



## مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

### داخل العدد

- إدمان وسائل الإعلام والاتصال دراسة مقارنة بين إدمان كل من التليفزيون والإنترنت والتليفون المحمول في مصر
- دور المصادر الصحفية في بناء اتجاهات الصحافة المصرية نحو أزمة العجائب دراسة تحليلية على عينة من الصحف الصادرة من ١٦ نوفمبر حتى ١٦ ديسمبر ٢٠٠٦ (١٤٢٨هـ)
- دور القنوات اللغوية المتخصصة في تكوين الوعي اللغوي لدى الشباب المصري
- مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية: دراسة ميدانية
- العوامل المؤثرة على قارئية صحيفة أخبار الرياضة: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
- دور وسائل الإعلام في تشوه اللغة المنطوقة لدى الشباب الجامعي: دراسة تطبيقية على الشباب الجامعي

العدد

الثالث والثلاثون

يناير ٢٠١٠

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية

٦٥٥٥

العدد الثالث والثلاثون

يناير ٢٠١٠م

مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د: محيي الدين عبد الحلیم

مدير التحرير

أ.د: جابر محمد عبد الموجود

الإشراف الفني

أ.د: سامي عبد العزيز الكومي

سكرتير التحرير

د/ عبد الراضي حمدي البلبوشي

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي: جامعة الأزهر -

كلية اللغة العربية بالقاهرة - قسم الصحافة والإعلام - ت ٥١٠٤٦٦

المراسلات

٥٠ جنيهاً مصرياً.

٤٠ دولاراً أمريكياً.

في جمهورية مصر العربية

خارج جمهورية مصر العربية

السعر

## **العوامل المؤثرة على قارئيه صحيفة أخبار الرياضة**

### **"دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري"**

### **إعداد**

**نشوى يوسف أمين اللواتي**

مدرس مساعد - قسم الصحافة والإعلام

أكاديمية أخبار اليوم

### مقدمة :

فرضت التطورات الهائلة التي شهدتها الصحافة ادخال العديد من المستحدثات التكنولوجية المعتمدة على تكنولوجيا الحاسبات الآلية في مجال الانتاج الصحفي كما صاحب هذا الاهتمام اصدار المزيد من الصحف المتخصصة سواء في المضمون أو في الجمهور الموجهة اليه وبدأ التوجه الى الاصدارات الالكترونية من الصحف الورقية، ولما كانت الصحافة الرياضية تحظى شريحة كبيرة من جميع أفراد المجتمع على جميع المستويات الرسمية والشعبية سواء الكبار أو الشباب الذي يتعامل بسهولة أكبر مع المستحدثات التكنولوجية والمواقع الالكترونية ، لذا كان لزاما على المهتمين بمجال الدراسات الإعلامية النهوض بهذا المجال من خلال دراسة الواقع الحالي للصحف الرياضية وتحليل المنافسة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى ووضع دراسة لمستقبل الصحف الرياضية.

ومن مطالعة الصحف اليوم نجد أنه لا تخلو صحيفة من الأبواب والصفحات الثابتة المتخصصة في الرياضة بل إن أي صحيفة أو مجلة عندما تصدر يضع المشرفون عليها الصفحة الرياضية في أولى اهتماماتهم بهدف الحرص على تحقيق أكبر قدر من التوزيع، وتلجأ كثيرا من المؤسسات الصحفية الى اصدار ملاحق رياضية اسبوعية مع الصحيفة لزيادة توزيعها، وقد تطورت هذه الملاحق لتصبح صحفا مستقلة تهتم بنشر أخبار كرة القدم والمباريات الرياضية وتجرى الأحاديث مع المشاهير من اللاعبين الذين يثيرون اهتمام الجمهور وأقباله على تلك الصحف<sup>(١)</sup>.

ونظرا لعراقة مؤسسة أخبار اليوم واعتبارها ضمن أهم المؤسسات الإعلامية المصرية، توجهت الدراسة الى تناول مدى قارنية صحيفة أخبار الرياضة ودراسة خصائص جمهورها وطبيعة تعرضه لها، وتقييم الواقع الحالي للصحيفة وتحليل المنافسة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى بالإضافة الى الرؤية المستقبلية لها، مع مقارنة تفصيلية تقويمية لأخبار الرياضة ومنافسيها.

والحقيقة أن مصر لم تعرف الصحافة الرياضية بالمعنى المتعارف عليه حاليا إلا مع بداية عام ١٨٨٥م عندما بدأ الشباب المصري يكون الفرق المختلفة لكرة القدم في الأحياء الشعبية حيث ظهر أول فريق مصري لكرة القدم قام بتكوينه محمد أفندي باشا، ولعب هذا الفريق بأسم مصر ضد قوات الاحتلال البريطاني وفاز الفريق المصري مما جعل الصحف المصرية تعمل على استغلاله لإثارة الحس الوطني لدى الشباب، وذلك عن طريق الإشادة بالفريق المصري وروحه القتالية وكفاحه طوال المباراة من أجل الفوز على الفريق البريطاني، وكانت هذه البداية الحقيقية لظهور الصحافة الرياضية في مصر، وكانت قاصرة على أخبار كرة القدم

وسباق الخيل والقليل من الأخبار الرياضية العالمية وذلك فى فترة الأربعينيات والخمسينيات.

وبقدم فترة الستينيات وصدور قانون تنظيم الصحافة فى ٢٤ مايو ١٩٦٠م، اتجهت الصحف للتغيير والتجديد فى الأبواب الأخرى كالفنون والآداب والرياضة، فزادت المساحة المخصصة للمادة الرياضية، وفى عام ١٩٦٧م توقف النشاط الرياضى بسبب هزيمة يونيو ١٩٦٧م مما كان له الأثر السلبى على الصحافة، وفى عام ١٩٧٣م ظهرت مجموعة من الإصدارات عن المؤسسات الصحفية الكبرى أو الأندية وكانت البداية لصحيفة "الأهلى"، وتصدر عن النادى الأهلى وتبعها عام ١٩٧٦م صحيفة "الزمالك" وتصدر عن نادى الزمالك للألعاب الرياضية ثم ظهرت فى نفس العام صحيفة "الكرة والملاعب" وهى تعتبر أول بداية حقيقية للصحف الرياضية المتخصصة.

بعد ذلك صدرت صحيفة "أخبار الرياضة" عام ١٩٨٩م وتصدر أسبوعياً عن دار أخبار اليوم، ثم صدرت مجلة "الأهرام الرياضى" عام ١٩٩٠م وتصدر أسبوعياً عن مؤسسة الأهرام، وفى عام ١٩٩٥م صدرت مجلة "كايرو فوتبول" وهى مجلة شهرية خاصة بكرة القدم فقط يصدرها "الإتحاد المصرى لكرة القدم" ومن خلال ذلك لمست ادارة الصحف المصرية مدى اهتمام القراء بالرياضة وذلك من خلال ارتفاع نسبة التوزيع فى المناسبات الرياضية والتي تصل الى زيادة بنسبة ٣٠%<sup>(٦)</sup>.

لذا اهتمت الصحف المصرية بإبراز أهم الأخبار الرياضية سواء المحلية أو العالمية وتخصيص مساحات كبيرة لتغطية هذه الأحداث، وأدى ذلك الى استقطاب كبار الكتاب فى المقالات والأعمدة للكتابة عن الأحداث الرياضية المهمة، حيث تعددت الرياضات والألعاب وتوعدت وزاد انتشارها واتسع جمهورها وبدأ فى البحث عنها فى مختلف الصحف الورقية أو الالكترونية.<sup>(٧)</sup>

ومن هنا جاء هذا البحث لمعرفة العوامل المؤثرة على قارئ صحيفة أخبار الرياضة.

### مشكلة البحث وأهميته:

فى ضوء الدراسات السابقة والاهتمام المتزايد بالصحافة الرياضية والحاجة الى مزيد من دراسات بحوث القارئية واتجاهات القراء نحو هذه النوعية من الصحافة الرياضية لمعرفة العوامل المؤثرة على هذه الصحافة، جاءت فكرة هذا البحث بعد توجه العديد من المؤسسات الصحفية لإصدار صحف رياضية قائمة بذاتها، بالإضافة الى وجود صفحات كاملة وملاحق رياضية بالصحف المصرية.

وبالتالي تتحدد مشكلة البحث، فمن الإجابة عن السؤال التالي: ما العوامل المؤثرة على قارئ صحيفة أخبار الرياضة من حيث الجمهور بسماته الديموجرافية المتعددة والمتنوعة، بالإضافة إلى عناصر المنافسة للصحف الرياضية الأخرى خاصة من الصحف الورقية والمواقع الرياضية الإلكترونية.

ومن هنا تكمن أهمية هذه الدراسة محددة في النقاط التالية:

- ١- ندرة الدراسات التي اهتمت بالصحف المتخصصة في مجال الرياضة.
- ٢- الحاجة إلى معرفة خصائص قراء الصحف الرياضية.
- ٣- حاجة البحوث الإعلامية إلى معرفة تأثير عوامل المنافسة الأخرى في مجال الصحافة الرياضية.

### الدراسات السابقة :

وقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين على النحو التالي:

#### المحور الأول : الدراسات التي تتعلق بالقارئ :-

خصت دراسة Warlgren (١٩٩٠م) <sup>(٤)</sup> إلى أن هناك عددا من العوامل المؤثرة على قارئ الصحيفة لدى عينة من طلاب المدارس العليا أبرزها العوامل الديموجرافية وحجم الجهد المعرفي المطلوب لتلقي الرسالة من الصحيفة المطبوعة مما يجعل المراهقين يتجهون إلى استخدام التلفزيون ، وتوصلت دراسة Fredin (١٩٩٤م) <sup>(٥)</sup> إلى أن العمل الأكثر ارتباطا بانخفاض القارئ هو ارتفاع معدل استخدام الطلاب الجامعيين لوسائل الإعلام الإلكترونية بأشكالها وأنواعها المختلفة وفترة هذه الوسائل على منافسة الصحيفة بشكل يقلل من فرص استخدامها.

وتوصلت دراسة أمل السيد متولى (٢٠٠٢م) <sup>(٦)</sup> حول قارئ الصحيفة المتخصصة إلى عدة نتائج أهمها إن طبيعة المضمون المتخصص الجاد تفرض على القائمين بالإتصال فيه ضرورة تبين مفهوم أشمل وأعمق لهذا التخصص، وأن فنون التحرير الصحفي داخل صحف الدراسة تباينت حيث حظيت بعضها باهتمام خاص في إطار المضمون الجاد بينما لم تحظ باهتمام مماثل في إطار المضمون المثير الترفيهي. وكذلك اشارت الدراسة إلى تأثير وظائف المضمون المتخصص بتصورات القائمين بالإتصال لفئات الجمهور الذين يتوجهون إليه وتنعكس تلك التصورات على ما يطرأ منه من حالات اهتمام وعناصر لجذب الأهتمام في كل تخصص ، وخلصت دراسة Bearden (٢٠٠٣م) <sup>(٧)</sup> إلى أن التباين في مستويات التعرض وقراءة الأبواب الصحفية المختلفة يرتبط بشكل أساسي بأسلوب الحياة الذي يحكم سلوكيات المتلقي، بالإضافة إلى الفلسفة السياسية التي يتبناها والتي تحدد الكيفية التي يدرك

بها المواد التي تقدمها أبواب الصحيفة بما تحمله من مواد ومضامين ، وأثبتت دراسة Allesio (٢٠٠٣م)<sup>(٩)</sup> الى أن ردود أفعال القراء تجاه المادة المقروءة تتحدد في ضوء الطريقة التي يدركون بها درجة انحياز أو موضوعية هذه المادة ، وأن الإدراك مسألة نسبية تختلف من فرد الى آخر، وخلص محمود خليل (٢٠٠٤م)<sup>(١٠)</sup> الى أن الجرائد القومية اليومية الثلاث (الأخبار، الأهرام، الجمهورية) أكثر الصحف قارئية لدى الشباب، يليها الجرائد الحزبية اليومية ثم المجلات العامة ثم المجلات المتخصصة وكذلك الى ارتفاع معدلات قارئية المواد الخيرية التي تنشر على الصفحة الأولى للصحيفة وكذلك المواد الترفيهية ومقالات الرأي .

### -المحور الثاني : الدراسات التي تتعلق بالصحافة الرياضية:-

برز في اطار هذا المحور عدة دراسات تناولت الصحافة الرياضية من جوانب عدة ومنها، دراسة أشرف صالح (١٩٧٩م)<sup>(١١)</sup> حول اخراج الصحف النصفية الرياضية وتوصل الى أن الصحف محل الدراسة تعتمد على الإثارة بالنسبة لطبيعة المادة التي تعتمد عليها وهي الرياضة، كذلك أظهرت تأثير اخراج صحيفتي الأهلي والزمالك عند الفوز والهزيمة وزيادة الاهتمام المبالغ فيه لصالح كرة القدم على حساب الألعاب الأخرى ، ودراسة مديحة محمد الإمام عيسى (١٩٧٩م)<sup>(١٢)</sup> والتي توصلت الى أن الصحافة الرياضية بمصر لا تساهم في رفع المستوى الرياضي وزيادة في المعلومات الرياضية، وإن الصحافة الرياضية في مصر لم تحقق أهدافها في نشر الثقافة الرياضية وتنمية الروح الرياضية وأنها تركز على كرة القدم مما خلق مزيدا من التعصب ، وتوصلت دراسة حسام الدين رفقي (١٩٨٠م)<sup>(١٣)</sup> الى قدرة وسائل الإعلام في التأثير على المدربين لاتباع الأسلوب التربوي في التدريب وقدرتها على التأثير في الجمهور لتقبل قرارات الحكام بما قد يساعد في ضبط السلوك وعدم الخروج عن القواعد والأصول المتفق عليها ، كما أنها تؤثر على الرأي العام المتمثل في القراء والمشاهدين والمستمعين لتقبل آراء الحكام وأن الصحف تؤثر على اتحاد اللعبة لاختيار الحكام الأكفاء لإدارة المباريات، وتوصلت دراسة سالم عبد اللطيف سويدان ومديحة عيسى (١٩٨٢م)<sup>(١٤)</sup> الى أن التلاميذ الذين يواظبون على قراءة الصحف العامة والرياضية لديهم اتجاهات ايجابية أكثر ممن لا يواظبون على قراءتها، وقدرة الصحافة في التأثير على تنمية هذه الاتجاهات نحو التربية الرياضية، في حين توصل أمين أنور الخولي وآخرون (١٩٨٧م)<sup>(١٥)</sup> الى أن درجة الاهتمام بالرياضة في الصحف السعودية ضئيلة وجاءت كرة القدم في المرتبة الأولى بالنسبة لاهتمام هذه الصحف ، وخلصت دراسة علاء الدين طلعت (١٩٨٧م)<sup>(١٦)</sup> الى ان الصحف مجتمع البحث (الصفحات الرياضية بالصحف اليومية الأخبار والأهرام والجمهورية) على اختلاف شخصياتها حرصت على تقديم ما يلائم ويسلى جمهور القراء في مقابل اهمالها تقديم ما يتفق ويوجه هذا



الجمهور ، وتوصلت دراسة Duncan (١٩٩٠م)<sup>(١١)</sup> حول الصورة الفوتوغرافية والنوع فى الرياضة الى أن الاختلافات فى التصوير تعتبر مشكلة بسبب المعتقدات الأيديولوجية والرياضية بشأن الفتيان والفتيات وأن التأثير الأيديولوجى لهذه الوسائل المصورة يكون قويا ، وتوصل حازم عبد المحسن (١٩٩٣م)<sup>(١٢)</sup> ان العوامل التى تؤثر فى مساحة المادة الرياضية بالصحف عدة منها السياسة التحريرية للصحيفة والإعلانات وأن كرة القدم تستحوذ على النصيب الأكبر من الاهتمام بين الألعاب الرياضية ، فى حين توصلت دراسة Lierbre (١٩٩٣م)<sup>(١٣)</sup> الى اقتراح نمط يتعلق بمستوى وشكل الكتابة الصحفية تتناسب مع إطار المجتمع ، وأن العناصر الرئيسية فى الموضوع الذى يتم تفسيره اشتملت على وسائل الإعلام المعنية بالقصص الصحفية ذات القيمة والجهود المبذولة بواسطة المسؤولين لحماية التكامل الأخلاقى والاقتصادى للعبة ورفض المشكلة ، وخلص أحمد سعيد شرف (١٩٩٦م)<sup>(١٤)</sup> الى أنه لا يوجد معيار يتحكم فى اختيار فنون تحرير المادة الرياضية وأن موضوعات التثقيف حققت أقل درجة من اهتمام الصحف عينة الدراسة ، وتوصلت دراسة Lowe (١٩٩٧م)<sup>(١٥)</sup> الى أن كتاب الرياضة يعتمدون على المصادر الروتينية فى جمع المادة الخام للأخبار وهى (لاعبين رياضيين ، ومتحدثين ، ومنظمين أساسيين) ، وتوصل إبراهيم نبيل عبد العزيز (١٩٩٨م)<sup>(١٦)</sup> الى أن كرة القدم احتلت المرتبة الأولى فى المساحة المخصصة للرياضة بالصحف عينة البحث ، وتوصل Saiwen Garrison (١٩٩٨م)<sup>(١٧)</sup> الى أن الصحفيين الرياضيين غير راضين عن النشرات الرياضية المذاعة ، فهى تقلل من مركزهم ووضعهم ، وأن المنافسة والاختلاف بين الصحفيين من أهم المشاكل التى تواجههم ، وأشار يحيى محمد الجبوشى (١٩٩٨م)<sup>(١٨)</sup> الى ضرورة اهتمام الدولة من خلال مؤسساتها الحكومية والأهلية بالرياضة للجميع ورعايتها نظرا لفوائدها التنموية وخلص أحمد سعيد رجب (٢٠٠١م)<sup>(١٩)</sup> الى عدم تحقيق الصحافة الرياضية لبعض أهدافها ، وخلص أحمد فاروق أبو عايد (٢٠٠٢م)<sup>(٢٠)</sup> الى أن ما يكتب فى الصحافة الرياضية يؤثر على قرارات الاتحاد المصرى لكرة القدم بصفة عامة وقرارات اقالة الأجهزة الفنية للمنتخب الوطنى بصفة خاصة ، وتوصلت دراسة محمد عبد الحميد محمود وهبة (٢٠٠٣م)<sup>(٢١)</sup> الى أن الصحف فى تلك الفترة أبرزت الجوانب السلبية فى إدارة الحكام للمباريات أكثر من ابرازها للجوانب الإيجابية ، وكانت أهم نتائج نشوى إمام (٢٠٠٣م)<sup>(٢٢)</sup> أن الإعلام الرياضى يؤثر إيجابيا على الثقافة الرياضية وعلى تعديل الاتجاهات الرياضية وكذلك أن وسائل الإعلام المدرسى حققت هدف نشر الثقافة الرياضية ، وأكدت دراسة محمود حسن أبو ادريس (٢٠٠٤م)<sup>(٢٣)</sup> إن لعبة كرة القدم احتلت الترتيب الأول بين كل الألعاب فى الصحافة الرياضية من حيث المساحات والتكرارات ، وأخيرا توصلت دراسة رفيق الزنكاوى (٢١) الى عدم وجود ارتباط بين التعرض للبرامج الرياضية فى الراديو

والتوافيق الطقوسية والنفعية للمعجزة، للتعرض لهذه البرامج، وعدم وجود ارتباط دال لخصائصها بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو ودوافعهم الطقوسية، ووجود ارتباط دال احصائياً بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو وبين مستوى المعرفة الرياضية للمعجزة، وثبت أن المعرفة الرياضية للذكور مرتفعة وللإناث متوسطة، وتوصلت دراسة (Marie Hardin and Stacie 2005) (Shazin<sup>(٢٠)</sup>) إلى أن سبب عزوف السيدات عن العمل بالصحف الرياضية يعود شعورهم بالإحباط مع مرور الوقت، بسبب تضحيتهم بالأسرة والعلاقات الاجتماعية في سبيل العمل مع عدم وجود أي أمل يدعوهم لاستمرار العمل.

### أهداف البحث :

- ١- وصف وتحليل وتفسير الخصائص الديموجرافية لجمهور قراء أخبار الرياضة وطبيعة تعرضهم لها.
- ٢- التعرف على مدى اهتمام الجمهور بالموقع الإلكتروني للصحيفة.
- ٣- تقييم الواقع الحالي لأخبار الرياضة من حيث المضمون والشكل.
- ٤- تحليل منافسة صحيفة أخبار الرياضة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى.
- ٥- دراسة مستقبل أخبار الرياضة واقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية.
- ٦- تقييم مقارنة تفصيلية تقويمية لأخبار الرياضة ومنافسيها.

### تساؤلات البحث :

- ١- ما الخصائص الديموجرافية لجمهور أخبار الرياضة وطبيعة تعرضهم لها؟
- ٢- ما مدى اهتمام الجمهور بمتابعة أخبار الرياضة؟
- ٣- ما مدى تلبية أخبار الرياضة لحاجة قراءها من الموضوعات؟
- ٤- ما تأثير الملحق الرياضي للأخبار على قراءة وشراء أخبار الرياضة؟
- ٥- ما مستوى الالتزام بموضوعية المادة التي تقدمها صحيفة أخبار الرياضة؟
- ٦- ما مدى تفضيل القراء للموقع الإلكتروني للصحيفة؟
- ٧- ما مدى مناسبة موعد صدور أخبار الرياضة ومواكبته للأحداث الرياضية؟
- ٨- ما مدى كفاية صحيفة أخبار الرياضة كبديل عن صحف الأندية؟ وما موقعها ضمن المزيج الصحفي لصحف النوادي؟
- ٩- ما مدى قدرة الموقع الإلكتروني على منافسة المواقع الرياضية الأخرى؟
- ١٠- ما مقترحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية؟
- ١١- ما مدى تفضيل الجمهور لأخبار الرياضة عن الصحف المنافسة الأخرى؟

## الإطار النظرى :

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

تكمن قوة وسائل الإعلام فى سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم ، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضا على المصادر التى يسيطر عليها الآخرون.

ولابد أن تختلف توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين ، فالشخص الذى يختار بشكل مقصود تكون لديه توقعات أعلى من المراقب العارض، فكما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام<sup>(٣١)</sup>.

وفى هذا السياق يعتمد البحث على تلك النظرية لتحديد أشكال اعتماد القراء من الشباب على الصحف الرياضية فى الحصول على معلومات وأخبار وكذلك دراسة وتفسير علاقة اتجاه القراء نحو الصحيفة - شكلا ومضمونا- ودرجة الانتظام فى قراءتها.

### مجتمع وعينة البحث :

قبل تحديد العينة التى ستخضع للبحث والتطبيق، بل وفى إطار تحديد المشكلة البحثية يتعين على الباحث أن يحدد مجتمع البحث ويصعب كثيرا فى بحوث الصحافة بصفة خاصة دراسة المجتمع ككل نظرا لسعته وضخامة عدده لذا يتم اختيار مفردات من المجتمع الكلى للدراسة تسمى العينة<sup>(٣٢)</sup>

فى ضوء الدراسات المختلفة، ونظرا للإقبال المتزايد على قراءة الصحف الرياضية، فإنه تم تطبيق أسلوب العينة العشوائية البسيطة، والتى تمثلت فى (٤٠٠) مفردة من الجمهور المصرى .

### نوع البحث ومنهجه وأدواته:

#### نوع البحث :

ينتمى هذا البحث الى البحوث الوصفية التحليلية التى تهدف الى وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة محل الدراسة<sup>(٣٣)</sup>.

ويهدف البحث الى وصف وتحليل وتفسير الخصائص الديموجرافية وتفضيلات جمهور قراء أخبار الرياضة في اطار المنافسة مع الصحف الرياضية الأخرى من خلال المقارنة التفصيلية، وكذلك تحليل منافسة صحيفة أخبار الرياضة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى، واستطلاع أوجه المقارنة التقويمية لأخبار الرياضة ومنافسيها، مع تحليل ودراسة مستقبل أخبار الرياضة وتقديم اقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية.

### مناهج البحث :

#### ١- منهج المسح الإعلامي:

<sup>٢</sup> منهج المسح هو جهد علمي منظم للحصول على بيانات وأوصاف عن الظاهرة محل الدراسة في فترة زمنية معينة<sup>(٣٤)</sup>

يعتبر منهج المسح Survey نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، وهو المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في اطارها الوصفي والتحليلي، ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور ووصف اتجاهات الفئات المختلفة من جمهور المتلقين نحو المحتوى أو القائم بالإتصال، ووصف الاهتمام والتفضيل للفئات المختلفة من جمهور المتلقين في إطار أهداف المقارنة، ورسم خرائط التعرض لوسائل الإعلام ومحتواها.<sup>(٣٥)</sup>

وفي اطار هذا المنهج اعتمد البحث على أسلوب المسح الوصفي الشامل لصحيفة أخبار الرياضة من حيث الشكل والمضمون خلال فترة البحث، وامتد الى تفسير تلك المعلومات والبيانات التي تم جمعها لدراسة مستقبل صحيفة أخبار الرياضة وتقديم اقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية.

#### ٣- المنهج المقارن :

يمثل طريقة للمقارنة بين مجتمعات مختلفة أو جماعات داخل مجتمع واحد أو الثقافات في إطار معايير أو محكات يجتمع لها قدر من الاتفاق والاختلاف التي تكون مجالاً للمقارنة واصدار الأحكام حول الخصائص أو السمات المقارنة بين هذه المجتمعات أو الثقافات<sup>(٣٦)</sup>

واستخدم البحث المنهج المقارن للتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين خصائص المضمون والخصائص الشكلية لصحيفة أخبار الرياضة ومنافسيها من الصحف الأخرى، وكذلك لتقديم مقارنة تفصيلية تقويمية لأخبار الرياضة ومنافسيها بما يتيح دراسة مستقبل أخبار الرياضة وتقديم اقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية.

## أدوات البحث :

### الاستبيان :

هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بأهداف وموضوع الدراسة<sup>(٣٧)</sup>.

وقد تم تطبيقه على قراء صحيفة أخبار الرياضة للتعرف على قارئية الصحيفة وتفضيلات جمهورها من حيث الشكل والمضمون وسيتم توظيفه فيما يتعلق بالمقارنة التفصيلية التقويمية لأخبار الرياضة ومناقسيها للوصول الى مقترحات للتطوير ورؤية لمستقبل صحيفة أخبار الرياضة.

### قياس الصدق والثبات :-

بعد أن قامت الباحثة بإعداد استمارة الاستبيان ، أجريت عليها اختبارى الصدق والثبات، وذلك بهدف التأكد من صلاحيتها للتطبيق، وذلك من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة المتخصصين في مجال الصحافة<sup>(٣٨)</sup> لمراجعتها للتأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق، كما تم اجراء الاختبار القبلى لاستمارة الاستبيان قبل تطبيقها وذلك على ٢٠ مفردة من بين مجتمع البحث (٥٠% من اجمالى العينة) وذلك على فترتين بفاصل زمنى اسبوعين وقياس نسبة الثبات بين الاختبارين وجد أنها ٩٥% وهى تمثل نسبة مرتفعة للثبات، وفى ضوء ذلك تم اجراء التعديلات النهائية على الاستمارة ثم تطبيقها على مفردات العينة بالكامل، والتوصل الى النتائج التى تحقق أهداف البحث وتجب عن تساؤلاته.

### نتائج البحث :

سيتم عرض نتائج البحث من خلال التركيز على عدة نقاط، هى:

أولاً : خصائص جمهور قراء أخبار الرياضة وطبيعة تعرضه لها

ثانياً : تقييم الواقع الحالى لأخبار الرياضة .

- من حيث المضمون
- من حيث الشكل

ثالثاً : تحليل المنافسة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى .

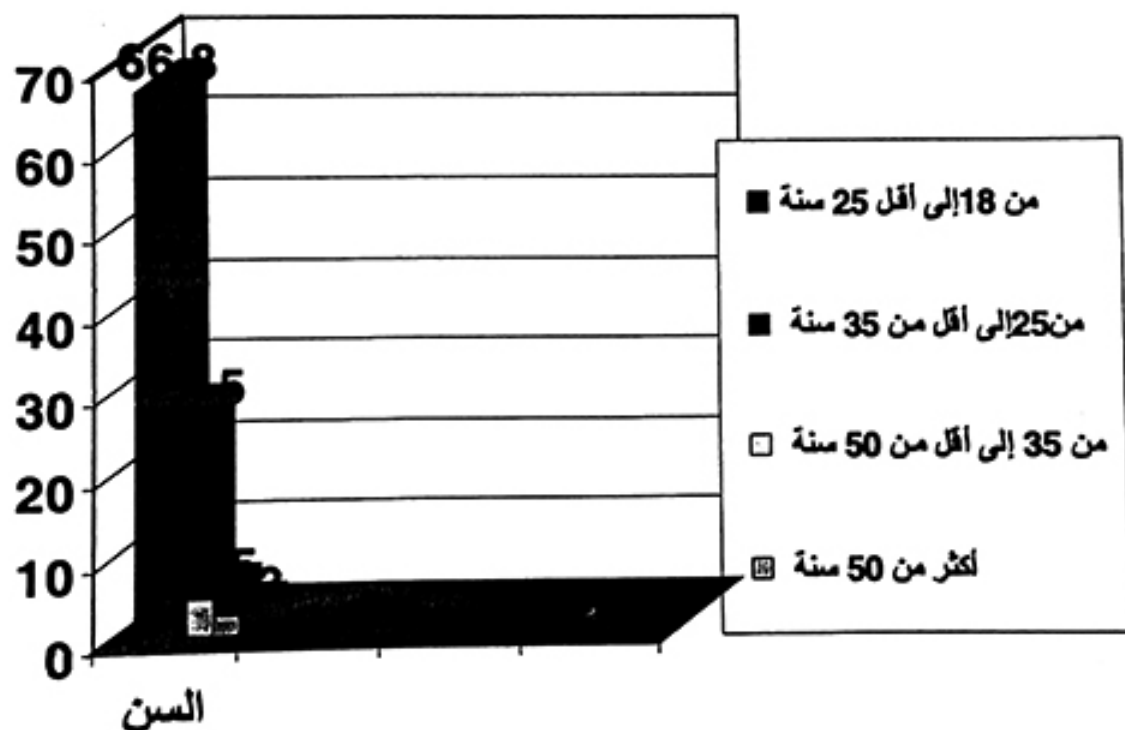
رابعاً : مستقبل أخبار الرياضة .

خامساً : مقارنة تفصيلية تقويمية لأخبار الرياضة ومناقضتها.

أولاً : خصائص جمهور قراء أخبار الرياضة وطبيعة تعرضه لها:

أ. السن :

فئات السن	ك	%
من ١٨ إلى أقل ٢٥ سنة	٢٦٧	٦٦,٨
من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة	١٠٦	٢٦,٥
من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة	١٨	٤,٥
أكثر من ٥٠ سنة	٩	٢,٣
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

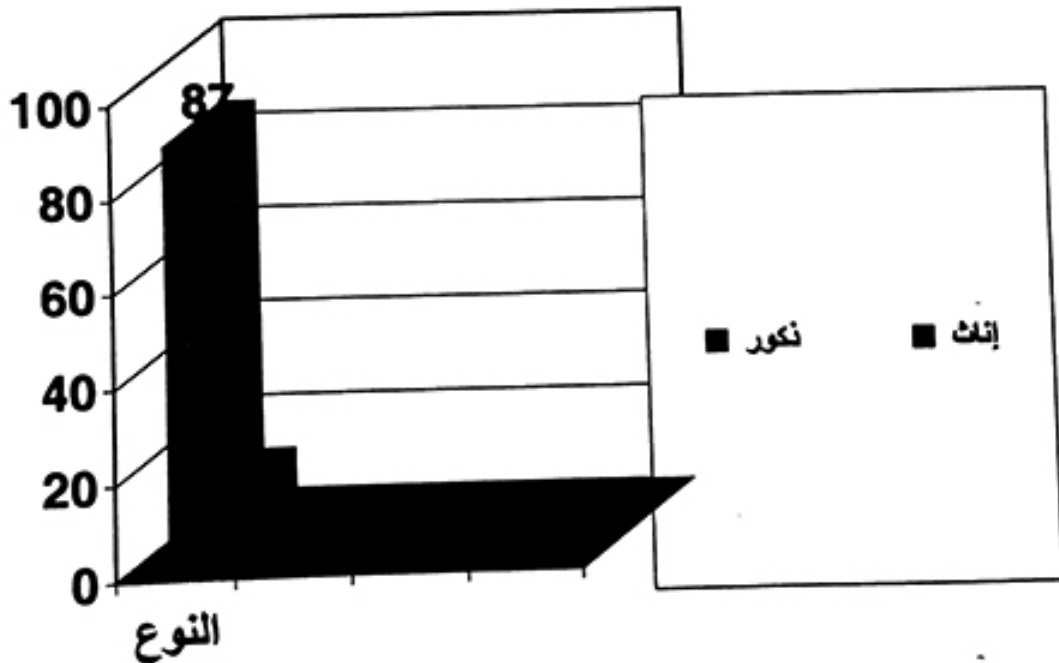


## تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن أغلب جمهور قراء أخبار الرياضة من الفئات العمرية الأصغر حيث بلغت نسبة من هم أقل من ٢٥ سنة ٦٦,٨% يليها بفارق واضح فئة أقل من ٣٥ سنة بنسبة بلغت ٢٦,٥% ثم تقل بفارق كبير للغاية حتى تصل إلى ٤,٥% للفئات أقل من ٥٠ سنة وأخيراً تصل لأدنى مستوياتها لدى فئة من هم أكثر من ٥٠ سنة لتبلغ ٢,٣% وترتب هذه الفئات تنازلياً مع تقدم السن يشير إلى أن الاهتمام بالرياضة يزيد في فترة الشباب ويقل تدريجياً مع تقدم العمر حتى يصل إلى أقل مستوى .. على أن هذه النتيجة لا تتسحب بشكل مباشر على الاهتمام العام بالرياضة قدر ما تتمثل في ضعف الاهتمام النسبي بتتبع الأحداث الرياضية وقضاياها الجارية المنشورة في الصحف الرياضية .

## ب. النوع:

النوع	ك	%
ذكور	٣٤٨	٨٧,٠
إناث	٥٢	١٣,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

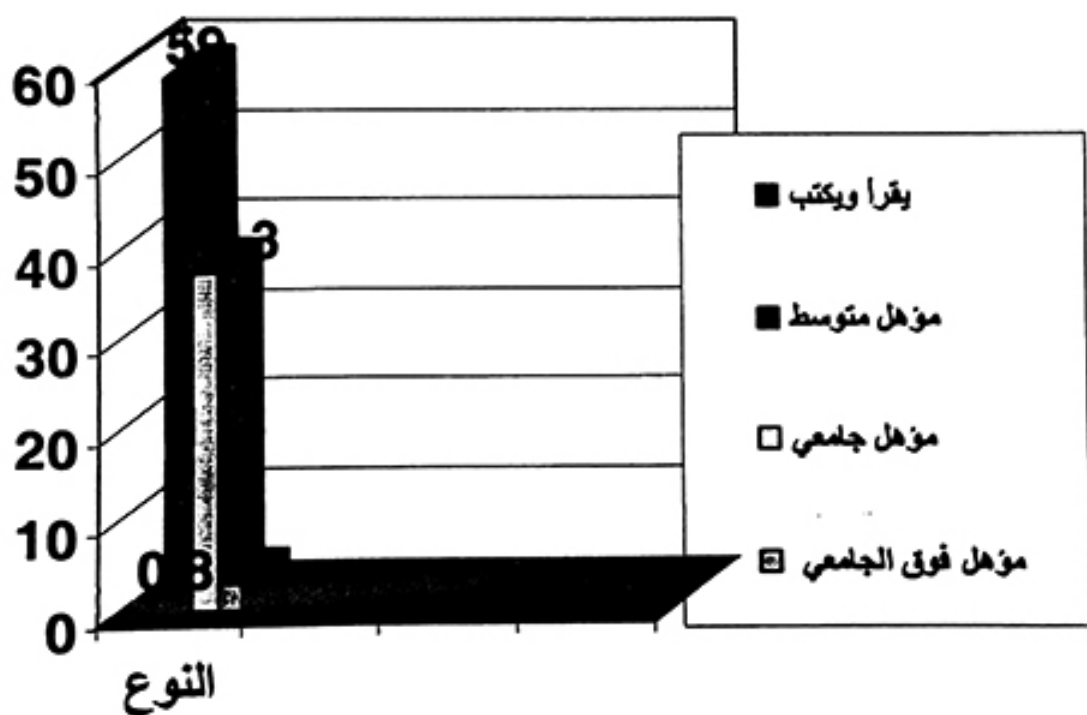


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

سيادة نسبة الذكور في التعرض لصحيفة أخبار الرياضة حيث بلغت ٨٧% في مقابل ١٣% فقط للإناث وهو ما يؤكد على ما توصلت إليه عدة دراسات سابقة أشارت إلى أن الاهتمام بالتعرض للصحف الرياضية يعد اهتماماً ذكورياً بالأساس .

ج- درجة التعليم :

التعليم	ك	%
يقراً ويكتب	٣	٨.
مؤهل متوسط	٢٣٦	٥٩,٠
مؤهل جامعي	١٤٩	٣٧,٣
مؤهل فوق الجامعي	١٢	٣,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



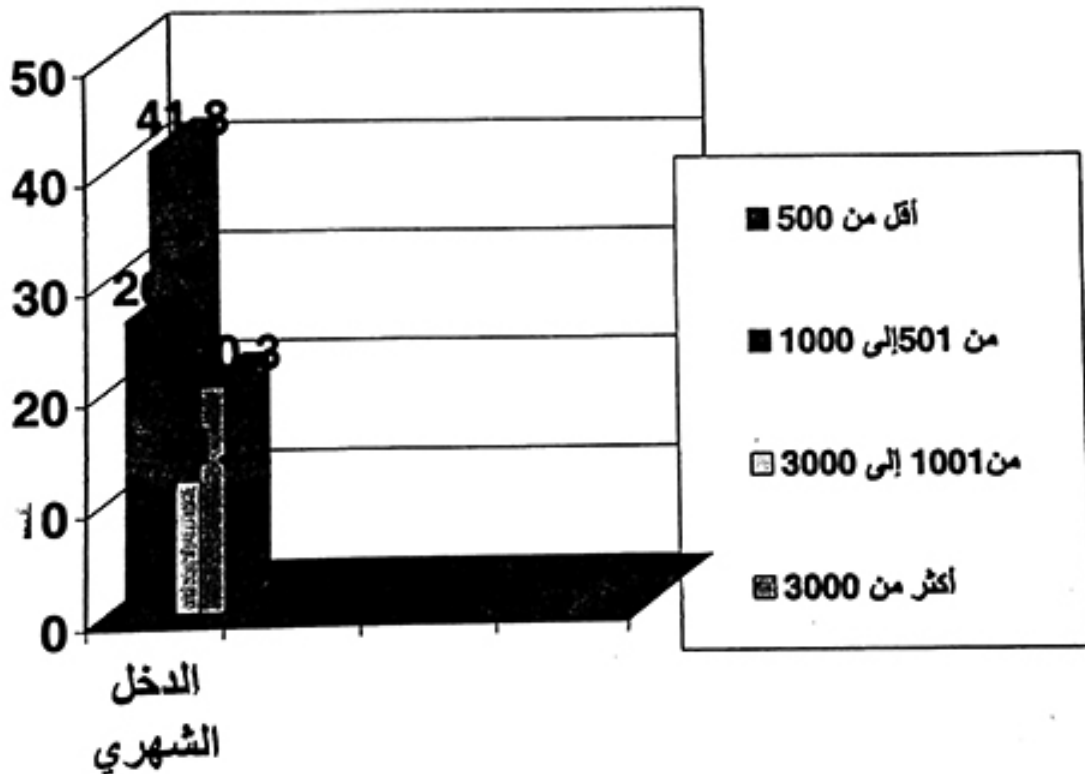
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :



أن أعلى النسب تتمثل في المؤهلات المتوسطة إذ بلغت ٥٩% وهو ما يتسق مع الفئات العمرية الأصغر السابق الإشارة إليها حيث أغلبهم من الطلاب في المرحلة الجامعية ، يليها فئة المؤهل الجامعي بنسبة بلغت ٣٧,٣% وقد مثلت الفئتان معاً ٩٦,٢% وهو ما يؤكد انحسار فئة قراء الصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة في هاتين الفئتين في مقابل أي فئة أخرى حيث تبين ضعف تعرض أصحاب المؤهلات فوق الجامعية حيث بلغت نسبتهم ٣% في مقابل ٠,٨% فقط لغير الحاصلين على مؤهلات ، وهو ما يبلور بوضوح أن جمهور الصحف الرياضية ذوي مستوى تعليم محدد وثابت .

### ج. الدخل الشهري :

الدخل الشهري	ك	%
أقل من ٥٠٠	١٠٥	٢٦,٣
٥٠١ إلى ١٠٠٠	١٦٧	٤١,٨
١٠٠١ إلى ٣٠٠٠	٤٧	١١,٨
أكثر من ٣٠٠٠	٨١	٢٠,٣
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

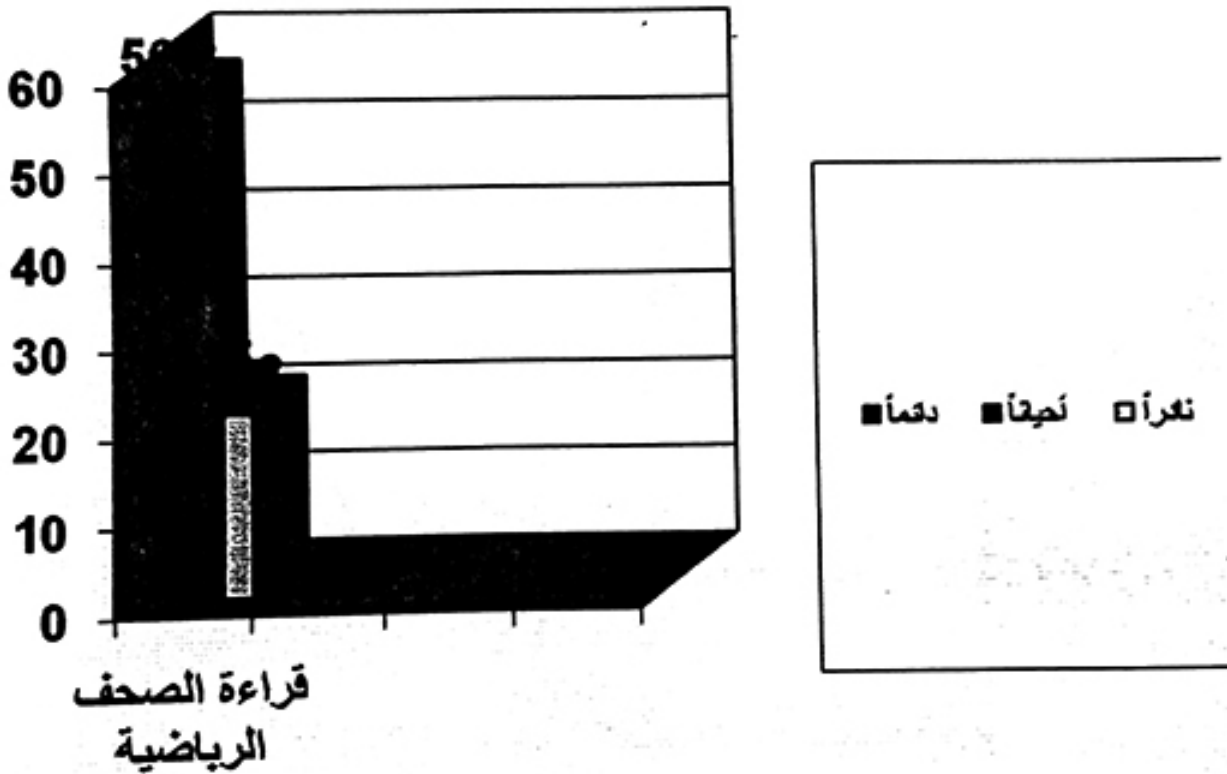


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن الفئات الأكثر تعرضاً للصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة هي الفئات متوسطة ودرجة الدخل بشكل أساسي ، حيث بلغت نسبة الفئات التي يبلغ دخلها أقل من ١٠٠٠ جنيه شهرياً ٦٨% من مجموع العينة ، وهو ما يشير إلى أن الرياضة على وجه العموم والصحافة الرياضية خصوصاً تشكل متنفساً لهذه الفئات مقارنة بالفئات الأعلى دخلاً حيث تقل فيها نسبة التعرض إذ بلغت ٣٢% فقط من إجمالي عينة البحث.

٥- مستوى قراءة الصحف الرياضية عامة

قراءة الصحف الرياضية	ك	%
دائماً	٢٢٧	٥٦,٨
أحياناً	٩٠	٢٢,٥
نادراً	٨٣	٢٠,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

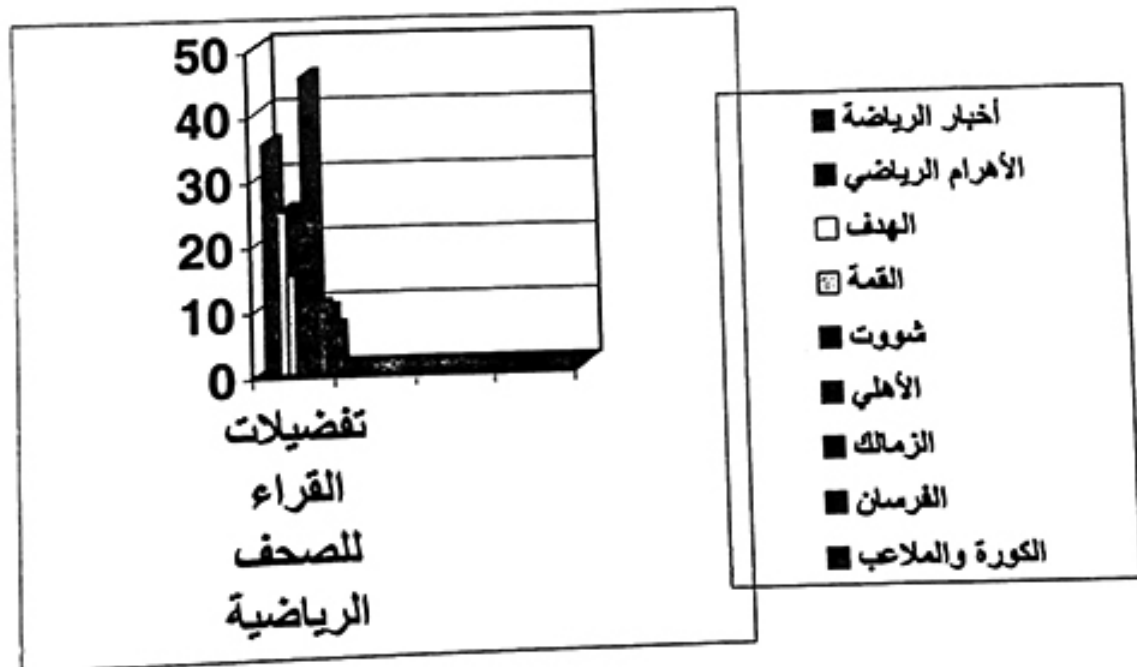


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن معدلات قراءة الصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة بشكل دائم ومستمر عالية نسبياً إذ بلغت ٥٦,٨% ، في مقابل نسبة ٢٢,٥% للتعرض غير المنتظم بنسبة بلغت ٧٩,٣% وهو ما يشير إلى أهمية الصحافة الرياضية بوجه عام ضمن جمهور الصحافة عموماً ، في حين بلغت مستويات التعرض النادر للصحف الرياضية ٢٠,٨% فقط .

### و- تفضيلات قراءة الصحف الرياضية

تفضيلات القراء للصحف الرياضية	ك	%
أخبار الرياضة	١٤١	٣٥,٣
الأهرام الرياضي	٧٧	١٩,٣
الهدف	٩٩	٢٤,٨
القمة	٦٠	١٥
شوت	٥٤	١٣,٥
الأهلي	١٨٢	٤٥,٥
الزمالك	٤٠	١٠
الفرسان	٣٧	٩,٣
الكورة والملاعب	٢٧	٦,٨

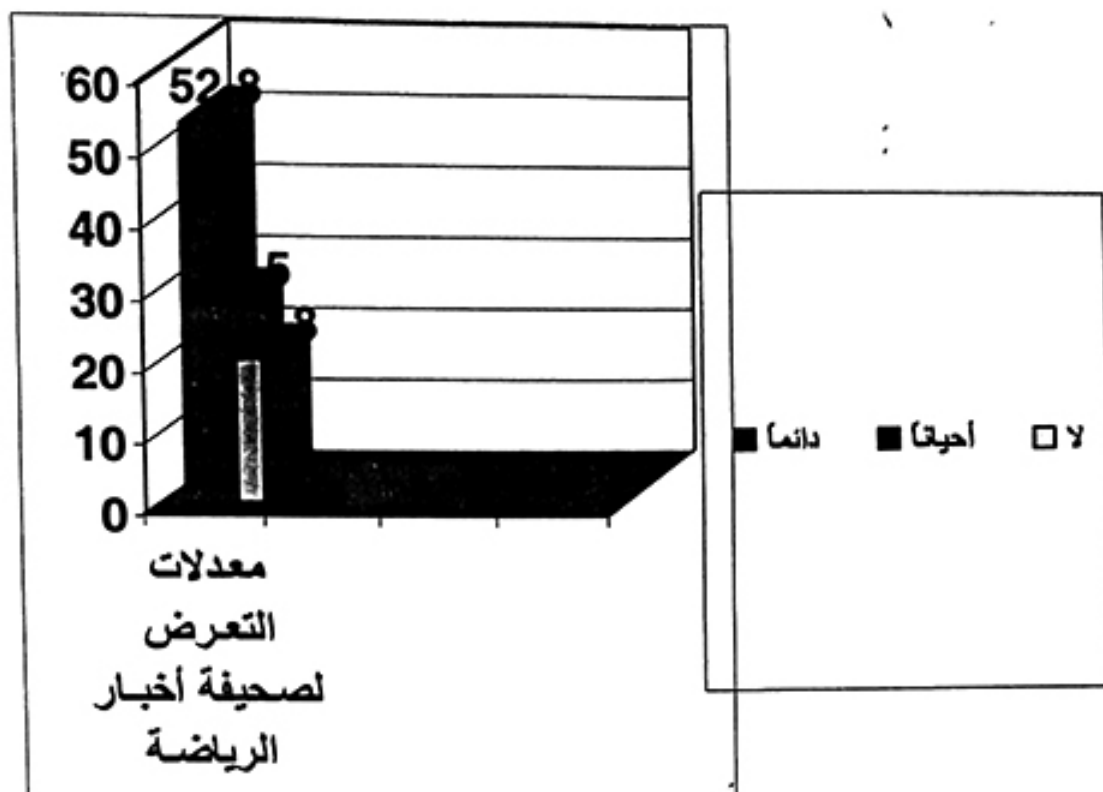


### تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

تفوق صحيفة الأهلي على جميع الصحف الرياضية بنسبة بلغت ٤٥,٥% وهذا بلا جدال يرجع للشعبية الطاغية للنادي الأهلي من جهة بالإضافة إلى انجازاته المتوالية لا سيما في السنوات القليلة الماضية ، على أن صحيفة الأهلي هي صحيفة مشجعين بالدرجة الأولى ، تلتها مباشرة صحيفة أخبار الرياضة بنسبة بلغت ٣٥,٣% كأهم صحيفة رياضية عامة تتبع الأسلوب الصحفي المهني المتعارف عليه وفقاً لقواعد ممارسة مهنة الصحافة ، تلتها صحيفة الهدف بفارق كبير حيث بلغت ٢٤,٨% فالأهرام الرياضي ١٩,٣% كأهم مجلة رياضية ثم القمة بنسبة ١٥% ، وشووت بنسبة ١٣,٥% ثم الزمالك ١٠% فالفرسان ٩,٣% وأخيراً الكورة والملاعب ٦,٨% ، والواضح أن صحيفة أخبار الرياضة قد حازت على معدلات عالية للغاية بين أقرانها من الإصدارات الصادرة عن المؤسسات الصحفية القومية ، وكذلك حازت على مكانة متميزة ضمن الصحف والمجلات الرياضية العامة .

### ز- مستوى قراءة أخبار الرياضة على وجه الخصوص

معدلات التعرض لصحيفة أخبار الرياضة	ك	%
دائماً	٢١١	٥٢,٨
أحياناً	١١٠	٢٧,٥
لا	٧٩	١٩,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

تفوق نسبة التعرض المنتظم لأخبار الرياضة ضمن عينة البحث عن بقية الفئات إذ بلغت ٥٢,٨% يليها التعرض غير المنتظم بنسبة ٢٧,٥% وبنسبة تعرض إجمالية بلغت ٨٠,٢% في مقابل نسبة ١٩,٨% لمن لا يتعرض لها عن عمد وقصد .

#### ح- مصادر الحصول على أخبار الرياضة

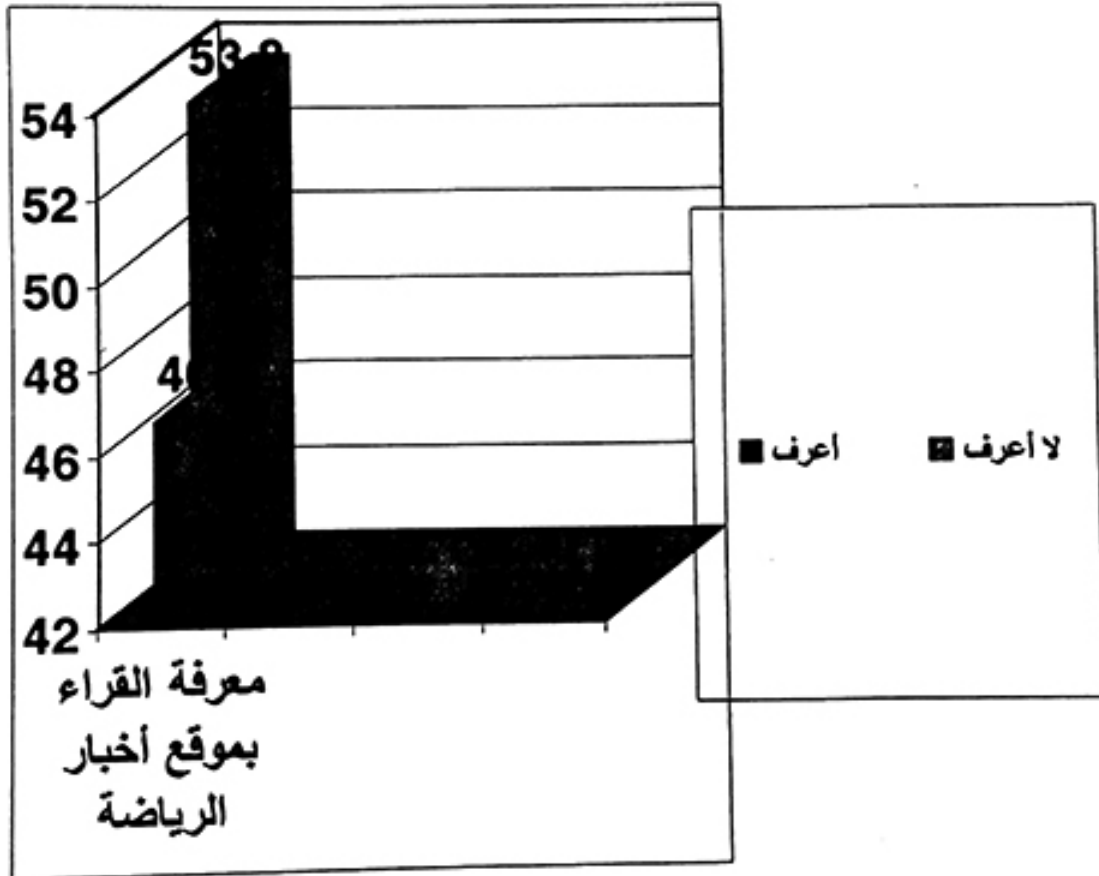
ك	%	كيفية الحصول على أخبار الرياضة
١٨٧	٥٨,٣	الشراء
٥٦	١٧,٤	الاستعارة من الأصدقاء
٦	١,٩	المكتبات العامة
٦	١,٩	القراءة عند البائع بمقابل أقل
٦٦	٢٠,٦	الموقع الإلكتروني
٣٢١	١٠٠,٠	المجموع

جاءت الاستعارة من الأصدقاء في المرتبة الثالثة حيث بلغت ١٧,٤% وهي نسبة يمكن فهمها في ظل أن أغلب جمهور القراء من فئة الشباب حيث عادات الاستعارة والقراءة البديلة منتشرة في هذه الأوساط أكثر من غيرها ..

جاءت نسب قراءة الصحيفة عند البائع بمقابل أقل متماثلة مع قراءتها في المكتبات العامة وهي نسبة ضعيفة جداً بلغت ١,٩% لكليهما ، وهو ما يشير إلى اضمحلال هذه الأنماط من أنماط التعرض الصحفي في مصر على الرغم من سيانتها لفترة طويلة وممتدة سابقاً .

#### ط- مستوى معرفة وجود موقع الكتروني للصحيفة

معرفة القراء بموقع أخبار الرياضة على الإنترنت	ك	%
أعرف	١٨٥	٤٦,٣
لا أعرف	٢١٥	٥٣,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



## تفسير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن النسبة الأكبر لصالح من لا يعلم بوجود موقع لأخبار الرياضة على الويب ، حيث بلغت النسبة ٥٣,٨% وهو ما يعني وجود خلل كبير في عملية الدعاية للموقع من جهة ، وعلى المستوى الإيجابي فإن نتائج الجدول السابق أكدت على وجود نسبة بلغت ٢٠,٦% من رواد الموقع الإلكتروني للصحيفة ، وهو ما يعني قدرة الموقع على اجتذاب نسبة عالية بين من يعرفون بوجوده ، وهو ما يزيد من احتمالات نجاح الموقع الإلكتروني في حال تطويره والدعاية له بالأسلوب الأمثل .

ثانياً : تقييم الواقع الحالي لأخبار الرياضة .

من حيث المضمون

أ. أسباب عدم القراءة

أسباب العزوف عن قراءة أخبار الرياضة	ك	%
ليس بها جديد	٢٩	٣٦,٧
تقدم معلومات تقليدية	٢١	٢٦,٦
لا تهتم بعرض أخبار الرياضة بالشكل الكافي	١٨	٢٢,٨
لا تهتم بأخبار النادي الذي أشجعه	١٣	١٦,٥
ليس بها كتاب مشهورون	٦	٧,٦
لا تهتم بعرض الرأي الآخر	١٢	١٥,٢
لأن الفضائيات الرياضية تكفيني	٤٣	٥٤,٤
لأن المواقع الإلكترونية تكفيني	٣٦	٤٥,٦
لأنها لا تعرض سوى كرة القدم	٦	٧,٦
لا تقدم معلومات جديدة	١٤	١٧,٧
لا تهتم بدوري القسم الثاني	٦	٧,٦
لا تهتم بالناشئين	١٥	١٩,٠
عناوينها تقليدية وغير مثيرة	٢٠	٢٥,٣
سعرها غير مناسب	٠	٠
صورها قديمة ولا تعبر عن الموضوعات	٢٠	٢٥,٣
لا تهتم بتحليل أسباب الفوز والهزيمة	٥	٦,٣
تصميم الصفحة الأولى غير جذاب	٢١	٢٦,٦
الألوان لا تعبر عن طبيعة المضمون	١٤	١٧,٧



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

تمثلت أهم التحديات التي تواجه أخبار الرياضة فيما يلي على الترتيب :

تحديات تتعلق بالمنافسة :

١. سطوة الفضائيات الرياضية كأهم منافس على الإطلاق بنسبة بلغت ٥٤,٤% وهو ما يلقي بظلاله على الصحافة الرياضية بوجه عام .
٢. تنامي انتشار المواقع الرياضية كمنافس ثان بعد الفضائيات مباشرة بنسبة بلغت ٤٥,٦% حيث تمثل وسيلة اتصال أقل تكلفة وأسرع انتشاراً وأوسع تغطية من الصحافة الورقية .

تحديات تتعلق بالمنظمية والتكرار وعدم التجديد واتباع مدارس تقليدية في المعالجة والتصميم والإخراج .

٣. عدم التجدد بنسبة بلغت ٣٦,٧%
  ٤. تقليدية ونمطية المعلومات بنسبة ٢٦,٦%
  ٥. عدم جانبية الصفحة الأولى من حيث التصميم والصور والألوان والعناوين بنسبة ٢٦,٦%
  ٦. العناوين التقليدية عديمة الإثارة بنسبة ٢٥,٣%
  ٧. الصور القديمة غير المعبرة بنسبة ٢٥,٣%
  ٨. الألوان لا تعبر عن المضمون وطبيعته ١٧,٧%
- تحديات تتعلق بالمضمون وكفاءته ومستوى كفايته :

٩. عدم كفاية الأخبار الرياضية بنسبة ٢٢,٨%
١٠. عدم الاهتمام بأخبار الناشئين بنسبة ١٩%
١١. عدم تقديم معلومات حديثة ومتجددة ١٧,٧%
١٢. عدم الاهتمام بعرض الرأي الآخر بنسبة ١٥,٢%
١٣. عدم وجود كتاب مشهورين بنسبة ٧,٦%
١٤. انحسار وتركيز مضمونها على كرة القدم بنسبة ٧,٦%
١٥. غياب البعد التحليلي فيما يخص المباريات بنسبة ٦,٣%

تحديات تتعلق باهتمامات المبحوثين

١٦. عدم الاهتمام بأخبار النوادي التي يشجعها المبحوثون بنسبة ١٦,٥% وهو ما يدل بالتبعية على تركيز المضمون حول نوادي بعينها .
١٧. عدم اهتمامها بدوري القسم الثاني بنسبة ٧,٦%

في حين لم يحز السعر غير المناسب على أي إجابات وهو ما يشير بداية إلى مناسبة سعرها للجمهور .

### ب. تلبية الاحتياجات الموضوعية

مدي تلبية أخبار الرياضة حاجة قراءها من الموضوعات	ك	%
دائماً	١٢٤	٣١,٠
أحياناً	٢٠٦	٥١,٥
لا	٧٠	١٧,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



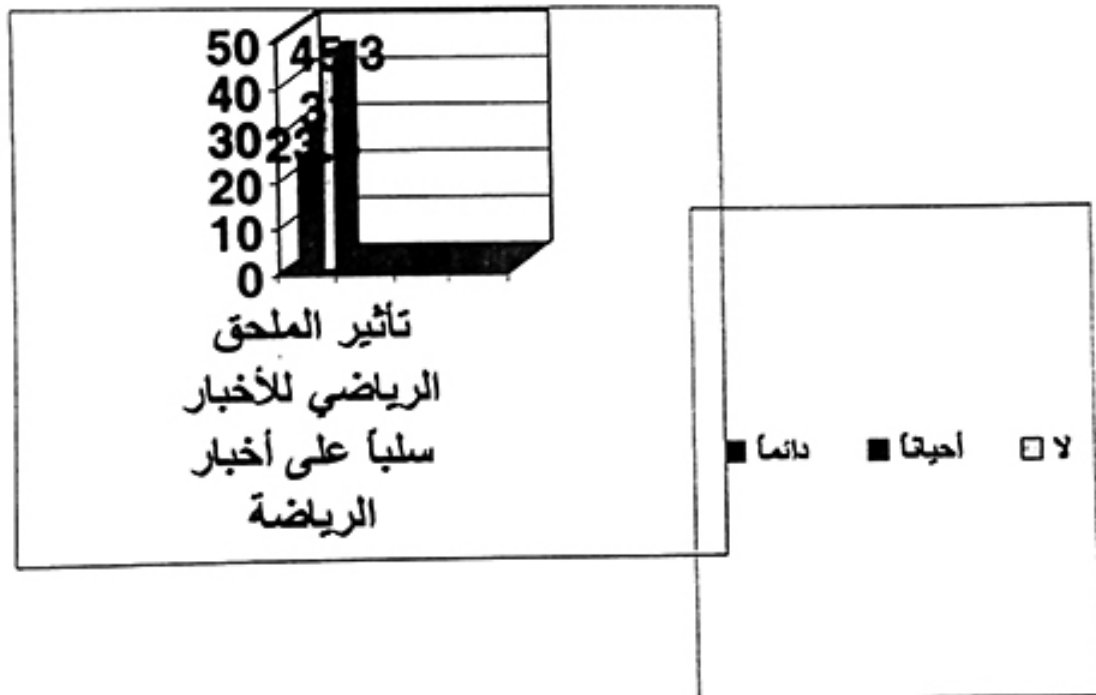
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن هناك انفصال نسبي بين القراء وبين قدرة أخبار الرياضة على دراسة احتياجاتهم وتلبيتها على المحو الذي يرضيهم حيث بلغت نسبة الرضا النسبي ٥١,٥% في مقابل ٣١% للرضا التام ، في حين بلغت نسبة عدم الرضا عن

محتوى الموضوعات ومستوى إشباعها لاحتياجات الجمهور ١٧,٥% ، وهذه النسب في المجمل تدل على ضرورة دراسة احتياجات الجمهور عبر الدراسات واستطلاعات الرأي وتقبل الاقتراحات وتنفيذها ، وفي المقابل تشير إلى درجة ما من الثقة في أخبار الرياضة التي لا تزال نسبة كبيرة تتعرض لها على الرغم من عدم تلبية احتياجاتهم ، وهذه الفئات غالباً ما تنتظر حدوث تطوير مرتقب ، وإن لم يحدث فإنهم يتخذون القرار بعدم التعرض للصحيفة مرة أخرى ، لذا فالتطوير والدراسة يصيران حتميين .

ج- تأثير الملحق الرياضي للأخبار على قراءتها وشرائها

تأثير الملحق الرياضي للأخبار سلباً على أخبار الرياضة	ك	%
دائماً	٩٥	٢٣,٨
أحياناً	١٢٤	٣١,٠
لا	١٨١	٤٥,٣
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

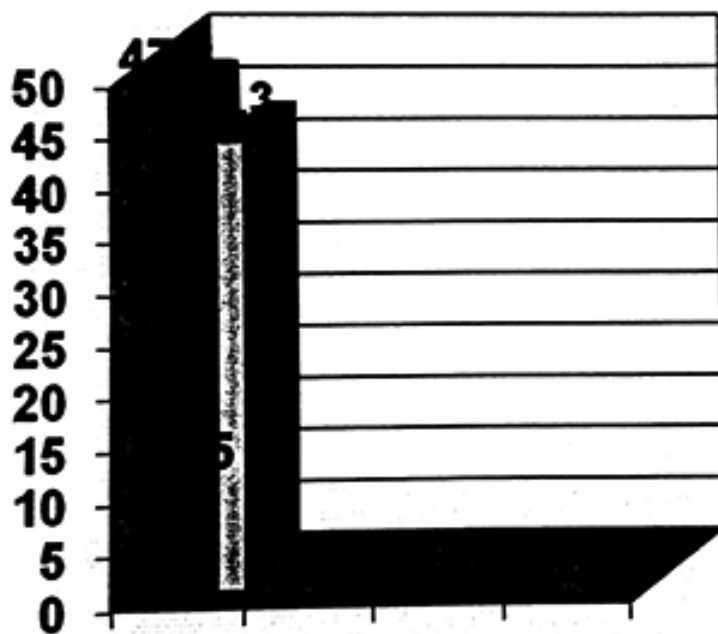


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن الملحق الرياضي لأخبار اليوم يؤثر بنسبة معتبرة على التعرض لأخبار الرياضة حيث بلغت نسب التأثير النسبي ٣١% في مقابل نسبة التأثير المؤكد ٢٣,٨% وهي نسب تشير إلى التشابه في الموضوعات أو سياسات التحرير المتبعة في كل من أخبار الرياضة والملحق على اعتبار انتمائهما لمؤسسة صحفية واحدة ، وهو ما يتطلب بالضرورة اتباع أساليب واضحة لتمييز الشكل والمحتوى بين الإصدارين .

## د - مستوى حياديتها

ك	%	تفضيل حياد أخبار الرياضة
١٨٩	٤٧,٣	أفضل حيادتها وموضوعيتها
٣٨	٩,٥	أفضل أن تتحاز للنادي الذي أشجعه
١٧٣	٤٣,٣	أفضل أن تكون محايدة مع النوادي ومنحازة مع المنتخب
٤٠٠	١٠٠,٠	المجموع



■ تفضل حيادتها وموضوعيتها

■ أفضل أن تتحاز للنادي الذي أشجعه

□ أفضل أن تكون محايدة مع النوادي ومنحازة مع المنتخب

تفضيل حياد  
أخبار الرياضة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

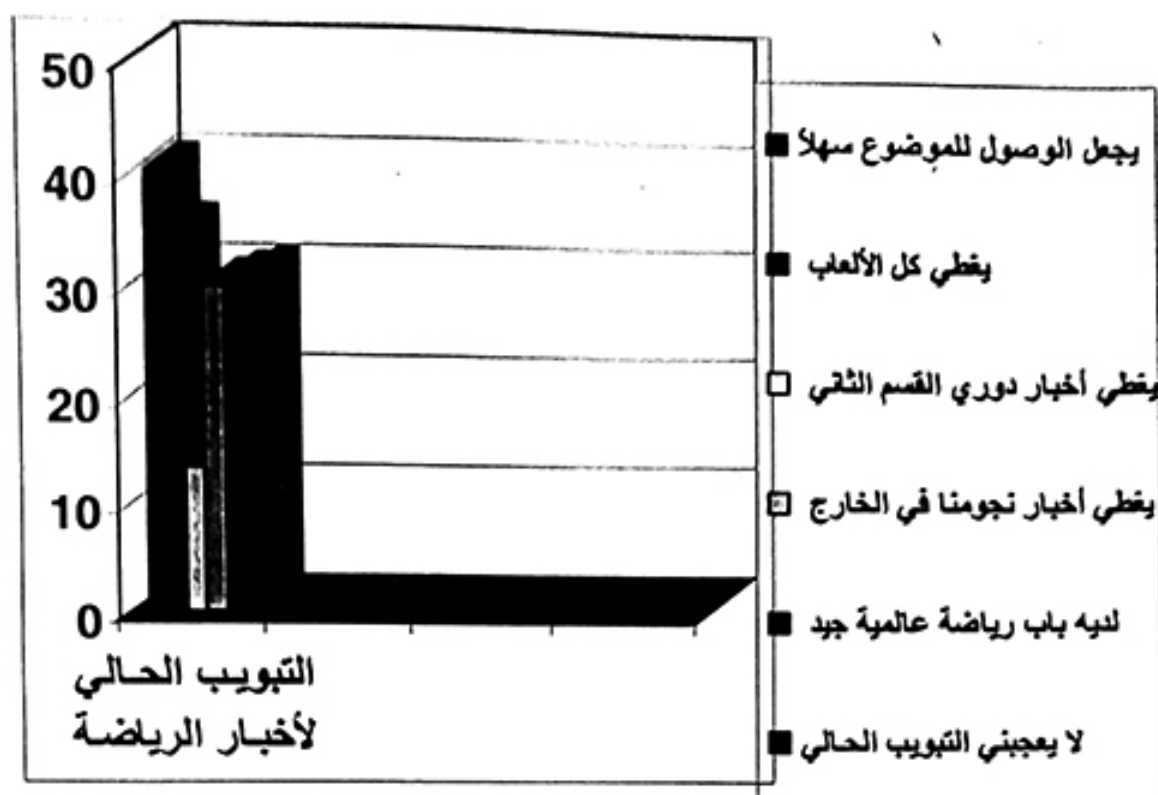
تفضيل القراء المرتفع لحياذ أخبار اليوم ومصداقيتها لدى الجمهور حيث بلغت النسبة ٤٧,٣% بينما تقاربت نسبة من يفضلون الانحياز للمنتخب عن الانحياز للوادي نسبة ٤٣,٣% وهي نسبة معقولة ويمكن تفهمها في إطار الحرص على مصلحة المنتخب الوطني المصري ولا توجد محاذير بشأنها باستثناء عدم تصحيح المسار بدعوى الوطنية وهو أمر يتفهمه القارئون على الإعلام الرياضي المتميز .

وجاءت نسبة من يفضلون انحيازها مع الأندية ضعيفة للغاية حيث بلغت ٩,٥% وهي نسبة يمكن تبريرها في ظل انتشار الجماهير من أصحاب الفئات السنية الأصغر الذين يتميزون بالحماس الزائد وغير الموضوعي في تشجيع الأندية الجماهيرية .

من حيث الشكل

أ- التبويب

التبويب الحالي لأخبار الرياضة	ك	%
يجعل الوصول للموضوع سهلاً	١٦٢	٤٠,٥
يغطي كل الألعاب	١٤٠	٣٥,٠
يغطي أخبار دوري القسم الثاني	٥٣	١٣,٣
يغطي أخبار نجومنا في الخارج	١١٩	٢٩,٨
لديه باب رياضة عالمية جيد	١٢٢	٣٠,٥
لا يعجبني التبويب الحالي	١٢٤	٣١,٠

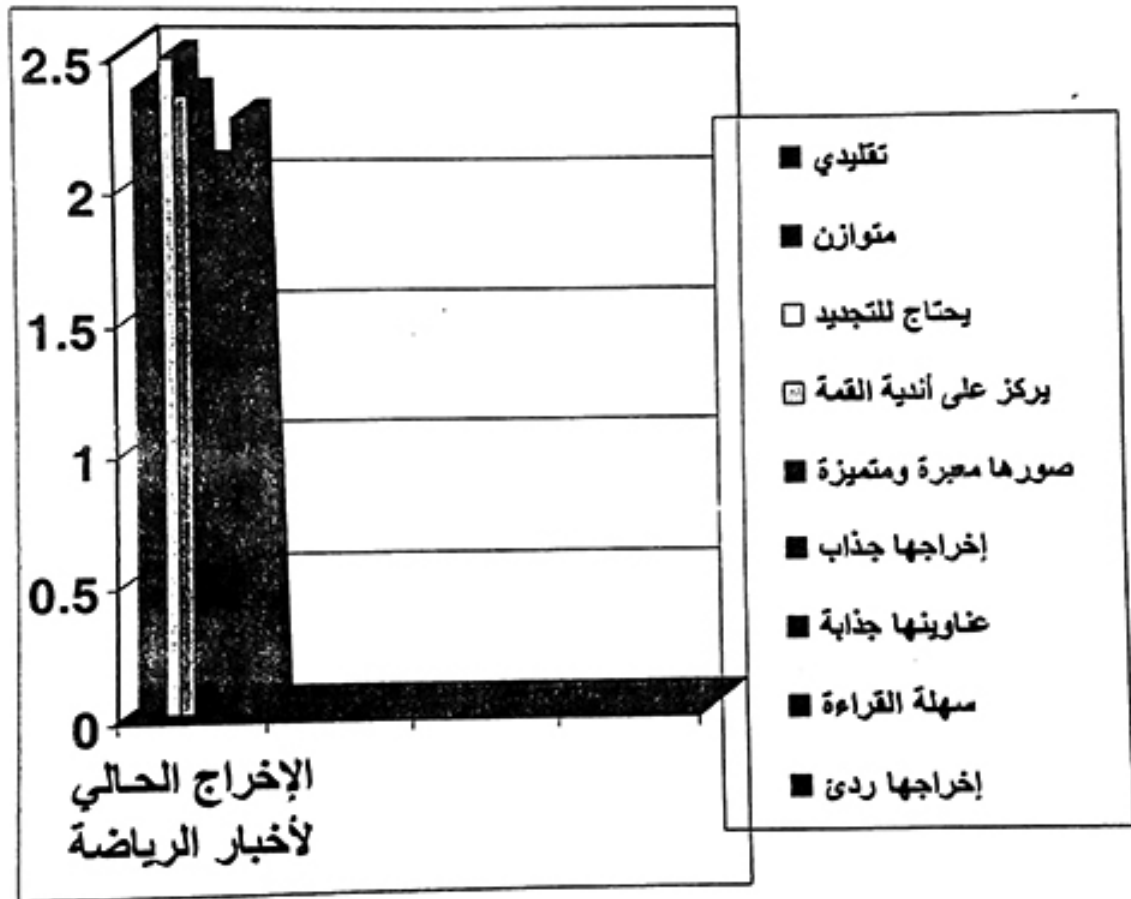


#### تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن هناك تبايناً بين اتجاهات الجمهور نحو التبويب الحالي لأخبار الرياضة فعلى الرغم من أن نسبة من يرى أن التبويب الحالي يتميز بسهولة الوصول للمحتوى المطلوب بنسبة ٤٠,٥% وهي نسبة متوسطة ، ثم الفئة التي ترى أن التبويب الحالي يتميز بتغطيته لكل الألعاب الرياضية بنسبة ٣٥% وهي نتيجة إيجابية ، ثم الفئة التي لا يعجبها التبويب الحالي للصحافة بنسبة بلغت ٣١% وهي بلا شك نسبة كبيرة تشير إلى حاجة ماسة للتطوير على مستوى التبويب ، ثم الفئة التي رأت تميز باب الرياضة العالمية وجودته العالية بنسبة ٣٠,٥% ، يليها فئة من يقدر تميز أخبار الرياضة بقدرتها على مواكبة أخبار نجومنا في الخارج بنسبة ٢٩,٨% ، وأخيراً الفئة التي رأت أنها تغطي أخبار دوري القسم الثاني بكفاءة حيث بلغت ١٣,٣% وهي نسبة ضعيفة تشير إلى تركيز المعالجات الصحفية على دوري القسم الأول لكرة القدم .

## ب- الإخراج

متوسط الوزن المرجح	الإخراج الحالي لأخبار الرياضة
٢,٣٦٧٥	تقليدي
٢,١٨٢٥	متوازن
٢,٤٨٧٥	يحتاج للتجديد
٢,٣٤٠٠	يركز على أندية القمة
٢,٠٦٧٥	صورها معبرة ومتميزة
١,٨٣٧٥	إخراجها جذاب
٢,٠٧٥٠	عناوينها جذابة
٢,٢٦٢٥	سهولة القراءة
١,٨٩٧٥	إخراجها ردي



### تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن إخراج صحيفة أخبار الرياضة موضوع جنلي من وجهة نظر العينة حيث تباينت الآراء بين مؤيد ومعارض لنمط الإخراج الحالي للصحيفة .

وقد جاءت متوسطات عبارات ، الاحتياج للتجديد ، ثم التقليدية والنمطية ، ثم تركيز الإخراج على إبراز أخبار أندية القمة فقط وكلها مؤشرات سلبية في المراتب الثلاثة الأولى وهو ما يؤكد وجود تحفظات ليست هينة على النمط الإخراجي الحالي .

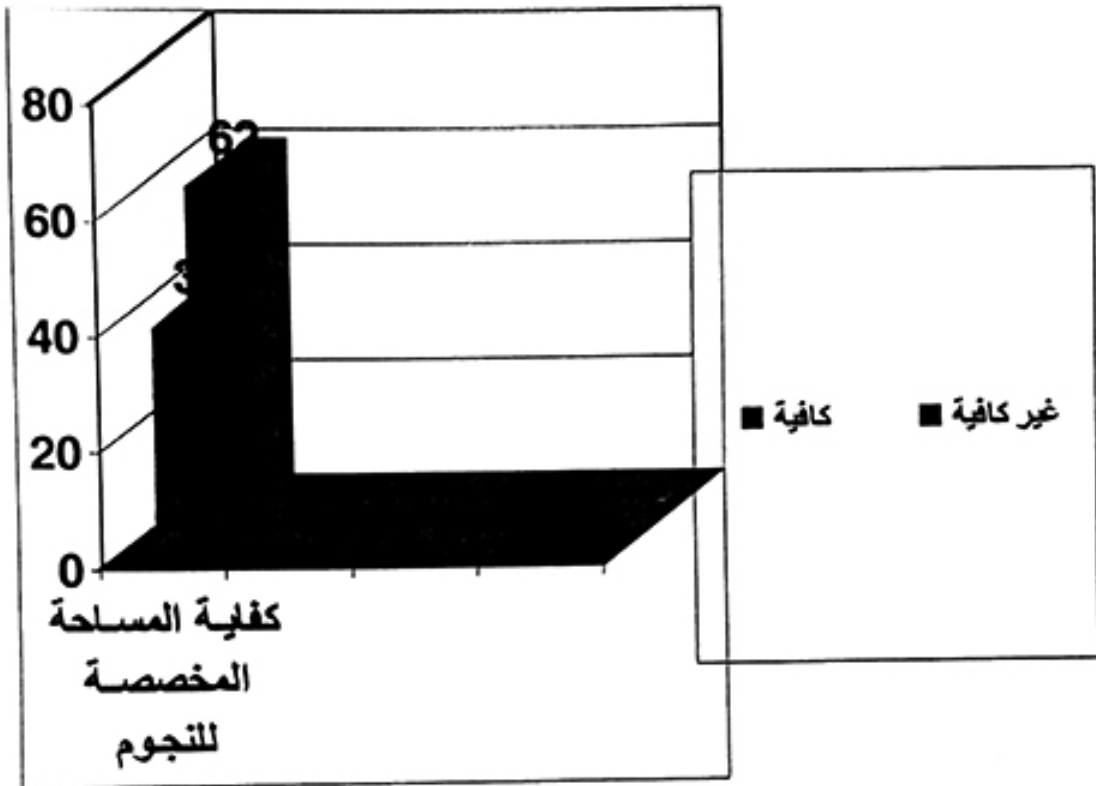
بينما جاءت متوسطات سهولة القراءة والتوازن وجانبية العناوين والصور المعبرة وكلها أمور إيجابية في مستوى وسيط وهو ما يشير إلى أن أخبار الرياضة رغم التحفظ على إخراجها إلا أنها لا تزال تحظى بإخراج وظيفي متوازن يحقق البعد الأساسي المطلوب منها ولكن مع ضعف نسبي في الإبداع والتجديد .

وجاءت متوسطات العبارات العامة التي أشارت إلى أنها في العموم ذات إخراج ردي أو جذاب وهما طرفي نقيض ليؤكد النتيجة السابقة من أن الحكم العام القاطع غير ممكن ويؤكد على أن إخراجها متوسط ويحتاج لمزيد من الإبداع والتجديد .



## ج- المساحة المخصصة لنجوم الرياضة ومستوى كفايتها

كفاية المساحة المخصصة للنجوم	ك	%
كافية	١٥٢	٣٨,٠
غير كافية	٢٤٨	٦٢,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



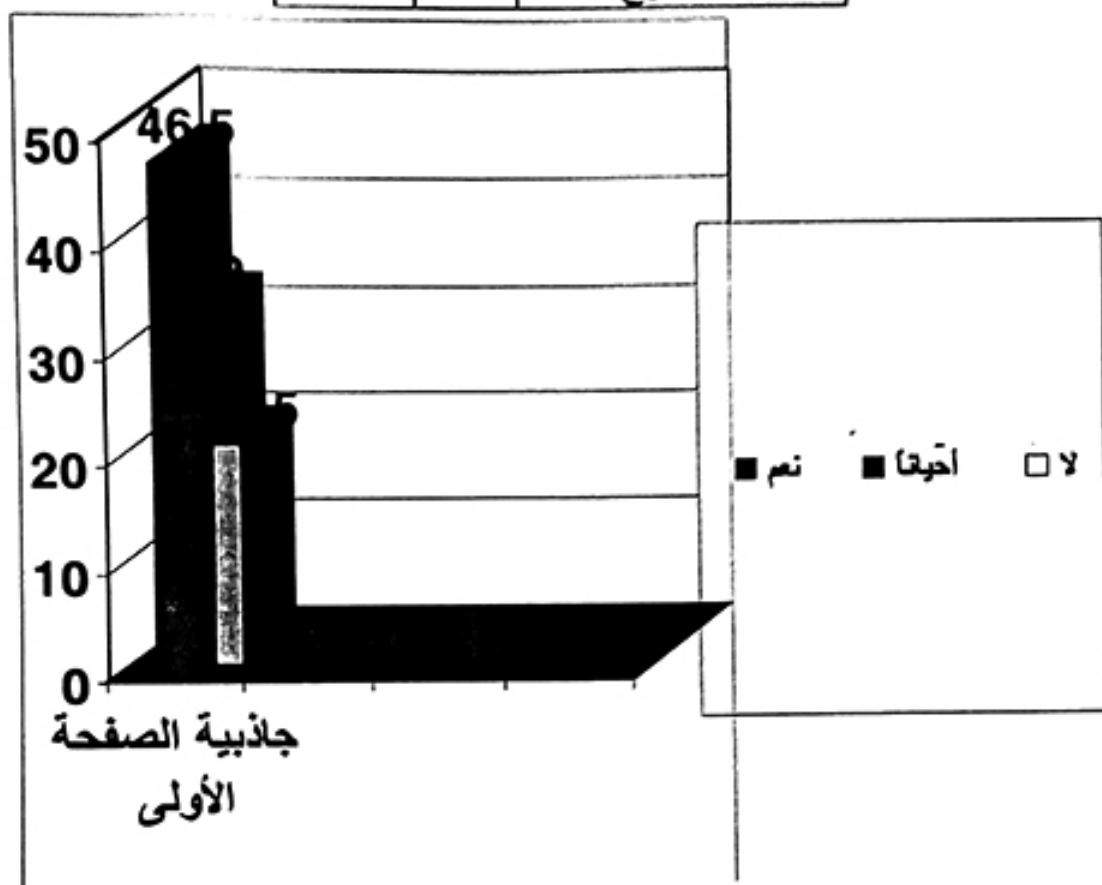
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن المساحة المخصصة لنجوم الرياضة قليلة وغير كافية حيث بلغت نسبة من أقر بهذا الأمر ٦٢% من مجموع العينة ، وقد يرجع تحفظ الصحيفة على نشر مثل هذه النوعيات للحساسية التي يمكن أن تظهر عند التركيز على نجوم معينين أو نجوم نادي محدد ، كما أن أغلب هذه المواد غالباً ما تتميز بقدر ما من الدعاية لهؤلاء النجوم مما قد يثير معه شكوك القارئ حول صدقية المعلومات الواردة بهذه المواد .

وعلى الرغم من أن هذه التحفظات مهمة وصادقة إلا أنه بقدر ما من الإبداع والتميز والاستقلالية يمكن تطوير هذه المواد لتؤدي وظيفتها الصحفية المطلوبة .

## د- جاذبية الصفحة الأولى

جاذبية الصفحة الأولى	ك	%
نعم	١٨٦	٤٦,٥
أحياناً	١٣٢	٣٣,٠
لا	٨٢	٢٠,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

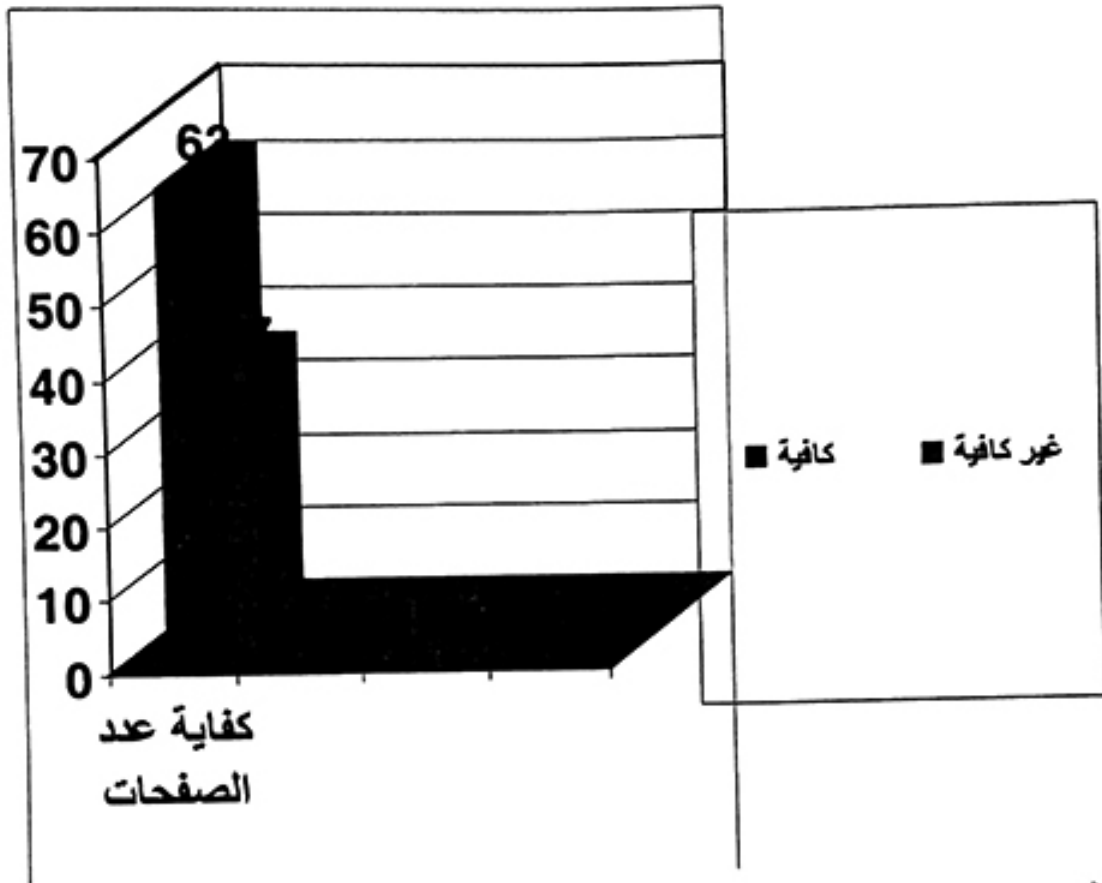


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن مستوى جاذبية الصفحة الأولى مقبول إلى حد كبير حيث نسبة من يراها جاذبة باستمرار ٤٦,٥% وهو ما يقرب من نصف العينة ، بينما من يراها تتراوح بين الجاذبية وعدمها ٣٣% وهي كذلك نسبة ليست بالهينة لكنها في النهاية تؤكد وجود قدر ما من التميز في إخراج وتصميم الصفحة الأولى لكنه غير كاف للدرجة المثلى ، بينما جاءت نسبة من يراها غير جاذبة على الإطلاق ٢٠,٥% وهي نسبة تؤكد ضرورة التطوير .

## هـ كفاية عدد الصفحات

كفاية عدد الصفحات	ك	%
كافية	٢٥٢	٦٣,٠
غير كافية	١٤٨	٣٧,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

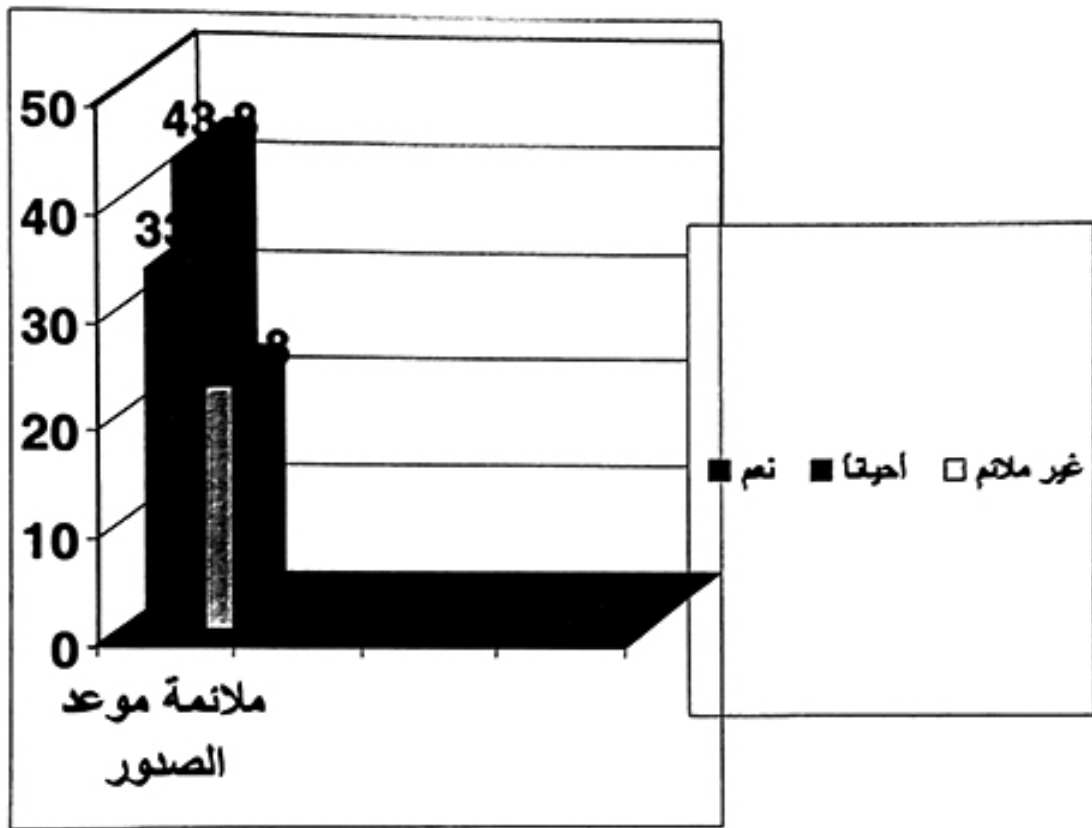


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن صفحات أخبار الرياضة كافية بدرجة كبيرة وهو ما يعني قدرتها على تحقيق الإشباع الكمي للقارئ من التغطيات والمواد الصحفية حيث بلغت نسبتها ٦٣% ، على الرغم من الارتفاع النسبي لمن يرون عدم كفايتها حيث أن نسبتهم ٣٧% ترتفع عن نسب الرضا العامة المقبولة ، وهو ما يعني ضرورة الزيادة المحدودة في عدد الصفحات لزيادة معدلات رضا القراء .

## و- موعد الصدور ومواكبته للأحداث الرياضية

ملائمة موعد الصدور	ك	%
نعم	١٣٤	٣٣,٥
أحيانا	١٧٥	٤٣,٨
غير ملائم	٩١	٢٢,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



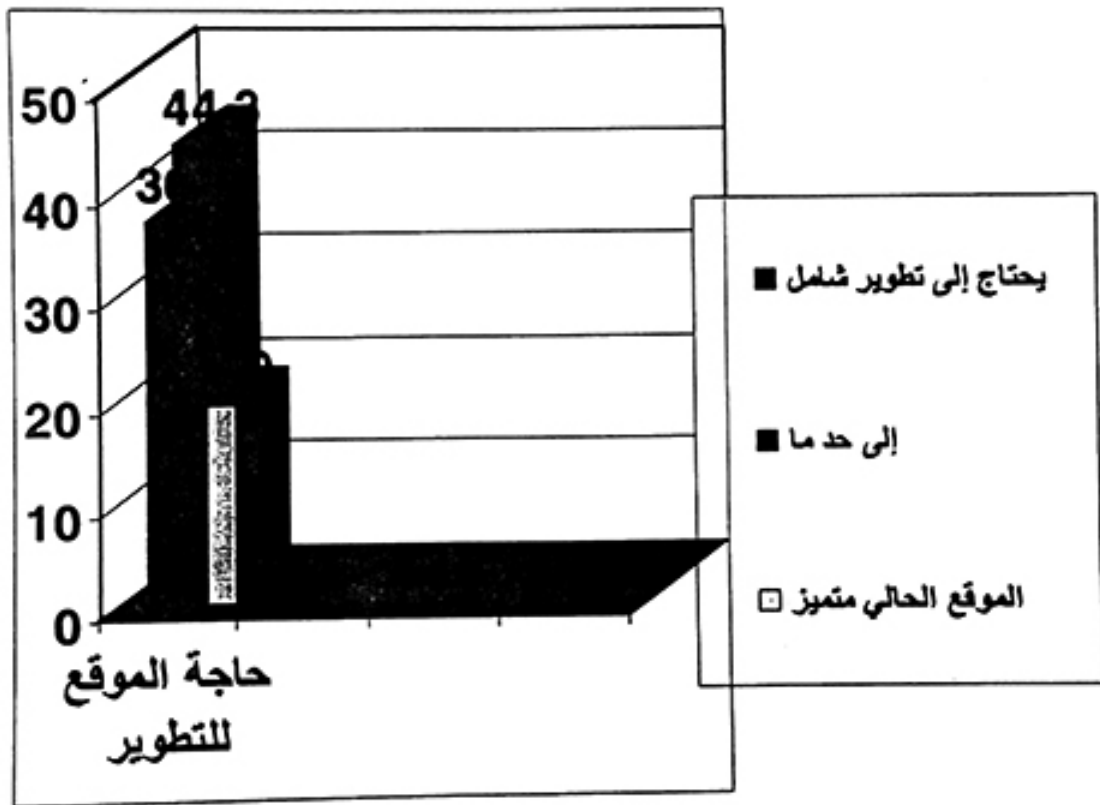
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

كانت النسبة الأكبر لمن يرون أن موعد صدور أخبار الرياضة يتقاطع أحيانا مع الأحداث الرياضية المهمة بنسبة ٤٣,٨% والواقع يؤكد أن عدم انتظام مسابقة الدوري العام والنشاط الرياضي في مصر وعدم تركيز مباريات كرة القدم ضمن أيام محددة في الأسبوع هو ما يسفر عن هذه النتيجة فدول العالم تركز على أيام السبت والأحد والإثنين من كل أسبوع للمباريات وهو ما يجعل أفضل موعد

لصدور الصحف الرياضية خلال أيام الإثنين والثلاثاء ، ولما كان هذا الأمر غير متوفر في الحالة المصرية فإن هذا يعد مبرراً كافياً لظهور هذه النسبة العالية لعدم الرضا عن موعد الصدور الحالي ومواكبته للأحداث الرياضية ، على أن نسبة الرضا عن موعد الصدور الحالي قد بلغت ٣٣,٥% وهي نسبة معقولة في ظل المتغيرات سابقة الذكر.

#### ز- مستوى الموقع الإلكتروني

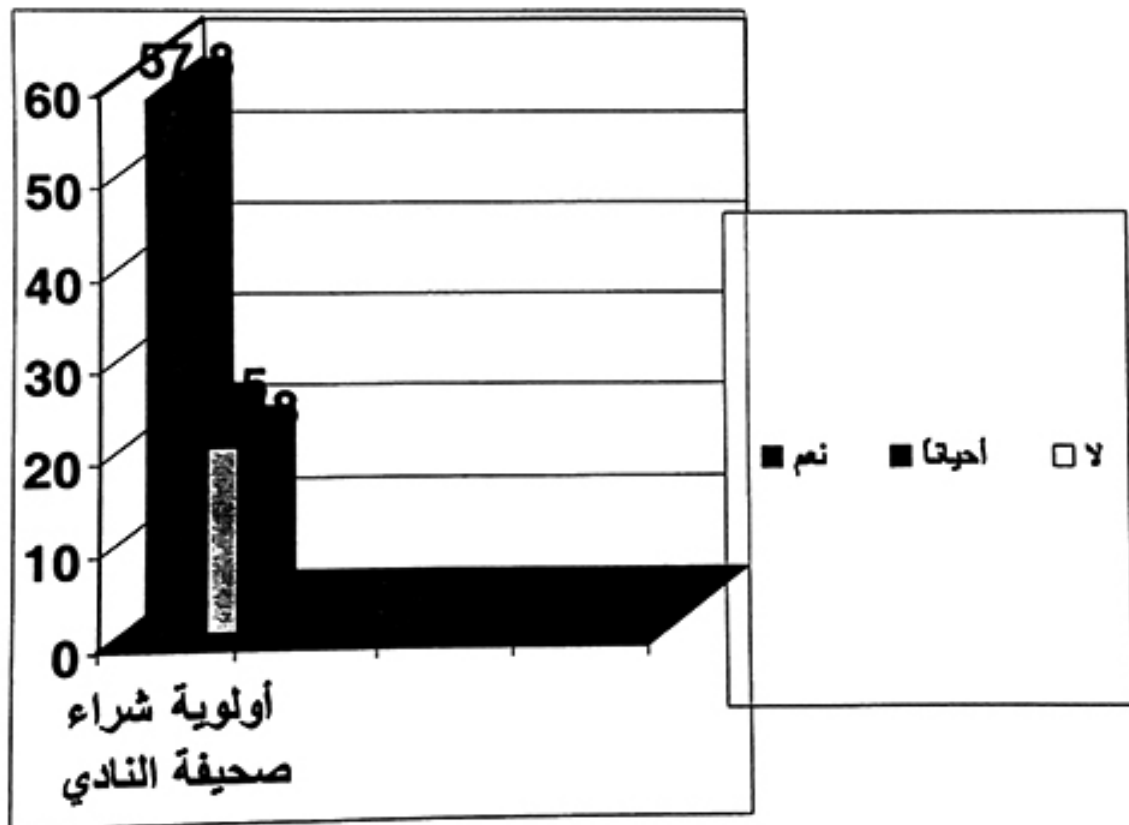
حاجة الموقع للتطوير	ك	%
يحتاج إلى تطوير شامل	١٤٧	٣٦,٨
إلى حد ما	١٧٧	٤٤,٣
الموقع الحالي متميز	٧٦	١٩
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :  
 ضعف نسب الرضا العام عن الموقع الإلكتروني الحالي للصحيفة حيث بلغت نسبة من رأى تميزه ١٩% فقط وهي نسبة ضعيفة ، بينما بلغت نسبة الرضا النسبي عنه ٤٤,٣% ، وهي نسبة إن أضيفت إلى نسبة من يرى عدم فعالية الموقع الحالي واحتياجه إلى تطوير شامل وتام البالغة ٣٦,٨% وهي نسبة عالية للغاية لتبين لنا ضرورة إعادة النظر في تصميم ومحتوى الموقع الإلكتروني بشكل كبير .  
**ثالثاً : تحليل المنافسة مع الصحف والمواقع الرياضية الأخرى :**

#### ١. أولوية شراء صحيفة النادي

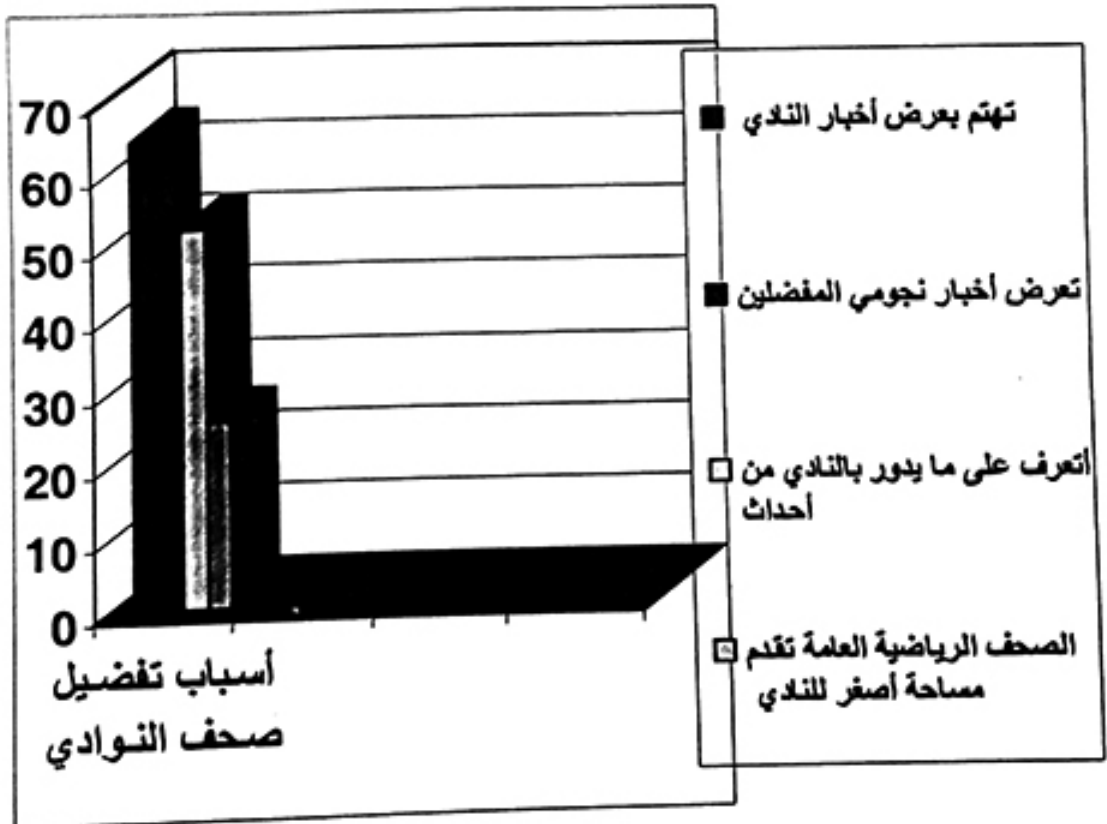
أولوية شراء صحيفة النادي	ك	%
نعم	٢٣١	٥٧,٨
أحياناً	٩٠	٢٢,٥
لا	٧٩	١٩,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :  
 أن صحف النوادي تعد هي المنافس الأبرز للصحف الرياضية العامة وعلى رأسها أخبار الرياضة حيث فضل ٥٧,٨% شراء صحيفة النادي الذي يشجعونه عن شراء الصحف العامة وهي نسبة كبيرة للغاية تحتاج إلى مراجعة شاملة للموقف الصحفي الرياضي في أخبار الرياضة بما لا يتنافى مع البعد المهني المفترض من الحيادية والموضوعية للمعالجات الصحفية الرياضية ومنها على سبيل المثال تخصيص مجموعة من الصفحات في كل عدد للنوادي الجماهيرية وأخبارها ، أو وضعها على التوالي في الأعداد كما تفعل المصري اليوم مثلا لتكون نافذة كل جمهور على أخبار ناديه .

#### ب. أسباب تفضيل صحف النوادي عن بقية الصحف

ك	%	أسباب تفضيل صحف النوادي
٢٥٦	٦٤,٠	تهتم بعرض أخبار النادي
١٤٥	٣٦,٣	تعرض أخبار نجوم المفضلين
٢٠٧	٥١,٨	أتعرف على ما يدور بالنادي من أحداث
١٠١	٢٥,٣	الصحف الرياضية العامة تقدم مساحة أصغر للنادي

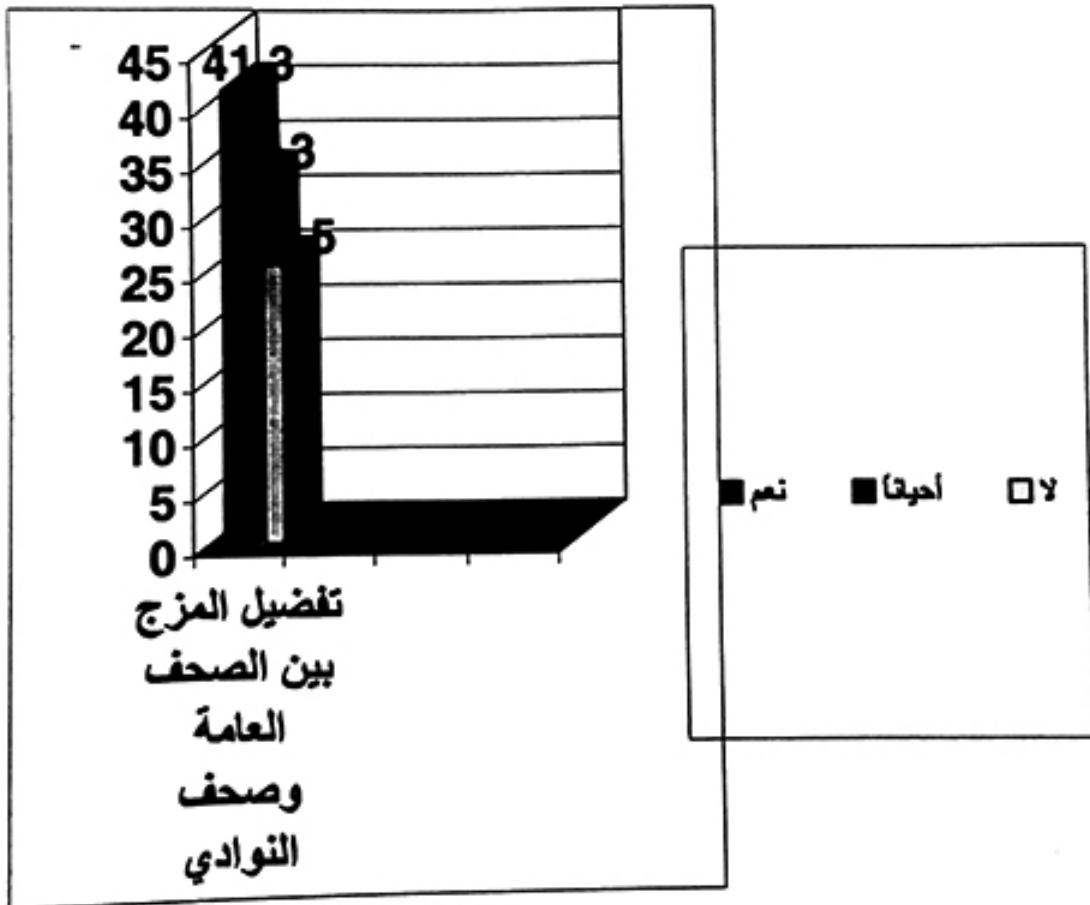


تُشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

جاءت أهم أسباب تفضيل صحف النوادي على أخبار الرياضة خصوصاً والصحف الرياضية العامة عموماً في التركيز على عرض أخبار النادي بنسبة بلغت ٦٤% ، ثم معرفة الأحداث التي تدور في كواليس الأندية بنسبة ٥١,٨% يليها عرض أخبار النجوم ٣٦,٣% وأخيراً لعدم كفاية المساحة المخصصة للنوادي في الصحف العامة بنسبة ٢٥,٣% وهو ما يعني ضرورة تطوير أخبار الرياضة فيما يخص أخبار الأندية على النحو المذكور سلفاً .

ج- المزيج الصحفي المصاحب لصحف النوادي

تفضيل المزج بين الصحف العامة و صحف النوادي	ك	%
نعم	١٦٥	٤١,٣
أحياناً	١٣٣	٣٣,٣
لا	١٠٢	٢٥,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



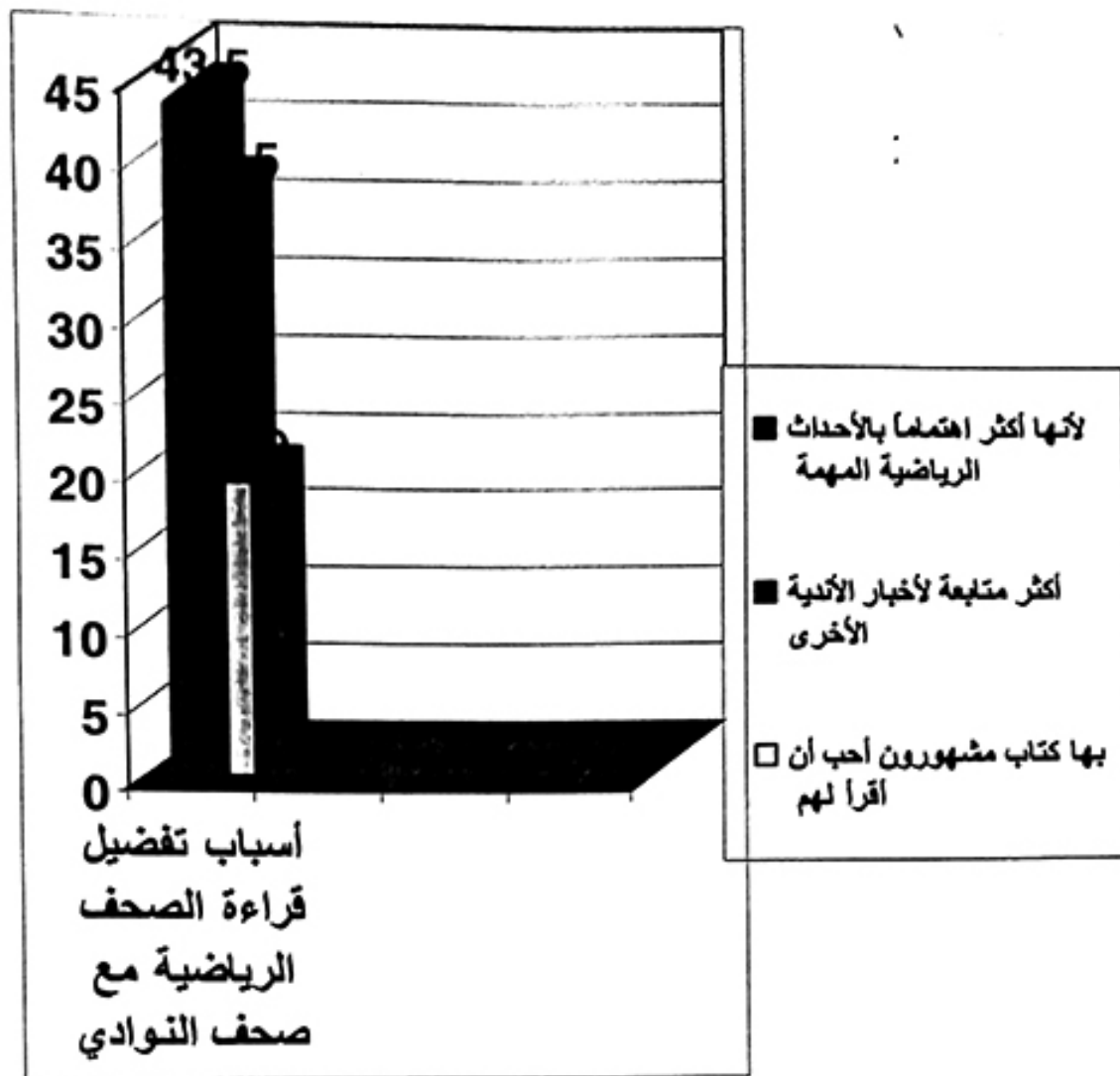


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أشارت نسبة كبيرة بلغت ٤١,٣% إلى تفضيل الجمع بين صحف النوادي والصحف العامة كأخبار الرياضة وهو ما يؤكد أن صحف النوادي وحدها قد لا تشبع كافة الحاجات المعرفية الرياضية لدى قراءها ، على حين أكد ٣٣,٣% من عينة البحث احتياجهم المتقطع لهذا المزج بين الصحف الرياضية العامة وبين صحف الأندية وذلك وفق الأحداث الرياضية الموجودة ودرجة أهميتها ، بينما أكد ٢٥,٥% من عينة البحث على كفاية صحف الأندية في تلبية احتياجاتهم .

ج. أسباب تفضيل قراءة الصحف الرياضية مع صحف النوادي

أسباب تفضيل قراءة الصحف الرياضية مع صحف النوادي	ك	%
لأنها أكثر اهتماماً بالأحداث الرياضية المهمة	١٧٤	٤٣,٥
أكثر متابعة لأخبار الأندية الأخرى	١٥٠	٣٧,٥
بها كتاب مشهورون أحب أن أقرأ لهم	٧٦	١٩,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



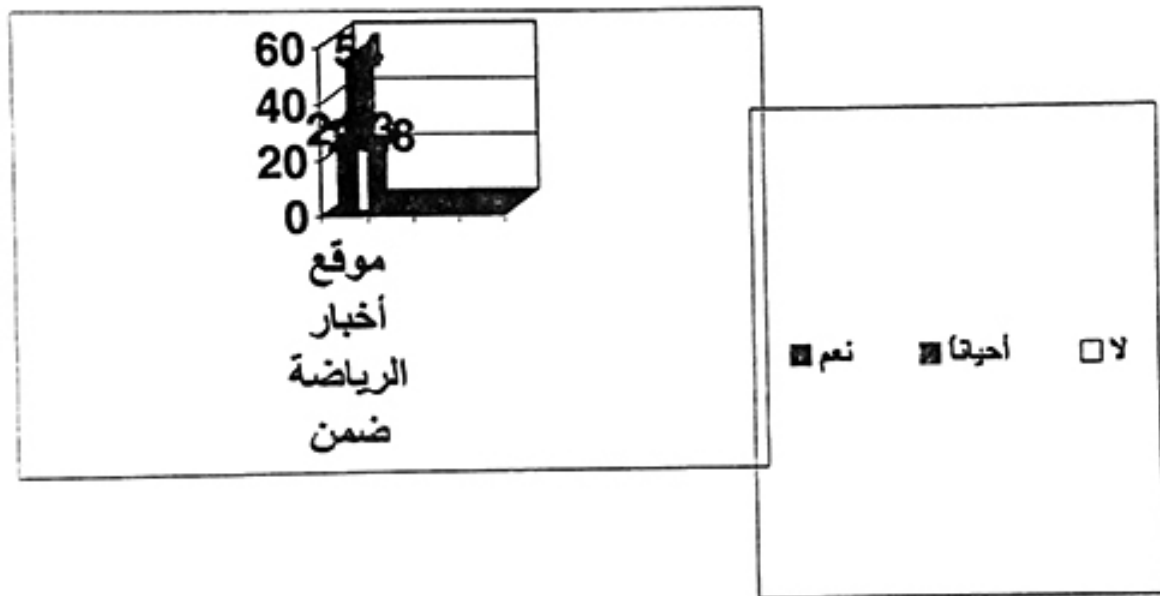
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن أهم ما يدفع القراء للمزج بين الصحف العامة وصحف النوادي هو أنها الأكثر اهتماماً بالأحداث الرياضية المهمة والفعاليات العامة والعالمية وباقي الأنشطة الرياضية التي لا تغطيها صحف الأندية بنسبة ٤٣,٥% ، بينما جاءت الرغبة في التعرف على أخبار الأندية الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٥% وهو ما يعني أن الصحف الرياضية العامة تشبع رغبة المشجعين في التعرف على مناقسيهم في جو من الموضوعية التي لا توفرها صحف الأندية خاصة وأنه من غير المتصور إقدام مشجعي النادي الأهلي مثلاً على شراء صحيفة الزمالك لمعرفة أخباره أو العكس فيكون البديل هو الصحف العامة .

بينما جاء تميز الكتاب وشهرتهم في المرتبة الثالثة بنسبة ١٩% وهو ما يتفق مع أن نسبة كبيرة من الكتاب نوي المصداقية يفضلون العمل في الصحف الرياضية العامة عن صحف النوادي للحفاظ على مصداقيتهم لدى الجمهور وهذه ميزة كبرى ينبغي التركيز عليها حال التطوير الواجب في أخبار الرياضة .

#### د. موقع أخبار الرياضة ضمن المزيج الصحفي لصحف النوادي

موقع أخبار الرياضة ضمن المزيج الصحفي لصحف النوادي	ك	%
نعم	٩٧	٢٤,٣
أحيانا	٢١٦	٥٤,٠
لا	٨٧	٢١,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠



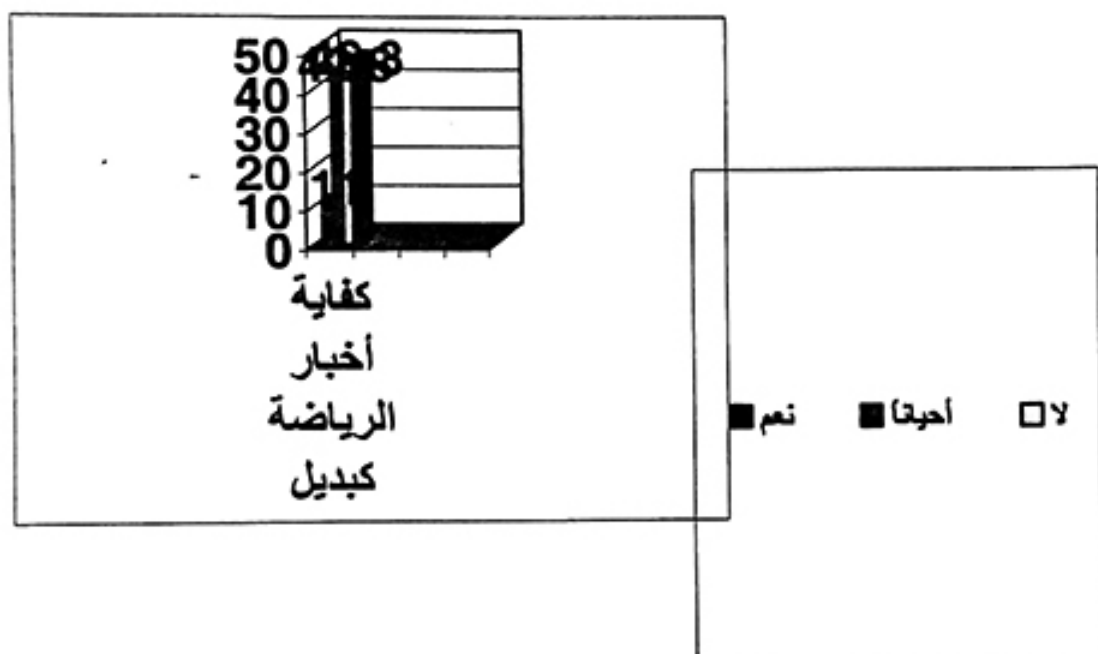
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن أخبار الرياضة تحتل موقعا لا بأس به ضمن المزيج الصحفي لقراء صحف الأندية حيث بلغت نسبة المتعرضين لها مع صحف أنديةهم ٧٨,٢% منهم من يعتمد عليها بشكل دائم ومستمر بنسبة ٢٤,٣% ومنهم من يتعرض لها على نحو متقطع بنسبة ٥٤% ، وهذه النتيجة على ما يبدو عليها من سلبية إلا أنها في حقيقة الأمر نتيجة إيجابية تشير إلى أن المنافس الرئيس هو صحف الأندية المختلفة ، وتشير

كذلك إلى أنها في 'مقدمة الصحف الرياضية العامة التي يتم استصحابها مع صحف هذه الأندية .

#### ٥. كفاية أخبار الرياضة كبديل عن صحف النوادي

ك	%	كفاية أخبار الرياضة كبديل عن صحف النوادي
٤٤	١١,٠	نعم
١٧١	٤٢,٨	أحيانا
١٨٥	٤٦,٣	لا
٤٠٠	١٠٠,٠	المجموع



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن النسبة الأكبر من العينة أكدت على عدم كفاية أخبار الرياضة كبديل عن صحف الأندية إذ بلغت ٤٦,٣% وهو ما يمكن التغلب عليه على النحو سالف الذكر ،

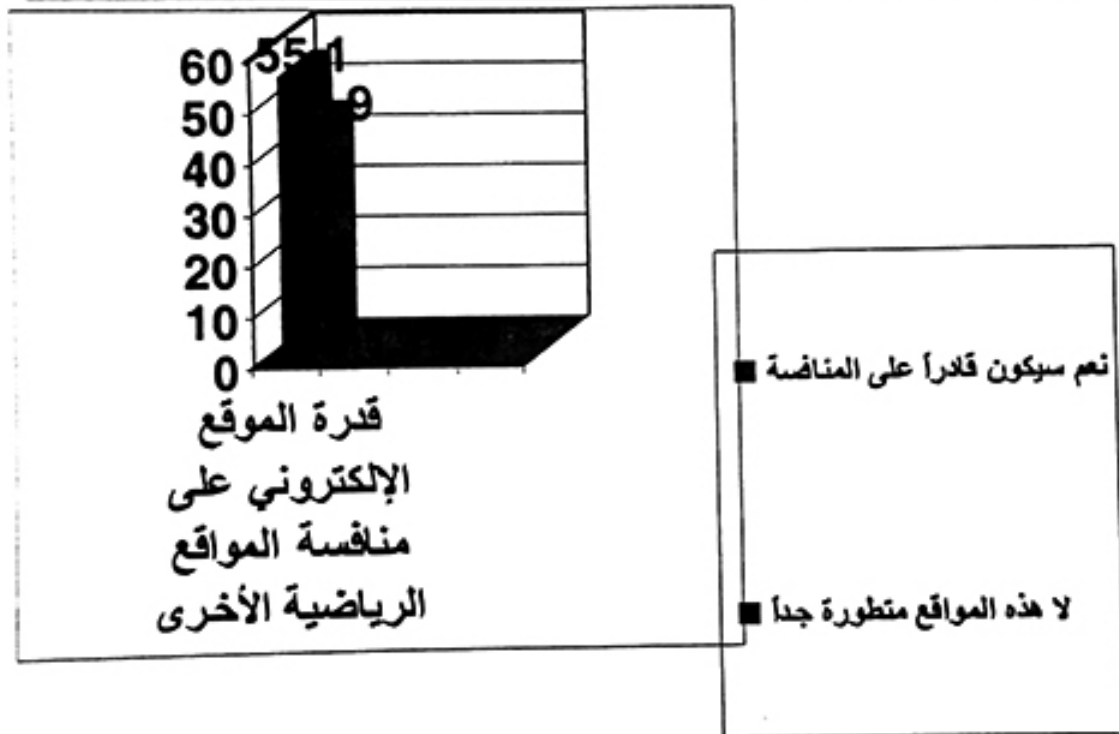
ويؤكد أن الطبيعة الصحفية للصحف العامة مقارنة بصحف الأندية مختلفة إلى حد كبير بحيث لا يمكن اعتبار إحداها بديلاً وظيفياً للآخرى .

وتأتي نسبة من يرى أن مسألة الكفاية وعدمها مسألة نسبية ٤٢,٨% وهو ما يعني أن هذه النسبة تقبل الاكتفاء بأخبار الرياضة شريطة إشباعها لما يحصلون عليه من صحف الأندية وهي نسبة مباشرة للغاية .

وأخيراً من يرى قدرة أخبار الرياضة وحدها على تلبية احتياجاته دون صحف الأندية بنسبة ١١% .

و. قدرة الموقع الإلكتروني على منافسة المواقع الرياضية الأخرى

قدرة الموقع الإلكتروني على منافسة المواقع الرياضية الأخرى	ك	%
نعم سيكون قادراً على المنافسة	٨١	٥٥,١
لا هذه المواقع متطورة جداً	٦٦	٤٤,٩
المجموع	١٤٧	١٠٠,٠



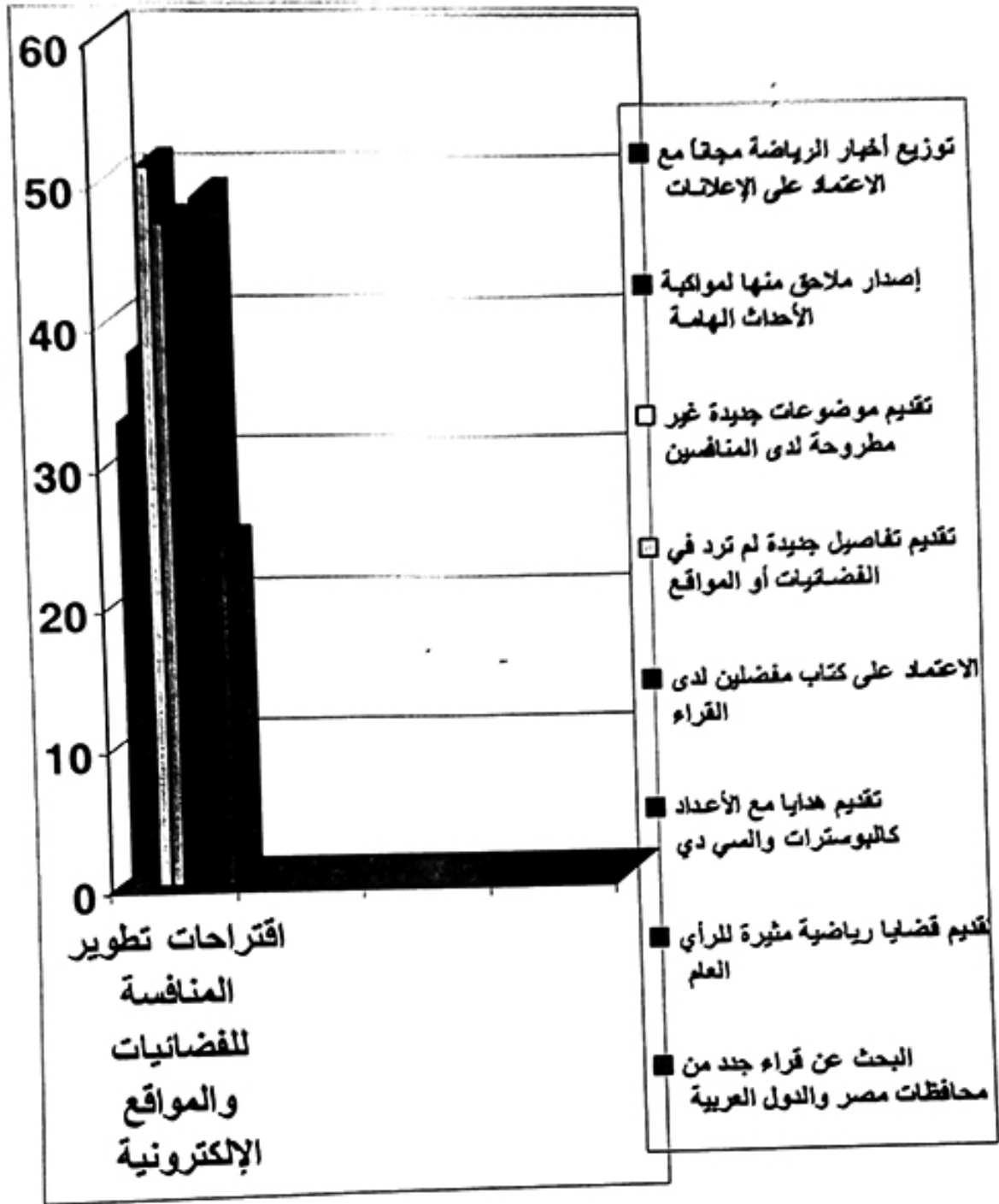
### تفسير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن عينة البحث ترى أن الموقع الحالي عند تطويره بالشكل المناسب والملائم وتوظيفه للقدرات التكنولوجية السليمة والدلائل التفاعلية المطلوبة يمثله أن يكون قادراً على منافسة المواقع الرياضية المتخصصة بنسبة ٥٥,١% وهي نسبة تؤكد على تفاؤل هذه العينة بمستقبل الموقع وثقتهم في قدرات أخبار الرياضة وكوادرها على إدارة هذه المواقع للوصول إلى المنافسة السليمة، بينما رأى ٤٤,٩% أن طبيعة المواقع الرياضية تختلف عن موقع أخبار الرياضة وأن المواقع الرياضية قد جعلت لأنفسها شخصية مسئلة في ظروف خاصة بها كان أساسها هو الاستقلال والتميز عن الصحافة الرياضية العاملة وهو ما يعني أن مسار أخبار الرياضة كصحيفة ورقية أو إلكترونية لن يستطيع منافسة مواقع رياضية تأسست وبنيت سمعتها على استقلاليتها وظروفها الخاصة وريادتها التي حققتها على الإنترنت .

### رابعاً : مستقبل أخبار الرياضة :

#### أ. اقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية

ك	%	اقتراحات تطوير المنافسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية
١٣٢	٣٣,٠	توزيع أخبار الرياضة مجاناً مع الاعتماد على الإعلانات
١٥١	٣٧,٨	إصدار ملاحق منها لمواكبة الأحداث الهامة
٢٠٦	٥١,٥	تقديم موضوعات جديده غير مطروحة لدى المنافسين
١٨٨	٤٧,٠	تقديم تفاصيل جديده لم ترد في الفضائيات أو المواقع
١١٨	٢٩,٥	الاعتماد على كتاب مفضلين لدى القراء
١٥٢	٣٨,٠	تقديم هدايا مع الأعداد كالبوسترات والسي دي
١٩٥	٤٨,٨	تقديم قضايا رياضية مثيرة للرأي العام
٩٧	٢٤,٣	البحث عن قراء جدد من محافظات مصر والدول العربية



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

تركز أهم مقترحات التطوير على تطوير المحتوى حيث جاءت نسبة تقديم موضوعات جديدة غير مطروحة لدى المنافسين في المرتبة الأولى بنسبة ١٠,٥ %

تلاها تقديم قضايا رياضية مثيرة للرأي العام بنسبة بلغت ٤٨,٨% ، ثم تقديم تفاصيل لم ترد في الفضائيات والمواقع بنسبة ٤٧% وهي كلها نتائج تؤكد ضرورة سعي المضمون المقترح نحو عرض القضايا الجديدة والتفاصيل الدقيقة والسبق الصحفي وتميز المضمون .

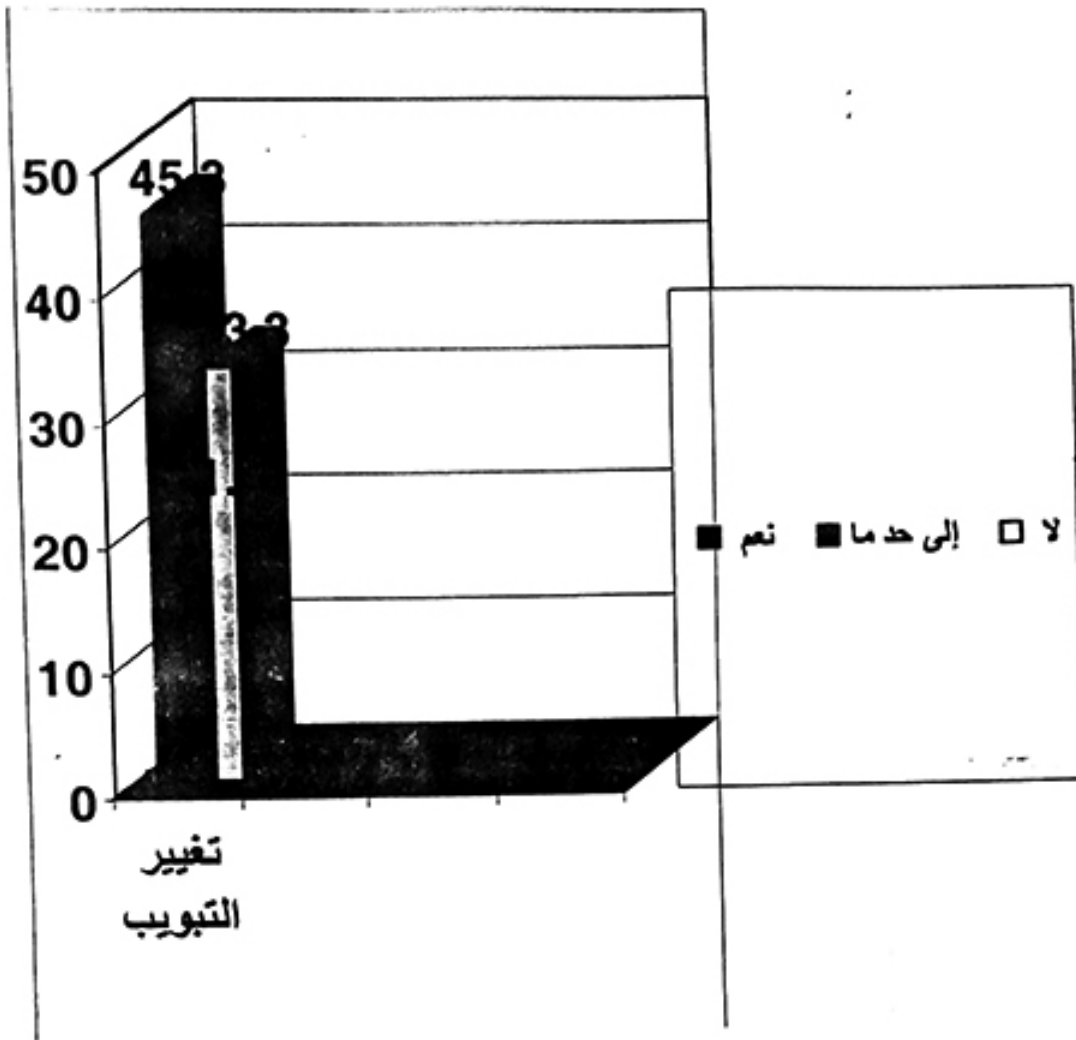
ثم جاءت النتائج المرتبطة بتجديد أساليب جذب القراء في المراتب التالية على رأسها تقديم الهدايا كالبوسترات والسي دي وغيرها بنسبة ٣٨% ثم إصدار ملاحق خاصة بنسبة ٣٧,٨% ثم التوزيع المجاني بنسبة ٣٣% ، وهي كلها أساليب لا تقم بها أخبار الرياضة على الرغم من جاذبيتها وتميزها .

ثم جاءت الأساليب المرتبطة باستقطاب العناصر البشرية في المرتبة الأخيرة حيث جاء استقطاب الكتاب المفضلين بنسبة ٢٩,٥% يليها استقطاب جماهير جديدة في الداخل والخارج بنسبة ٢٤,٣%

#### ب. تغيير التبويب

تغيير التبويب	ك	%
نعم	١٨١	٤٥,٣
إلى حد ما	٨٦	٢١,٥
لا	١٣٣	٣٣,٣
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠





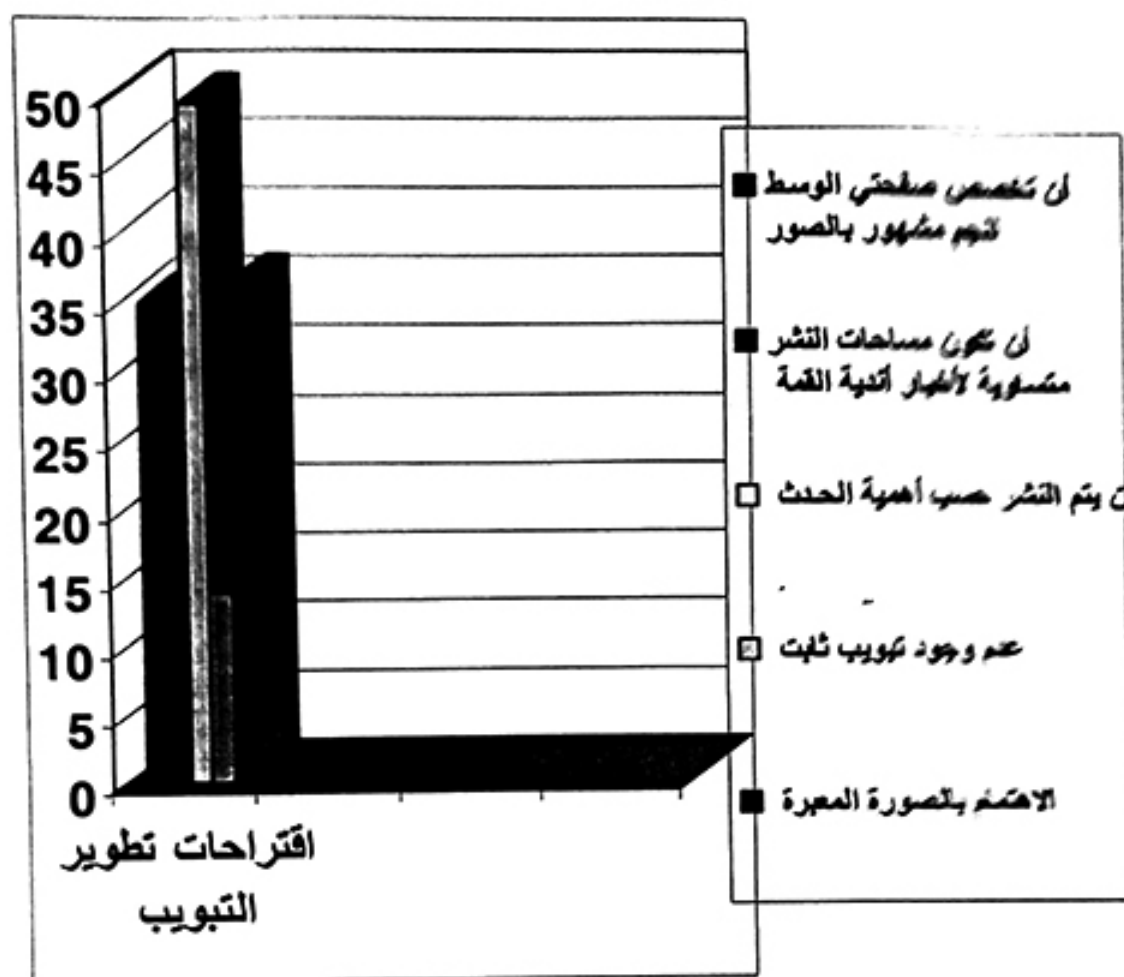
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن نسبة من يرون ضرورة تغيير التبويب الحالي بلغت ٤٥,٣% وهي نسبة تؤكد على ضرورة هذا التغيير والتطوير وإن كانت بشكل ما تتسق مع نسب كفاية التبويب الحالي التي شرحت سلفاً وإيجابياته ، بينما يرى ٣٣,٣% من العينة فعالية وجودة التبويب الحالي وهو ما يؤكد من جديد أن التبويب الحالي لا يحتاج لتغيير شامل بل تطوير محدود وأنيق ومنظم بشكل أكبر .

#### ج. اقتراحات تغيير التبويب

ك	%	اقتراحات تطوير التبويب
١٣٩	٣٤,٨	أن تخصص صفحاتي الوسط لنجم مشهور بالصور
١٣٠	٣٢,٥	أن تكون مساحات النشر متساوية لأخبار أندية القمة
١٩٧	٤٩,٣	أن يتم النشر حسب أهمية الحدث

١٣,٨	٥٥	عدم وجود تبويب ثابت
٣٦,٣	١٤٥	الاهتمام بالصورة المعبرة

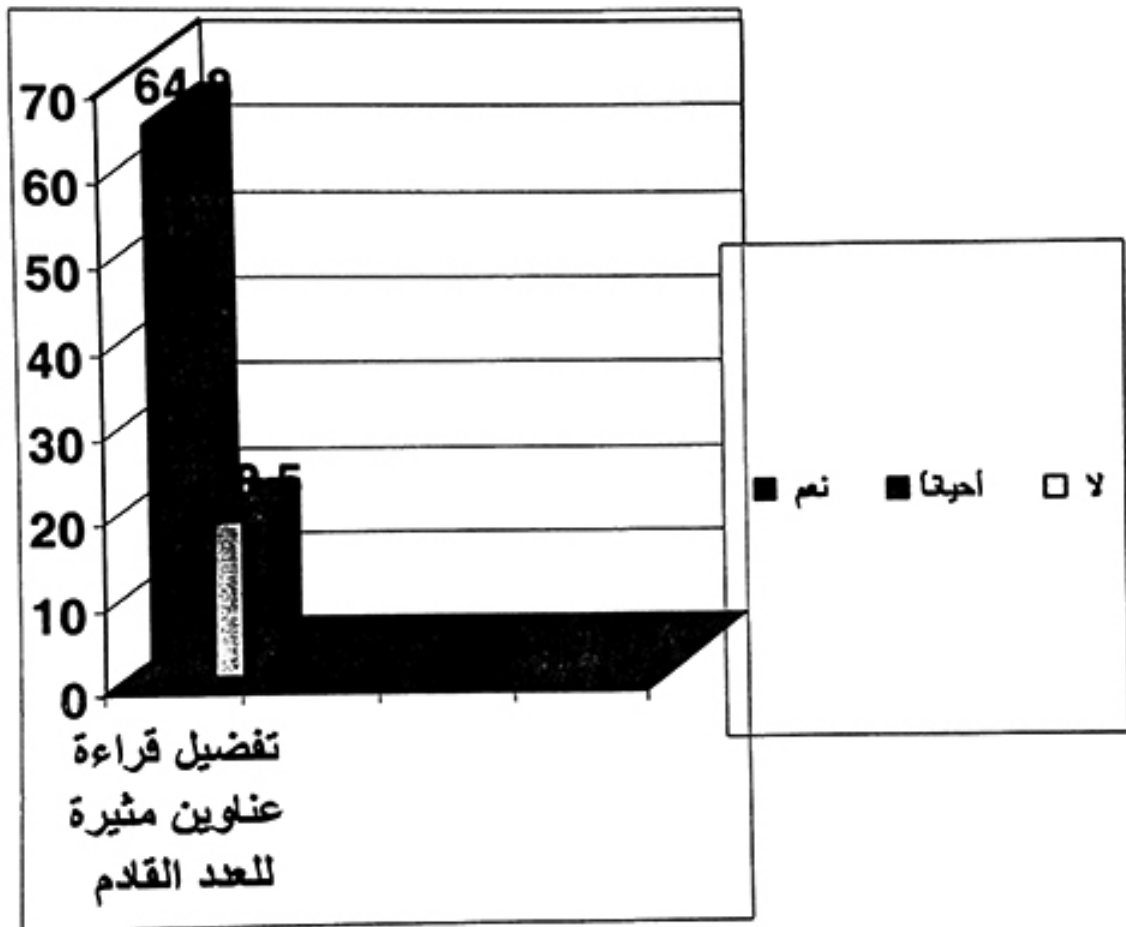


#### تفسير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أن أهم معيار التبويب الجديد أن يتم النشر حسب أهمية الحدث وهو بعد موضوعي بديهي وإن كان يتطلب قدرًا من المرونة وذلك بنسبة بلغت ٤٩,٣% يليه الاهتمام بالصورة المعبرة بنسبة ٣٦,٣% ثم تخصيص صفحاتي الوسط لنجم مشهور بالصور بنسبة ٣٤,٨% وكلاهما يشير إلى أهمية تطوير أبعاد الجذب البصري بشكل متميز ، بينما جاءت نمب العدالة في توزيع مساحات النشر لأندية القمة بنسبة ٣٢,٥% وهو ما يعني أن التوازن الموضوعي لا بد أن يتسق مع توازن كمي مساحي ، وأخيراً فضلت نمبة ١٣,٨% من العينة على عدم الاعتماد على تبويب ثابت ومستقر .

## د. تفضيل قراءة عناوين مثيرة للعدد القادم

تفضيل قراءة عناوين مثيرة للعدد القادم	ك	%
نعم	٢٥٩	٦٤,٨
أحيانا	٦٧	١٦,٨
لا	٧٤	١٨,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

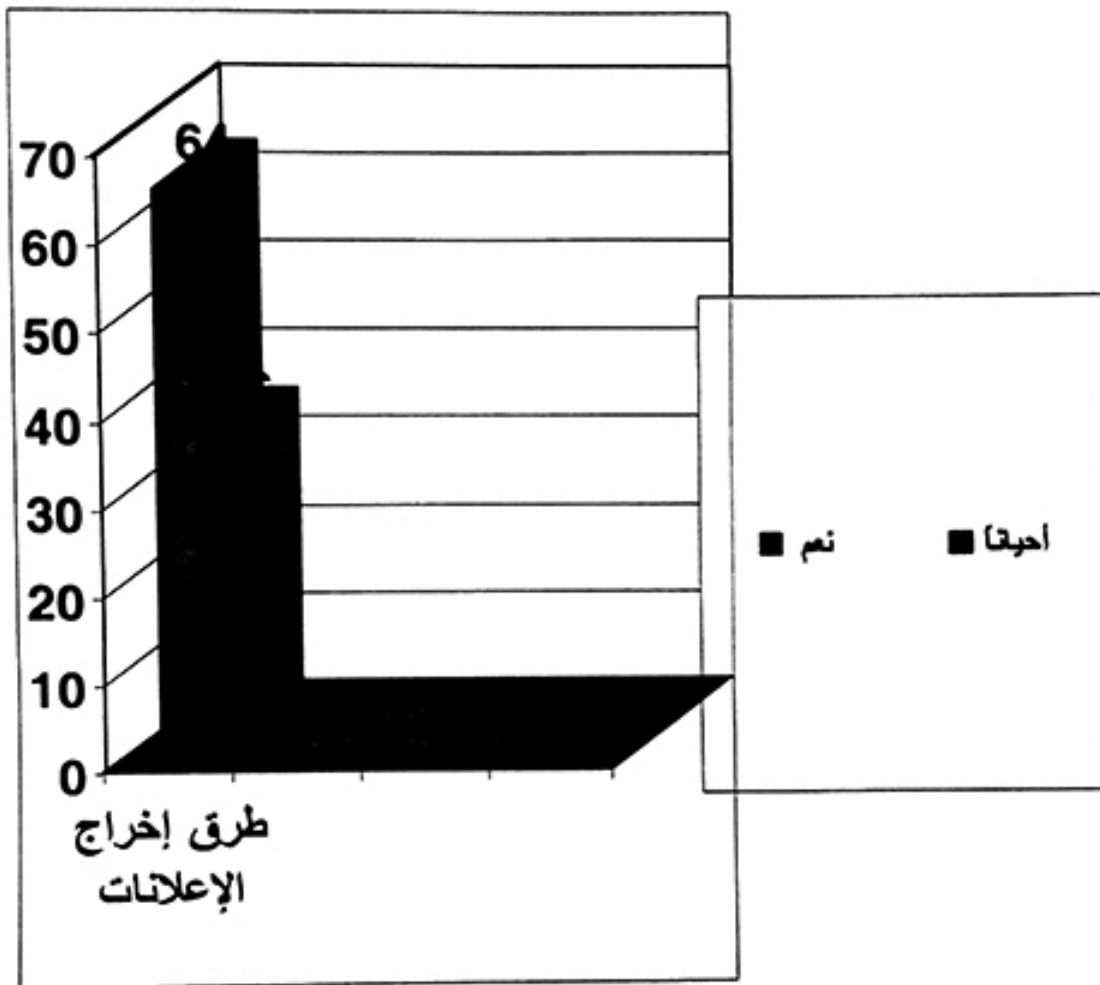


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

أكدت نسبة كبيرة للغاية بلغت أكثر من ثلثي العينة أهمية جذب القارئ عبر استخدام أسلوب وضع عناوين مثيرة يتضمنها العدد القادم كعنصر جذب رئيسي للاستمرار في التعرض للصحيفة والسعي إلى شرائها .

٥. طرق إخراج الإعلانات

طرق إخراج الإعلانات	ك	%
توزيع الإعلانات بطريقة لا تقطع الموضوعات	٢٥٦	٦٤,٠
تجميع الإعلانات في صفحات محددة	١٤٤	٣٦,٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠,٠

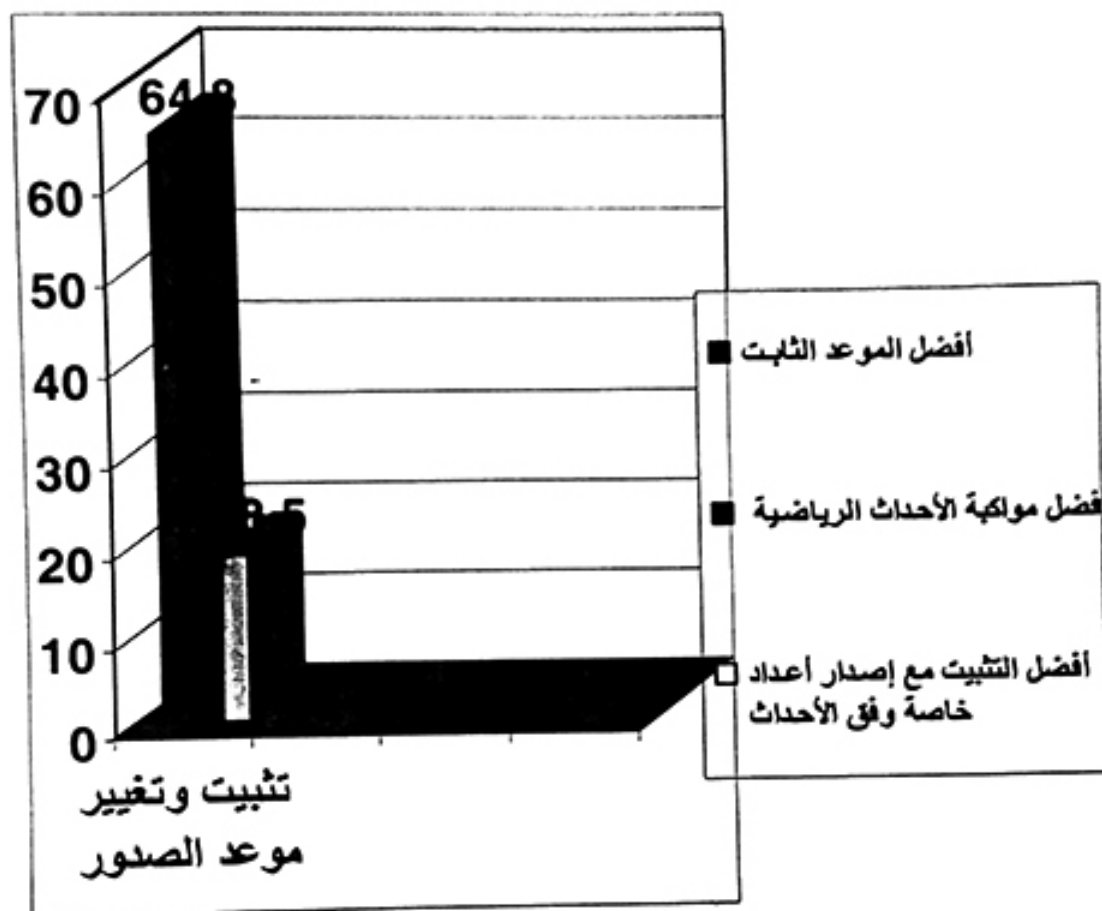


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

عدم الاعتراض على تضمين الإعلانات ضمن صفحات التحرير شريطة ألا يتم قطع الموضوعات بإعلانات تتداخل معها إخراجياً ، وهي رؤية سليمة وواقعية بلغت نسبتها ٦٤% في مقابل ٣٦% لمن رأى ضرورة الفصل التام بين الإعلانات والمواد التحريرية ووضع الإعلانات في صحف مستقلة .

و. تثبيت وتغيير موعد الصدور

ك	%	تثبيت وتغيير موعد الصدور
٢٥٩	٦٤,٨	أفضل الموعد الثابت
٦٧	١٦,٨	أفضل مواكبة الأحداث الرياضية
٧٤	١٨,٥	أفضل التثبيت مع إصدار أعداد خاصة وفق الأحداث
٤٠٠	١٠٠,٠	المجموع



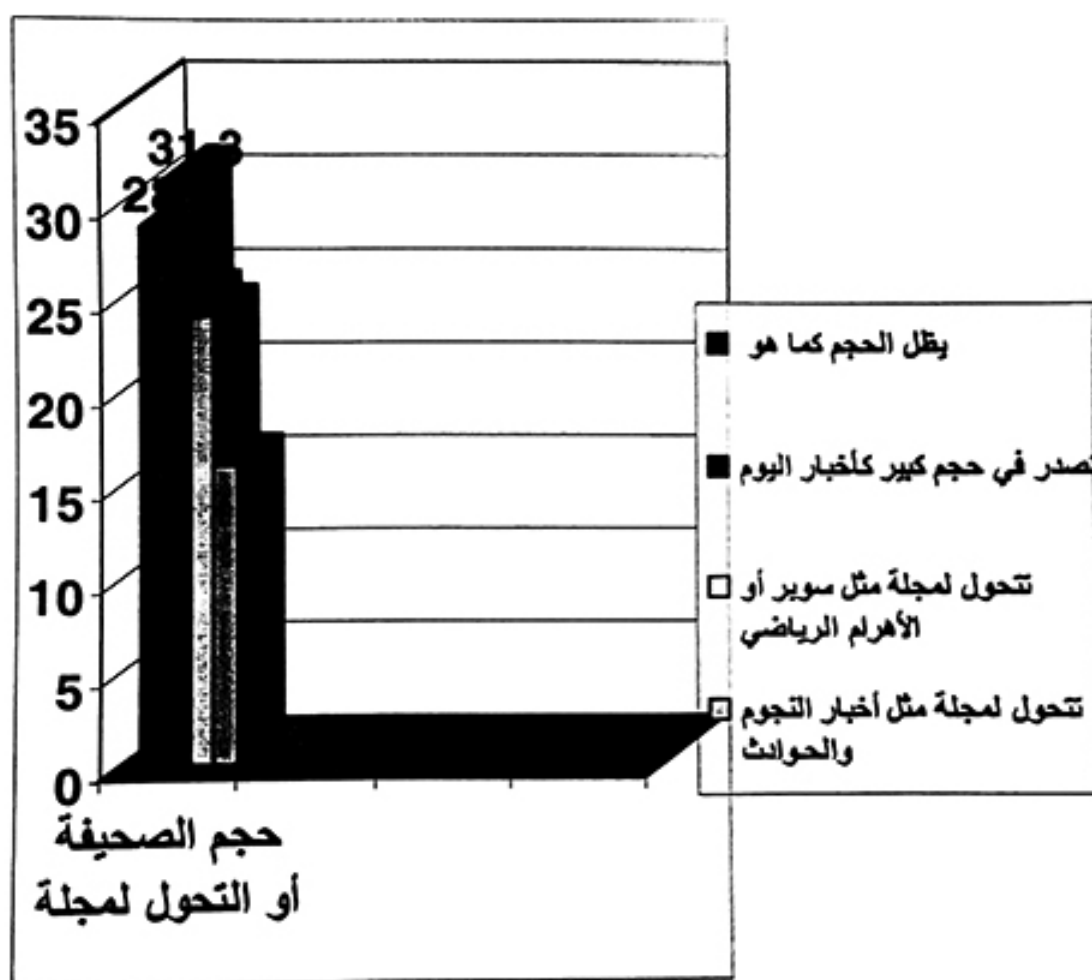
تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

لا زالت الغالبية ٦٤,٨% ترى أفضلية الموعد الثابت للصدور وهي نتيجة طبيعية للغاية لأي إصدار صحفي ، بينما فضل ١٨,٥% إصدار أعداد خاصة لمواكبة الأحداث الرياضية مع الحفاظ على إصدار العدد في مواعده الثابت وهو كذلك

مطلب مشروع وجيد ، بينما جاءت نسبة من يرى تغيير موعد الصدور ١٦,٨% فقط .

### ز. حجم الصحيفة أو تحولها لمجلة

ك	%	حجم الصحيفة أو تحولها لمجلة
١١٥	٢٨,٨	يظل الحجم كما هو
١٢٥	٣١,٣	تصدر في حجم كبير كإخبار اليوم
٩٦	٢٤,٠	تتحول لمجلة مثل سوبر أو الأهرام الرياضي
٦٤	١٦,٠	تتحول لمجلة مثل أخبار النجوم والحوادث
٤٠٠	١٠٠,٠	المجموع

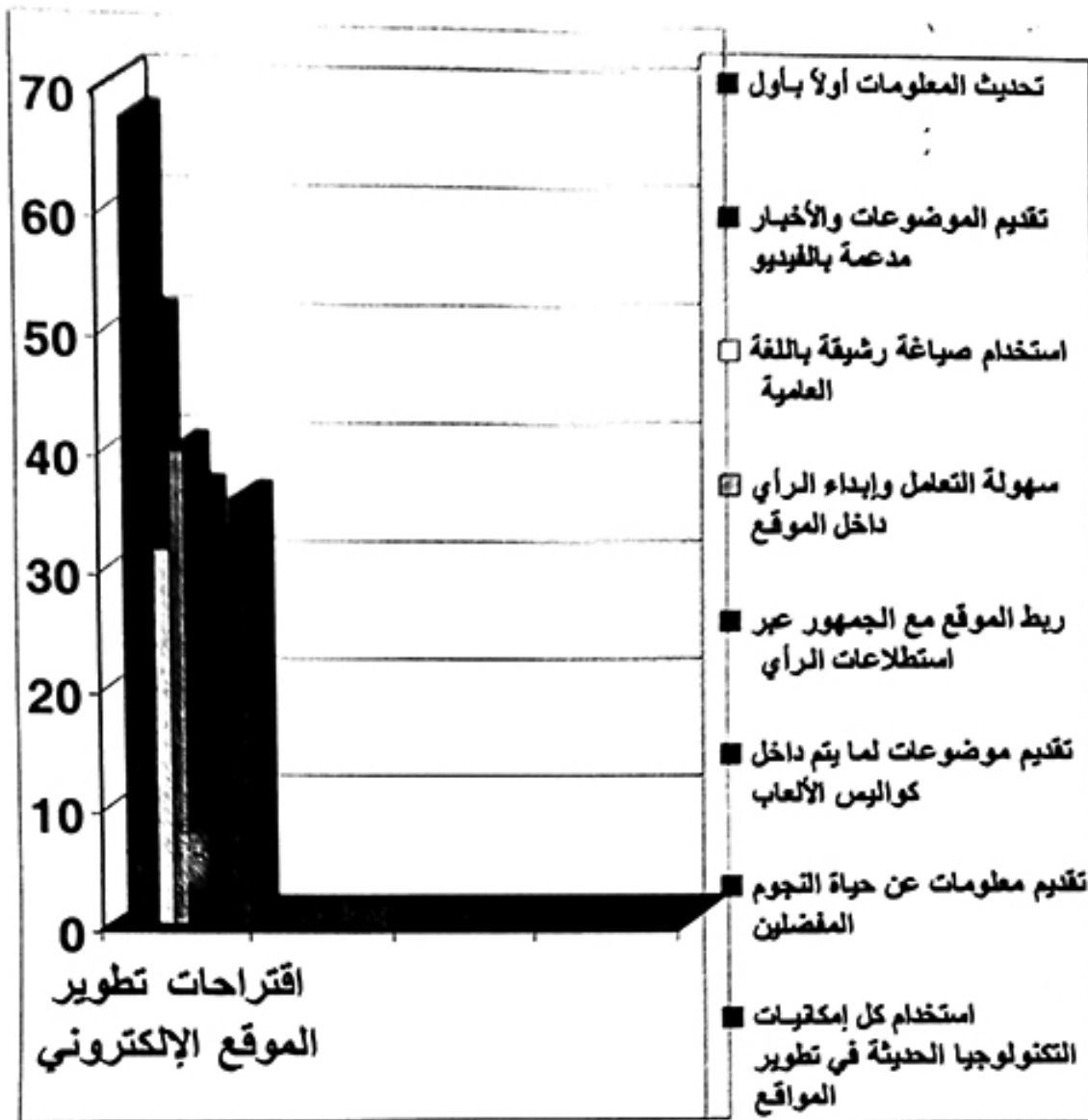


تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

اختلاف عينة البحث على الحجم الأمثل للصحيفة حيث تقاربت النسب بشكل كبير بين من يؤيد إصدارها في حجم كبير كأخبار اليوم بنسبة ٣١,٣% ، بينما رأى ٢٨,٨% بقاء الحجم الحالي ، على حين فضل ٢٤% تحولها لمجلة على غرار سوبر الإماراتية والأهرام الرياضي ، ورأى ١٦% تحولها لمجلة تابلويد على غرار أخبار النجوم وأخبار الحوادث نظراً لنوعية الورق ووضوح وجاذبية الصور والألوان فيهما .

### ح. متطلبات تطوير الموقع الإلكتروني

ك	%	اقتراحات تطوير الموقع الإلكتروني
٢٦٩	٦٧,٣	تحديث المعلومات أولاً بأول
٢٠٣	٥٠,٨	تقديم الموضوعات والأخبار مدعمة بالفيديو
١٢٦	٣١,٥	استخدام صياغة رشيقة باللغة العامية
١٥٩	٣٩,٨	سهولة التعامل وإبداء الرأي داخل الموقع
١٤٥	٣٦,٣	ربط الموقع مع الجمهور عبر استطلاعات الرأي
١٢٦	٣١,٥	تقديم موضوعات لما يتم داخل كواليس الألعاب
٩٩	٢٤,٨	تقديم معلومات عن حياة النجوم المفضلين
١٤٣	٣٥,٨	استخدام كل إمكانيات التكنولوجيا الحديثة في تطوير المواقع



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

جاء تحديث المعلومات كأهم ما يميز أي موقع إلكتروني في المرتبة الأولى بنسبة ساحقة بلغت 67,3% بينما جاء تدعيم الموضوعات بالفيديو كقيمة مضافة للمادة الصحفية على الإنترنت بنسبة 42,3% وكلا الأمرين يرتبط بشكل مباشر في الاستفادة التامة من الإمكانيات الواضحة والجلية للإنترنت .

جاءت الاقتراحات المتعلقة بإدارة الموقع والتفاعل والصياغة اللغوية وتمكين التكنولوجيا الحديثة بنسب متقاربة للغاية بين 39,8% وحتى 31,5% .



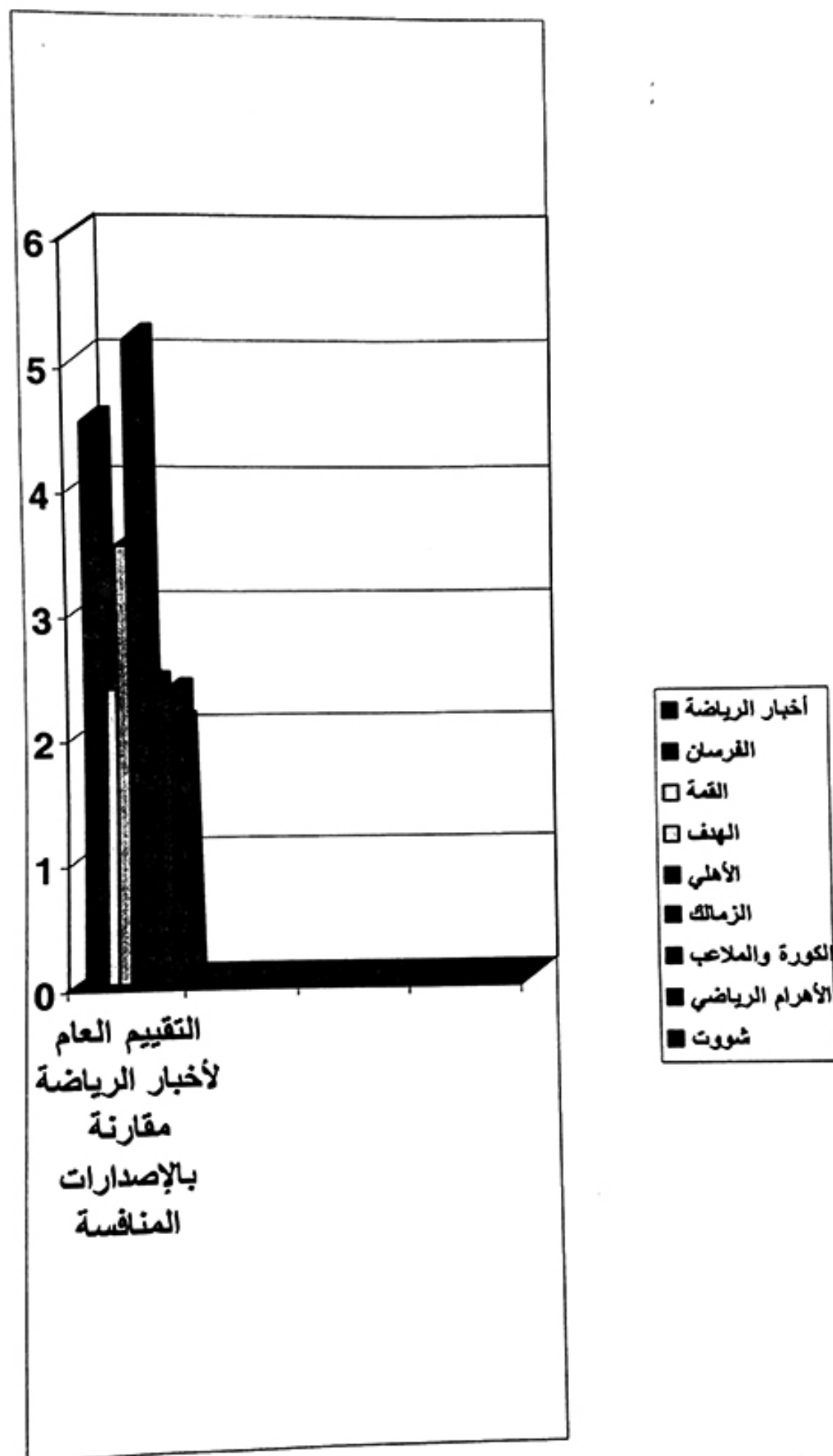
جاءت الاقتراحات المرتبطة بالمضمون مثل كواليس الألعاب وحياة النجوم في المراتب الأخيرة بنسب بلغت ٣١,٥% ، ٢٤,٨% على التوالي .

وهذه النتائج تؤكد على ضرورة أن يشمل تطوير الموقع أبعاداً بنائية ووظيفية وأخرى تتعلق بتجديد نوعية المحتوى وتحديثه .

خامساً : مقارنة تفصيلية تقويمية لأخبار الرياضة ومنافسيها :

أ. المقارنة الإجمالية

الرتبة	متوسط الوزن المرجح	التقييم العام لأخبار الرياضة مقارنة بالإصدارات المنافسة
١	٥,١٨٥٠	الأهلي
٢	٤,٥٢٢٥	أخبار الرياضة
٣	٣,٥٣٢٥	الهدف
٤	٢,٤٠٧٥	الزمالك
٥	٢,٣٨٧٥	القمة
٦	٢,٣٤٧٥	الأهرام الرياضي
٧	٢,١١٥٠	شوت
٨	١,٧٥٢٥	
٩	١,٤٣٥٠	الكور



### تشفر بفرافاف الفءول السافق إلى ما فلف :

فم بفاء هفا الفءول المجمع بباء على ففصفلاف الفراء لكل صحفة رفق ٢٥  
عصراف من عناصر الففففم فملاف المءفوى والسكل والإفراخ والسمة الففة  
ومجالاف الاففام والسفر ومراكة الأفاف الرفاصفة....الخ

وقف فاءاف أءبار الرفاصفة فف المرفة الفاففة بفن فمفع الصفف المرصفة بفء  
صفففة الأفلف الفف فقفمف بمفوسف بلف ٥,١٨٥٠ فف مقابل ٤,٥٢٢٥ بفارق بلف  
٠,٦٦٢٥ فقط بفنما فاءاف صفففة الهفف فف المرفة الفاففة بمفوسف بلف ٣,٥٢٢٥  
وبفارق بلف ٠,٩٩ وهو ما فعف أن الفارق بفن أءبار الرفاصفة وما بعفا أعلى من  
الفارق بفنفا وبفن ما قبلها ، وهو ما فؤكف على أن المنافسة فكااف ففصفر بفن أءبار  
الرفاصفة و صفففة الأفلف على الرغم من اءفلاف الففببعة الصفففة لكل منفما ،  
وهو ما ففعل أءبار الرفاصفة فففوق بشكل كبفر ففا وفوارق مرففعة عما عفاها من  
الصفف الرفاصفة العامة .

وفاء فف المرافب الفاففة بفءاف من الرباع ففف الفاسع صفف ومجالاف : الزمالك ،  
القمة ، الأفرام الرفاصفف ، ففوف ، الفرفسان ، وأففراف الكورة والملاعب .

وفما فلف مجموعة من الفءاول الففصفلفة الفف فم فظفلل النسب الفالة على العناصر  
الفف ففوقف ففها كل صفففة مقارفة بفن أءبار الرفاصفة وبففة الإصافراف الففمانية  
الأفرف بفنما فركف النسب المفساوية بفن الصفففففن فون فظفلل .

ب المقارنة التفصيلية

الصحيفة				الإحتياجات المطلوبة
الاهلي		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
٢٩,٣	١١٧	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
٢١,٥	٨٦	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٢١,٥	٨٦	١٣,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
١٦,٠	٦٤	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٢٨,٥	١١٤	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
٢٧,٠	١٠٨	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
٢٣,٣	٩٣	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
١٦,٨	٦٧	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٢٢,٥	٩٠	٢٤,٨	٩٩	ندين كتاب مشهورون
٨,٨	٣٥	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٢٦,٥	١٠٦	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
٢٣,٣	٩٣	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
٢٥,٥	١٠٢	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
١٢,٥	٥٠	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٢٢,٠	٨٨	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
١٩,٨	٧٩	٢٥,٥	١٠٢	تعرض الألعاب الأخرى غير كرة القدم
٢٧,٠	١٠٨	٩,٠	٣٦	تقدم بوسر النجوم المفضلة
٢١,٥	٨٦	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
٣١,٠	١٢٤	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
١٦,٨	٦٧	٢٤,٠	٩٦	كتابتها يقدمون معلومات مفيدة
١٨,٣	٧٣	٢٣,٥	٩٤	كتابتها أكثر مصداقية
١٢,٣	٤٩	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
١٩,٣	٧٧	١٧,٣	٦٩	تهتم بالفاناشين أكثر
١٠,٥	٤٢	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
١٧,٥	٧٠	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

الصحيفة				الاختياجات المطلوبة
الهدف		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
١٦,٥	٦٦	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
١٧,٣	٦٩	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
١٢,٨	٥١	١٢,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
٢٠,٣	٨١	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
١٢,٣	٤٩	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
١١,٨	٤٧	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
١٧,٥	٧٠	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
١٤,٠	٥٦	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٧,٠	٢٨	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
١٣,٠	٥٢	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
١٢,٠	٤٨	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
١٤,٣	٥٧	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
١٣,٣	٥٣	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
١٣,٠	٥٢	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
١٤,٠	٥٦	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
١٠,٥	٤٢	٢٥,٥	١٠٢	تعرض للعبات الأخرى غير كرة القدم
١٧,٠	٦٨	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
١٧,٣	٦٩	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
٢٠,٣	٨١	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
٩,٣	٣٧	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
١٢,٨	٥١	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
١٨,٣	٧٣	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
٨,٣	٣٣	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
١٢,٣	٤٩	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
١٨,٨	٧٥	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

الصحيفة				الاحتياجات المطلوبة
الزمالك		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
٨,٨	٣٥	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
١٠,٣	٤١	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٨,٨	٣٥	١٣,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
٧,٠	٢٨	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
١٠,٣	٤١	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
١٤,٣	٥٧	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
١٤,٣	٥٧	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
٩,٥	٣٨	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٨,٨	٣٥	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
٧,٠	٢٨	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٦,٥	٢٦	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
٦,٨	٢٧	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
٨,٥	٣٤	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
٥,٨	٢٣	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٧,٠	٢٨	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
١٠,٨	٤٣	٢٥,٥	١٠٢	تعرض للعبات الأخرى غير كرة القدم
١٢,٠	٤٨	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
٨,٨	٣٥	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
١٦,٨	٦٧	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
٥,٨	٢٣	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
٩,٨	٣٩	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
١١,٨	٤٧	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
١٣,٠	٥٢	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
٩,٥	٣٨	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
٩,٥	٣٨	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

القيمة	الصحيفة			الاحتياجات المطلوبة
	ك	%	ك	
١١,٠	٤٦	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
١١,٠	٤٤	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٦,٣	٢٥	١٣,٨	٥٥	صور تعبير عن الحدث
٩,٨	٣٩	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٩,٣	٣٧	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
١٠,٨	٤٣	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
١٢,٣	٤٩	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
٩,٥	٣٨	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٧,٠	٢٨	٢٤,٨	٩٩	لدينا كتاب مشهورون
١٢,٠	٤٨	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٨,٨	٣٥	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
٧,٣	٢٩	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
٩,٥	٣٨	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
٧,٨	٣١	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٥,٥	٢٢	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
٨,٨	٣٥	٢٥,٥	١٠٢	تعرض اللعابات الأخرى غير كرة القدم
٦,٣	٢٥	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
١٠,٣	٤١	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
١٥,٥	٦٢	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
١٠,٨	٤٣	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
٥,٥	٢٢	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
١٠,٥	٤٢	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
١١,٥	٤٦	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
٩,٥	٣٨	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
١٢,٣	٤٩	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

الصحيفة				الاحتياجات المطلوبة
الأهرام الرياضي		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
١٠,٤	٤١	٢١,٢	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
٤,١	١٢	١٢,٤	٤٩	العناوين المثيرة
٧,٨	٣١	١٢,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
٦,١	٢٤	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٨,٨	٣٥	١٦,٢	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
٥,٢	٢١	١٠,١	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
٥,٢	٢١	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
٥,١	٢٠	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
١٢,٠	٥٢	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
١١,٨	٤٧	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٧,٨	٣١	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
١١,٠	٤٤	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
١٠,٨	٤٣	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
١٤,٥	٥٨	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
١١,٠	٤٤	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
٩,٥	٣٨	٢٥,٥	١٠٢	تعرض اللعاب الأخرى غير كرة القدم
١٠,٠	٤٠	٩,٠	٣٦	تقدم بوسر النجوم المفضلة
١٢,٣	٤٩	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
٧,٠	٢٨	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
١٢,٨	٥١	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
١١,٣	٤٥	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
٨,٠	٣٢	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
٧,٠	٢٨	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
١٤,٠	٥٦	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
١٢,٠	٤٨	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً



الصحيفة				الاحتياجات المطلوبة
ثروت		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
٧,٨	٣٢٢	٢٠,٠٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
٨,٨	٣٥	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٨,٠	٣٢	١٣,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
٣,٣	١٣	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٧,٠	٢٨	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
٥,٥	٢٢	١٠,٠٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
٦,٣	٢٥	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
٤,٨	١٩	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
١١,٥	٤٦	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
١١,٨	٤٧	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
١١,٣	٤٥	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
١٠,٣	٤١	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصريا
٨,٠	٣٢	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
٩,٣	٣٧	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٧,٣	٢٩	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
٥,٥	٢٢	٢٥,٥	١٠٢	تعرض للعبات الأخرى غير كرة القدم
١١,٠	٤٤	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
١٢,٥	٥٠	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
٩,٠	٣٦	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
٦,٨	٢٧	٢٤,٠	٩٦	كتابتها يقدمون معلومات مفيدة
٩,٨	٣٩	٢٣,٥	٩٤	كتابتها أكثر مصداقية
٨,٨	٣٥	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
١٠,٣	٤١	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
٨,٥	٣٤	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
٩,٠	٣٦	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقا صحفيا

الصحيفة				الاحتياجات المطلوبة
الفرسان		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
٦,٣	٢٥	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
١٢,٣	٤٩	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٥,٣	٢١	١٣,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
١٠,٨	٤٣	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٥,٣	٢١	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
٨,٠	٣٢	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
٧,٣	٢٩	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
١٠,٥	٤٢	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٣,٥	١٤	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
٩,٣	٣٧	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٥,٣	٢١	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
٥,٥	٢٢	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
٩,٥	٣٨	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
٨,٨	٣٥	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٣,٨	١٥	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
٥,٠	٢٠	٢٥,٥	١٠٢	تعرض الألعاب الأخرى غير كرة القدم
٧,٥	٣٠	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
٦,٠	٢٤	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
١٠,٠	٤٠	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
٧,٣	٢٩	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
٥,٠	٢٠	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
٤,٥	١٨	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
٨,٥	٣٤	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
٣,٨	١٥	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
٦,٨	٢٧	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

الصحيفة				الاحتياجات المطلوبة
الكورة والملاعب		أخبار الرياضة		
%	ك	%	ك	
٥,٥	٢٢	٢٠,٠	٨٠	تعرض موضوعات جديدة
٤,٨	١٩	١٢,٣	٤٩	العناوين المثيرة
٥,٠	٢٠	١٣,٨	٥٥	صور تعبر عن الحدث
١٠,٥	٤٢	١٧,٥	٧٠	عناوين متعددة في الصفحة الأولى
٤,٨	١٩	١٦,٣	٦٥	تعرض أسباب الفوز والخسارة
٧,٣	٢٩	١٠,٠	٤٠	تعرض أخبار النجوم أكثر
٦,٥	٢٦	١٤,٨	٥٩	تعرض أخبار نوادي القمة أكثر
٩,٠	٣٦	١٢,٠	٤٨	تعرض ما يحدث في الكواليس
٦,٠	٢٤	٢٤,٨	٩٩	لديها كتاب مشهورون
٦,٨	٢٧	١٩,٥	٧٨	تعرض الموضوعات بحيادية
٣,٨	١٥	٩,٠	٣٦	تصميم صفحاتها جذاب
٣,٨	١٥	١٤,٨	٥٩	الألوان مريحة بصرياً
٤,٥	١٨	١٥,٣	٦١	الألوان معبرة عن الموضوع
٧,٨	٣١	٢٠,٨	٨٣	تعرض الرأي والرأي الآخر
٣,٠	١٢	١٧,٠	٦٨	تعرض رأي القراء
٥,٠	٢٠	٢٥,٥	١٠٢	تعرض الألعاب الأخرى غير كرة القدم
٨,٨	٣٥	٩,٠	٣٦	تقدم بوستر النجوم المفضلة
٨,٠	٣٢	١٦,٣	٦٥	تقدم معلومات جديدة
٨,٣	٣٣	٣١,٠	١٢٤	سعرها مناسب
٤,٣	١٧	٢٤,٠	٩٦	كتابها يقدمون معلومات مفيدة
٦,٨	٢٧	٢٣,٥	٩٤	كتابها أكثر مصداقية
٥,٣	٢١	٢١,٣	٨٥	تهتم بنوادي الدرجة الثانية
٢,٥	١٠	١٧,٣	٦٩	تهتم بالناشئين أكثر
٣,٠	١٢	٢٣,٠	٩٢	تهتم بعرض الرياضة العالمية
٣,٠	١٢	٢٤,٠	٩٦	تقدم سبقاً صحفياً

### النتائج العامة للبحث :

- ١- الاهتمام بالرياضة يزيد في فترة الشباب ويقل تدريجياً مع تقدم العمر حتى يصل إلى أقل مستوى .. على أن هذه النتيجة لا تنسحب بشكل مباشر على الاهتمام العام بالرياضة قدر ما تتمثل في ضعف الاهتمام النسبي بتتبع الأحداث الرياضية وقضاياها الجدلية المنشورة في الصحف الرياضية .
- ٢- سيادة نسبة الذكور في التعرض لصحيفة أخبار الرياضة حيث بلغت ٨٧% في مقابل ١٣% فقط للإناث وهو ما يؤكد على ما توصلت إليه عدة دراسات سابقة أشارت إلى أن الاهتمام بالتعرض للصحف الرياضية يعد اهتماماً ذكورياً بالأساس .
- ٣- انحسار فئة قراء الصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة في فئتين فئة المؤهلات المتوسطة وفئة المؤهل الجامعي في مقابل أي فئة أخرى حيث تبين ضعف تعرض أصحاب المؤهلات فوق الجامعية حيث بلغت نسبتهم ٣% في مقابل ٠,٨% فقط لغير الحاصلين على مؤهلات ، وهو ما يبلور بوضوح أن جمهور الصحف الرياضية ذوي مستوى تعليم محدد وثابت .
- ٤- أن الفئات الأكثر تعرضاً للصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة هي الفئات متوسطة وضعيفة الدخل بشكل أساسي ، حيث بلغت نسبة الفئات التي يبلغ دخلها أقل من ١٠٠٠ جنيه شهرياً ٦٨% من مجموع العينة ، وهو ما يشير إلى أن الرياضة على وجه العموم والصحافة الرياضية خصوصاً تشكل متنفساً لهذه الفئات مقارنة بالفئات الأعلى دخلاً حيث تقل فيها نسبة التعرض إذ بلغت ٣٢% فقط من إجمالي عينة البحث.
- ٥- أن معدلات قراءة الصحف الرياضية ومنها أخبار الرياضة بشكل دائم ومستمر عالية نسبياً إذ بلغت ٥٦,٨% ، في مقابل نسبة ٢٢,٥% للتعرض غير المنتظم بنسبة بلغت ٧٩,٣% وهو ما يشير إلى أهمية الصحافة الرياضية بوجه عام ضمن جمهور الصحافة عموماً ، في حين بلغت مستويات التعرض النادر للصحف الرياضية ٢٠,٨% فقط .
- ٦- تفوق صحيفة الأهلي على جميع الصحف الرياضية بنسبة بلغت ٤٥,٥% وهذا بلا جدال يرجع للشعبية الطاغية للنادي الأهلي من جهة بالإضافة إلى إنجازاته المتوالية لا سيما في السنوات القليلة الماضية ، على أن صحيفة الأهلي هي صحيفة مشجعين بالدرجة الأولى ، تلتها مباشرة صحيفة أخبار الرياضة بنسبة بلغت ٣٥,٣% كأهم صحيفة رياضية عامة تتبع الأسلوب الصحفي المهني المتعارف عليه وفقاً لقواعد ممارسة مهنة الصحافة ، تلتها صحيفة الهدف بفارق كبير حيث بلغت ٢٤,٨% فالأهرام الرياضي ١٩,٣% كأهم مجلة رياضية ثم القمة بنسبة ١٥% ، وشووت بنسبة ١٣,٥% ثم الزمالك ١٠% فالفرسان ٩,٣% وأخيراً الكورة والملاعب

- ٦,٨% ، والواضح أن صحيفة أخبار الرياضة قد حازت عام ٢٠٠٧ أعلى نسبة عالية للغاية بين أقرانها من الإصدارات الصادرة عن المؤسسات الصحفية القومية ، وكذلك حازت على مكانة متميزة ضمن الصحف الرياضية الرياضية العادية .
- ٧- تفوق نسبة التعرض المنتظم لأخبار الرياضة ضمن عينة البحث ١٠٠٠ بقية الفئات إذ بلغت ٥٢,٨% يليها التعرض من غير المنتظم بنسبة ١١,٠% ، وبنسبة تعرض إجمالية بلغت ٨٠,٢% في مقابل نسبة ١٩,٨% لا يتعرض لها عن عمد وقصد .
- ٨- جاء الشراء في المرتبة الأولى للحصول على الصحيفة وهي ندوة مطبوعة للغاية بنسبة بلغت ٥٨,٣% وهذه النسبة لا تستقيم مع المعدلات العالمية لقرئية الصحف في مقابل إيرادات توزعها ، وهو ما يعني أن نسبة بائع الرياضة ٤١,٧% من عينة البحث لا تدفع أي مقابل في التعرض لمضمون أخبار الرياضة ، وهذا يؤكد بالتبعية على ضرورة الاعتماد على أساليب جديدة للتمويل وعدم الاعتماد على التوزيع والعائدات المرتبطة بأحجام التوزيع كالإعلانات واستبدالها بأساليب تمويل جديدة وفعالة .
- ٩- جاءت معدلات القراءة على الموقع الإلكتروني للصحيفة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٠,٦% وهو ما يشير إلى التنامي المطرد لحالة القراءة الإلكترونية لا سيما وأن تواجد المنافسين القوي على الإنترنت قد جعلها تمثل سوقاً كبيراً ووسيطاً شاملاً للرياضة في مصر يمكن لأخبار الرياضة عبره أن تحصد المكائنة نفسها في خضمه ، وهو ما يعيد تعزيز الفكرة السابقة بضرورة تطوير أساليب التمويل والإعلان بحيث يكون الموقع الإلكتروني قائماً بذاته ويدر أرباحاً على الصحيفة الورقية .
- ١٠- جاءت الاستعارة من الأصدقاء في المرتبة الثالثة حيث بلغت ١٧,٤% وهي نسبة يمكن فهمها في ظل أن أغلب جمهور القراء من فئة الشباب حيث عادات الاستعارة والقراءة البديلة منتشرة في هذه الأوساط أكثر من غيرها .
- ١١- جاءت نسب قراءة الصحيفة عند البائع بمقابل أقل متماثلة مع قراءتها في المكتبات العامة وهي نسبة ضعيفة جداً بلغت ١,٩% لكليهما ، وهو ما يشير إلى اضمحلال هذه الأنماط من أنماط التعرض الصحفي في مصر على الرغم من سياليتها لفترة طويلة وممتدة سابقاً .
- ١٢- أن النسبة الأكبر لصالح من لا يعلم بوجود موقع لأخبار الرياضة على الويب ، حيث بلغت النسبة ٥٣,٨% وهو ما يعني وجود خلل كبير في عملية الدعاية للموقع من جهة ، وعلى المستوى الإيجابي فإن نتائج الجدول السابق أكدت على وجود نسبة بلغت ٢٠,٦% من رواد الموقع الإلكتروني

للصحيفة، وهو ما يعني قدرة الموقع على اجتذاب نسبة عالية بين من يعرفون بوجوده، وهو ما يزيد من احتمالات نجاح الموقع الإلكتروني في حال تطويره والدعاية له بالأسلوب الأمثل.

١٣- تمثلت أهم التحديات التي تواجه أخبار الرياضة فيما يلي على الترتيب:

#### تحديات تتعلق بالمنافسة:

- سطوة الفضائيات الرياضية كأهم منافس على الإطلاق بنسبة بلغت ٥٤,٤% وهو ما يلقي بظلاله على الصحافة الرياضية بوجه عام.
- تنامي انتشار المواقع الرياضية كمنافس ثان بعد الفضائيات مباشرة بنسبة بلغت ٤٥,٦% حيث تمثل وسيلة اتصال أقل تكلفة وأسرع انتشاراً وأوسع تغطية من الصحافة الورقية.

#### تحديات تتعلق بالنمطية والتكرار وعدم التجديد واتباع مدارس تقليدية في المعالجة والتصميم والإخراج.

- عدم التجدد بنسبة بلغت ٣٦,٧%
- تقليدية ونمطية المعلومات بنسبة ٢٦,٦%
- عدم جانبية الصفحة الأولى من حيث التصميم والصور والألوان والعناوين ٢٦,٦%
- العناوين التقليدية عديمة الإثارة بنسبة ٢٥,٣%
- الصور القديمة غير المعبرة بنسبة ٢٥,٣%
- الألوان لا تعبر عن المضمون وطبيعته ١٧,٧%

#### تحديات تتعلق بالمضمون وكفاءته ومستوى كفايته:

- عدم كفاية الأخبار الرياضية بنسبة ٢٢,٨%
- عدم الاهتمام بأخبار الناشئين بنسبة ١٩%
- عدم تقديم معلومات حديثة ومجددة ١٧,٧%
- عدم الاهتمام بعرض الرأي الآخر بنسبة ١٥,٢%
- عدم وجود كتاب مشهورين بنسبة ٧,٦%
- انحسار وتركيز مضمونها على كرة القدم بنسبة ٧,٦%
- غياب البعد التحليلي فيما يخص المباريات بنسبة ٦,٣%

### تحديات تتعلق باهتمامات المبحوثين

- عدم الاهتمام بأخبار النوادي التي يشجعها المبحوثون بنسبة ١٦,٥%
- وهو ما يدل بالتبعية على تركيز المضمون حول نوادي بعينها .
- عدم اهتمامها بدوري القسم الثاني بنسبة ٧,٦
- في حين لم يحز السعر غير المناسب على أي إجابات وهو ما يشير بدهاءة إلى مناسبة سعرها للجمهور .

١٤- أن هناك انفصال نسبي بين القراء وبين قدرة أخبار الرياضة على دراسة احتياجاتهم وتلبيتها على المحو الذي يرضيهم حيث بلغت نسبة الرضا النسبي ٥١,٥% في مقابل ٣١% للرضا التام ، في حين بلغت نسبة عدم الرضا عن محتوى الموضوعات ومستوى إشباعها لاحتياجات الجمهور ١٧,٥% ، وهذه النسب في المجمل تدل على ضرورة دراسة احتياجات الجمهور عبر الدراسات واستطلاعات الرأي وتقبل الاقتراحات وتنفيذها ، وفي المقابل تشير إلى درجة ما من الثقة في أخبار الرياضة التي لا تزال نسبة كبيرة تتعرض لها على الرغم من عدم تلبيتها لاحتياجاتهم ، وهذه الفئات غالباً ما تنتظر حدوث تطوير مرتقب ، وإن لم يحدث فإنهم يتخذون القرار بعدم التعرض للصحيفة مرة أخرى ، لذا فالتطوير والدراسة يصيران حتميين .

١٥- أن الملحق الرياضي لأخبار اليوم يؤثر بنسبة معتبرة على التعرض لأخبار الرياضة حيث بلغت نسب التأثير النسبي ٣١% في مقابل نسبة التأثير المؤكد ٢٣,٨% وهي نسب تشير إلى التشابه في الموضوعات أو سياسات التحرير المتبعة في كل من أخبار الرياضة والملحق على اعتبار انتمائهما لمؤسسة صحفية واحدة ، وهو ما يتطلب بالضرورة اتباع أساليب واضحة لتمييز الشكل والمحتوى بين الإصدارين .

١٦- تفضيل القراء المرتفع لحياذ أخبار اليوم ومصداقيتها لدى الجمهور حيث بلغت النسبة ٤٧,٣% بينما تقاربت نسبة من يفضلون الانحياز للمنتخب عن الانحياز للنوادي بنسبة ٤٣,٣% وهي نسبة معقولة ويمكن تفهمها في إطار الحرص على مصلحة المنتخب الوطني المصري ولا توجد محاذير بشأنها باستثناء عدم تصحيح المسار بدعوى الوطنية وهو أمر يتفهمه القارئون على الإعلام الرياضي المتميز .

١٧- وجاءت نسبة من يفضلون انحيازها مع الأندية ضعيفة للغاية حيث بلغت ٩,٥% وهي نسبة يمكن تبريرها في ظل انتشار الجماهير من أصحاب

- الفئات السنّية الأصغر الذين يتميزون بالحماس الزائد وغير الموضوعي في تشجيع الأندية الجماهيرية .
- ١٨- أن هناك تبايناً بين اتجاهات الجمهور نحو التّبويب الحالي لأخبار الرياضة فعلى الرغم من أن نسبة من يرى أن التّبويب الحالي يتميّز بسهولة الوصول للمحتوى المطلوب بنسبة ٤٠,٥% وهي نسبة متوسطة ، ثم الفئة التي ترى أن التّبويب الحالي يتميّز بتغطيته لكل الألعاب الرياضية بنسبة ٣٥% وهي نتيجة إيجابية ، ثم الفئة التي لا يعجبها التّبويب الحالي للصحافة بنسبة بلغت ٣١% وهي بلا شك نسبة كبيرة تشير إلى حاجة ماسة للتطوير على مستوى التّبويب ، ثم الفئة التي رأت تميز باب الرياضة العالمية وجودته العالية بنسبة ٣٠,٥% ، يليها فئة من يقدر تميز أخبار الرياضة بقدرتها على مواكبة أخبار نجومنا في الخارج بنسبة ٢٩,٨% ، وأخيراً الفئة التي رأت أنها تغطي أخبار دوري القسم الثاني بكفاءة حيث بلغت ١٣,٣% وهي نسبة ضعيفة تشير إلى تركيز المعالجات الصحفية على دوري القسم الأول لكرة القدم .
- ١٩- أن إخراج صحيفة أخبار الرياضة موضوع جدلي من وجهة نظر العينة حيث تباينت الآراء بين مؤيد ومعارض لنمط الإخراج الحالي للصحيفة .
- ٢٠- وقد جاءت متوسطات عبارات ، الاحتياج للتجديد ، ثم التقليدية والنمطية ، ثم تركيز الإخراج على إبراز أخبار أندية القمة فقط وكلها مؤشرات سلبية في المراتب الثلاثة الأولى وهو ما يؤكد وجود تحفظات ليست هينة على النمط الإخراجي الحالي .
- ٢١- بينما جاءت متوسطات سهولة القراءة والتوازن وجاذبية العناوين والصور المعبرة وكلها أمور إيجابية في مستوى وسيط وهو ما يشير إلى أن أخبار الرياضة رغم التحفظ على إخراجها إلا أنها لا تزال تحظى بإخراج وظيفي متوازن يحقق البعد الأساسي المطلوب منها ولكن مع ضعف نسبي في الإبداع والتجديد .
- ٢٢- وجاءت متوسطات العبارات العامة التي أشارت إلى أنها في العموم ذات إخراج ردي أو جذاب وهما طرفي نقيض ليؤكد النتيجة السابقة من أن الحكم العام القاطع غير ممكن ويؤكد على أن إخراجها متوسط ويحتاج لمزيد من الإبداع والتجديد .
- ٢٣- أن المساحة المخصصة لنجوم الرياضة قليلة وغير كافية حيث بلغت نسبة من أقر بهذا الأمر ٦٢% من مجموع العينة ، وقد يرجع تحفظ الصحيفة على نشر مثل هذه النوعيات للحساسية التي يمكن أن تظهر عند التركيز على نجوم معينين أو نجوم نادي محدد ، كما أن أغلب هذه المواد غالباً ما



تتميز بقدر ما من الدعاية لهؤلاء النجوم مما قد يثير معه شكوك القارئ حول صدقية المعلومات الواردة بهذه المواد .

٢٤- وعلى الرغم من أن هذه التحفظات مهمة وصادقة إلا أنه بقدر ما من الإبداع والتميز والاستقلالية يمكن تطوير هذه المواد لتؤدي وظيفتها الصحفية المطلوبة .

٢٥- أن مستوى جاذبية الصفحة الأولى مقبول إلى حد كبير حيث نسبة من يراها جاذبة باستمرار ٤٦,٥% وهو ما يقرب من نصف العينة ، بينما من يراها تتراوح بين الجاذبية وعدمها ٣٣% وهي كذلك نسبة ليست بالهينة لكنها في النهاية تؤكد وجود قدر ما من التميز في إخراج وتصميم الصفحة الأولى لكنه غير كاف للدرجة المثلى ، بينما جاءت نسبة من يراها غير جاذبة على الإطلاق ٢٠,٥% وهي نسبة تؤكد ضرورة التطوير .

٢٦- أن صفحات أخبار الرياضة كافية بدرجة كبيرة وهو ما يعني قدرتها على تحقيق الإشباع الكمي للقارئ من التغطيات والمواد الصحفية حيث بلغت نسبتها ٦٣% ، على الرغم من الارتفاع النسبي لمن يرون عدم كفايتها حيث أن نسبتهم ٣٧% ترتفع عن نسب الرضا العامة المقبولة ، وهو ما يعني ضرورة الزيادة المحدودة في عدد الصفحات لزيادة معدلات رضا القراء .

٢٧- كانت النسبة الأكبر لمن يرون أن موعد صدور أخبار الرياضة يتقاطع أحياناً مع الأحداث الرياضية المهمة بنسبة ٤٣,٨% والواقع يؤكد أن عدم انتظام مسابقة الدوري العام والنشاط الرياضي في مصر وعدم تركيز مباريات كرة القدم ضمن أيام محددة في الأسبوع هو ما يسفر عن هذه النتيجة فدول العالم تركز على أيام السبت والأحد والإثنين من كل أسبوع للمباريات وهو ما يجعل أفضل موعد لصدور الصحف الرياضية خلال أيام الإثنين والثلاثاء ، ولما كان هذا الأمر غير متوفر في الحالة المصرية فإن هذا يعد مبرراً كافياً لظهور هذه النسبة العالية لعدم الرضا عن موعد الصدور الحالي ومواكبته للأحداث الرياضية ، على أن نسبة الرضا عن موعد الصدور الحالي قد بلغت ٣٣,٥% وهي نسبة معقولة في ظل المتغيرات سابقة الذكر .

٢٨- ضعف نسب الرضا العام عن الموقع الإلكتروني الحالي للصحيفة حيث بلغت نسبة من رأى تميزه ١٩% فقط وهي نسبة ضعيفة ، بينما بلغت نسبة الرضا النسبي عنه ٤٤,٣% ، وهي نسبة إن أضيفت إلى نسبة من يرى عدم فعالية الموقع الحالي واحتياجه إلى تطوير شامل وتام البالغة ٣٦,٨% وهي نسبة عالية للغاية لتبين لنا ضرورة إعادة النظر في تصميم ومحتوى الموقع الإلكتروني بشكل كبير .

٢٩- أن صحف النوادي تعد هي المنافس الأبرز للصحف الرياضية العامة وعلى رأسها أخبار الرياضة حيث فضل ٥٧,٨% شراء صحيفة النادي الذي يشجعونه عن شراء الصحف العامة وهي نسبة كبيرة للغاية تحتاج إلى مراجعة شاملة للموقف الصحفي الرياضي في أخبار الرياضة بما لا يتنافى مع البعد المهني المفترض من الحيادية والموضوعية للمعالجات الصحفية الرياضية ومنها على سبيل المثال تخصيص مجموعة من الصفحات في كل عدد للنوادي الجماهيرية وأخبارها ، أو وضعها على التوالي في الأعداد كما تفعل المصري اليوم مثلا لتكون نافذة كل جمهور على أخبار ناديه .

٣٠- جاءت أهم أسباب تفضيل صحف النوادي على أخبار الرياضة خصوصا والصحف الرياضية العامة عموما في التركيز على عرض أخبار النادي بنسبة بلغت ٦٤% ، ثم معرفة الأحداث التي تدور في كواليس الأندية بنسبة ٥١,٨% يليها عرض أخبار النجوم ٣٦,٣% وأخيرا لعدم كفاية المساحة المخصصة للنوادي في الصحف العامة بنسبة ٢٥,٣% وهو ما يعني ضرورة تطوير أخبار الرياضة فيما يخص أخبار الأندية على النحو المذكور سلفا .

٣١- أشارت نسبة كبيرة بلغت ٤١,٣% إلى تفضيل الجمع بين صحف النوادي والصحف العامة كأخبار الرياضة وهو ما يؤكد أن صحف النوادي وحدها قد لا تشبع كافة الحاجات المعرفية الرياضية لدى قراءها ، على حين أكد ٣٣,٣% من عينة البحث احتياجهم المتقطع لهذا المزج بين الصحف الرياضية العامة وبين صحف الأندية وذلك وفق الأحداث الرياضية الموجودة ودرجة أهميتها ، بينما أكد ٢٥,٥% من عينة البحث على كفاية صحف الأندية في تلبية احتياجاتهم .

٣٢- أن أهم ما ينفع القراء للمزج بين الصحف العامة وصحف النوادي هو أنها الأكثر اهتماما بالأحداث الرياضية المهمة والفعاليات العامة والعالمية وباقي الأنشطة الرياضية التي لا تغطيها صحف الأندية بنسبة ٤٣,٥% ، بينما جاءت الرغبة في التعرف على أخبار الأندية الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٥% وهو ما يعني أن الصحف الرياضية العامة تشبع رغبة المشجعين في التعرف على منافسيهم في جو من الموضوعية التي لا توفرها صحف الأندية خاصة وأنه من غير المتصور إقدام مشجعي النادي الأهلي مثلا على شراء صحيفة الزمالك لمعرفة أخباره أو العكس فيكون البديل هو الصحف العامة .

٣٣- بينما جاء تميز الكتاب وشهرتهم في المرتبة الثالثة بنسبة ١٩% وهو ما يتفق مع أن نسبة كبيرة من الكتاب ذوي المصداقية يفضلون العمل في

الصحف الرياضية العامة عن صحف النوادي للحفاظ على مصداقيتهم لدى الجمهور وهذه ميزة كبرى ينبغي التركيز عليها حال التطوير الواجب في أخبار الرياضة.

٣٤- أن أخبار الرياضة تحتل موقعا لا بأس به ضمن المزيج الصحفي لقراء صحف الأندية حيث بلغت نسبة المتعرضين لها مع صحف أندية منهم ٧٨,٢% منهم من يعتمد عليها بشكل دائم ومستمر بنسبة ٢٤,٣% ومنهم من يتعرض لها على نحو متقطع بنسبة ٥٤% ، وهذه النتيجة على ما يبدو عليها من سلبية إلا أنها في حقيقة الأمر نتيجة إيجابية تشير إلى أن المنافس الرئيس هو صحف الأندية المختلفة ، وتشير كذلك إلى أنها في مقامة الصحف الرياضية العامة التي يتم استصحابها مع صحف هذه الأندية .

٣٥- أن النسبة الأكبر من العينة أكدت على عدم كفاية أخبار الرياضة كبديل عن صحف الأندية إذ بلغت ٤٦,٣% وهو ما يمكن التغلب عليه على النحو سالف الذكر ، ويؤكد أن الطبيعة الصحفية للصحف العامة مقارنة بصحف الأندية مختلفة إلى حد كبير بحيث لا يمكن اعتبار إحداها بديلا وظيفيا للآخرى .

٣٦- وتأتي نسبة من يرى أن مسألة الكفاية وعدمها مسألة نسبية ٤٢,٨% وهو ما يعني أن هذه النسبة تقبل الاكتفاء بأخبار الرياضة شريطة إشباعها لما يحصلون عليه من صحف الأندية وهي نسبة مباشرة للغاية .

٣٧- وأخيرا من يرى قدرة أخبار الرياضة وحدها على تلبية احتياجاته دون صحف الأندية بنسبة ١١% .

٣٨- أن عينة البحث ترى أن الموقع الحالي عند تطويره بالشكل المناسب والملائم وتوظيفه للقدرات التكنولوجية السليمة والدلائل التفاعلية المطلوبة يمكنه أن يكون قادرا على منافسة المواقع الرياضية المتخصصة بنسبة ٥٥,١% وهي نسبة تؤكد على تفاؤل هذه العينة بمستقبل الموقع وثقتهم في قدرات أخبار الرياضة وكوادرها على إدارة هذه المواقع للوصول إلى المنافسة السليمة.

٣٩- بينما رأى ٤٤,٩% أن طبيعة المواقع الرياضية تختلف عن موقع أخبار الرياضة وأن المواقع الرياضية قد جعلت لأنفسها شخصية مستقلة في ظروف خاصة بها كان أساسها هو الاستقلال والتميز عن الصحافة الرياضية العامة وهو ما يعني أن مسار أخبار الرياضة كصحيفة ورقية أو إلكترونية لن يستطيع منافسة مواقع رياضية تأسست وبنيت سمعتها على استقلاليتها وظروفها الخاصة وريادتها التي حققتها على الإنترنت .

٤٠- تركز أهم مقترحات التطوير على تطوير المحتوى حيث جاءت نسبة تقديم موضوعات جديدة غير مطروحة لدى المنافسين في المرتبة الأولى بنسبة

٥١,٥% تلاها تقديم قضايا رياضية مثيرة للرأي العام بنسبة بلغت ٤٨,٨% ، ثم تقديم تفاصيل لم ترد في الفضائيات والمواقع بنسبة ٤٧% وهي كلها نتائج تؤكد ضرورة سعي المضمون المقترح نحو عرض القضايا الجديدة والتفاصيل الدقيقة والسبق الصحفي وتميز المضمون .

٤١- ثم جاءت النتائج المرتبطة بتجديد أساليب جذب القراء في المراتب التالية على رأسها تقديم الهدايا كالبوسترات والسي دي وغيرها بنسبة ٣٨% ثم إصدار ملاحق خاصة بنسبة ٣٧,٨% ثم التوزيع المجاني بنسبة ٣٣% ، وهي كلها أساليب لا تقم بها أخبار الرياضة على الرغم من جانبيتها وتميزها .

٤٢- ثم جاءت الأساليب المرتبطة باستقطاب العناصر البشرية في المرتبة الأخيرة حيث جاء استقطاب الكتاب المفضلين بنسبة ٢٩,٥% يليها استقطاب جماهير جديدة في الداخل والخارج بنسبة ٢٤,٣%

٤٣- أن نسبة من يرون ضرورة تغيير التبويب الحالي بلغت ٤٥,٣% وهي نسبة تؤكد على ضرورة هذا التغيير والتطوير وإن كانت بشكل ما تتسق مع نسب كفاية التبويب الحالي التي شرحت سلفاً وإيجابياته ، بينما يرى ٣٣,٣% من العينة فعالية وجودة التبويب الحالي وهو ما يؤكد من جديد أن التبويب الحالي لا يحتاج لتغيير شامل بل تطوير محدود وأنيق ومنظم بشكل أكبر .

٤٤- أن أهم معايير التبويب الجديد أن يتم النشر حسب أهمية الحدث وهو بعد موضوعي بديهي وإن كان يتطلب قدرًا من المرونة وذلك بنسبة بلغت ٤٩,٣% يليه الاهتمام بالصور المعبرة بنسبة ٣٦,٣% ثم تخصيص صفحاتي الوسط لنجم مشهور بالصور بنسبة ٣٤,٨% وكلاهما يشير إلى أهمية تطوير أبعاد الجذب البصري بشكل متميز ، بينما جاءت نسب العدالة في توزيع مساحات النشر لأندية القمة بنسبة ٣٢,٥% وهو ما يعني أن التوازن الموضوعي لا بد أن يتسق مع توازن كمي مساحي ، وأخيراً فضلت نسبة ١٣,٨% من العينة على عدم الاعتماد على تبويب ثابت ومستقر .

٤٥- أكدت نسبة كبيرة للغاية بلغت أكثر من ثلثي العينة أهمية جذب القارئ عبر استخدام أسلوب وضع عناوين مثيرة يتضمنها العدد القادم كعنصر جذب رئيسي للاستمرار في التعرض للصحيفة والسعي إلى شرائها .

٤٦- عدم الاعتراض على تضمين الإعلانات ضمن صفحات التحرير شريطة ألا يتم قطع الموضوعات بإعلانات تتداخل معها إخراجياً ، وهي رؤية سليمة وواقعية بلغت نسبتها ٦٤% في مقابل ٣٦% لمن رأى ضرورة

الفصل ألتام بين الإعلانات والمواد التحريرية ووضع الإعلانات في صحف مستقلة.

٤٧- لازالت الغالبية ٤٦,٨% ترى أفضلية الموعد الثاني للصدور وهي تزداد طبيعية للغاية لأي إصدار صحفي، بينما فصل ١٨,٥% إصدار الأخبار خاصة لمواكبة الأحداث الرياضية مع الحفاظ على إصدار العدد في مواعيد الثابت وهو كذلك مطلب مشروع وجيد، بينما جاءت نسبة من يرى تغير موعد الصدور ١٦,٨% فقط.

٤٨- اختلاف عينة البحث على الحجم الأمثل للصحيفة حيث تقاربت النسب بشكل كبير بين من يؤيد إصدارها في حجم كبير كأخبار اليوم بنسبة ٣١,٣%، بينما رأى ٢٨,٨% بقاء الحجم الحالي، على حين فصل ٢٤% تحولها لمجلة على غرار سوبر الإماراتية والأهرام الرياضي، ورأى ١٦% تحولها لمجلة تابلويد على غرار أخبار النجوم وأخبار الحوادث نظراً لنوعية الورق ووضوح وجانبية الصور والألوان فيهما.

٤٩- جاء تحديث المعلومات كأهم ما يميز أي موقع إلكتروني في المرتبة الأولى بنسبة ساحقة بلغت ٦٧,٣% بينما جاء تدعيم الموضوعات بالفيديو كقيمة مضافة للمادة الصحفية على الإنترنت بنسبة ٥٠,٨% وكلا الأمرين يرتبط بشكل مباشر في الاستفادة التامة من الإمكانيات الواضحة والجلية للإنترنت.

٥٠- جاءت الاقتراحات المتعلقة بإدارة الموقع والتفاعل والصياغة اللغوية وتمكين التكنولوجيا الحديثة بنسب متقاربة للغاية بين ٣٩,٨% وحتى ٣١,٥%.

٥١- جاءت الاقتراحات المرتبطة بالمضمون مثل كواليس الألعاب وحيات النجوم في المراتب الأخيرة بنسب بلغت ٣١,٥%، ٢٤,٨% على التوالي.

٥٢- وهذه النتائج تؤكد على ضرورة أن يشمل تطوير الموقع أبعاداً بنائية ووظيفية وأخرى تتعلق بتجديد نوعية المحتوى وتحديثه.

٥٣- وقد جاءت أخبار الرياضة في المرتبة الثانية بين جميع الصحف المدروسة من حيث تفضيلات القراء بعد صحيفة الأهلي التي تقدمت بمتوسط بلغ ٥,١٨٥٠ في مقابل ٤,٥٢٢٥ بفارق بلغ ٠,٦٦٢٥ فقط بينما جاءت صحيفة الهدف في المرتبة الثالثة بمتوسط بلغ ٣,٥٣٢٥ وبفارق بلغ ٠,٩٩ وهو ما يعني أن الفارق بين أخبار الرياضة وما بعدها أعلى من الفارق بينها وبين ما قبلها، وهو ما يؤكد على أن المنافسة تكاد تنحصر بين أخبار الرياضة وصحيفة الأهلي على الرغم من اختلاف الطبيعة الصحفية لكل منهما، وهو ما يجعل أخبار الرياضة تتفوق بشكل كبير جداً وفوارق مرتفعة عما عداها من الصحف الرياضية العامة.

۵۴-وجاء في المراتب التالية بدءاً من الرباع حتى التاسع صحف ومجلات  
الزمالك ، القمة ، الأهرام الرياضي ، شوت ، الفرسان ، وأخيراً الكورة  
والملاعب .

مراجع البحث :

- (١) عطا حسن عبد الرحيم ، معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنات بالقاهرة ، قسم طرق التدريس والتدريب والتربية العملية ، ١٩٩٨) ص ١٤ .
- (٢) محمود أدهم ، الصحف المتخصصة (القاهرة: دار الثقافة ، ١٩٨٠) ص ٢٨-٣٠
- (٣) أحمد فاروق أبو عايد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة من الإتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الأجهزة الفنية للمنتخب الوطنى فى الفترة من (١٩٩٥-٢٠٠٠م) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية ، ٢٠٠٢م)، ص ٢٠ .
- (4)- Cobb. Warlgren , Why teenagers don't read all about it, **Journalism Quarterly**, Vol.67, No.2, Summer 1990, PP.340-347.
- (5)- Fredin . E.S, Newspaper Readership among College Students in the Information Age the influence of Telecommunication Technology , **Journal of Association of Communication Administration**, No.2, May 1994.
- (٦)- أمل السيد متولى ، قارئية الصحف المصرية المتخصصة "دراسة تحليلية وميدانية" رسالة دكتوراه، غير منشورة (القاهرة: قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٢)
- (7)- Bearden, William O. et al., Descriptive audience profiles of different daily Newspaper sections, **E.B SCO publishing**, 2003.
- (8)- D□ Allesio , Dave, An experimental examination of reader's perceptions of media bias, **Journalism Quarterly** ,Vol.80, No.2, Summer 2003.

(٩)- محمود خليل ، تأثير اتجاه الشباب الجامعي نحو الصحف المصرية على درجة قرار تبنيها، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد الخامس، ع ١، يناير/يونيه ٢٠٠٤

(١٠)- أميرف صالح ، اخراج الصحف النصفية الرياضية : مع دراسة تطبيقية مقارنة للصحف المصرية الصادرة خلال الموسم ١٩٧٧م-١٩٧٨م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٧٩)

(١١)- مديحة محمد الإمام عيسى ، دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة وألعاب القوى خاصة، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنات ، ١٩٧٩)

(١٢)- حسام الدين رفقي عبد الخالق، وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (كلية التربية الرياضية للبنين ، ١٩٨٠).

(١٣)- سالم عبد اللطيف سويدان ومديحة عيسى ، دور الصحافة في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الاعدادية بمحافظة الإسكندرية ، المؤتمر العظمى الثالث لدراسات التربية الرياضية (جامعة الاسكندرية :كلية التربية الرياضية للبنات، ١٩٨٢)

(١٤)- أمين فتور الخولى وآخرون ، تحليل المنافسات الرياضية بالصحف اليومية في المملكة العربية السعودية ، مجلة مؤتمر الرياضة والبطولة ، (جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية للبنات، ١٩٨٧)

(١٥)- علاء الدين طلعت ، الأسس العلمية لتحرير الصفحات الرياضية بالصحف اليومية الصلاحية مع دراسة تحليلية مقارنة لصحف (الأهرام والأخبار والجمهورية) في الفترة من ١٩٦٢م حتى ١٩٨٢م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ١٩٨٧).

(16)- Duncan M.C and Sayaovong , A photographic images and Gender in sports illustrated for kids, **Play and Culture**, Vol.3, No.2, May 1990, PP.91-116.

(١٧)- حازم عبد المحسن محمد ابراهيم ، الصحافة الرياضية في مصر من عام ١٩٨٢م وحتى عام ١٩٩٠م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، ١٩٩٣)



(18) Liebre, M.J, K.M, and Krohn M.D, News paper reportage and the production pf deviance, drug use among professional athletes, **Deviant Behavior** , Vol.14, No.4, Oct, Dec., 1993, pp.317-339

(١٩)- أحمد سعيد شرف ، اهتمام بعض الصحف بفنون التحرير الصحفي الرياضي وعلاقته بانتشار رياضة الهوكي خلال الفترة من ١٩٩٠م إلى ١٩٩٦م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية التربية الرياضية للبنين، ١٩٩٦)

(20) Lowes M.D, "Sports page: a case study in the manufacture of sports news for daily press, **Sociology of sports journal Champaign**, 1997.

(٢١)- ابراهيم نبيل عبد العزيز، دراسة تحليلية للصفحة الرياضية بالجرائد المصرية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية، ١٩٩٨).

(22)- Salwen, M.B, Garrison,B, "Finding their place in journalism: Sports journalist's professional problems , **journal of sports and Newspaper Social issues**, Thousand Oaks, California, 2002.

(٢٣)- يحيى محمد الجيوشى ، استراتيجية مقترحة للرياضة لتجميع في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية، ١٩٩٨)

(٢٤)- أحمد سعيد رجب، وضع صياغة جديدة للصحافة الرياضية المصرية لمواجهة متطلبات الإعلام الرياضى فى الدورات الأولمبية الحديثة ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة حلوان :كلية التربية الرياضية، ٢٠٠١).

(٢٥)- أحمد فاروق أبو عايد، الإعلام الرياضى وعلاقته بالقرارات الصادرة من الإتحاد المصرى لكرة القدم والخاصة بإقالة الأجهزة الفنية للمنتخب الوطنى فى الفترة من (١٩٩٥-٢٠٠٠م) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٢).

- (٢٦)- محمد عبد الحميد محمود وهبة، دور الصحافة في تكوين الرأى العام تجاه ادارة الحكام لمباريات كرة القدم بجمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (جامعة الأسكندرية ، كلية التربية الرياضية-بنات، ٢٠٠٣).
- (٢٧)- نشوى إمام إمام إبراهيم ، تأثير الإعلام الرياضى المدرسى على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة الرياضية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة (كلية التربية الرياضية للبنات ، ٢٠٠٣).
- (٢٨)- محمود حسن أبو ادريس ، واقع الصحافة الرياضية فى مملكة البحرين- دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية فى الجرائد اليومية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية ، ٢٠٠٤).
- (٢٩)- رفيق الزنكاوى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام فى المجال الرياضى" أثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية (القاهرة: دار الكتاب الحديث ، ٢٠١٠).

(30)- Marie Hardin and Stacie Shain, Female Sports Journalists: Are We There Yet? 'No', *Newspaper Research Journal* , Vol. 26, No. 4 , Fall 2005

- (٣١)- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : دار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣) ص ٣١٧.
- (٣٢)- محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧) ص ٧١،٧٠.
- (٣٣)- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ص ٨٠،٨١.
- (٣٤)- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٦) ص ١٣٧.
- (٣٥)- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب ، ١٩٩٣).
- محمد عبد الحميد ، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق.
- (٣٦)- محمد عبد الحميد ، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية ، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب ، ٢٠٠٠)، ص ١٨١.

(٣٧)- المرجع سابق ، ص ٣٥٣.

- (\*)- تم عرض الاستمارة على الأساتذة الآتى أسماؤهم (الترتيب أبجدياً) :
- أ.د/ أشرف صالح      أستاذ بقسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
  - د/ عبد العزيز السيد      أستاذ الإعلام المساعد - رئيس قسم الإعلام بأداب قنا.
  - أ.د/ فوزى عبد الغنى      عميد كلية الإعلام - جامعة فاروس.
  - أ.د/ ميرفت الطرابيشي      عميدة المعهد العالى للإعلام.