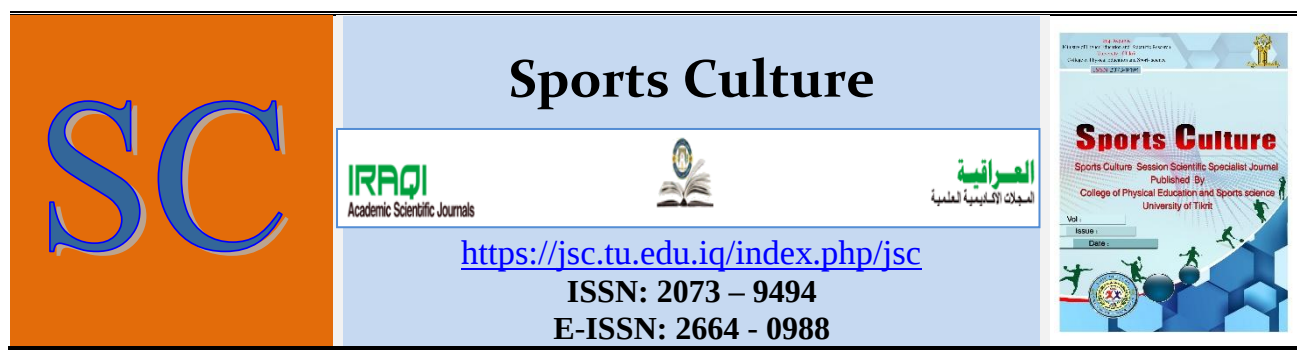




Media Strategies and Their Role in Sports Education for the Public: Al Masar TV's Strategic Vision in Sports Coverage

Alia Ali Mohammed¹ Rafi Talab Ahmad²

Department of Physical Education and Sports Science, Soran University, Erbil, Kurdistan region, Iraq
College of Physical Education and Sports Science, University of Sulaimani, Sulaimani, Kurdistan region, Iraq

Article info.

Article history:

-Available online: 31/12/2025

Keywords:

- Strategies,
- role,
- sports media,
- Al Masar TV,
- sports coverage

© 2024 This is an open access article under the CC by licenses

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



Abstract

This study aims to define the role of various media outlets in educating the public about the importance of practicing different sports and their benefits for human mental and physical health. It also examines the strategies that define and fulfill this role, introduces sports media, its objectives, characteristics, factors contributing to its emergence, and its functions, and explains the role of Al Masar TV in implementing these strategies.

This study employs a descriptive, theoretical, and analytical approach to the phenomenon, relying on and analyzing previous literature to derive conclusions. It also employs a survey methodology, conducting in-depth interviews with decision-makers at Al Masar TV to understand the strategies the channel adopts in its sports coverage.

Sports Culture s ports Culture Sports Culture Sports Culture

¹Corresponding author: alhkymlal0@gmail.com College of Education and Sports Science – Samarra University – Iraq

²Corresponding author: haider.abd@uosamarra.edu.iq College of Education and Sports Science – Samarra University – Iraq

استراتيجيات وسائل الإعلام ودورها في التنقيف الرياضي للجمهور : الرؤية الإستراتيجية لتلفزيون المسار في التغطيات الرياضية

عالية علي إدريس محمود

د. رافع طلب أحمد

إذاعة وتلفزيون / مذبة أخبار في تلفزيون المسار

أستاذ وباحث جامعي، إدارة إستراتيجية، قسم التقنيات المالية والمصرفية الكلية التقنية الحويجة/الجامعة التقنية الشمالية/العراق

تاريخ البحث

متوفر على الانترنت

2025/12/31

الكلمات المفتاحية

الاستراتيجيات

الإعلام الرياضي

قناة المسار

التغطية الرياضية

الخلاصة:

تهدف هذه الدراسة للتعريف بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة بتنقيف الجماهير حول أهمية ممارسة الرياضات المختلفة وفوائدها لصحة الإنسان النفسية والجسدية والإستراتيجيات التي تحدد هذا الدور والقيام به ، والتعريف بالإعلام الرياضي ، وأهدافه وخصائصه وعوامل ظهوره ووظائفه ، كذلك شرح الدور الذي يقوم به تلفزيون المسار في تطبيق تلك الإستراتيجيات .

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي النظري التحليلي للظاهرة عبر الاعتماد على الأدبيات السابقة وتحليلها واستنباط النتائج منها ، والمنهجية المسحية بواسطة المقابلات المعمقة مع صانعي القرارات في تلفزيون المسار للتعرف على الإستراتيجية التي يعتمدها تلفزيون المسار في التغطيات الرياضية .

1 - التعريف بالبحث:

1-1 المقدمة وأهمية البحث:

تحتل وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والحديثة بمتابعة واهتمام الجماهير العريضة لما تقدمه من أخبار ومعلومات تلبي احتياجاتهم اليومية من المعرفة والمتابعة لما يدور حولهم من أحداث تؤثر على حياتهم بشكل مباشر وغير مباشر وعلى كافة الأصعدة الاجتماعية والإقتصادية والصحية والسياسية وغيرها ومن بين المواضيع التي تستهوي الجماهير الأحداث الرياضية العالمية والمحلية لما لها من أهمية في الترفيه عن الجمهور وتسليتهم كما أن المعلومات التنقيفة المتعلقة بالرياضة الفردية وفوائدها تؤدي إلى تحسين جودة الحياة للأفراد والجماعات لذلك برز مفهوم الإعلام الرياضي المتخصص كأحد العوامل الرئيسة في تعزيز وتطوير الرياضات المختلفة نظرا لتعدد مجالاتها ولما له دور كبير في تقديم المعلومات الشاملة حول أهمية الرياضة ومواكبة جميع الأخبار المتعلقة بها وتقديم التحليلات التي تعتمد على المعلومات المدعومة بالأدلة والبراهين والأرقام والإحصائيات والقوانين والتوجهات والتشريعات الأخلاقية التي تنظم سيرها من خلال امتلاك الخبرات اللازمة للإعلاميين المتخصصين في هذا المجال والرؤية الإعلامية الشاملة والإستراتيجيات المتضمنة طرق تنفيذ تلك الرؤية لتحقيق أهدافها والوصول إلى مبتغاها ، وفي الآونة الأخيرة أصبحت الأحداث الرياضية جزءا لا يتجزأ من خطط التنمية الشاملة كجزء من مشروع الدولة الحديثة من خلال استثمارها في عدة مجالات كالتسويق السياحي كواجهة حضارية وتنشيط السوق والانفتاح الثقافي وترابط الشعوب بالإعتماد على وسائل الإعلام والتي عملت بعض الدول من خلال الإعلام الرياضي على إبراز صورتها الحضارية ومعالمها السياحية وعناصر تميزها وثقافتها لتضع نفسها في مكانة متقدمة لذلك جاءت هذه الدراسة للفت الأنظار حول أهمية الإعلام الرياضي وأدواره المختلفة التي سنتحدث عنها عبر فصول الدراسة المختلفة .

المبحث الأول

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة :

تؤدي وسائل الإعلام عدة أدوار تجاه الجماهير المختلفة بهدف إيجاد سلوكيات إيجابية في المجتمع ومن بين هذه الوظائف والأدوار وظيفة التنقيف ، وتبرز إشكالية الدراسة من أهمية الموضوع وتسعى للإجابة عن السؤال الرئيس لهذه الدراسة وهو :

ما الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة بتنقيف الجماهير حول أهمية ممارسة الرياضات المختلفة وفوائدها لصحة الإنسان النفسية والجسدية ؟

وينبثق من السؤال الرئيس عدة أسئلة فرعية :

- ما تعريف الإعلام الرياضي ، وما أهدافه وخصائصه وعوامل ظهوره ووظائفه ؟

- ما مدى تأثير البرامج الرياضية على الجمهور؟
- ما الإستراتيجيات التي يعتمد عليها القائمون على الإعلام الرياضي في أداء هذا الدور الهام تجاه المتلقين ؟
- ما الدور الذي يقوم به تلفزيون المسار في تطبيق تلك الاستراتيجيات ؟
- أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة بتنقيف الجماهير حول أهمية ممارسة الرياضات المختلفة وفوائدها لصحة الإنسان النفسية والجسدية من خلال :
- تعريف مصطلح الإعلام الرياضي ، وأهدافه وخصائصه وعوامل ظهوره ووظائفه .
- الكشف عن مدى تأثير البرامج الرياضية على الجمهور.
- عرض الإستراتيجيات التي يعتمد عليها القائمون على الإعلام الرياضي في أداء هذا الدور الهام تجاه المتلقين .
- تحليل الدور الذي يقوم به تلفزيون المسار في تطبيق تلك الاستراتيجية .

منهجية الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي النظري التحليلي للظاهرة عبر الاعتماد على الأدبيات السابقة وتحليلها واستنباط النتائج منها ، والمنهجية المسحية بواسطة المقابلات المعمقة مع صانعي القرارات في تلفزيون المسار للتعرف على الإستراتيجية التي يعتمد عليها تلفزيون المسار في التغطيات الرياضية ومن خلال النتائج يتم عمل توصيات تفيد القائمين على الإعلام الرياضي لأخذها بعين الاعتبار والإستفادة منها في مجال تطوير الرسائل الإعلامية الهادفة إلى التأثير على الجمهور فيما يتعلق بالممارسات الصحية .

الدراسات السابقة :

بحثت دراسة الهادي (2013) في النظريات التي شرحت كيفية عمل الإعلام الرياضي وتأثيرها في الجمهور لدعم توجهات البحث العلمي في اختصاص الإعلام الرياضي عن طريق دراسة تطبيقات وسائل الإعلام بشكل عام والبرامج الرياضية بشكل خاص وما تحدثه من تأثير في الجمهور، وتوجهات الجمهور تجاه الوسيلة الإعلامية وبرامجها ، نظرا لأهمية معرفة الواقع الإعلامي والتخطيط للمستقبل من خلال وضع إطار نظري وتفسيره ومجموعة من الفرضيات بإجراء التطبيقات الميدانية .. واستنتجت الدراسة بأنه لا توجد نظريات واضحة في الإعلام الرياضي بل هناك إسقاط للنظريات الإعلامية العامة لدراسة تأثير البرامج الرياضية في الجمهور لإستخراج ما يطبق عليه نظريات الإعلام الرياضي وذلك لاستخدامها في دراسة سلوكيات الجماهير من جهة ودراسة الظواهر الرياضية من جهة أخرى.

هدفت دراسة مرتضى (2021) التعرف إلى دور الإعلام الرياضي في التخفيف من ظاهرة الشغب والتعصب الرياضي ذلك في ظل المنافسة عبر القنوات الرياضية وتحولها إلى صراع تعدى الأسس المهنية إلى الشخصية وتصفية الحسابات، وتبادل الاتهامات المباشرة على الهواء مما يفجر المشكلات ويعزز من تبادل السب والتهكم دون النظر للنتائج وجاءت هذه الدراسة لمعرفة الكيفية التي يمكن من خلالها الإستفادة من العولمة في مجال الإعلام الرياضي لردم الفجوة بين الإعلام الرياضي والجماهير، مع التركيز على الأهداف التي يحققها الإعلام الرياضي في مجال الثقافة الرياضية ودعم السلوكات الرياضية الايجابية للتغلب على التعصب.

ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي عن طريق إستمارة الإستبيان وتطبيقها على عينة من الشباب المصري من الفئة العمرية من 18-35 عام قوامها 277 مفردة. وكانت أهم النتائج أنه يجب اعتماد الرياضية على أساليب المشاركة التفاعلية للجمهور وتعريفه على كل ما هو جديد في المجال الرياضي وما وصل إليه المجتمع من إنجازات وتقدم ، وأوضحت النتائج أن عدم وجود الوعي الكافي لدى الجمهور من أهم أسباب ظاهرة التعصب الرياضي لذلك تبرز أهمية نشر الوعي الرياضي في البرامج التليفزيونية و توعية الجمهور واللاعبين بأهمية الروح الرياضية واللعب النظيف والتركيز على السلوكيات الإيجابية في الملاعب .

وأوصت الدراسة بضرورة وقف البرامج الرياضية التي تثير النزعات التعصبية لدى الجماهير والإشراف على الأداء الإعلامي الرياضي خاصة عند حدوث الأزمات الرياضية

أشارت دراسة الجسمي (2025) إلى مدى مساهمة وسائل الإعلام المختلفة في نشر البرامج الرياضية بأشكالها وأنواعها المختلفة بين الجماهير بالتركيز على القيم والمبادئ الرياضية واتجاهاتها والتي تؤثر في

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

سلوك وعادات الرياضيين والجمهور ولمعرفة أهم البرامج الرياضية التي تؤثر على الجمهور اتبع الباحث أسلوب المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على الاستبانة التي تم توزيعها على عينة قوامها (71) مفردة بطريقة قصدية و توصل الباحث إلى أن مستوى البرامج الرياضية الذي تقدمها وسائل الإعلام الرياضي أتى بدرجة متوسطة و خاصة البرامج الإذاعية والرسائل المقروءة عبر الصحف و المجلات وأن البرامج التلفزيونية تلعب دورا هاما في نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع بالإضافة إلى الفوائد الأخرى مثل تغذية الجانب المعرفي والإجتماعي بين أفراد المجتمع وأوصى الباحث بضرورة وضع استراتيجية إعلامية رياضية على أسس علمية ومنهجية دولية والإستفادة من كليات وأقسام التربية الرياضية في إعداد أو تقييم أو تحليل بعض البرامج الرياضية الإذاعية والتلفزيونية و ضرورة استحداث تخصص الإعلام الرياضي في كليات الإعلام وكليات الدراسات العليا في تخصص الرياضة.

نوهت دراسة حنون (2021) من خلال البحث في دور وأهمية الإعلام في التوعية بمخاطر العنف الرياضي والتعريف بأسباب العنف ، إلى أن الرياضة انتشرت عن طريق وسائل الإعلام ، عبر الأنشطة الرياضية التي شكلت المادة الدسمة ووسائل الإعلام وخاصة الإعلام الرياضي حيث لعب الإعلام الرياضي دورا هاما لدى الشباب ، عن طريق تنشئة الأفراد والجماهير، وتزويدهم بالمعارف والقوانين الرياضية، وتعزيز القيم والأنماط السلوكية الرياضية وتنشئتها ، وحث الأفراد لتبني القيم والأخلاق الرياضية ، وتنفيذهم من التعصب والعنف، لاسيما العنف الرياضي بكافة أشكاله التي انتشرت في الأوساط الرياضية ، وباتت تهدد المسيرة الرياضية بإخراجها عن أهدافها الحقيقية .

كشفت دراسة حماد (2022) عن مساهمة برنامج فوت 100% على قناة "الهدف TV" في دعم نجاح مشروع الإحتراف لكرة القدم الجزائرية، وانعكاس ذلك على تطور كرة القدم الجزائرية، انطلقت هذه الدراسة بهدف التعرف علي كيفية تناول الإعلام الرياضي التلفزيوني لمشروع الإحتراف الرياضي لكرة القدم الجزائرية، عبر منهج تحليل المضمون لمحتويات البرنامج الرياضي التلفزيوني المتخصص المذكور وكيفية تعامله مع ضيوفه سواء كانوا لاعبين أو إداريين أو مدربين أو محللين وخبراء ، وكذلك طريقة توظيف المصادر وتنويعها ومدى انعكاسه على تطوير منظومة الإحتراف في الجزائر ، بهدف إزالة الغموض لبعض النقاط في هذه الدراسة.

أعد الشويل (2022) دراسة تناولت دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجماهير لبعض الأندية المصرية من طلبة جامعة المنصورة بهدف التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية وأعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي الإرتباطي ، واختيرت عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية من الجماهير المذكورة بعدد 1500 مفردة، وأظهرت النتائج أن دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى العينة كان متوسطا، وكانت الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام متوسطة ، وأوصى الباحث بضرورة الإهتمام بالبرامج الرياضية ونوعيتها وضيوفها التركيز على مجالات البحث كافة ، وأوصى بضرورة عمل برامج وندوات وورش خاصة داخل الجامعات المصرية لتوضيح أهمية الرياضة وأثرها في تحسين جودة الحياة بكافة مجالاتها وخلق الروح الوطنية.

هدفت دراسة إبراهيم (2020) التعرف إلى دور الرشاقة الإستراتيجية في النهوض بصناعة الإعلام في القنوات الرياضية المتخصصة واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وتمثلت عينة الدراسة التي تم اختيارها عشوائيا بأعضاء هيئة التدريس في كليات التربية الرياضية في مصرواعلاميين مصريين بخبرة 10 سنوات فأكثر وعرفت الدراسة الرشاقة بأنها نتاج لمجموعة الإجتماعات واللقاءات لملاك القنوات ومديرها لمناقشة الأسئلة التي تتطلب إجابات عاجلة وعرفت الرشاقة الإستراتيجية : بأنها القدرة علي تعديل و تشكيل إستراتيجية المنظمة بشكل ديناميكي في بيئة الأعمال عن طريق المراقبة المستمرة والتكيف مع إحتياجات وإتجاهات العملاء دون التخلي عن رؤية المنظمة .

هدفت دراسة عباس (2024) التعرف إلى دور وسائل الإعلام في تسويق اللاعبين العراقيين المحترفين اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على الاستبانة لجمع المعلومات عبر عينة قوامها 200 لاعب محترفة من عشرة أندية عراقية ، استنتجت الدراسة بأن هناك طفرة إعلامية تسويقية في مجال التسويق للاعبين ، وبأن فئة اللاعبين الناشئين في الأندية العريقة تحظى بالإهتمام الأكبر وبأن التسويق للاعبين داخل العراق أكبر من التسويق خارجه بسبب افتقار الإعلام الرياضي داخل العراق لعناصر جذب المشاهد العربي ، وبأن البرامج الرياضية المحلية تفتقر للتنوع في موضوعاتها مثل المواضيع

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

الصحية ، وأوصت الدراسة بأهمية تنويع الموضوعات في الإعلام الرياضي والإهتمام بها بشكل أكبر . وأن تطور الإعلام الرياضي يعكس الدور المؤثر في المجتمع لذلك يجب أن يكون غاية وهدف المؤسسات الإعلامية نظرا لدوره الكبير في التسويق للاعبين المحترفين .

رصدت دراسة الأسونجي (2022) بعض التحديات التي تواجه الإعلام الرياضي في ظل التحول الرقمي لعصر التطور التكنولوجي وكيفية مواجهتها واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الدراسة الإستبانة التي طبقت على عينة البحث المكونة من 220 مفردة واستنتج الباحث بأن وعي افراد المجتمع بالتحول الرقمي واستخداماته بالإضافة إلى تطوير أداء العاملين في استخدام أدوات التحول الرقمي في مجال الإعلام الرياضي يساعد على تخطي التحديات الرقمية والإستفادة من إمكانياتها في المجال الرياضي وإعلامه وأوصى الباحث بعمل تدريبات مستمرة للعاملين في هذا المجال على استخدام الأدوات الرقمية .

المبحث الثاني**الإطار النظري**

الإعلام الرياضي : هو نوع من أنواع الإعلام المتخصص الذي يستهدف الجماهير التي تهتم بالرياضة وهو العملية الإعلامية التي تقوم بنشر المعلومات والأخبار المتعلقة بالرياضة ، من خلال شرح قواعد وقوانين الألعاب والأنشطة الرياضية والفرق المختلفة والبطولات ، بهدف صياغة قاعدة معرفية متعلقة بالمجال الرياضي لدى الجماهير . (علي وآخرون ، 2019 ، 110)

عناصر الاعلام الرياضي :

يتكون الإعلام الرياضي من عدة عناصر وهي :

- الحدث الرياضي كالمباريات والتدريبات وأخبار اللاعبين والأندية وقوانين الألعاب والملتقيات وهي مواد صالحة للنشر.
- الوسيلة الإعلامية التي تنقل ذلك الحدث الرياضي بطرق متنوعة تتناسب مع الحدث ضمن مساحة زمنية تتناسب مع طرق تلقي الجمهور أو فورية الحدث .
- الجمهور الذي يبحث عن المعلومات والأخبار الرياضية ويتابعها بشغف .
- الإعلامي الرياضي أو القائم بالاتصال وهو الذي ينقل الرسائل الإعلامية بطرق تتناسب مع ثقافة الجمهور ومدى حاجته للمعلومة وطرق استقباله للمعلومات . (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 209)

الإعلام الرياضي كأحد أنواع ومجالات الإعلام المتخصص :

ظهر مفهوم الإعلام المتخصص في مرحلة متقدمة نظرا لتطور أدوات صناعة الإعلام واتساع الجماهير وتطور المجتمعات وجاء لتلبية رغبات الجمهور كضرورة إلى مزيد من الإنتشار والتأثير الفعال . (عيسى، 2017 ، 95)

ظهر الإعلام المتخصص كنتيجة لعدة تحولات في المجتمع منها :

- تطور وسائل الإنتاج وتقسيم العمل في كافة المجالات ومنها صناعة الإعلام الذي اتسع نطاق عمله وانتشاره وجمهوره سواء على مستوى الوسيلة الإعلامية او العمل الإعلامي بشكل عام .
- ارتفاع مستوى الثقافة والتعليم لدى الجمهور وبروز تخصصات علمية جديدة يحتاج المختصون فيها إلى المزيد من المعلومات والخبرات في مجال تخصصاتهم والتي اتجهت سائل الإعلام لتلبية تلك الإحتياجات .
- تنامي أعداد السكان واتساع المدن وزيادة الحاجة إلى المزيد من التخصص في تلبية حاجات الجمهور .
- الحاجة إلى التنوع والتكامل في الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور . (عيسى ، 2017 ، 95)

عوامل ظهور الإعلام الرياضي :

- لعبت الرياضة دورا هاما في مرحلة تطور المجتمعات بأنواعها المختلفة واحتلت مكانة بارزة في المجتمع سواء على صعيد الألعاب الفردية أو الجماعية مما أدى إلى اعتماد وسائل الإعلام بهذا النشاط الإنساني المتعدد .
- تطور علوم الرياضة وتخصصاتها وأدواتها مما أدى إلى انتشارها وازدهارها.
- تصاعد المنافسات بين الأندية الرياضية وقيام البطولات العالمية والدولية والإقليمية والمحلية التي تنظمها الحكومات والمؤسسات والشركات فأصبحت عملية سياسية واقتصادية وثقافية وتربوية وصحية واجتماعية . (عيسى ، 2017 ، 95)

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

- بحث الجمهور عن الرسائل الإعلامية ذات الطابع الترفيهي .
- الطابع الإقتصادي الذي اتسمت به الفعاليات الرياضية المختلفة مما لفت انتباه وسائل الإعلام إلى استغلال تلك الفعاليات في جني الأرباح عن طريق حشد الجماهير واستقطابهم .
- تطرو وسائل الإعلام من الناحية التكنولوجية التي سهلت لها استخدام أساليب جديدة في عناصر جذب الجمهور كالاستوديوهات التحليلية وتقنيات البث المباشر عبر الأقمار الاصطناعية .(رحموني وقوجيل ، 2018 ، 210)
- محددات وضوابط الإعلام الرياضي :
- الواقعية وذلك بالتعبير عن البيئة والثقافة والأوضاع القائمة والمناخ الثقافي المعبر عن مجتمع ما وشعب ما .
- التدعيم وهو المبادئ والقواعد والفلسفة التي يراد إيصالها للجماهير وتثبيها في أذهانهم والتركيز على أفكار أو دعوات معينة ويأتي التدعيم عن طريق التكرار .(القيسي ، 2019 ، 14)
- المصدقية والإبتعاد عن التناقض والأكاذيب التي تنشر عبر الإعلام المضلل والذي يسبب خيبات الأمل لدى المتلقين .
- الإلتزام بالمعايير الأخلاقية في عمليات النقل والتغطية وذلك باتباع أخلاقيات العمل الاعلامي الرياضي الذي يساعد على بث الثقافة الرياضية لدى الجمهور .
- التركيز على عمليات التثقيف الرياضي وزيادة الإنتاج لدى المتلقين للإهتمام بالرياضة وتوظيفها في عمليات التنمية . (القيسي ، 2019 ، 15)
- أهداف الإعلام الرياضي :**
- توصيل المعلومات المتعلقة بالرياضة إلى الجمهور سواء الأهداف أو الممارسات أو الفوائد أو الحقائق .
- التأثير في الرأي العام حول القضايا الرياضية والأحداث المتعلقة بها لتغيير الأفكار وتبني الإتجاهات .
- التسلية والترفيه .
- الشرح والتحليل والتفسير للأحداث الرياضية .
- طرح الآراء المختلفة ووجهات النظر المتعددة الخاصة بالمواضيع الرياضية .
- (عيسى ، 2017 ، 97)
- تكوين إتجاهات وسلوكيات إيجابية تخص التربية البدنية وزيادة مشاركة الأفراد بالأنشطة الرياضية وممارستها . (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 209)
- التغطيات الإعلامية للأحداث الرياضية والبطولات المحلية والدولية والعالمية .
- التعريف بهويات اللاعبين وخلفياتهم ومستوياتهم .
- الحث على السلوك الرياضي القويم وأخلاقياته .
- التعريف بقوانين وقواعد الألعاب المختلفة . (القيسي ، 2019 ، 16)
- أهمية الإعلام الرياضي وأدواره :**
- تتمثل أهمية الإعلام الرياضي لكونه يعمل كحلقة وصل بين الجمهور والمؤسسات الرياضية والأندية واللاعبين ومراكز الشباب من خلال المعلومات والأخبار والخبرات التي يقدمها عبر الرسائل الإعلامية المختلفة ومن أسباب وعوامل تحقيق أهداف الرسائل الإعلامية والإستجابة لها :
- إستخدام لغة ورموز واضحة ومفهومة لدى الجمهور وبا لتلي إثارة اهتمامهم .
- الخبرات التراكمية لدى القائم بالإتصال الرياضي المتمثلة بالتناغم مع عادات الجمهور وطرق التلقي وقربه منهم .
- الإهتمام بحاجات الجمهور ومحاولة إشباعها من خلال الرسائل الإعلامية .
- (الأسونجي ، 2022 ، 9)
- مراعاة اختيار الأوقات المناسبة للجماهير المستهدفة والرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة لهم .(القيسي ، 2019 ، 22)
- مراعاة المستوى الثقافي والاجتماعي والتعليمي والتوجهات للجمهور المستهدف كذلك الفئات العمرية . للحصول على النتائج التالية :
- تمكين الجمهور الرياضي من معرفة الأخبار الجديدة في المجال الرياضي .

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

- توجيه الجمهور نحو وجهات نظر محددة وسلوكيات صحية .
- تعزيز الانتماء الوطني من خلال تشجيع الأندية الوطنية . (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 209)
- بناء معرفة وثقافة متعلقة بالمجالات الرياضية .
- تنمية الإتجاهات الإيجابية نحو التنافس الرياضي والتشجيع النظيف والروح الرياضية .
- التعريف بفلسفة الرياضة وأهميتها في حياة الأفراد والمجتمعات .
- (علي وآخرون ، 2014 ، 110)
- وظائف الإعلام الرياضي :**
- الوظيفة الإخبارية المتعلقة بالأحداث الرياضية وتحركات الأندية واللاعبين والمباريات والبطولات .
- الوظيفة القيمية و التي تنشر من خلالها وسائل الإعلام أخلاقيات المنافسة وتقاليده وعادات المجتمعات وأنماط السلوك الرياضي القويم .
- الوظيفة التثقيفية من خلال شرح الثقافات الرياضية في المجتمعات المختلفة والمحافظة على القيم . (عيسى ، 2017 ، 97)
- الوظيفة الترويحية والتسلية الهادفة إلى التخفيف من الضغوطات والتوتر والابتعاد عن الروتين .
- الوظيفة التفسيرية وتتضمن التعليق على الأحداث الرياضية وشرحها وتفسيرها وبيان أبعادها . (علي وآخرون ، 2014 ، 110)
- التسويق الرياضي المتضمن أهداف ووظائف تجارية محركة للإقتصاد . (الهوني ، 2025)
- أهداف الإعلام الرياضي :**
- التعرف بحضارات الشعوب والأندية والبلدان والمدن الرياضية .
- رفع الوعي بأهمية الرياضة في الحياة العامة .
- تحفيز الرياضيين ودعمهم ورفع معنوياتهم وتحقيق نتائج مستقبلية أفضل .
- التعرف بالأنظمة والقوانين الرياضية . (السعد ، 2024)
- أنواع الإعلام الرياضي :**
- الصحافة الرياضية المقروءة كالصحف والكتب والمجلات والمواقع الإلكترونية .
- الإعلام الرياضي الإذاعي المسموع من خلال الإذاعات والتسجيلات التي تمنح المتلقي إحساسا بالمشاركة والقدرة على التخيل والتصور من خلال تعليق المذيع والمؤثرات الصوتية والأصوات الحية . (القيسي ، 2019 ، 17)
- الإعلام الرياضي المتلفز المرئي والذي ينقل من خلال الشاشات كالتلفزيون والتلفزيونات ويطلق عليه المرئي والمسموع لشموله حاستي السمع والبصر . ويستطيع التلفزيون تخطي حاجز الزمان والمكان بخاصية الأنوية والوصول إلى الجماهير العريضة في كافة أرجاء الأرض . (عيسى ، 2017 ، 106)
- الإعلام المتنقل والثابت مثل المؤتمرات والمعارض والمسارح التي يطلع عليها الجمهور . (علي وآخرون ، 2014 ، 111)**
- عناصر الإعلام الرياضي :**
- المرسل : وهو القائم بالاتصال والمختص بالمجال الرياضي والذي يحصل على المعلومات من الجهات الرياضية ويصوغ رسائله بطرق تلبي احتياجات الجمهور .
- المستقبل : وهو الجمهور الرياضي الذي يعبر عن احتياجاته للرسائل الإعلامية الرياضية ويستقبلها .
- الوسيلة : وهي الأداة الإعلامية التي ترسل من خلالها الرسائل الإعلامية سواء الصحف أو الإذاعات أو التلفزيونات أو المواقع الإلكترونية ويتم اختيار الوسيلة بحسب طبيعة الرسالة والجمهور الموجه اليه .
- الرسالة وهي المعلومات المراد إيصالها للجمهور سواء كان الهدف أو الوظيفة إخبارية أو ترفيهية أو معلوماتية وغيرها وقد تتضمن المقابلات والتحقيقات والحقائق والأرقام والتحليلات وغيرها .
- التغذية الراجعة وهي ردود فعل المتلقين على الرسائل التي يستقبلونها من خلال وسائل الإعلام المختلفة ومع تطور وسائل التكنولوجيا أصبح الحصول على تلك الردود لحظيا وسريعا عبر خاصية التفاعلية والمشاركة . (عيسى ، 2017 ، 97)
- تأثير الإعلام الرياضي :**

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

- تغيير الإتجاهات والمواقف الرياضية عن طريق التأثير على رؤية الجماهير نحو الأندية واللاعبين وشعورهم تجاهها ومن ثم كيفية بناء الجماهير لمواقفهم تجاه الأندية واللاعبين من خلال طرح القضايا المتعلقة بهم بطريقة سلبية أو إيجابية .
- تغيير المعارف الرياضية كالقيم والمواقف والمعتقدات والآراء والسلوكيات الخاصة بالرياضة عن طريق التعرض الطويل للرسائل الإعلامية التي تعمل على تبديل المعارف القديمة بمعارف جديدة .
- تعزيز الشفافية والمصداقية من خلال التغطيات الشاملة لتوفير بيئة رياضية عادلة .
- التأثير الإيجابي على الرياضيين من خلال الإهتمام بشؤونهم ومهاراتهم وإنجازاتهم والمتابعين الذي يجدون المتعة في متابعة تلك الأخبار والمعلومات . (السعد ، 2024)
- التنشئة الإجتماعية الرياضية التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام على تشكيل رؤى ثقافية وحضارية وصحية نحو الرياضة .
- الإثارة الإجتماعية من خلال الوصول إلى شرائح إجتماعية واسعة النطاق وتنمية الشغف لمتابعة المنافسات القوية بين الأندية العالمية مثل التصنيفات النهائية لكأس العالم .
- الإستثارة العاطفية في تشجيع الأندية المحلية والعربية والدول الصديقة نظرا لقدرة الإعلام الرياضي الفائقة في التعامل العاطفي باستخدامه لأساليب عرض شيقة . (علي وآخرون ، 2014 ، 112)
- خصائص الإعلام الرياضي :
- يتميز الإعلام الرياضي بأنه جماهيري يستطيع الوصول إلى قطاعات كبيرة من الجماهير من مختلف الأعمار والجنسيات .
- التنوع الذي يتضمن تعدد الاختيارات من خلال تعدد البرامج الرياضية بحسب المواضيع وجماهيرها المختلفة . (القيسي ، 2019 ، 20)
- الجماهيرية حيث يتسم الجمهور الرياضي بالتنوع والإتساع والتعدد والإنتشار . (عيسى ، 2017 ، 98)
- يتصف الإعلام الرياضي بالجاذبية نظرا لجوانب الترفيه والتسلية التي يتضمنها .
- يتسم الإعلام الرياضي بالفاعلية مع الجماهير ويشبه بالمرآة التي تعكس ثقافة الجمهور واهتماماته المختلفة بالمجال الرياضي . (الأسونجي ، 2022 ، 9)
- تشير كلمة الجمهور إلى مجموعة العلاقات الإجتماعية بين الأفراد ككتكوين إجتماعي قائم على التفاعلية ضمن خبرة تحويل الرسائل إلى مشهد مألوف تحكمه قواعد محددة تحدث من خلالها سلوكيات معينة في الفضاء العام ضمن خصائص الوصول والعمومية والرؤية . (ستيفن وروس ، 2012 ، 41)
- أنواع الجمهور :
- الجمهور العنيد الذي لا يستسلم بسهولة لوسائل الإعلام ورسائلها المختلفة التي تسعى إلى تغيير اتجاهات وسلوكيات ومواقف الجمهور فيكون تأثرهم ضعيف بسبب عوامل الإنتقائية التي تتمثل بالتعرض الإنتقائي لوسائل الإعلام فالإدراك الإنتقائي الناتج عن التعرض ثم التذكر الإنتقائي وهو حصيلة عملية التعرض .
- الجمهور الحساس الذي يتأثر بوسائل الإعلام أكثر من غيره كالأطفال والمراهقين وكبار السن والنساء .
- الجمهور اللامبالي الذي لا يتخذ موقفا معينا من الرسائل الإعلامية وكأنه لم يتعرض لها فيهم لها ولا يتفاعل معها سلبا أو إيجابا . (فوزي ، 2014 ، 24)
- وظائف وسائل الإعلام الجماهيري :**
- الوظائف الفردية مقابل المجتمعية :
- تسعى وسائل الإعلام لتقديم العديد من الرسائل التي تحمل أهدافا مختلفة تتعلق بالأفراد لتثقيفهم وتعليمهم وإخبارهم بكل ما هو جديد وتساعدهم على اتخاذ القرارات وتسليتهم وتحسين جودى معيشتهم أما بالنسبة للمجتمع فوسائل الإعلام تسعى إلى تقديم رسائل تحث على الترابط والتماسك والتعاون المجتمعي وأساليب التنمية والتثقيف الإقتصادي والإجتماعي والسياسي والصحي والديني وغيره للمحافظة على تقدم المجتمع وسوية أبنائه .
- الوظائف الظاهرة مقابل الكامنة :
- فالوظائف الظاهرة هي الواضحة والبسيطة والتي يتم إدراكها بشكل مباشر أما الكامنة فهي التي يدركها عدد قليل من الجمهور نظرا لغموضها واستخدام الترميز فيها . (فوزي ، 2014 ، 26)
- الوظائف المقصودة وغير المقصودة :

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

فالوظائف المقصودة هي التي تم تحديدها مسبقا من قبل وسائل الإعلام للتأثير على سلوك المتلقي واتخاذ قرارات بشأن تلك الرسائل أما الغير مقصودة فهي التي تحدث تأثيرا في قرارات المتلقين بشكل غير مخطط وغير متوقع . (فوزي ، 2014 ، 27)
الوظائف العامة لوسائل الإعلام :

- تقوم وسائل الإعلام بعدة وظائف وأدوار تجاه الأفراد والمجتمعات منها :
- مراقبة البيئة : حيث تعمل على تجميع المعلومات وفلترتها وصياغتها وإعادة إرسالها كي يتمكن المجتمع من التكيف معها واتخاذ القرارات بشأن البيئة الخارجية والداخلية .
- وظيفة الترابط المجتمعي : وتسعى من خلال هذه الوظيفة لإيجاد التماسك الاجتماعي وردود الأفعال تجاه البيئة المحيطة وتكوين رأي عام بشأنها لقيام الحكومات بدورها . (القيسي ، 2019 ، 19)
- نقل التراث الاجتماعي والثقافي : حيث تعمل وسائل الإعلام على نقل القيم والعادات والتقاليد من جيل إلى جيل عبر المقابلات مع كبار السن والمؤرخين خاصة في عصر التمدن والإنعزال لتعريف الأجيال الجديدة بالتراث الاجتماعي والإعتراز به .
- وظيفة الترفيه : التي تعمل على تقديم التسلية والترفيه للأفراد للتخلص من ضغوط الحياة المتراكمة وتحقيق الراحة والإسترخاء .
- وظيفة التعبئة : وتتمثل في أوقات الأزمات والكوارث والحروب وتعمل على بث الحملات الإعلامية التي تحافظ على الإستقرار والتكافل والأمن المجتمعي .
- وظيفة الإخبار : والمتمثلة في نشر المعلومات المتعلقة بالأحداث والوقائع داخل وخارج المجتمع على الساحة الدولية والوطنية والعالمية والعلاقة بينهم . (فوزي ، 2014 ، 31)
- الوظيفة السياسية : والتي توفر المعلومات بهدف اتخاذ القرارات والاجراءات والتشريعات والمواقف .
- وظيفة التنشئة : التي تعمل على تعليم الأفراد على السلوكيات الإيجابية من خلال المهارات اللازمة لحياة صحية ومستقرة ، سوية ومتوازنة . (القيسي ، 2019 ، 19)

صفات القائم بالاتصال القادر على التأثير في سلوك المتلقين :

- هناك مهارات يجب توافرها بالقائم على العملية الإتصالية كي يكون مقبولا ومؤثرا مثل مهارة الكتابة والقراءة والتحدث بطلاقة ، وإتقان مهارة الإصغاء والتفكير السليم وامتلاك اتجاهات إيجابية نحو نفسه والرسالة والجمهور والوسيلة . وامتلاك معرفة قوية بالموضوع الذي يتبناه ولكي يكون مؤثرا يجب أن يتمتع بالمصداقية والجاذبية والسلطة . (فوزي ، 2014 ، 39)
- ضوابط الإعلام الرياضي في تحقيق المصداقية :
- الفورية في نقل الأحداث المتعلقة بالقضايا الرياضية والتعريف بها من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات الكاملة .

- شمول التغطيات وعمقها وإحاطة جوانبها المتعددة .
- التعامل بموضوعية في توجيه الرأي العام ، بطرق تراعي عمليات ضبط النفس .
- في حالة وجود أخطاء في التغطيات الإعلامية يجب الإعتراف بالخطأ والرجوع إلى المصادر الأصلية للمعلومات . (الربيعي ، 2025)

إستراتيجيات إدارة الإعلام الرياضي :

تعريف الإستراتيجية :

- هي العملية التي تحدد من خلالها الأهداف طويلة المدى وتحديد الموارد المالية لتحقيق تلك الأهداف بأسلوب علمي تتبعه الإدارات للإستفادة من الموارد المتاحة وتشمل :
- تحديد الموارد المتاحة ودراستها وطرق الإستفادة منها .
- تحديد المقومات والمتغيرات المتوقعة والتي من الممكن أن تعرقل تحقيق الأهداف .
- القدرة على اتخاذ القرارات والإختيار بين البدائل المطروحة . (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 209)
- تشمل مقومات إستراتيجيات الإعلام الرياضي مايلي :
- تحمل القيادات الإعلامية الرياضية لمسؤولياتها .
- تحديد المهام وتوزيعها على فرق العمل المختصة بالإعلام الرياضي .
- الإعتماد على البحوث العلمية في مجال استطلاعات الراي وبحوث الجمهور .

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

- متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة. (الربيعي، 2025)
- توخي الدقة في تحديد الأهداف الإستراتيجية وانسجامها مع قيم المجتمع وأهدافه .
- ترجمة الخطط الواقعية إلى برامج قابلة للتنفيذ .
- التكامل مع الإستراتيجيات العامة لوسائل الإعلام. (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 213)
- التعاطف والإهتمام والتفاعل مع الأحداث الرياضية التي تهم الجماهير .
- الالتزام بالجدية منذ بداية التغطيات والتقيد بالمواعيد .
- وضع ركائز وقواعد وأصول للتغطيات الإعلامية .
- غرس قيم المجتمع المتمثلة بالطموح والإنجاز والمنافسات الشريفة وروح الأمل . (الربيعي، 2025)
- التخطيط الإستراتيجي للإعلام الرياضي بصفة عامة يهدف إلى :
- تعزيز السلوكيات الإيجابية لدى أفراد المجتمع خاصة الشباب .
- المساهمة في صنع القرار على مستوى الهيئات الرياضية العليا .
- تطوير منظومة الاحتراف للاعبين والنادية والشركات الداعمة والهيئات الرياضية .
- القضاء على الظواهر السلبية المتعلقة بالأنشطة الرياضية كالتعصب والعنف .
- التسويق الرياضي على أساس استثمار الرياضة وإفادتها من خلال الأنشطة التسويقية الرياضية .
- إيصال الرسائل السياسية الإيجابية من خلال استبعاد الخلافات السياسية وتأثيرها على الرياضة .
- تعزيز الثقافة الرياضية والألعاب الشعبية التي تؤدي إلى مشاركة أكبر عدد ممكن من الافراد .
- الترويج السياحي من خلال استضافة البطولات المختلفة في دولة معينة لترويجها سياحيا والتعريف بالاماكن الترفيهية فيها. (رحموني وقوجيل ، 2018 ، 214)
- الدبلوماسية الرياضية : أدركت الحكومات أهمية الفعاليات الرياضية كأداة سياسية وإقتصادية وإجتماعية وثقافية ومجالا من مجالات الدبلوماسية الهادفة إلى تحسين صورتها أمام الجماهير العالمية عن طريق توظيف الإعلام الرياضي في نشر سماتها الثقافية الوطنية وترويج سياساتها ، وتعرف الدبلوماسية الرياضية على أنها طرق استخدام الإعلام الرياضي لخلق صورة إيجابية عن الدول المستضيفة والمشاركة من خلال الفعاليات المرافقة لتحقيق أهداف بناء سمعة وصورة إيجابية لدى الجماهير . (حميدو ، 2022 ، 37)
- وقبل الحديث عن دور تلفزيون المسار في نقل المناشط الرياضية في ليبيا يمكن الإشارة إلى أن ليبيا ارتبط اسمها منذ أكثر من عقد في الإعلام الدولي بأخبار الحرب والإنقسام والإضطرابات السياسية ، مع إغفال بأن هذا البلد لديه موقعا إستراتيجيا على البحر المتوسط ، ويمتلك ثروات طبيعية متنوعة ، وطاقتات شبابية فعالة لأي مشروع تنموي نهضوي ، هذه الصورة السلبية عن ليبيا كانت نتيجة غياب الإستراتيجيات الوطنية والمشاريع الإعلامية القادرة على تسويق ليبيا كقصة نجاح ، تستطيع ليبيا أن تسوق نفسها عالميا كدولة مستقرة لديها الفرص للتقدم إذا ما كان هناك إعلام إستراتيجي يخرج من الأزمة بلغة المستقبل عبر انتهاز سياسات تعيد صورتها من خلال إعلام نهضوي متكامل بين الإعلام الرسمي والمنصات الرقمية . (الهوني ، 2025)
- والإعلام الرياضي كجزء من الإعلام العام يمكن أن يساهم في رسم صورة جديدة عن ليبيا من خلال تعزيز السياحة الرياضية حيث يسافر العديد من المهتمين لحضور تلك الفعاليات مما يدعم الإقتصاد المحلي وينشر قيم الرياضة النبيلة وإعطاء صورة واضحة عن مدى التقدم الحضاري في البلاد. (السعد، 2024)
- من هنا جاءت رؤية تلفزيون المسار في تبني إستراتيجية إعلامية قائمة على استثمار الفعاليات الرياضية في التسويق للمشروع النهضوي في شرق ليبيا والتعريف بمشاريع الإعمار التي خصصت أجزاء كبيرة في إنشاء وإعادة ترميم منشآت رياضية على مستوى عال من الدقة والحدثة والتطور الذي يعكس مدى اهتمام القيادة العامة والحكومة الليبية والجهاز الوطني للتنمية .

المبحث الثالث

نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها

دور تلفزيون المسار في تبني إستراتيجيات التغطية الإعلامية للبطولات والفعاليات الرياضية :

التعريف بتلفزيون المسار :

تلفزيون المسار: نافذة إخبارية على الشأن الليبي

تلفزيون المسار قناة فضائية ليبية إخبارية تأسست بقرار 59 من الحكومة الليبية لسنة 2021 تسعى جاهدة لتقديم تغطية موضوعية وأمانة للأحداث في ليبيا.

تردد HD: أفقي H 11373

من أهداف القناة :

نقل الأخبار المحلية والعالمية بشكل دقيق وشفاف.

تحليل الأحداث بمهنية وحيادية.

إثراء الحوار الوطني حول القضايا المهمة التي تواجه ليبيا.

المساهمة في بناء مستقبل أفضل لليبيا.

ومن خلال المقابلات المعمقة لصناع القرار في تلفزيون المسار تم استنتاج مايلي :

إيماننا من تلفزيون المسار بأهمية الرياضة للأفراد والمجتمع وبناء مجتمع صحي وسليم جسميا ونفسيا وإجتماعيا يعمل من خلال برامجه ونشرااته الإخبارية على نقل كل ما يتعلق بالفعاليات الرياضية على الأراضي الليبية سواء من خلال الأخبار أو المعلومات أو تحليل وتفسير ما جاء من قرارات أو متعلقات بالشأن الرياضي علما بأنها قناة إخبارية تدرّك أهمية وظيفة التسلية والترفيه التي يحتاجها الجمهور فيتم تقديم المعلومات بعدة طرق :

أولا : طرق تقديم المعلومات والأخبار الرياضية.

1	مقابلات مع اللاعبين والمدربين والإداريين
2	تقارير المراسلين
3	النقل المباشر للفعاليات - التغطيات المباشرة
4	الأخبار
5	تقارير غرفة الأخبار
6	البث الحصري لبعض المباريات والبطولات
7	استوديوهات التحليل
8	الاحتفالات الخاصة بالتتويج وتكريم اللاعبين ، وافتتاح المنشآت الرياضية

تحت شعار: (من الفكرة الى الانجاز: علوم الرياضة ودورها في صناعة الابطال)

ثانياً : البطولات التي تم نقلها سواءا بال بث الحصري أو المشترك .

1	كأس الأندية الأفريقية / الأندية الوطنية لكرة السلة
2	كأس العالم لأندية كرة السلة 2025
3	الدوري الليبي لكرة السلة 2024
4	بطولة أفريقيا للميني فوتبول - درنة
5	بطولة أفريقيا للميني فوتبول
6	بطولة المشير لكرة القدم 2024
7	بطولة أفريقيا للأندية للميني فوتبول
8	مباريات الأندية الليبية / مشاركة للكرة الأفريقية لكرة القدم .
9	نهائيات كأس ليبيا لكرة الطائرة
10	المحطة السادسة عشرة من سلسلة سباقات كأس رئيس دولة الامارات للخيول العربية الاصيلة

ثالثاً : التغطيات الخاصة للأحداث الرياضية والتي تشمل النقل المباشر وعمل المقابلات من خلال المراسلين والربط مع الاستوديو المباشر :

1	تغطية خاصة لإنجاز الأهلي طرابلس التاريخي في كأس القارة الأفريقية ...
2	تغطية أحداث صوت بنغازي قرارات الاتحاد الليبي بخصوص الحدث الرياضي الأضخم في الصحراء الليبية
3	تغطية خاصة ونقل مباشر لنهائي بين الأهلي طرابلس وبيروتو دي لوندات الأنغولي .
4	تغطية خاصة للتتويج التاريخي ببرونزية العالم لكرة السلة
5	تغطية مباشرة من بنغازي اليوم الاول و الثاني من جائزة ليبيا ...
6	تغطية خاصة من صحراء ودان لرالي تي تي 9-11-2025
7	تغطية تلفزيون المسار خلال حفل جائزة التميز الرياضي لأفضل نادي رياضي في ليبيا للعام 2024 النسخة الثالثة بمدينة المرج 17-1-2025
8	تغطية لحفل افتتاح المدينة الرياضية بالزنتان 2025-2-9
9	تغطية تلفزيون المسار للمناشط الرياضية في مدينة الرحيبات .
10	تغطية ونقل مباشر لمراسم قرعة مباريات الدوري الممتاز ، ٢٣ أغسطس / آب ٢٠٢٢
11	التغطية الخاصة حول المنتخب الوطني لكرة القدم 2025-10-9
12	تغطية شاملة لمباراة نوادي ليبيا الرياضية
13	تغطية تلفزيون المسار لماراثون الزنتان الصحراوي 19 أبريل
14	تغطية افتتاح ملعب بنغازي الدولي والمباراة الافتتاحية التي أقيمت فيه .

رابعاً : التقارير :

- تقرير تلفزيون المسار عن إجتماع مكتب الشباب و الرياضة ببلدية الزنتان مع أندية الجبل الغربي .. 6-2023-9
- مقتطفات من عدسة قناة المسار الليبية للتظاهرة الرياضية التي نظمها نادي المطار الرياضي الثقافي الإجتماعي بمناسبة إشهارة كأحد الأندية الليبية الرياضية بمشاركة عدد 13 مدرسة و 546 طالب 1-17-2025.

خامساً : المقابلات:

- برنامج شرمولة رياضية لقاء مع الصحفي الرياضي يوسف سعود.
- برنامج حكاوي رياضية | التعصب الرياضي إلى أين؟
- لقاء عبر تلفزيون المسار - Almasar TV مع المهندس عادل الحميدي رئيس لجنة الإفتتاح حفل المدينة الرياضية.

والجدير بالذكر أن تلفزيون المسار قناة إخبارية وليست رياضية لكنها تخصص فترات من البث لنقل البطولات والأخبار المتعلقة بها والتحليلات .

- تلفزيون المسار - Almasar TV يتحصل على حقوق بث كأس العالم للقارات للأندية لمتابعة ممثل كرة السلة الليبية والأفريقية بطل أفريقيا... وهي أول قناة عربية تنقل بطولة السلة العالمية .

- تلفزيون المسار يتحصل على حقوق بث بطولة الـ BAL5 للعام الثاني على التوالي بمشاركة الأهلي طرابلس برعاية .. المدار الجديد

- بطولتا الكاس وكاس السوبر حصريا على تلفزيون المسار من ستاد القاهرة الدولي سيكون هناك استديو تحليلي للبطولتين وضيوف كبار من نجوم كرة القدم .

وعن أهمية نقل وتشجيع الفعاليات الرياضية التي تقام على الاراضي الليبية :

- تنشيط السياحة والترويج لها من خلال إقامة البطولات في الأماكن السياحية .

- التبادل الثقافي بين الفرق المجتمعة أثناء الفعاليات .

- التعريف بمشاريع إعادة الإعمار خاصة للملاعب الرياضية ومقار الأندية الرياضية والتدريبية .

- تحريك عجلة الإقتصاد في الإستثمار بالفعاليات الرياضية وتوفير فرص عمل للشباب .

- الدبلوماسية الرياضية من خلال التعريف بتوجهات الحكومة الليبية نحو التنمية والتبادل الثقافي والرياضي مع المجتمعات المختلفة .

التوصيات :

- ضرورة الإهتمام بالإعلام الرياضي من قبل وسائل الإعلام المختلفة نظرا لأهميته واتساع مجالاته .

- إعتداد إستراتيجيات مدروسة في التغطيات الرياضية لتحقيق الأهداف المحددة مسبقا .

- توصي الدراسة بضرورة استحداث تخصص الإعلام الرياضي في كليات الإعلام وكليات الرياضة أو على الأقل تخصيص مساقات تدرس ذلك الحقل المعرفي .

- ضرورة اهتمام الحكومات بالتسويق الرياضي والدبلوماسية الرياضية .

المراجع :

- إبراهيم ، محمد (2020) الرشاقة الإستراتيجية ودورها في النهوض بغرفة صناعة الإعلام في القنوات الرياضية المتخصصة ، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، الجزء الاول ، مجلد 17 ، العدد 17 ، ص 195-219 .

- الأسونجي ، سهيل محمد (2022) تحديات الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث ، مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية ، العدد الثامن ، ص 5-28 .

- الجسمي ، عبد الله والرمادي ، سعيد (2025) أهمية دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر البرامج الرياضية بين أفراد المجتمع الرياضي بمدينة المكلا ، - Journal of the Faculties of Education , University of Aden ، المجلد 2 العدد 18 ، ص 674-683 .

DOI: 10.47372/jef.(2024)18.2.93

- الربيعي ، محمود (2025) دور الإعلام الرياضي في إدارة الأزمات التي تواجه المؤسسات الرياضية العراقية ، المدونات العلمية ، الأكاديمية الرياضية العراقية .

<https://iraqacad.net/archives/29966>

- السعد ، سمير (2024) دور الإعلام الرياضي المتخصص .

<https://foowz.com>

- الشويل ، محمد (2022) دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير بعض الأندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة، مجلة علوم الرياضة ، الجزء الخامس المجلد 35 ، العدد 6 ، ص 119-146 .

DOI: 10.21608/ssj.2022.282944

- القيسي ، إسماعيل (2019) دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، الاردن .

- الهادي ، عيسى (2013) نظريات الإعلام الرياضي وتفسير سلوكيات الجماهير ، مجلة الإبداع الرياضي ، المجلد 4 العدد 3 ، ص 197-204 .

-الهادي ، عيسى (2017) دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع ، مجلة الخبير ، المجلد 1 العدد 11 ص 91-107 .

<https://asjp.cerist.dz/en/article/26036>

- الهوني ، صلاح (2025) طريق ليبيا للتعافي يمر عبر الإعلام وصناع المحتوى .

<https://alarab.co.uk>

- حماد ، وليد (2022) دور الإعلام الرياضي المرئي في إنجاح مشروع الإحتراف الرياضي في كرة القدم بالجزائر ، جامعة الجزائر ، معهد التربية البدنية والرياضة .ص 191

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/9123>

- حميدو ، كمال (2022) الإعلام والرياضة أداتين لبناء السمعة الوطنية والتسويق لها : الإستراتيجية القطرية أنموذجا ، مجلة سياسات عربية ، معهد الدراسات العليا ، المركز العربي ، المجلد العاشر ، العدد 57 ، ص 26-45 .

- حنون ، نزهة (2021) الإعلام الرياضي ودوره في الحد من ظاهرة العنف الرياضي ، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والإجتماعية والإنسانية ، المجلد 3 العدد 1 ، ص 33-39 .

- رحموني ، لبنى وقوجيل ، نور العابدين (2018) إستراتيجيات الإعلام الرياضي في النهوض بقطاع الرياضة في الجزائر : الواقع والمأمول ، مجلة جامعة العربي بن مهيدي ، عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن : "علوم الأنشطة البدنية والرياضية وتحديات الألفية الثالثة " محور الإعلام والإتصال في المجال الرياضي ، ص 207-216 .

- عباس ، علي سلمان (2024) دور الإعلام الرياضي في دعم تسويق اللاعبين المحترفين بكرة القدم ، مجلة المستنصرية لعلوم الرياضة ، الناشر: الجامعة المستنصرية.

<https://doi.org/10.62540/mjss.2020.02.04.17>

- علي ، منتهى صبحي و آخرون (2019) الإعلام المتخصص ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، ط1 ، جامعة الوادي الجديد ، الجزائر .

- فوزي ، شروق (2014) التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، مصر .

- كولمان ، ستيفن و روس ، كاريس (2012) الإعلام والجمهور ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، مصر .

- مرتضى ، علاء (2021) دور الإعلام الرياضي في القضاء على التعصب في عصر العولمة ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، المجلد الرابع ، العدد 77 ، ص 2157-2177.