بحيث تكون ساعات العمل في مستوى طاقة العاملين .			
٤	توفر المرونة في العمل لمواجهة المتغيرات دون الحاجة إلى إحداث تغييرات جوهرية في الهيكل التنظيمي .			
٥	توفير المناخ النفسي الملائم للعمل داخل المركز.			
٦	التزام العاملين في المركز بمختلف عناوينهم بالقواعد التي تحكم سير العمل و المحددة مسبقا من قبل الإدارة العليا للمركز			
٧	الاستعانة بإداريين عملوا في مراكز الإعلام يتمتعون بخبرات نجاح سابقة .			
٨	الالتزام بمعايير إنشاء المراكز الإعلامية في المنافسات الرياضية .			
٩	إعداد كادر مؤهل لإصدار نشرات يومية عن البطولة .			
١٠	توفير المعلومات والإحصائيات والبيانات الكافية عن البطولات السابقة والبطولة الحالية في إطار وحدة معلومات المركز البطولة .			
١١	إعداد مواد إعلامية مترجمة عن المعالم الحضارية والرياضية للبلد .			
١٢	تلافي تداخل الأعمال ومراعاة أن يكون كل عمل مكمل للآخر .			
١٣	الهيئة الإدارية المركزية لها القدرة الفنية على صياغة الخطط واتخاذ القرارات			
١٤	منطقة اتصالات مجهزة بجحرات هاتف فردية وآلات تلي فاكس			
١٥	منطقة تصوير مع غرفة معتمة مجهزة بالماء والكهرباء وجهاز التصوير السلبي (ISDN) . وخدمة تصوير (استنساخ)			
١٦	وجود شاشات تلفزيون ومسجلات فيديو .			
١٧	منطقة إيجاز إعلامي دائمة وقابلة للتغيير .			
١٨	متسع مكتبي لموظفي الاتحاد الدولي للعبة .			
١٩	مكتب أو متسع مكاني للشركاء التجاريين الرسميين .			
٢٠	متسع للراحة للمستفيدين من المركز الإعلامي .			

المحور الثاني التنظيم الإعلامي :

هو الوسيلة التي يمكن من خلالها تنسيق جهود الأفراد الذين يعملون معا نحو غاية مشتركة لتحقيق الهدف المرجو بأقل ما يمكن من التنافر والتضارب و بأقصى إشباع ممكن لكل أولئك الذين تؤدي الخدمات من اجلهم ، والذين يؤدون الخدمات . ويتم بمقتضى التنظيم جمع الأجزاء المترابطة كلا موحدًا يمكن معه مزاولة السلطة وأداء الاختصاصات. (قطب وآخرون، ١٩٨٤، ١٠٧)

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	التعديل المقترح
١	تحديد إطار عمل الإدارات والأقسام المختلفة بالمركز التي تعمل معا لتحقيق أهداف المركز .			
٢	تقسيم الواجبات بين العاملين في المركز لتحقيق الكفاءة والجودة والتميز .			
٣	تكافؤ السلطة مع المسؤولية بحيث تكون سلطة لفرد بقدر الواجب المسند إليه .			
٤	ضمان وجود إشراف فاعل وحقيقي على عمل الأفراد			
٥	تحقيق الاتصال الفاعل لجميع المشتغلين في المركز لضمان انسيابية العمل .			
٦	توجيه كافة الجهود لتحقيق الأهداف المحددة للمركز .			
٧	أن يكون المركز على اتصال مباشر ومستمر مع وسائل الإعلام لضمان وصول أخبار البطولة لأكبر عدد من الجمهور وفي كل الأوقات .			
٨	إصدار رسائل إخبارية يومية بأكثر من لغة .			
٩	الاستعانة بمتترجمين لتسهيل مهمة المستفيدين من المركز من الإعلاميين والمدربين والباحثين الوافدين إلى البطولة .			
١٠	إصدار بطاقات تعريفية خاصة بالمستفيدين من المركز .			
١١	وضع ملصقات خاصة بالبطولة في أماكن مختلفة في المدينة المضيفة للبطولة وفي الملاعب التي تقام فوقها المباريات .			
١٢	إدارة المركز الإعلامي جيدة .			
١٣	يسمح لي البقاء في المركز لفترة طويلة .			
١٤	هناك جهاز حاسب (مربوط بخط انترنت) لكل صحفي .			
١٥	هنالك صحيفة يومية بعدة لغات عن البطولة .			
١٦	أشجع تواجد خبراء في مجال اللعبة في المراكز الإعلامية لتحليل مباريات البطولة .			
١٧	حضرت مركز إعلامي في بطولة سابقة وكان في مستوى المركز الحالي .			
١٨	جلبت معي جهاز الحاسب المحمول واستخدمه عوضا عن المجيء إلى المركز الإعلامي .			
١٩	المركز الإعلامي لم يعد يؤدي وظيفة إعلامية حيوية في ظل التطور			

		التكنولوجي وسهولة الاتصالات .	
٢٠		احتكار بث المباريات من قبل قنوات رياضية فضائية محددة يؤثر على دور المركز الإعلامي الذي يؤديه الآن .	
٢١		المركز الإعلامي يقيم مؤتمر صحفي للاعبين والمدربين .	

المحور الثالث

التقويم الإعلامي :

يقترَب مفهوم التقويم الإعلامي إلى مصطلح (القياس) ، أي يراد به قياس اقتراب أو ابتعاد مؤسسة إعلامية ما من قضية معينة بغرض تعديل أو ضبط مسارها الإعلامي، وهذه تقترب إلى حد كبير إلى وظيفة البحث العلمي لوسائل الإعلام ، فالبحث العلمي يراقب الظواهر الإعلامية ويفسر وجودها ومن ثم يوضع لها اقتراحات (ضوابط أو تحكم) . (القيم، ٣، ٢٠٠٨)

ت	الفقرة	صالحة	غير صالحة	التعديل المقترح
١	تحديد المعايير التي تقيس عليها العمل .			
٢	تعريف أهداف العمل بوضوح .			
٣	اعتماد طرائق إحصائية وجداول قياسية للكشف عن نواحي القوة والضعف .			
٤	الرغبة في التعاون وانجاز العمل في الوقت المحدد له .			
٥	الاهتمام بكل وسائل العمل وغاياته .			
٦	سيادة روح الديمقراطية في عملية التقويم .			
٧	ملاحظة مدى ملائمة وحدات العمل مع مؤهلات العاملين .			
٨	يحمل التقويم صفة الحيادية والمسؤولية العلمية لا الصفة الجهورية .			
٩	عرض نتائج العمل بشفافية عالية وبهدف سام بعيدا عن أي تجاوز مهني .			
١٠	التأكد من صحة إجراءات العمل باستخدام طرائق البحث العلمي			
١١	لا يمثل المقوم جهة حكومية توصياته ملزمة بالتنفيذ .			
١٢	موضوع التقويم ذو بعد واضح وقابل للقياس والتصنيف .			
١٣	الغرض من تقويم الأداء الإداري هو الجديد والمؤثر في العمل			
١٤	وضع نظم مراقبة داخلية وتحديد أنواع ومحتويات التقارير الواجب تقديمها للمستويات الإدارية المختلفة .			

هل يتوفر في المركز الإعلامي ما يأتي :

ت	الفقرة	نعم	كلا
١	موقع المركز الإعلامي قريب من الملعب .		
٢	مراعاة صلاحية الأجهزة الكهربائية والالكترونية المستخدمة في المركز .		
٣	مراعاة السقف الزمني للعمل بحيث تكون ساعات العمل في مستوى طاقة العاملين .		
٤	توفر المرونة في العمل لمواجهة المتغيرات دون الحاجة إلى إحداث تغييرات جوهرية في الهيكل		

التنظيمي .	
٥	توفير المناخ النفسي الملائم للعمل داخل المركز.
٦	التزام العاملين في المركز بمختلف عناوينهم بالقواعد التي تحكم سير العمل و المحددة مسبقا من قبل الإدارة العليا للمركز
٧	الاستعانة بإداريين عملوا في مراكز الإعلام يتمتعون بخبرات نجاح سابقة
٨	الالتزام بمعايير إنشاء المراكز الإعلامية في المنافسات الرياضية .
٩	إعداد كادر مؤهل لإصدار نشرات يومية عن البطولة .
١٠	توفير المعلومات والإحصائيات والبيانات الكافية عن البطولات السابقة والبطولة الحالية في إطار وحدة معلومات المركز .
١١	إعداد مواد إعلامية مترجمة عن المعالم الحضارية والرياضية للبلد .
١٢	تلافي تداخل الأعمال ومراعاة أن يكون كل عمل مكمل للآخر .
١٣	الهيئة الإدارية المركزية لها القدرة الفنية على صياغة الخطط واتخاذ القرارات .
١٤	منطقة اتصالات مجهزة بججرات هاتف فردية وآلات تلي فاكس
١٥	منطقة تصوير مع غرفة معنمة مجهزة بالماء والكهرباء وجهاز التصوير السلكي (ISDN) . وخدمة تصوير (استنساخ) .
١٦	وجود شاشات تلفزيون ومسجلات فيديو .
١٧	منطقة إيجاز إعلامي دائمة وقابلة للتغيير .
١٨	متسع مكتبي لموظفي الاتحاد الدولي للعبة .
١٩	مكتب أو متسع مكاني للشركاء التجاريين الرسميين .
٢٠	متسع للراحة للمستفيدين من المركز الإعلامي .
٢١	تحديد إطار عمل الإدارات والأقسام المختلفة بالمركز التي تعمل معا لتحقيق أهداف المركز .
٢٢	تقسيم الواجبات بين العاملين في المركز لتحقيق الكفاءة والجودة والتميز
٢٣	تكافؤ السلطة مع المسؤولية بحيث تكون سلطة الفرد بقدر الواجب المسند إليه .
٢٤	ضمان وجود إشراف فاعل وحقيقي على عمل الأفراد .
٢٥	تحقيق الاتصال الفاعل لجميع المشتغلين في المركز لضمان انسيابية العمل .
٢٦	توجيه كافة الجهود لتحقيق الأهداف المحددة للمركز .
٢٧	المركز على اتصال مباشر ومستمر مع ضمان وصول أخبار البطولة لأكبر عدد من الجمهور وفي كل أوقات اليوم .
٢٨	إصدار رسائل إخبارية يومية بأكثر من لغة .
٢٩	الاستعانة بمتترجمين لتسهيل مهمة المستفيدين من المركز من الإعلاميين والمدربين والباحثين الوافدين إلى البطولة .
٣٠	إصدار بطاقات تعريفية خاصة بالمستفيدين من المركز .
٣١	وضع ملصقات خاصة بالبطولة في أماكن مختلفة في المدينة المضيفة للبطولة وفي الملاعب التي تقام فوقها المباريات .
٣٢	تحديد المعايير التي تقيس عليها العمل .

٣٣	تعريف أهداف العمل بوضوح .
٣٤	اعتماد طرائق إحصائية وجداول قياسية للكشف عن نواحي القوة والضعف
٣٥	الرغبة في التعاون وانجاز العمل في الوقت المحدد له .
٣٦	الاهتمام بكل وسائل العمل وغاياته .
٣٧	سيادة روح الديمقراطية في عملية التقويم .
٣٨	ملاحظة مدى ملائمة وحدات العمل مع مؤهلات العاملين .
٣٩	يجمل التقويم صفة الحيادية والمسؤولية العلمية لا الصفة الجهوية .
٤٠	عرض نتائج العمل بشفاافية عالية ويهدف سام بعيدا عن أي تجاوز مهني
٤١	التأكد من صحة إجراءات العمل باستخدام طرائق البحث العلمي .
٤٢	المقوم ليس جهة حكومية وتوصياته غير ملزمة بالتنفيذ .
٤٣	موضوع التقويم ذو بعد واضح وقابل للقياس والتصنيف .
٤٤	الغرض من تقويم الأداء الإداري هو الجديد والمؤثر في العمل
٤٥	وضع نظم مراقبة داخلية وتحديد أنواع ومحتويات التقارير الواجب تقديمها للمستويات الإدارية المختلفة .
٤٦	إدارة المركز الإعلامي جيدة .
٤٧	هنالك صحيفة يومية بعدة لغات عن البطولة .
٤٨	هناك جهاز حاسب (مبروط بخط انترنت) لكل صحفي .
٤٩	أشجع تواجد خبراء في مجال اللعبة في المراكز الإعلامية لتحليل مباريات البطولة .
٥٠	يسمح لي البقاء في المركز لفترة طويلة .
٥١	حضرت مركز إعلامي في بطولة سابقة وكان في مستوى المركز الحالي .
٥٢	جلبت معي جهاز الحاسب المحمول واستخدمه عوضا عن المجيء إلى المركز الإعلامي .
٥٣	المركز الإعلامي لم يعد يؤدي وظيفة إعلامية حيوية في ظل التطور التكنولوجي وسهولة الاتصالات .
٥٤	احتكار بث المباريات من قبل قنوات رياضية فضائية محددة يؤثر على دور المركز الإعلامي الذي يؤديه الآن .
٥٥	المركز الإعلامي يقيم مؤتمر صحفي بعد المباراة .

الملحق (٦) الفقرات الساقطة في تمييز الفقرات

المحور	الفقرة	ت
التخطيط	موقع المركز الإعلامي قريب من الملعب .	١
التخطيط	مراعاة السقف الزمني للعمل بحيث تكون ساعات العمل في مستوى طاقة العاملين .	٢
التخطيط	توفر المرونة في العمل لمواجهة المتغيرات دون الحاجة إلى إحداث تغييرات جوهرية في الهيكل التنظيمي .	٣
التنظيم	توجيه كافة الجهود لتحقيق الأهداف المحددة للمركز .	٤
التنظيم	إدارة المركز الإعلامي جيدة .	٥
التنظيم	هناك جهاز حاسب (مبروط بخط انترنت) لكل صحفي .	٦
التنظيم	يسمح لي البقاء في المركز لفترة طويلة .	٧
التنظيم	المركز الإعلامي لم يعد يؤدي وظيفة إعلامية حيوية في ظل التطور التكنولوجي وسهولة الاتصالات .	٨
التقويم	تعريف أهداف العمل بوضوح .	٩

التقويم	الرغبة في التعاون وإنجاز العمل في الوقت المحدد له .	١٠
التقويم	ملاحظة مدى ملائمة وحدات العمل مع مؤهلات العاملين .	١١
التقويم	عرض نتائج العمل بشفاافية عالية وبهدف سام بعيدا عن أي تجاوز مهني .	١٢
التقويم	المقوم ليس جهة حكومية وتوصياته غير ملزمة بالتنفيذ .	١٣
التقويم	موضوع التقويم ذو بعد واضح وقابل للقياس والتصنيف .	١٤

الملحق (٧) المقياس في صورته النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

م / مقياس تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية
بطولة أنموذجا

السيد ----- المحترم

الصفة -----

تحية طيبة :

نضع بين أيديكم المقياس الخاص والذي تم إعداده من قبل الباحث للدراسة الموسومة (تقييم بعض المهام الإدارية لمراكز الإعلام في المنافسات الرياضية) . راجين الإجابة على فقرات المحاور المرفقة طيا بوضع علامة (/) في الحقل المناسب لإجاباتكم شاكرين تعاونكم معنا خدمة للبحث العلمي مع التقدير .

المقياس في صورته النهائية

هل يتوفر في المركز الإعلامي ما يأتي :

ت	الفقرة	نعم	كلا
١	بطاقات تعريفية خاصة بالمستفيدين من المركز .		
٢	الأجهزة الكهربائية والإلكترونية المستخدمة في المركز ذات صلاحية جيدة .		
٣	المركز يصدر رسائل إخبارية يومية بأكثر من لغة .		
٤	المركز هيا كادر مؤهل لإصدار نشرات يومية عن البطولة .		
٥	المنافس النفسي داخل المركز ملائم للعمل .		
٦	العاملون في المركز ملتزمون بالقواعد التي تحكم سير العمل و المحددة مسبقا من قبل الإدارة العليا للمركز .		
٧	المركز استعان بإداريين عملوا في مراكز الإعلام ممن يتمتعون بخبرات نجاح سابقة .		
٨	المركز ملتزم بمعايير إنشاء المراكز الإعلامية في البطولات العالمية		
٩	هنالك صحيفة يومية بعدة لغات عن البطولة .		
١٠	توفير المعلومات والإحصائيات والبيانات الكافية عن البطولات السابقة والبطولة الحالية في إطار وحدة معلومات المركز .		
١١	المركز وفر مواد إعلامية مترجمة عن المعالم الحضارية والرياضية للبلد .		
١٢	تلافي تداخل الأعمال ومراعاة أن يكون كل عمل مكمل للآخر .		
١٣	الهيئة الإدارية المركزية لها القدرة الفنية على صياغة الخطط واتخاذ القرارات .		
١٤	منطقة اتصالات مجهزة بحجرات هاتف فردية وجهاز فاكس .		

١٥	وجود غرفة معتمة مجهزة بالماء والكهرباء وجهاز التصوير السلكي (ISDN) وخدمة تصوير (استنساخ) .
١٦	وجود شاشات تلفزيون ومسجلات فيديو .
١٧	منطقة إيجاز إعلامي دائمة وقابلة للتغيير .
١٨	متسع مكتبي لموظفي الاتحاد الدولي للعبة .
١٩	مكتب أو متسع مكاني للشركاء التجاريين الرسميين .
٢٠	متسع للراحة للمستفيدين من المركز الإعلامي .
٢١	وجود إشراف فاعل وحقيقي على عمل الأفراد .
٢٢	تحديد إطار عمل الإدارات والأقسام المختلفة بالمركز التي تعمل معا لتحقيق أهداف المركز .
٢٣	تقسيم الواجبات بين العاملين في المركز لتحقيق الكفاءة والجودة والتميز .
٢٤	تكافؤ السلطة مع المسؤولية بحيث تكون سلطة الفرد بقدر الواجب المسند إليه .
٢٥	تحقيق الاتصال الفاعل لجميع المشتغلين في المركز لضمان انسيابية العمل .
٢٦	المركز على اتصال مباشر ومستمر مع وسائل الإعلام لضمان وصول أخبار البطولة لأكثر عدد من الجمهور وفي كل أوقات اليوم .
٢٧	الاستعانة بمتخصصين لتسهيل مهمة المستفيدين من المركز من الإعلاميين والمدربين والباحثين الوافدين إلى البطولة .
٢٨	وجود ملصقات خاصة بالبطولة في أماكن مختلفة في المدينة المضيفة للبطولة وفي الملاعب التي تقام فوقها المباريات .
٢٩	أشجع تواجد خبراء في مجال اللعبة في المراكز الإعلامية لتحليل مباريات البطولة .
٣٠	حضرت مركز إعلامي في بطولة سابقة وكان في مستوى المركز الحالي .
٣١	جلبت معي جهاز الحاسب المحمول واستخدمته عوضا عن المجيء إلى المركز الإعلامي .
٣٢	المركز الإعلامي يقيم مؤتمر صحفي بعد السباق للمدربين .
٣٣	احتكاك بث المباريات يؤثر على دور المركز الإعلامي الذي يؤديه الآن .
٣٤	تحديد المعايير التي تقيس عليها العمل .
٣٥	اعتماد طرائق إحصائية وجداول قياسية للكشف عن نواحي القوة والضعف .
٣٦	الاهتمام بكل وسائل العمل وغاياته .
٣٧	سيادة روح الديمقراطية في عملية التقويم .
٣٨	يحمل التقويم صفة الحيادية والمسؤولية العلمية لا الصفة الجهوية .
٣٩	التأكد من صحة إجراءات العمل باستخدام طرائق البحث العلمي .
٤٠	الغرض من تقويم الأداء الإداري هو الجديد والمؤثر في العمل .
٤١	وضع نظم مراقبة داخلية وتحديد أنواع ومحتويات التقارير الواجب تقديمها للمستويات الإدارية المختلفة .

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.