

## جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

فرع : إعلام واتصال الرياضي

تخصص : الإعلام والاتصال الرياضي سمعي بصري



عهد : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

سم : الاعلام والاتصال الرياضي

قم : .....

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

اعداد الطالب: بلفار سفيان

تحت عنوان

مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة  
لدى الجمهور الرياضي الجزائري  
دراسة ميدانية معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية  
والرياضية

لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	1- بن البار السعيد
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	2- بوصلح النذير
مناقشا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	3- لبشير أحمد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إنجاز هذا البحث  
كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من قدم لي يد المساعدة في إتمام هذا  
البحث المتواضع وأخص بالذكر الأستاذ المشرف بوصلاح النذير التي لم  
ييخل علي بعطائه العلمي وآرائه وأفكاره ونصائحه وإرشاداته من خلال  
مراحل هذا البحث منذ أن كان فكرة حتى صار بحثاً.  
كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز  
العمل المتواضع.  
"والله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه"

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر
	إهداء
أ	مقدمة
	الفصل الأول : الخلفية النظرية و الدراسات السابقة
4	I - الخلفية النظرية
4	1- الإعلام الرياضي المكتوب
10	2- المواطنة
14	3- الجمهور الرياضي
19	II - الدراسات السابقة
	الفصل الثاني : الإطار العام للدراسة
24	1-الكلمات الدالة
28	2- إشكالية الدراسة
29	3-اهداف الدراسة
29	4-أهمية الدراسة
30	5-فرضيات الدراسة
	الفصل الثالث : الإجراءات الميدانية للدراسة
32	1-الدراسة الإستطلاعية
32	2-المنهج المتبع في الدراسة
33	3-المجتمع و عينة الدراسة
33	4-أدوات جمع البيانات
34	5-الخصائص السيكومترية للأداة
35	6-الأساليب الإحصائية
	الفصل الرابع : عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها
41	1-عرض النتائج و تفسيرها
62	2-إختبار الفرضيات
65	3-تحليل النتائج في ضوء الفرضيات
	الفصل الخامس : إستنتاجات و إقتراحات

70	1- إستنتاجات عامة
70	2- إقتراحات
71	3- أفاق مستقبلية
73	الخاتمة
74	قائمة المراجع
77	الملاحق
78	الإستمارة
83	ملخص الدراسة

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح الإتساق الداخلي للفقرات المحور الأول و الثاني و الثالث	35
2	يوضح الإتساق البنائي للأداة للدراسة	37
3	يبين قيمة معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	37
4	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الأول	41
5	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الأول	42
6	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الأول	43
7	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الأول	44
8	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الأول	45
9	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الأول	46
10	يبين ملخص تحليل عبارات المحور الأول	47
11	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الثاني	48
12	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الثاني	49
13	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الثاني	50
14	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الثاني	51
15	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الثاني	52
16	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الثاني	53
17	يبين ملخص تحليل عبارات المحور الثاني	54
18	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الثالث	55
19	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الثالث	56
20	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الثالث	57
21	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الثالث	58
22	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الثالث	59
23	يمثل النتائج إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الثالث	60
24	يبين ملخص تحليل عبارات المحور الثالث	61
25	يبين درجة مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي	62
26	يبين درجة مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي	63
27	يبين درجة مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي لدى الجمهور الرياضي	64

فهرس الأشكال

الصفحة	فهرس الأشكال	الرقم
41	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الأول	1
42	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الأول	2
43	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الأول	3
44	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الأول	4
45	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الأول	5
46	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الأول	6
48	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الثاني	7
49	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الثاني	8
50	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الثاني	9
51	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الثاني	10
52	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الثاني	11
53	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الثاني	12
55	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 للمحور الثالث	13
56	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 2 للمحور الثالث	14
57	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 3 للمحور الثالث	15
58	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 4 للمحور الثالث	16
59	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 5 للمحور الثالث	17
60	رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 6 للمحور الثالث	18

# إهداء

أجمل ما في الحياة أن يصل الإنسان إلى مبتغاه... أن يحقق أمنية نفسه ومن هم حوله... أن يتحقق النجاح بجهده وبرضي والديه....  
فالحمد لله الذي أتم علي نعمته وحقق لي ما وددته.

إلى أعلي نعم الله علينا في هذا الكون ، ركيزة الأسرة و نورها الذي لا ينطفى ، إلى ذات النبع الصافي من الحب و الحنان الدافئ ، إلى القلب الذي تجرعت منه حبا لا ينفذ و من كانت قدوة في الحياة و صبرت حتى ترى ثمرة جهدي إلى من ابتسمت لحظة سعادتي ومسحت بجناحها دمعتي لحظة شقائي إلى من كانت أهم إنسانة في حياتي إلى أرقى أم: أمي الغالية أم الخير

إلى من منحني ثقته و وضعها نصب عيني و علمني أن الأخلاق تاج كل إنسان في هذا الكون ، إلى من علمني أصول الحياة بمعانيها و كان لي المثل الأعلى أبي رشيد

إلى من ترعرعت معهم و نما غصني بينهم أخواتي أخواتي وزوجة أخي و ابنتيهما تسنيم وشيماء و ابنهما المعتز إلى كل الأهل و الأقارب من قريب و بعيد .

إلى رفقاء الدرب الذي كانوا بمثابة إخوة زملائي أصدقائي الأعزاء .

إهداء خاص إلى روح أبن خالي مراد فراحية

إلى زميلي و أخي و صديقي مروش عبد الغفور

إلى أبن عمي عصام بلفار

رحمهم الله

في السنوات الأخيرة طرأ تطور كبير على الرياضة عموماً ورياضية كرة القدم على وجه الخصوص مما جعلها محط أنظار العالم بأسره من خلال التغطية الهائلة لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها ، ولأن كرة القدم تعد الرياضة الأكثر شعبية ليس على مستوى الجزائر فحسب بل على مستوى العالم اجمع ، فقد خصصت لها تلك الوسائل لاسيما الرياضية منها حيزاً واسعاً . ورياضة على الأهمية من المتابعة جدير بها أن تعكس أهميتها على جميع مكوناتها و من ذلك اللاعبين الذين يتم تسليط الضوء عليهم من قبل وسائل الإعلام عامة و الإعلام الرياضي خاصة ، و منها الصحافة على وجه التحديد .

و من هذا المنطق فإن الصحافة الرياضية تعتبر مهمة إلى أبعد الحدود نظراً لمدى تأثيرها على الوسط الرياضي بمختلف مكوناته من حكام ولاعبين و مدربين و إداريين و جماهير . فمن خلالها تتم عملية التثقيف و التوعية بكافة الجوانب المتعمقة بمختلف القوانين الرياضية و منها كرة القدم ذات الشعبية العالمية و التي تستقطب الملايين من الجماهير على مستوى بلدان العالم فقيرها و غنيها ، و لم تكن لتصل لهذا الصيت الكبير إلا عبر ممر هام و المتمثل بالإعلام الرياضي بوسائله المتنوعة ومنها الصحافة الرياضية المكتوبة .

فمع تطور الرياضات تطورت وسائل مابين مسموعة مقروءة ومرئية ، إلى جانبها وسائل الإتصال الإلكتروني .

ومع إتساع رقعة الممارسين لكرة القدم و إرتفاع عدد من مختلف الطبقات الإجتماعية بتنوع شرائحها كثرت هذه الوسائل وتنوعت و تعددت ، بل أصبح بعضها في صميم التخصص وهو ما يطلق عليه اليوم بالإعلام و الذي اضحى جزء لا يتجزأ من كيان كرة القدم ، حتى أنه اليوم صار أكثر خصوصية ، فأصبح التلفاز وهو أحد وسائله يخصص قنوات رياضية لتغطية مختلف الأحداث في العالم و في مختلف الرياضات ، ناهيك عن إيجاد برامج متخصصة للرياضة في القنوات الغير رياضية ، كما أعطت الإذاعة المسموعة حيزاً كبيراً في خارتها البرمجية للفعاليات و الأخبار الرياضية ، مما فسح مكاناً واسعاً للأنشطة الرياضية . و الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبح عامل مؤثر في هذه العملية فقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت خاطب النشئ و الشباب و الكبار و إقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي .

في هذه الدراسة سنتطرق إلى معلومات نظرية المتمحورة حول موضوع البحث

**الفصل الأول :** و تم التطرق إلى الخلفية النظرية و التي إشملت على الإعلام الرياضي و المواطنة و الجمهور الرياضي ، كما تم إدراج الدراسات السابقة التي تناولت المتغيرات و التعليق عليها .



**الفصل الثاني :** الإطار العام للدراسة ، و تناولنا فيه : الكلمات الدالة ، إشكالية الدراسة ، أهداف الدراسة و أهمية الدراسة و فرضيات الدراسة .

**الفصل الثالث :** الإجراءات الميدانية للدراسة : و تناول فيه الباحث الدراسة الإستطلاعية ، المنهج المتبع في الدراسة ، و مجتمع و عينة البحث ، و أدوات جمع المعلومات و البيانات ، و الأساليب الإحصائية

**الفصل الرابع:** خصص لعرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها مع ربطها بالدراسات السابقة و الجانب النظري للدراسة .

**الفصل الخامس :** قمنا فيه بتدوين استنتاجاته و إقتراحاته و آفاق الداسة المستقبلية .





# الفصل الأول



اللفية النظرية

والدراسات

السابقة

1- الخلفية النظرية :

1-1- تعريف الإعلام الرياضي :

يشير كل من خير الدين عويس و عطا الله عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد و القوانين المنظمة للألعاب و أوجه النشاط الرياضي و ذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع ، و تنمية الوعي الرياضي <sup>1</sup>.

ويرى محمد الحماحي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال ، و بغرض تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة ، و تحكم المنافسات الرياضية و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية <sup>2</sup>.

و ذلك من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة , بهذا المجال لدى المواطنين و تنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات الرياضية المختلفة و توجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية <sup>3</sup>.

1-2- عناصر الإعلام الرياضي :

للإعلام الرياضي أربعة عناصر هي :

- ✓ المرسل
- ✓ المستقبل
- ✓ الأداة أو الوسيلة
- ✓ الرسالة أو (المضمون)

**المرسل :** هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الإتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب ... الخ .

**المستقبل :** هو من توجه اليه الرسالة الاعلامية سواء اكانت فرد او جماعة.

<sup>1</sup> - خير الدين عويس -عطا الله عبد الرحيم -الإعلام الرياضي ج1 مركز الكتاب النس ، القاهرة 1889 ص 22 .

<sup>2</sup> محمد الحماحي ، أحمد سعيد الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ مركز الكتاب النشر 2006 ص 98.

<sup>3</sup> -عصام بدوي -موسوعة التنظيم و الإدارة في التربية البدنية و الرياضية ط1 2012 م .

الاداة او الوسيلة :هى ما تؤدى به الرسالة الاعلامية سواء كانت صحيفة او اذاعة او تليفزيون ... إلخ .  
الرسالة او المضمون : هى ماتحملة وسيلة الاعلام الرياضية لتبليغه او توصيله الى المستقبل ويعتمد الاعلام الرياضى فى بلوغ اهدافه على الرسالة والمضمون الذى تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والارقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفنى<sup>1</sup> .

### 1-3 - أهمية الإعلام الرياضي :

تبرز أهمية الإعلام الرياضي فى تأثيرها على كل من الجمهور و العاملين فى الحقل الرياضى حيث أن وسائل الإعلام و خصوصا الرياضية منها أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة فى العصر الحديث ، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث و الأخبار الرياضية فى كل مكان فى العالم ، ويرجع الفضل فى ذلك إلى إنتشار وسائل الإعلام من ناحية و التطور الصناعى المعاصر من ناحية أخرى حيث إنتشر إستخدام الراديو و التلفزيون و المحطات الفضائية و الأنترنت و الصحف و المجالات بإختلاف أنواعها و إتجاهاتها مما أدى إلى سرعة إنتقال المعلومات .

إن الإعلام الرياضى دورا متشعبا فى المجتمع ظهر بجلاء بعد إنتشاره على نطاق واسع فى القوآن العشرين و لذلك أخذت الحكومات على إختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضى لهم و تعريفهم بأهمية دور الرياضة فى حياتهم العامة و الخاصة .

و إستخدامها ايضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية و الذى يعكس بدوره رقي هذه الدول و تقديمها فى شتى المجالات و فى ظل التقدم العلمى و التكنولوجى الكبير و السريع فى المجال الرياضى تبرز أهمية الإعلام الرياضى و ضرورة إحاطة الأفراد بالمجتمع علما بكل مايدور من أحداث و تطورات فى هذا المجال و ذلك فى ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع و بالتالى صعوبة الإتصال المباشر بمصادر المعلومات و الأخبار .

و من هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضى فى القيام بواجه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية و زيادة مصادرها و تشابك المجال الرياضى بالمجالات الأخرى سواء إقتصادية أو إجتماعية أو سياسية و عدم قدرة الفرد فى ملاحقة و متابعة هذا التدفق من المعلومات و الذى يعد أمرا صعبا فأقل مايوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذى لحق بالكومبيوتر و الأقمار الصناعية و ظهور شبكة المعلومات الأنترنت .

و من هنا تبرز الحاجة الضرورية و الملحة فى قيام الإعلام الرياضى فى التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ماهو جديد فى المجال الرياضى و التجاوب معه .

<sup>1</sup> - إبراهيم فؤاد الحصاونة - الصحافة المتخصصة دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ط 1 2012 ص91.

و الإنسان في نظر رجال الإعلام نفس إعلامية تتغذى بالخبر و تنمو بالفكر و تتعافى باللحن ، و من هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضا في السيطرة على جمهور الرياضة و توجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه ، فإن وضعت في الخبر كانت وسيلة لا تضاهي في البناء و إن وضعت في غير ذلك كانت شرا مستطيرا .

و من خلال هذا العرض الموجز يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية و برامج رياضية إذاعية و تلفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن و يشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي و القيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي .<sup>1</sup>

#### 1-4- أنواع الإعلام الرياضي :

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله، ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالتالي:

- **الإعلام الرياضي المقروء:** وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

- **الإعلام الرياضي المسموع:** وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.

- **الإعلام الرياضي المرئي:** وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والفيديو وشبكة المعلومات (الإنترنت) وأحيانا يطلق عليه اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنه يعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

- **الإعلام الرياضي الثابت:** وهو الذي يتوجه إليه الناس للإطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.<sup>2</sup>

#### 1-5- نظريات التأثير في الإعلام الرياضي:

##### 1-1- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أنّ علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء كانت صحفية أم إذاعية أم تلفزيونية يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة .

ومعنى ذلك هو أنّ مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفاز أو عند قراءته عنها في إحدى الصحف الرياضية فإنه سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته ويسمى هذا المنحنى في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة، وملخص هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتي

<sup>1</sup> - ياسين فضل ياسين - الإعلام الرياضي - دار اسامة للنشر و التوزيع - الأردن عمان ط 1 2011 م ص 48-49 .

<sup>2</sup> - علي عبد الفتاح كنعان - الإعلام الرياضي دار البازوزي العلمية للنشر و التوزيع الطبعة العربية 2014 ص 12 .

تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي ولها تأثير مباشر كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة.)

## 2- نظرية التأثير على المدى الطويل (التراكمي):

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

إنّ الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه خلال متابعته وسائل الإعلام الرياضية إلى أفكار وقيم رياضية ويغير أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر بحسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منها، ووفقا لهذه النظرية فإن استمرار تعرض الفرد إلى المادة الإعلامية التي تنبذ العنف (مثلا) الذي يحدث في الملاعب الرياضية بكل صوره وأشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين وإظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من الإعلام الرياضي الذي يؤدي إلى قلة ظهور العنف ومن ثمّ يمكن القضاء عليها وعلى المدى الطويل

## 3- نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض، فالجرعات المتتالية والمفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي نحقن بها كي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير على أجسامنا.

إنّ استمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف أو الجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاههم وعدم التفور منها، فحالة السلبية هذه تجاه الأشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاء نتيجة الحقن المنتظم لعقول الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية مما ولد حالة من البلادة اتجاهها أشبه بالحصانة التي يصنعها المصل حين نلقح به ضد الأمراض

## 4- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين، إذ ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - خير الدين علي عويس - عطا الله عبد الرحيم الإعلام الرياضي - الإعلام الرياضي - المرجع السابق 29 - 30 - 31 - 32 - 33.

**المرحلة الأولى:** هي ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور، فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فينا كثيرا بل قد لا نعيه أدنى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينا لتلك الرسائل (المعلومات) تنتهي المرحلة الأولى.

**المرحلة الثانية:** يبدؤها من يسميهم بعلماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة كجماعات الأصدقاء والزملاء في النادي أو الفريق أو الأقارب، وقادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا، أو ذوي الرأي فينا، فالذي يحدث في هذه المرحلة هو أنّ قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرؤوا نفس ما قرأنا فبدووا بالحديث عنه بطريقة تنبها على أشياء لم نفظن إليها وبأسلوب أكثر إقناعا من الطريقة التي عرضتها الوسيلة الإعلامية وقائد الرأي هذا قد يكون له من النفوذ المادي والأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية، ممّا يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون الرسالة.

### 5- نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاء والاجتماعات ، وفكرة النظرية على أنّه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها، كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول أعمال خاص وعلى أساسه ترتب الموضوعات وفقا لأهميتها فالأهم ثم الأقل أهمية. (خير

### 6- نظرية حارس البوابة:

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء، غالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرارات هذا الحارس، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من أن الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي يتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلامية.

إنّ التحكم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم، إن رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه. لأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئا معيناً استحسنته هو في نفس الوقت يحرمهم من قراءة أم مشاهدة شيء آخر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - المرجع السابق ص 34- 37.

## 7- نظرية الاستخدامات والإشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة. ففي هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إنَّ استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي .

لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه. مثال الشخص الميال للعنف والمغامرات تستهويه مشاهدة أحداث العنف التي يشاهدها في الملاعب الرياضية من خلال التلفزيون أو قراءة تفاصيلها من الصحف والمجلات فيسعى جاهدا لاستخدامها لإشباع هذا الميل.

وكذلك اللاعب العصبي سريع الاستثارة يجد ذاته وراحته النفسية في المشاهد التي يظهر فيها مثل هذا السلوك وهذا يشعره بأنه ليس وحده الذي يمارس هذا السلوك ممَّا يدعم التوجه إليه أكثر وأكثر.

فنظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي) الذي يلي رغباته وطريقته في التفكير.

كما أن نظرية الاستخدامات والإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي. طالما أن ما يقدمه الإعلام الرياضي في هذا المجتمع خال من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة بمعنى عدم مسيرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - المرجع السابق ص 38 - 39.

2-المواطنة :

2-1- مفهوم المواطنة :

يعتبر مفهوم المواطنة واحد من أهم المفاهيم المكونة للفكر السياسي و الإجتماعي المعاصر ، حيث يعبر عن تلك العلاقة بين الفرد والدولة من جهة و بين الفرد و المجتمع من جهة أخرى ، فتعريف المواطنة يعد أمرا معقدا شأنه شأن معظم المصطلحات الساسية و الاجتماعية المتداولة في الفكر السياسي و ذلك لتأثره بمختلف التغيرات .

إن المواطنة هي العلاقة بين الفرد والدولة في إطار قانوني ، يحدد الحقوق و الواجبات التي تربط هذه العلاقة ، كما تم التأكيد على الحقوق السياسية ، كحق الانتخاب و تولي المناصب العامة<sup>1</sup> .

2-2- أبعاد المواطنة :

لتحديد المواطنة يمكن مقارنتها على الأقل من خلال ثلاثة أبعاد أساسية :

- أ- البعد الفلسفي : مادامت المواطنة هي إنتاج ثقافي إنساني ، أي ليس إنتاجا طبيعيا ، فهي تنطلق من مرجعية فلسفية و قيمية تمنح دلالاتها من مفاهيم الحرية ، الحق و العدل ، و الحق ، والخير ، والمصير والوجود المشترك و غيرها .
- ب- البعد السياسي و القانوني : حيث تحدد المواطنة كمجموعة من القواعد و المعايير التنظيمية و السلوكية و العلائقية داخل المجتمع ، التمتع بحقوق المواطنة الكاملة ، كالحق في المشاركة و التدبير و إتخاذ القرارات و تحمل المسؤوليات ، القيام بواجبات المواطنة ، الحق في حرية التعبير ، الحق في المساواة و تكافؤ الفرص .
- ت- البعد الإجتماعي و الثقافي : و هو كون المواطنة تصبح كمحدد لمنظومة التمثلات و السلوكيات و العلاقات و القيم الإجتماعية ، بحيث تصبح المواطنة كمرجعية و قيمة إجتماعية ، كثقافة وناظم مجتمعي<sup>2</sup> .

2-3- مكونات المواطنة :

للمواطنة عناصر و مكونات أساسية ينبغي أن تكتمل حتى تحقق المواطنة و هذه المكونات هي :

- 1- الإلتناء : إن الإلتناء بمفهومه البسيط يعني الإرتباط و الإنسجام و الإيمان مع المنتمي إليه وبه ، " و هو شعور بالترابط و شعور بالتكامل مع المحيط و الإلتناء أساس الإستقرار " وورد في معجم العلوم الإجتماعية أن الإلتناء هو

<sup>1</sup> - تيتي حنان - أطويل نسيمه مذكرة لنيل الشهادة الماستر في العلوم الساسية و العلاقات الدولية - عنوان دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام 2013-2014 ص 28 30 .

<sup>2</sup> - مجلة كلية الفنون والإعلام - العدد الأول - نوفمبر 2015 ص 134 .

إرتباط الفرد بالجماعة ، حيث يرغب الفرد في الإنتماء إلى جماعة قوية يتقمص شخصيتها و يوجد نفسه بها مثل الأسرة أو النادي أو الشركة .

2- **الحقوق** : إن مفهوم المواطنة يتضمن حقوقا يتمتع بها جميع المواطنين و هي في نفس الوقت واجبات الدولة والمجتمع منها :

✓ أن يحفظ له الدين .

✓ حفظ حقوقه الخاصة .

✓ توفير التعليم .

✓ تقديم الرعاية الصحية .

✓ تقديم الخدمات الأساسية .

✓ توفير الحياة الكريمة .

✓ العدل و المساواة

✓ الحرية الشخصية و تشمل حرية التملك و حرية العمل ، و حرية الإعتقاد و حرية الرأي

3- **الواجبات** : تختلف الدول عن بعضها البعض في الواجبات المترتبة على المواطن بإختلاف الفلسفة التي تقوم

عليها الدولة ، فبعض الدول ترى أن المشاركة السياسية في الإنتخابات واجب وطني ، و البعض الآخر لا يرى المشاركة السياسية كواجب وطني .

يمكن إيراد بعض واجبات الوطن التي منها :

✓ إحترام النظام .

✓ عدم خيانة الوطن .

✓ الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر .

✓ الحفاظ على الممتلكات .

✓ السمع و الطاعة لولي الأمر .

✓ الدفاع عن الوطن .

✓ المساهمة في تنمية الوطن .

✓ المحافظة على المرافق العامة .

✓ التكاتف مع الأفراد المجتمع<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> 3-ط دشيثة أمين أ عمر عيسى عمور - مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية -عنوان دور منهاج التربية البدنية والرياضية في تنمية قيم المواطنة - 2013-2014 ص 14 .

هذه الواجبات يجب أن يقوم بها كل مواطن حسب قدرته وإمكانياته و عليه الإلتزام بها و تأديتها على أكمل وجه و بإخلاص .

#### 4- المشاركة المجتمعية :

إن من أبرز سمات الوطنية أن يكون المواطن مشاركاً في الأعمال المجتمعية ، والتي من أبرزها الأعمال التطوعية فكل إسهام يخدم الوطن و يترتب عليه مصالح دينية أو دنيوية كالتصدي للشبهات و تقوية أو أصر المجتمع ، و تقديم النصيحة للمواطنين و للمسؤولين يجسد المعنى الحقيقي للمواطنة .<sup>1</sup>

#### 2-4- أشكال المواطنة :

قد أشار بعض الكتاب إلى أن المواطنة لا تأخذ صورة واحدة لدى كل المواطنين، فليس بالضرورة أن توجد تلك المشاعر والأحاسيس الوطنية لدى كل فرد في المجتمع، أو أن تكون بدرجة واحدة، بل قد تزيد تلك المشاعر أو تنقص أو تغيب بالكلية وفقاً للعديد من العوامل والظروف المتعلقة بالمواطن أو الوطن. وبناءً على ذلك، فقد أشار السويدي إلى أربع صور أو أشكال للمواطنة على النحو التالي :

- المواطنة الإيجابية : وهي التي يشعر فيها الفرد بقوة انتمائه الوطني، ويقوم بواجبه المتمثل في القيام بدوره الإيجابي لمواجهة السلبيات.

- المواطنة السلبية : وهي شعور الفرد بانتمائه للوطن، ولكن يتوقف عند حدود النقد السلبي ولا يقوم بأي عمل إيجابي لإعلاء شأن وطنه.

- المواطنة الزائفة : وفيها يظهر الفرد حاملاً لشعارات ظاهرية فقط، بينما واقعه الحقيقي ينم عن عدم إحساس إعتزاز بالوطن.

- المواطنة المطلقة : وفيها يجمع المواطن بين دوره الإيجابي والسلبي تجاه المجتمع وفقاً للظروف التي يعيش فيها، ووفقاً لدوره فيها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - ط دشيشة أمين أ عمر عيسى عمور - مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية - المرجع السابق ص 14.

<sup>2</sup> - ط-أميمة كبر خديجة كشيدة - أ-لامية بويدي مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علم إجتماع التربية بعنوان دور مادة التربية البدنية في تعزيز قيم المواطنة في بعديها الإجتماعي و القيمي لدى تلاميذ السنة الثالثة من التعليم الثانوي 2015/2014 .

## 2-5- خصائص المواطنة :

- معارف تجعل الطالب قادر على تفهم التأثير المباشر بين الإنسان ومجتمعه وبيئته وتعرف متطلبات المجتمع المدني من حيث ممارسة حقوق وواجبات المواطنة، و إقتراح حلول لمشكلات واقعية حياتية، وطرح أفكار وأساليب أو بدائل لتحسين واقع الطالب ومجتمعه وتأمل المعرفة ونقدها، وابداء وجهات النظر في مشكلات المجتمع، وتعقل المعرفة وتوظيفها.

- مهارات تؤدي إلى اكتساب الطالب متابعة الأحداث الجارية، مهارات التعلم الذاتي والمستمر، العمل الفريقي ، إدارة الوقت والجهد بفعالية ، اتخاذ القرار ، إقتراح وتنفيذ وسائل وأساليب بديلة ، جمع المعرفة والتحقق منها تجريبيا.

- القيم والاتجاهات التي تجعل الطالب يتصف بالشعور بالمسؤولية، تقدير قيمة العمل، الولاء للوطن ، تقدير الشخصيات القومية ، ممارسة السلوك الديمقراطي ، حسن استخدام الموارد، تقديرا للطالب لذاته وزملائه ومجتمعه، تقدير قيمة الابتكار، اكتساب روح التطوع، تعلم المخاطرة المحسوبة ، سعة الأفق وقبول الآخر<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ط-أميمة كبير خديجة كشيده - أ-لامية بويدي مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علم إجتماع التربية المرجع السابق ص 76 .

### 3-الجمهور الرياضي :

#### 3-1- مفهوم الجمهور :

مفهوم إجتماعي يختلف بين مجتمع و آخر حسب طبيعة و ظروف كل المجتمع ، و هم مجموعة من الناس يجمعهم موطن معين و مصالح واحد و قيادة واحدة و ظروف بيئية واحدة ، و يمكن توجيههم و السيطرة عليهم و إسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالإتجاه المرغوب فيه .<sup>1</sup>

#### الجمهور الرياضي :

الجمهور ليس عبارة عن جمع بسيط لعدد معين من الأشخاص الذين يشكلونه، فهو شكل نوعي يختلف من الأشخاص، أي أن الجمهور ليس تراكما لأراء ورغبات أذواق و طموحات مجموعة من الأفراد ، و ذلك لأن الفرد يتصرف داخل المجموعة تصرفا مغاير للتصرف الذي يتجه عندما يكون وحدة يخضع لرد فعل المتابع فيشاطر المجموعة إحساسها و شعورها .<sup>2</sup>

و تعرف جيهان رشتي "بأن"الجمهور هو تجمع لأفراد المنفصلين و متباعدين و مجهولي الهوية لا يجمع بينهم إلا سلوكهم الجماهيري "<sup>3</sup>

### 3-2- أنواع الجمهور

#### 1- الجمهور العام :

هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا ، متباعدين في المكان و أحيانا في الزمان و لكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين إهتمام أو رأي عام حول قضية أو العام كظاهرة إجتماعية إرتبط ظهوره و تطوره بالبرجوازية و الصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي و هو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية و يعتبر الجمهور الديمقراطية فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة و مستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها .

<sup>1</sup> -جمال محمد الفار - المعجم الإعلامي -2011 ص 130.

<sup>2</sup> - مصر العياضي مسألة الإعلام المؤسسة الجزائرية للطباعة الجزائر 1991 ص106..

<sup>3</sup> - جيهان رشتي الأسس العلمية لنظريات الإعلام دار الفكر العربي القاهرة ص 1978 ص 522 .

و قد عرفه ديوي على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة إجتماعية من خلال الإعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها .

## 2- الجمهور الخاص :

هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الإهتمامات أو الحاجات أو الإتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما و يصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الإهتمام و تدعيمه و تلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي و ينشرون بذلك الإتصال الذي يرتبط بهذا التركيز و هذا ما يبرر إختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الإهتمامات و تكييفها .

و قدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي :

## الجمهور المفترض :

هو مجموع السكان المستعدين لإستقبال عرض وحدة إتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية و التقنية التي تمكنهم من إستقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة ، و من هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما ، و الجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب أما جمهور الواب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيد لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر و خط هاتفي و مودم إلى جانب إشتراك في الأنترنت .

## 3- الجمهور الفعلي :

هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعة معينة أو قراء صحيفة أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة .

## 4- الجمهور المتعرض :

و هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها و عن الموقف الذي يتخذه منها فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية و هناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته و مصالحه المادية و اهتماماته الفكرية و الثقافية.

## 5- الجمهور الفعال :

و هو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسالة الإعلامية و هو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية و الدعوات الانتخابية و هو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حيادها الجماهير<sup>1</sup> :

مصطلح الجماهير أكثر شيوعا و استعمالا في الأدبيات المتداولة في الدراسات الإعلامية و الثقافة الشعبية العامة للإشارة إلى الجمهور العريض الذي تستهدفه غالبا وسائل الإعلام ، غير أن المصطلح يحمل دلالات معقدة و متناقضة تبعا للسياقات الاجتماعية و الثقافية حيث ما زال الاعتقاد سائدا أنه يحمل معان سلبية وأخري إيجابية.

أما الجانب السلبي في المصطلح فهو ناجم عن الاستعمالات العامة يعني مجموع الأشخاص الذين يفتقدون قيم الثقافة السائدة و لهم مستويات دنيا من الذكاء و العقلانية.

و أما الجانب الايجابي للمصطلح و خاصة في التقاليد الاشتراكية فإنه يعني القوة و التضامن بين الطبقة الشغلية عندما ينتظمون معا من أجل تحقيق أهداف سياسية و الوصول إلى غايات إيديولوجية.

و في كلا الحالتين يظهر أن كلا الإستعمالين يتضمن الإشارة إلى عدد واسع من الأفراد يشتركون في ظروف اجتماعية و اقتصادية تجعل منهم قوة رفض و مواجهة الظروف المحلية.<sup>2</sup>

## 3-3-دراسة الجمهور :

إعتمدت دراسات الجمهور على نتائج أبحاث العلماء و فلاسفة السيكولوجية و السوسولوجية و الأنثية أمثال دروس فرويد ، ماركس ، و آخرون الذين وضعوا نظريات حول الطبيعة البشرية الفردية و الجماعية و تفاعلاتها النفسية و الاجتماعية محاولة لفهم الشعوب مثلا : النازية ، الفاشية ، الشيوعيون ، و الليبراليون و عرفت أبحاث الجمهور تطورا في و بعد الحرب العالمية الثانية ليصبح ميدانا متخصصا يستجيب نموه لإحتياجات مجموع صناعي إلكتروني يركز على الجانب السمعي . و مع إنتشار ظاهرة " كونية " ( النشاطات الإعلامية ) و بإستعماله المكثف لتكنولوجيا الإعلام الجديدة و التي تعمل على طابع الكونية على الجمهور ( عولمة globalization ) بالموازاة مع عالمية الإقتصاد و الثقافة الإستهلاكية و الحملات التسويقية أصبح بالإمكان دراسة هذا الشكل من الجمهور المتعرض للرسائل الإشهارية من القنوات الفضائية ومواقع الويب .

<sup>1</sup> - د- فواز منصور الحكيم -سوسولوجيا الإعلام الجماهيري دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن - عمان الطبعة 1 2011 م ص 55- 56 .

<sup>2</sup> - - د- فواز منصور الحكيم -سوسولوجيا الإعلام الجماهيري .المرجع السابق ص 56

و قد تكثفت بحوث الجمهور خلال النصف الثاني من القرن العشرين ضمن تطور الدراسات الإعلامية بصفة عامة حتى أصبحت صناعة قائمة بحد ذاتها متخصصة في قياس الرأي العام تعمل لحساب الأحزاب و الحكومات و المصالح المالية و التجارية بم فيها وسائل الإعلام نفسها . و في نفس السياق تأثير الأفكار الجديدة حول الأجيال الجديدة لحقوق الإنسان في تطور دراسات الجمهور خاصة بعد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان سنة 1948 الذي أنشأ الجيل الجديد الحق في الإعلام و الحقوق المجاورة و المشاهدة و أصبح هذا الحق قانونيا في 1966 بعدما كان حقا نظريا في 1948 حيث من حق الجمهور أن يطلع على المعلومات و الآراء التي تلي حاجاته و تستجيب لإهتماماته لذا استوجب فرض دراسات لمعرفة إحتياجات الجمهور الإعلامية المتغيرة بتغير ظروف المكان و الزمان بصرف النظر عن كونه مستهلكا أو ناخبا .

لقد برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية و مضامينها ووسائل الإعلام و الآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور .<sup>1</sup>

### 3-4- خصائص الجمهور :

يعتبر مفهوم الجماهير من حيث الخصائص أنه يشترك مع خصائص الجمهور السينما و الإذاعة و المسرح وذلك بأنه أوسع من الجماعة و الحشد و الجماهير و الجمهور العام، و لقد تم ذلك سابقا فتقصد من مصطلح الجماهير في هذا السياق بأنه عنصر أساسي في الشكل الجماعي لجمهور وسائل الإعلام و يتضمن عدة خصائص و عليه فهي :

- ❖ **الحجم الواسع :** فتشكل الجماهير يتخذ حيزا أوسعاً بكثير من الأشكال الأخرى .
- ❖ **التشتت :** فعناصر الجماهير يتواجدون في أوضاع و أماكن متباعدة و مع تطور وسائل الإعلام و تكنولوجيا الإتصال الحديثة ، إكتسب الجمهور بعدا كونيا فتحدى الزمان و المكان و أصبح العالم كقرية صغيرة .
- ❖ **عدم التجانس :** و عليه فأفراد الجمهور غير متجانسين ، و بالتالي متميزين في إحتياجاتهم و مصالحهم و دوافعهم و إهتماماتهم و في سلوكهم .
- ❖ **عدم التعارف أو المجهولية :** فنجد أن عناصره غير معروفة بذواتهم و أيضا مجهولون لبعضهم البعض و كذلك لدى القائم بالإتصال .
- ❖ **غياب أي تنظيم إجتماعي :** فتباعد عناصره و عدم معرفة بعضهم ببعض و من خلال ذلك يفقدهم القدرة على التواجد أو الدخول في تنظيمات إجتماعية بإعتبارهم أفراد الجمهور .
- ❖ **وجود إجتماعي غير مستقر في الزمان و المكان :** وهذا لا يخدم أصحاب المؤسسات الإعلامية الذين يطمحون دائما إلى جنب الإهتمام لأهمية الوسيلة الإعلامية بحسب جمهورها الخاص<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> - كامل خورشيد مراد الإتصال الجماهيري و الإعلام التطور و الخصائص و النظريات ط1 2011-1432 ص 321 .

### 3-5- جمهور الهيئة الرياضية :

جمهور الهيئة الرياضية يتميز عن غيره من جماهير الهيئات الأخرى بتنوعه و تعدده و كثر أفراده و لكي تصل الهيئة الرياضية إلى هدفها في إيجاد شعور إيجابي عنها يجب أن تتولى عنايتها لهذه الجماهير التي تقسم إلى قسمين :

#### 1- الجمهور الداخلي :

وهو يتكون كل ماينتسب إلى الهيئة الرياضية أو تربطه بما صلة عمل أو غيرهم :

- أعضاء مجلس الإدارة و اللجان الفرعية .
- الموظفون و العاملون بالهيئة الرياضية .
- أعضاء الهيئة الرياضية العاملين و المنتسبين .

#### 2- الجمهور الخارجي :

وهو جمهور متنوع و يمكن تفصيل فئاته على النحو التالي :

- جمهور عام بجميع فئاته يعيش في المنطقة المحيطة بالهيئة الرياضية .
- جمهور المهتمين بالأمر الرياضي على مستوى المحافظة .
- المؤسسات الرياضية الأخرى على مستوى الدولة .
- جمهور الآباء و الأولياء الأمور
- جمهور المهنيين و الحرفيين ممن يتعاملون مع الهيئات الرياضية بأي شكل.
- المؤسسات المسؤولة عن الإشراف و المتابعة على الهيئات الرياضية .

كل هذه الفئات من الجماهير و غيرها لها دور كبير في العمل على نجاح الهيئة الرياضية في أداء رسالتها و تحقيق أهدافها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - دروازي مصطفى - د قوراية احمد - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية تخصص إعلام و إتصال الرياضي بعنوان تفاعل الجمهور الرياضي مع المحفص الحوارية الرياضية - لسنة 2012/2011 ص 86 .

<sup>2</sup> - سمير عبد الحميد علي الإعلام العلاقات العامة في المجال الرياضي القاهرة مصر 2009 ص 193 .

الدراسات السابقة :

الدراسة الجزائرية :

الدراسة الأولى :

"مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة " من إعداد الطالب فتحي بوخاري جامعة مستغانم لنيل شهادة الماجستير في معهد التربية البدنية و الرياضية ، عبد الحميد بن باديس(2012/2013).

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة و كذا مدى إقبال أفراد المجتمع على مواضيع الصحافة الرياضية المكتوبة .

و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإختيار عينة بطريقة عشوائية ومنتظمة و متمثلة في حوالي (1000) شخص من مواطني ولاية مستغانم و هذا حتى يتحصل على نتائج أكثر دقة و موضوعية .

أظهرت النتائج أن هناك إقبال كبير لمواضيع الإعلام الرياضي المكتوب حيث تمثل لهم مصدر إخباري ومصدر لمعرفة المعلومات الرياضية التي تأتي بها الصحف الرياضية بإختلاف أنواعها تقول أن الفرضيات المقترحة جاءت في سياق النتائج المتحصل عليها و قد أكدده ماجاء من خلال أجوبة المواطنين حيث أن هناك مساهمة قليلة جدا للإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في بعدها الترويجي .

أوصت الدراسة إلى التركيز على المواضيع التثقيفية للرياضة و إعطائها البعد الحقيقي لها و هو الجانب الصحي منها من خلال مساهمتها في نشر الثقافة ممارسة الرياضية الترويجية في المجتمع .

التعليق :

يعتبر هذه الدراسة قريبة نوعا ما من دراستها كون فهوها يشير إلى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة و لأن الباحث إعتبر المجال الصحي ضمن الثقافة الرياضية .

الدراسة الثانية :

أجرى إبراهيم جوادي دراسة في مجلة علمية تصدر عن مختبر علوم و تقنيات النشاط البدني و الرياضي العدد 8 جوان 2014 بعنوان دور وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

هدفت من الدراسة : نحو أهمية موضوع من ناحية انه جديد التساؤل و ذلك في حدود علمه أو على الأقل بالشكل الذي تناوله هو بالدراسة و البحث و كذا من ناحية كثرة الحديث هذه الأيام عن الدور المنوط بوسائل الإعلام عامة و الرياضية خاصة من أنها تمثل السلطة الرابعة في قطر من الأقطار.

أظهرت النتائج من الضروري أن يكون هناك نسق تام بين كليات الإعلام و الإتصال و كذا وزارة الشباب و الرياضة و ذلك بعرض وضع أسس العمل في المجال الإعلامي الرياضي من خلال التعرف على المفاهيم المرتبطة من كلا المجالين الإعلام الرياضي .

أوصت الدراسة إلى ضرورة إهتمام المسؤولين و صناع القرار بعامل الإعلام العام و الرياضي و خاصة بربط و توثيق بوطنه .

تعليق : يعتبر هذه الدراسة جد قريبة من دراستنا كونها أشارت إلى دور وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

الدراسة الثالثة :

"عنوان تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية دراسة وصفية لجمهور الإذاعية المحلية بالجلفة حصص نقاش رياضي "نموذجا" أجرى من إعداد الطالب دروازي مصطفى لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية جامعة الجزائر، معهد التربية البدنية و الرياضية سيدي عبد الله ، 2011-2012 .

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تفاعل الحاصل بين الجمهور الرياضي و الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية و كذا التوصل إلى معرفة العلاقة بين الجمهور الرياضي و الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعية المحلية .

و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم القاعدة الإستقصائية التي تمثل قائمة إسمية للأشخاص الذين هم في تواصل مع حصص نقاش الرياضي على مستوى تراب الولاية و هذا حسب إنتشار الموجة الإذاعية و عليه فإن عدد المستمعين يقدر ب184 مسموع لتحديد نسبة العينة العشوائية ب25 % ليكون عدد الأفراد العينة

$$\frac{25}{100} * 184 = 46$$

أظهرت النتائج من خلال الدراسة الميدانية إتضح أنه بالفعل يوجد جمهور رياضي بتندوف مواضيع رياضية في حين كانت حصة الحوارية في إذاعة المحلية وسيلة لإكتشاف هذا الذوق .

أوصت الدراسة الإطلاع على الدور المنشط و أثر موضوع الرياضي على مستوى الحصص الرياضية الحوارية في تفعيل الجمهور الرياضي و كذا ضرورة تدريب المنشط وتكوينه على كسب مهارات بالقدر الكافي .

تعليق : يعتبر هذه الدراسة نوعا ما قوية كونها أشارت إلى تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعية المحلية .

### الدراسة العربية :

الدراسة الأولى : أجرى الباحث محمد خالد الزبود (2013) دراسة بعنوان دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية .

هدفت إلى التعرف على مستوى تقييم الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية .

و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم إستبانة تكونت من 42 فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال التنافسي و المهني و الترويحي و الصحي ) ثم توزيعها على عينة من الدراسة و البالغ عددها (39 امرأة الأردنية ) .

أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط القيم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية و إن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي و أخيرا الصحي كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عندى مستوى دلالة ( $0.05 = \alpha$ ) في مستوى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية للمتغيرات العمر صفة العمل )

أوصت الدراسة : بضرورة الإهتمام بتوعية القنوات الفضائية الرياضية المقدمة و التركيز على إستضافة المحللين و خبراء و لاعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجال الصحة و اللياقة البنية و غيرها في مجالات ليكون الرياضية من وسائل المهمة في الشعوب

تعليق : تعتبر هذه الدراسة جد قريبة من دراستنا كونها اشارت إلى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة و لأن الباحث حيث إعتبر المجال الصحي عنصرا ضمن الثقافة الرياضية للمرأة .

## الدراسة الثانية :

رسالة الماجستير للطالب عطية بن حامد بن ذياب المالكي : بعنوان " دور تدريس مادة التربية الوطنية في تنمية قيم المواطنة لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية ، جامعة أم القرى مكة المكرمة ، المملكة السعودية 2009 م.

و قد جاء هدف هذه الدراسة إلى الواقع تدريس مادة التربية الوطنية في التعليم الابتدائي ، وكذا التعرف على دور تدريس مادة التربية الوطنية في تنمية القيم الوطنية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية و قد استخدم المنهج الوصفي المسحي الذي يقوم على وصف الواقع كما هو ، أما مجتمع الدراسة فقد إشمتمل على جميع معلمي التربية الوطنية في محافظة الليث بالمملكة العربية السعودية .

## الدراسة الثالثة :

مقالة الأستاذ نعمان عبد الغني "دور الرياضة في التربية على المواطنة منشور في عدة مواقع إلكترونية 2010 م ، ألفت هذه المقالة الضوء على دور الرياضة في التربية على المواطنة من خلال الأنشطة الرياضية و المنافسات المتعلقة بها بمناهج الدول المتطورة المعتمدة على الرياضة كأسلوب راقى لتنمية الإحساس بالوطنية ، وقد جاء الموضوع على شكل مثال إلى أن الموضوع في مجمله تكلم بكثرة على جانب المواطنة إلى انه لم يتطرق بالشكل الكافي لموضوع التربوي و الخاص بالتربية البدنية و الرياضية .

## الدراسة الاجنبية :

دراسة دانسين 1992 Dynnessone بعنوان هذا يعني المواطنة الفعالة عند الطلاب و ذلك في عام 1987 م في الولايات المتحدة الأمريكية ، و أظهرت الدراسة أهم خصائص المواطنة الصالحة التي يجب التركيز عليها في تدريس التربية الوطنية هي معرفة الأحداث الجارية و المشاركة في شؤون المجتمع و المدرسة و قبول المسؤولية التي تكلف بها الفرد و الإهتمام بشؤون الآخرين و الألتزام بالسلوك الحميد و الأخلاق الجيدة و تعبير للسلطة بناء على الشيوعية و الصلاحيات التي تخدم المجتمع والمعدرة و مناقشة الأفكار و الآراء و القدرة على إتخاذ القرار الحكيم و معرفة الحكومة و أنظمتها و لوائحها و إيجاد حب الوطن .



# الفصل الثاني

## الإطار العام للدراسة



1/ الكلمات الدالة في الدراسة

2/ إشكالية الدراسة

3/ أهداف الدراسة

4/ أهمية الدراسة

5/ فرضيات الدراسة

1-الكلمات الدالة في الدراسة :

1-1- الإعلام :

لغة :

كلمة الإعلام في اللغة العربية مشتقة من علم فيقال أعلم بالأمر أي اطلع عليه و الإعلام هو عملية الإعطاء شكل معين و الشكل يعني البنية ، و بالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية أو بالأحرى المنظمة<sup>1</sup>.

إصطلاحا :

يعرف أتوجروث الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها و إتجاهاتها و في نفس الوقت .  
و يعرف عبد اللطيف حمزة بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة و الحقائق الواضحة .  
2

إجرائيا :

الإعلام هو نقل المعلومات و المعارف الصادقة و الحقائق بطريقة معينة و عبر وسائل إعلام مختلفة .

1-2 الإعلام الرياضي :

إصطلاحا :

هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية الخاصة بالجمهور و يهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية و توعية الرياضي<sup>3</sup>.

1 - المنجد الأبيدي ص 964.

2 - عاطف عدلي عبد نهي عاطف عبد مدخل إل الإتصال مفاهيمه مجالاته أنواعه وسائله تاريخه 2010 ص 18 .

3 - أديب حضور الإعلام الرياضي المكتبة الإعلامية ط 1994

## إجرائيا :

الإعلام الرياضي و ماتملكه من إمكانات أصبح من أهم أدوات الضبط الإجتماعي في المجال الرياضي لكونه ذو طبيعة جماهيرية و كذلك لإعتماد الناس كمصدر كثير من المعلومات الرياضية كبيرة من الجمهور .

## 1-3- المواطنة :

## لغة :

إن مفهوم المواطنة تاريخيا مرتبط بالتطور الذي حدث لمفهوم الدولة المدنية في العالم القديم عند الإغريق و في روما فالأصل اللاتيني لكلمة مواطن يوضح بصورة كبيرة " المواطنة " <sup>1</sup>

أما الأصل العربي المصطلح فهي ترجمة " Citizenship " و كلمة " Citoyenneté " بالفرنسية بمعنى المواطنة و هي إشتقاق عن الوطن و في لسان العرب الوطن .<sup>2</sup>

## إصطلاحا :

الوطنية هي حب الوطن في إشارة واضحة لمشاعر الحب و الإرتباط بالوطن و ما ينبثق عنها من إستجابات عافية فالمواطنة هي صفة المواطن التي تتحدد حقوقه وواجباته الوطنية و هذا من خلال التربية الوطنية ، كما تتميز بنوع من الولاء للمواطن لوطنه و خدمته له ، في أوقات السلم و الحرب و التعارف مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسسات و الفردي و الرسمي في تحقيق الأهداف التي يصبر لها الجميع و يوحد من أجلها الجهود و ترسيم الخطط و توضيح الموازنات . ( عيشور كنزة 2012 ص 94 ) .

<sup>1</sup> - مذكرة تيتي حنان أ طويل نسيمه مذكرة لنيل الشهادة الماستر في العلوم الساسية و العلاقات الدولية المرجع السابق 2013/2014 ص 28.

<sup>2</sup> - مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 2008 ص 5.

## إجرائيا:

يقصد المواطنة هي مجموعة من المعايير للسلوك الإجتماعي و الإنساني التي يمكن الفرد من الإنخراط في مجتمعه و التفاعل معه إيجابا و المشاركة في إدارة شؤونه و هو ما يجعل المواطن الفرد متفاعلا مع محيطه و بناء هذه القيم يتم الحكم بأن هذا السلوك مناسب وواجبا و ذلك السلوك غير واجب .

## 1-4- الجمهور :

## لغة :

من الفعل جهر له الخبر بطرق له غير وجهة ، و جمهور الناس جلهم و جماهير .

القوم إشرافهم جمهرت القوم إذا جمعتهم و جمهرت الشيء إذا جمعته .

في الحديث ابن الزبير ابن معاوية "أنا لا ندع مروان يرمي جماهير فرس بمشافة أي جماعتها .<sup>1</sup>

## إصطلاحا :

يقصد به جماعة من الناس يتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة و هذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو المؤسسة الإعلامية تؤثر فيه و تتأثر به ، أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس .<sup>2</sup>

## إجرائيا :

هو مجموعة من الناس أو فئات متباينة المستويات في المعيشة و الثقافة و الثروة إلا أن يصغي عليه صفة الجمهور مسألة الإحتكاك وسيلة أو أكثر من وسائل الإتصال الجماهيرية و بدل الجمهور على أنه رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة ووسائل مختلفة من الإتصالات حيث يسهل السيطرة عليهم و توجيههم و إسقاط المعلومات عليهم حيث يكون سلوك هذا الجمهور في الإتجاه المرغوب و ليس المرفوض .

<sup>1</sup> - ابن منظور 2003 ص 210 .

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي دار النشر و التوزيع القاهرة 2004 ص 204 .

## 1-5 الجمهور الرياضي :

لغة :

الحشد تعرف بعض المعاجم منها معجم " Larousse " الجماهير بالمجموعة التي تختفي فيها سمة الأفراد.<sup>1</sup>

إصطلاحا :

هو عبارة عن مجموعة من الأشخاص الذين لهم الإدراك و الإحساس متشابه حول تظاهرة رياضية معينة إنطلاقا من إهتمامات مشتركة و ردود أفعال مماثلة حول هذه التظاهرات في الملاعب أو متابعتها عن طريق وسائل إتصال مختلفة كالصحافة المكتوبة الإذاعة ، التلفزيون ، و مجال البحث في هذا الميدان أي الجمهور الرياضي يرتكز أساسا حول المتفرجين في مختلف المنافسات الرياضية .

إجرائيا :

هو أهم العوامل التي لها دور ملموس في عملية إعداد المادة الإعلامية و نقصد بالجمهور الرياضي في هذه الدراسة الأفراد الذين يتابعون أو يشاهدون المباريات في كرة القدم .

<sup>1</sup> - قسايسية علي متطلقات و المنهجية لدراسة المتنقل أطروحة دكتوراه كلية العلوم السياسية و الإعلامية جامعة الجزائر 1995 - 1996 ص 73.

## الأشكالية :

لقد لقيت وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في الآونة الأخيرة إنتشارا واسعا في مختلف دول العالم و من بين الجزائر،

إن إنتشار وسائل الإعلام الرياضي المكتوب على النطاق الواسع وظهور وسائل إتصالية جديدة أكثر تطورا

و تقديما جعل الكثيرين يتساؤلون عن الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في الحياة الإجتماعية و مدى تأثيرها على الأفكار و القيم و الإتجاهات و السلوكات .

فالإعلام الرياضي كما عرفه ياسين فضل ياسين أنه عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و

شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة بين الأفراد المجتمع و تنمية الوعي الرياضي<sup>1</sup> ، كما عرفه فرنان تيرو أن الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور بصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور<sup>2</sup>، حيث يلعب الإعلام الرياضي المكتوب دور أساسي في حياة المجتمعات كونها المرآة العاكسة لواقع حياتهم و الأهم من ذلك تكوين المواطن الصالح سليم و عقل فعال في وسطه الإجتماعي و ذلك نجعل منه إجتماعي بطبيعة يؤثر الجمهور و ذلك من خلال مجموعة من العمليات التي تظهر من خلال مبادئه و سلوكياته الإجتماعية لمواطن بمختلف القيم المواطنة التي تدججه في وسط الجمهور .

و لقد أصبحت الرياضة واحدة من الساحات و الفعاليات الهامة التي تجسد الخصائص الفكرية و النفسية و الثقافية للمجتمع ففي الرياضة يظهر المزاج الإجتماعي و كذلك الوعي الرياضي كما تتصارع القوى و الإتجاهات و الأفكار فقد أصبح من غير الممكن لوسائل الإعلام الرياضية متابعة ما يجري على الساحة الرياضية بمعزل عن كل هذه الإعتبارات.<sup>3</sup>

و المواطنة في أبسط تعريفاتها تعتبر عن ما يمتلكه الأفراد من أفكار و معارف عن وطنهم و ما يحملونه من قيم و أحاسيس و مواقف و إنطباعات تعبر عن حبهم و ميلهم إلى وطنهم مع ممارسة سلوكيات و أفعال تعكس تلك الأفكار و المعارف و القيم و الأحاسيس تؤكد على حبهم وولائهم و إنتمائهم إلى وطنهم فإن أي محاولة تفكير في تنمية و تدعيم قيم روح المواطنة يجب أن تمر من خلال تنمية المعارف و القيم و السلوكيات ، لذلك فإن مختلف مؤسسات التنشئة الإجتماعية و منظمات و هيئات المجتمع المدني و كذا المؤسسات السياسية الرسمية مطالبة بوضع برامج تلي تلك الغاية و في هذا الإطار يظهر جليا للدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام عامة و الإعلام الرياضي المكتوب على وجه الخصوص في زرع و تدعيم قيم المواطنة الحقيقية بين أفراد المجتمع عامة و الجمهور الرياضي فهذا خليط متباين من الأفراد يختلف فيه كل الفرد الأخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية و هناك عوامل لها علاقة

1 - ياسين فضل ياسين - الإعلام الرياضي - دار أسامة للنشر و التوزيع - الأردن - عمان ط 1 2011 م ص 46.

2 - زهير إحدادن - مدخل علوم إعلام و إتصال ديوان المطبوعات الجامعية - ط 5 2014 م ص 14 .

3 - أديب حضور الإعلام الرياضي - المكتبة الإعلامية - ط 1 1994 ص 20 .

بالجمهور يجب توافرها حتى تحقق التأثير المتوقع من الإعلام الرياضي منها نوع الجمهور و كذا الموقع الاجتماعي للفرد و معتقدات الجمهور و إدراك المتلقي للرسالة الإعلامية ، و هذا ما يؤكد لنا واقع المجتمع الجزائري في نقل صورة الجمهور الجزائري و هم يحملون الرايات الوطنية و يرددون الأناشيد و الأغاني الوطنية في أسمى أشكال التغيير على سلوك المواطنة الفعال يؤدي إلى ترسيخ هذه القيم و السلوكيات في أذهان الشباب غير أن الوقوف عند في حجم و طبيعة التأثير الذي يحدثه الإعلام الرياضي المكتوب على الجمهور الجزائري و معرفة مدى مساهمته في تنمية قيم المواطنة يحتاج إلى العديد من الدراسات و خاصة في ظل تعدد أشكال الإعلام الرياضي و تنوع أنماطه ووسائله بين تقليدية و المألوفة و أخرى جديدة مرتبطة بشبكة الأنترنت ، و على ضوء ذلك تتلخص الأشكال العامة كالاتي :

### هل الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي ؟

إنطلاقا من التساؤل العام الذي تتمحور عليه الإشكالية العامة تنبثق من التساؤلات الفرعية التالية :

- ❖ هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي ؟
- ❖ هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي ؟
- ❖ هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي ؟

### أهداف الدراسة :

يمكننا أن تقسم أهداف البحث إلى هدف الرئيسي و أهداف جزئية .

1- الهدف الرئيسي : يتمثل في إقتراب وسائل الإعلام الرياضي من الجمهور النشر المواطنة.

### 2-أما الأهداف الجزئية فهي :

- الوصول إلى تأثير الإعلام الرياضي على نشر المواطنة لدى الجمهور .
- معرفة الطرق لنشر المواطنة.
- الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها الجمهور الرياضي مع وسائل الإعلام الرياضي ( إذاعة صحافة تلفزيون ) .
- علاقة الإعلام الرياضي بالمواطنة .

### أهمية الدراسة :

إن للموضوع أهمية معتبرة مما يجعله الإعلام الرياضي من مكانة في المجتمع و بين أفراد في نقل الأفكار و القيم في جميع الإختصاصات و المجالات خاصة الرياضية التي أصبحت الرابط رقم 1 لكل الناس في جميع دول العالم خاصة بإستعمال الأقوى و الأقدر في توصيل المعلومة (التلفزيون ) لما دراستها أهمية بالغة لأنها تقوم في تشخيص الدور الهام الذي يقوم به الإعلام الرياضي في نشر المواطنة لدى الجمهور كما تتمثل أهمية الدراسة في إكتساب الكم المعرفي حول موضوع الدراسة:

✓ تقديم معلومات مهما حول الإعلام الرياضي المكتوب .

- ✓ المساهمة في البحث العلمي من جانب الإعلام الرياضي المكتوب .
- ✓ المساهمة في دعم المكتبة الجامعية بالدراسات و مراجع جديدة و حول الإعلام الرياضي المكتوب و نشر المواطنة .

#### الفرضيات

##### الفرضية العامة :

- للإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

##### الفرضيات الجزئية :

- ✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي .
- ✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي .
- ✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي .



# الفصل الثالث



الإجراءات  
الميدانية  
للدراصة

تطرقنا في هذا الفصل إلى مختلف الإجراءات الميدانية للدراسة بدءاً بالدراسة الاستطلاعية لمعرفة مدى ملائمة ميدان الدراسة لإجراءات البحث الميدانية والتأكد من صلاحية الأداة المستخدمة، بعدها المنهج المتبع في الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة وكيفية اختيارها، ناهيك عن أدوات جمع البيانات أين استخدمنا الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات، وحساب الخصائص السيكومترية (صدق الأداة والثبات)، بعدها إجراءات التطبيق الميداني للأداة، من خلال التطرق إلى أهم الخطوات المتبعة في إجراءات الدراسة الميدانية، ليختتم هذا الفصل بأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث، أين تم سرد القواعد والتقنيات الإحصائية، التي تم الاعتماد عليها.

### 1- الدراسة الاستطلاعية:

ويقصد بها " تلك البحوث التي تتناول موضوعات جديدة، لم يتطرق إليها أي باحث من قبل ولا تتوفر عنها بيانات أو معلومات أو حتى يجهل الباحث كثيراً من أبعادها و جوانبها<sup>1</sup>.

الدراسة الإستطلاعية إذا هي عملية تقوم بها الباحث قصد تجربة وسائل بحثه لمعرفة صلاحيتها و صدقها و تسبق هذه الدراسة الإستطلاعية العمل الميداني تهدف لقياس مستوى الصدق و الثبات الذي تتمتع به الاداة المستخدمة في الدراسة الميدانية كما تساعد الباحث على معرفة مختلف الظروف المحيطة لعملية التطبيق

و بناء على هذا قمنا قبل المباشرة بإجراء الدراسة الميدانية بدراسة الإستطلاعية كان الغرض منها مايلي :

- معرفة حجم المجتمع الأصلي و مميزاته و خصائصه
- التأكد من صلاحية الإستبيان و ذلك من خلال التعرض لجوانب التالية :
- ✓ وضوح عبارات الأسئلة و ملائمتها لمستوى العينة و خصائصها .
- ✓ التأكد من وضوح التعليمات .
- ✓ معرفة المسبقة لظروف إجراء الدراسة الميدانية الأساسية و بالتالي تفادي الصعوبات و العراقيل التي من شأنها أن تواجهنا<sup>2</sup> .

### - المنهج المتبع في الدراسة:

من أجل تحليل و دراسة الإشكالية المطروحة و إستجابة لطبيعة الموضوع قد إعتمدنا المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه إستقصاء ينصب في ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تسخيرها و كشف جوانبها و تحديد العلاقة بني عناصرها و يرى آخرون بأنه طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تحليلها و إخضاعها للدراسة العلمية الدقيقة<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> - ناصر ثابت -أضواء على الدراسة الميدانية مكتبة الفلاح الكويت ط 1 1984 ص 47.

<sup>2</sup> - كامل محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع الطبعة الأولى ، 2002 ص 52.

<sup>3</sup> - رايح تركي ، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية القاهرة ، جامعة القاهرة مركز التعليم المفتوح 1984 ص 23.

و يلجأ الباحث إلى إستخدام هذا المنهج من أجل فتح مجالات جديدة للدراسة التي ينقصها القدر الكافي من المعارف ، وهو يريد التوصل إلى معرفة دقيقة و تفصيلية عن عناصر الظاهرة ، موضوع البحث التي تفيد في تحقيق فهم لها أووضع إجراءات مستقبلية لها <sup>1</sup>.

### المجتمع و عينة الدراسة :

#### 1-مجتمع الدراسة :

يعرف مجتمع البحث بأنه أي مجتمع من الأشياء أو الأشخاص أو الحوادث ، وهو المجموعة الشاملة التي يجري إختبار العينات منها <sup>2</sup>.

وقد تكون المجتمع الأصلي في البحث من طلبة معهد وعلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالمسيلة و البالغ عددهم 250 طالب .

#### -عينة الدراسة:

##### • مفهوم العينة:

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة.<sup>3</sup>

##### • اختيار نوع العينة:

نظرا لأن الفئة المستهدفة(طلبة الإعلام و الإتصال الرياضي سنة ثانية ماستر بالمسيلة) ،لايتجاوز عددها 27 طالب فقد اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة التي تكونت من (24) طالب توجهت لهم بطريقة عشوائية.

**العينة العشوائية البسيطة:** تعتمد هذه الطريقة على منح فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع على أن يكون ضمن أفراد العينة المختارة، فهي تتضمن اختيار عشوائي لعدد أفراد العينة من قائمة المجتمع، ونتيجة لعامل الاحتمال والصدفة فإن العينة تحتوي مفردات مماثلة لمفردات المجتمع ككل.<sup>4</sup>

أدوات جمع البيانات :

#### -أدوات جمع البيانات و المعلومات:

إن أي دراسة تتطلب تحديد الخطوات المتبعة و الأدوات المستعملة و ذلك لجمع المعلومات و البيانات و تحليلها للوصول إلى نتائج نجيح من خلالها على إشكالية البحث، فاعتمادنا في بحثنا هذا على جمع المعلومات النظرية و الميدانية حتى نتمكن من رصد الحقائق و الدلائل العلمية التي تسعى دراستنا لإثباتها من خلال إتباع الخطوات التالية:

<sup>1</sup> - محمد علي محمد ، علم الإجتماعي و المنهج العلمي ، دار المعارف الجامعية ، القاهرة، 1986، ص 181.

<sup>2</sup> -موزيس أنجيس ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، منهجية البحث العلمي ، الجزائر دار القصة للنشر 2004 ص290 .

<sup>3</sup> - سامي ملحم ، مناهج البحث في التربية و علم النفس ط1 دار المسيرة للنشر الأردن 2000 ص 220 .

<sup>4</sup> - محمد حسن علاوي ، البحث العلمي في التربية البدنية الرياضية و علم النفس دار الفكر العربي القاهرة 1999 ص 142 143 .

- أدوات الجانب النظري: اعتمدت في جمع المادة العلمية النظرية على مراجع متنوعة بين العربية و الأجنبية و المذكرات الأكاديمية، التي تتعلق بصميم الموضوع و تتقارب معه من حيث القيمة و الدلالة العلمية، و ارتباطها الوثيق بموضوع و إشكالية الدراسة، و تمّ هذا من خلال المسح المكتبي للمراجع المتعلقة بمتغيرات الدراسة في شقيها النظري و التطبيقي.
- أدوات الجانب التطبيقي: من خلال دراستنا اعتمدنا على الأدوات التالية:

الاستبيان: ظهر أسلوب الاستبيان الحديث على يد ستانلي هول STANLY HALL في نهاية القرن التاسع عشر و الذي أوضح أن ما يبدو واضحاً للبالغين لا يبدو كذلك بالنسبة للأطفال بالضرورة و كان لهذه الملاحظات تضمينات تربوية مباشرة<sup>1</sup>.

و يعرف الاستبيان " بأنه عبارة عن مجموعة أسئلة مرتبة حول موضوع معين يتم وضعها ضمن استمارة، بهدف الحصول على معلومات خاصة بظاهرة أو مجتمع البحث و يتطلب الاستبيان تحديد مشكلة البحث بشكل واضح و إلا فالغموض و التفسير الخاطئ سيكون له تأثير على النتائج و مدى صحتها و فائدتها".

الاستمارة: هي وثيقة تحتوي على مجموعة أو سلسلة من الأسئلة الضرورية للحصول على معلومات طبقاً لأهداف و فرضيات البحث السوسولوجي<sup>2</sup>.

#### حساب الخصائص السيكومترية للأداة :

### خصائص السيكومترية (الصدق والثبات) لأداة الدراسة :

تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من إخضاعه لاختباري الصدق والثبات.

#### أولاً : صدق الاستبيان:

يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس فقرات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال؛ الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين) وصدق الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، والصدق البنائي لمحاور المقياس.

#### 01 صدق الظاهري :

ويقوم على فكرة مدى مناسبة فقرات الاستبيان لما يقيس ولمن يطبق عليهم ومدى علاقتها بالاستبيان ككل ومن هذا المنطلق تم عرض الاستبيان على مجموعة المحكمين من ذوي الخبرة واختصاص لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله والتحقق من مدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى سلامة ودقة الصياغة اللفظية والعلمية لعبارات الاستبيان ، ومدى شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم إعادة صياغة بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة .

<sup>1</sup> - كمال عبد المجيد زيتون منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضية استثمار الفراغ ، مركز الكتاب للنشر 2004 ص 23 .

<sup>2</sup> -خير الدين علي عويس عصام الملالي -الإجتماع الرياضي -دار الفكر العربي ط 2 ص 193 2005 .

## 02 صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان: مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه وقد قام الطالب بحساب الاتساق الداخلي وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط 'بيرسون' بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية المحور نفسه على عينة الدراسة الاستطلاعية والبالغ عددها 24 الفرد.

01 -1- صدق الاتساق الداخلي لعبارات محمول الاستبيان : (( المحول الأول، المحور الثاني، المحور الثالث)).

### الجدول رقم (1) يوضح مدى الاتساق الداخلي للإستبيان :

المحور الثاني : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي				المحور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي			
النتيجة	Sig.	Pearson Correlation	الفقرة	النتيجة	Sig.	Pearson Correlation	الفقرة
دال	0,002	0,549*	الفقرة رقم 01	دال	0,000	0,706**	الفقرة رقم 01
دال	0,000	0,746**	الفقرة رقم 02	دال	0,001	0,583**	الفقرة رقم 02
دال	0,000	0,772**	الفقرة رقم 03	دال	0,000	0,818**	الفقرة رقم 03
دال	0,000	0,855**	الفقرة رقم 04	دال	0,000	0,598**	الفقرة رقم 04
دال	0,000	0,790**	الفقرة رقم 05	دال	0,000	0,752**	الفقرة رقم 05
دال	0,000	0,734**	الفقرة رقم 06	دال	0,000	0,758**	الفقرة رقم 06
المحور الثالث : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي							
دال	0,000	0,774**	الفقرة رقم 04	دال	0,000	0,721**	الفقرة رقم 01
دال	0,000	0,754**	الفقرة رقم 05	دال	0,000	0,849**	الفقرة رقم 02
دال	0,000	0,867**	الفقرة رقم 06	دال	0,000	0,696**	الفقرة رقم 03
قاعدة: إذا كانت قيمة الاحتمال الخطأ (Sig. or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة، 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي.							
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). تعني مقارنة قيمة (مستوى المعنوية) sig أو قيمة الاحتمال الخطأ (P-value) بمستوى دلالة 0.01.							
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). تعني مقارنة قيمة (مستوى المعنوية) sig أو قيمة الاحتمال الخطأ (P-value) بمستوى دلالة 0.05.							
دال : أي يوجد ارتباط معنوي بين الفقرة والدرجة الكلية لمحورها							

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتائج حساب الصدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول : يساهم الإعلام

الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي نجد معاملات الارتباط Pearson Correlation بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الأول : دالة إحصائية حيث قيمة SIG (مستوى المعنوية) لقيم  $r$  المحسوبة في كل قيمها هي اقل من مستوى دلالة 0.05 ، و قيمة  $r$  المحسوبة للفقرة محصورة بين ( اعلي قيمة 0.818 لدى الفقرة رقم 03 واقل قيمة 0.583 لدى الفقرة رقم 02 ) وقيمة  $r$  ومنه تعتبر فقرات المحور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي صادقة ومتسقة ، لما صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه ضمن متغيرات المثلة ل إشكالية الدراسة .

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتائج حساب الصدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني : يساهم الإعلام

الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي نجد معاملات الارتباط Pearson Correlation بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور 02 : دالة إحصائية حيث قيمة SIG (مستوى المعنوية) لقيم  $r$  المحسوبة في كل قيمها هي اقل من مستوى دلالة 0.05 ، و قيمة  $r$  المحسوبة للفقرة محصورة بين ( اعلي قيمة 0.855 لدى الفقرة رقم 04 واقل قيمة 0.549 لدى الفقرة رقم 01 ) وقيمة  $r$  ومنه تعتبر فقرات المحور الثاني يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي صادقة ومتسقة ، لما صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه ضمن متغيرات المثلة ل إشكالية الدراسة .

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتائج حساب الصدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث : يساهم الإعلام

الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي نجد معاملات الارتباط Pearson Correlation بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور 03 : دالة إحصائية حيث قيمة SIG (مستوى المعنوية) لقيم  $r$  المحسوبة في كل قيمها هي اقل من مستوى دلالة 0.05 ، و قيمة  $r$  المحسوبة للفقرة محصورة بين ( اعلي قيمة 0.867 لدى الفقرة رقم 06 واقل قيمة 0.696 لدى الفقرة رقم 03 ) وقيمة  $r$  ومنه تعتبر فقرات المحور الثالث يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي صادقة ومتسقة ، لما صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه ضمن متغيرات المثلة ل إشكالية الدراسة .

### **03 صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:**

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان مجتمعة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (2): يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

النتيجة	Sig	معامل الارتباط	محاور الاستبيان	
دال	0,000	0,853**	1	المحور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي
دال	0.000	0,897**	2	المحور الثاني : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي
دال	0.000	0,880**	3	المحور الثالث : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي
قاعدة: إذا كانت قيمة الاحتمال الخطأ (Sig. or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة، 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي.				
دال : أي يوجد ارتباط معنوي بين الفقرة والدرجة الكلية لمحورها				

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 24

من خلال الجدول أعلاه نجد معاملات الارتباط بين كل المحور والمعدل الكلي ل فقرات الاستبيان دالة إحصائياً، ومنه تعتبر محاور صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه

ثانياً : ثبات أداة الدراسة:

ثبات الاستبيان: يقصد بثبات الاستبيان؛ أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، أن ثبات الاستبيان؛ يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة، عدة مرات، خلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة، من خلال معامل ألفا كرونباخ، والجدول رقم (3) يبين معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

جدول رقم 3 : يبين قيمة معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

النتيجة	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	محاور الاستبيان	
ثابت	06	0,719	1	المحور الأول
ثابت	06	0,852	2	المحور الثاني
ثابت	06	0,801		المحور الثالث
ثابت	18	0,858	جميع فقرات الاستبيان	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 24

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ هي معاملات مرتفعة، وكذلك معامل ألفا لجميع محاور الاستبيان معا بلغ 0.858 وهذا يدل على أن قيمة الثبات مرتفعة لأداة الدراسة ذات ثبات كبير مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

تجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات ألفا كرونباخ، تتراوح بين ( 0-1)، وكلما اقترب من الواحد؛ دل على وجود ثبات عال، وكلما اقترب من الصفر؛ دل على عدم وجود ثبات. وان الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل ألفا كرونباخ هو : 0.6 .

ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعددها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

كما قام الطالب بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال : برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ( SPSS V24 ) ، ، حيث قام الطالب باستخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- 01- اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات استمارة الاستبيان.
- 02- معامل الارتباط بيرسون : لمعرفة مدى الصدق العبارات الاستبيان
- 03- التكرارات والنسب المئوية لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة وتعرف على اتجاهاتهم نحو أسئلة وعبارات أداة الدراسة.
- 04- اختبار كاي تربيع لدلالة الإحصائية على وجود فروق في إجابات العينة على أسئلة أداة الدراسة

fo: التكرارات المشاهدة

fe: التكرارات النظرية وهي ناتج قسمة مجموع التكرارات المشاهدة على عدد فئات المتغير النوعي وهي نفسها بالنسبة لكل الخانات .

✓ والقاعدة العامة في تحليل إجابة أفراد عينة الدراسة أي في دلالة الإحصائية لإجابات على العبارات الاستبيان في وجود فروق بين الإجابات

دالة إذا كان كا2 المحسوبة أكبر من كا2 الجدولة

غير دالة إذا كانت كا2 المحسوبة أقل من الجدولة

درجة الحرية ل ( نعم ، لا ) هي : عدد البدائل-1 = هنا 1

كا2 الجدولة عند درجة حرية 1 ومستوى الدلالة 0.05 هي 3.84

05- المتوسط الحسابي: وهو متوسط مجموعة من القيم، أو مجموع القيم المدروسة مقسوم على عددها، وذلك بغية التعرف على متوسط إجابات الباحثين حول الاستبيان ولأن التنقيط يتراوح من (01) إلى (03)،

لا	أحيانا	نعم
1	2	3

06- الانحراف المعياري: وذلك من أجل التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة ويوضح التشتت في استجابات أفراد الدراسة فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، وبالتالي تكون النتائج أكثر مصداقية .

## 1- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المحاور الاستبيان

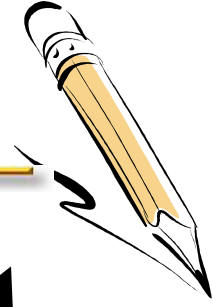
عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة نتطرق أولاً إلى تحليل وعرض بيانات إجابات أفراد العينة على كل سؤال من أسئلة كل محور على

حدا باستخدام النسبة المئوية والتكرارات المشاهدة ، والاختبار الإحصائي : كاي تربيع والقاعدة المعتمدة على تبيان وجود فروق في إجابات أفراد العينة على أسئلة محاور الاستبيان أو الدلالة الإحصائية لكل سؤال هي :

- ✓ دالة إذا كان كا2 المحسوبة أكبر من كا2 الجدولة أي يوجد اختلاف في إجابات العينة لصالح القيمة أكثر تكرار أو أن الطالب متأكد بنسبة 95 % من وجود اختلاف موضوعي بين أفراد العينة في تفضيلهم لبدائل السؤال مع احتمال خطأ 5%
- ✓ غير دال إذا كانت كا2 المحسوبة اقل من الجدولة لا يوجد اختلاف في إجابات العينة لصالح القيمة أكثر تكرار أو أن الطالب متأكد بنسبة 95 % من عدم وجود اختلاف موضوعي بين أفراد العينة في تفضيلهم لبدائل السؤال مع احتمال خطأ 5%
- لنقوم باختبار الفرضيات باستخدام المتوسط الكلي لكل محور والانحراف المعياري لتبيان مدى تركز إجابات أفراد العينة حول وجهة نظرهم ونقوم بمناقشتها نتائجها ، مستدلين بالجانب النظري و مقارنة نتائج بالدراسات السابقة.

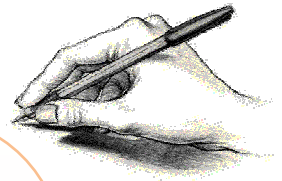
# الفصل الرابع



عرض النتائج

وتفسيرها

ومناقشتها



أولاً : عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات :

المحور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي :

الفقرة 1 : يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي :

الجدول رقم (4) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (1) المحور 01 :

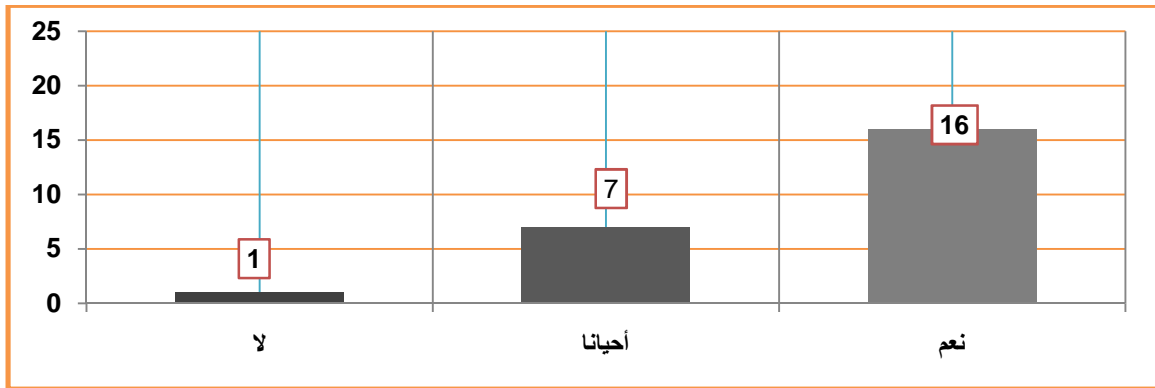
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	Sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	14,250	4,2	1	لا
					29,2	7	أحياناً
					66,7	16	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [ يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي ] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 16 ونسبة 66.70% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحياناً بقيم مشاهدة : 07 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بقيم مشاهدة 01 وبنسبة 4.20% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 14.250 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضاً قيمة SIG= 0.001 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 66.70%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 66.70% في إجاباتهم على الفقرة رقم 1 أي : نعم يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 1: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 المحور 01



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 02 : يعزز الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم الإنتماء نحو الوطن:

الجدول رقم (5) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (02) المحور 01

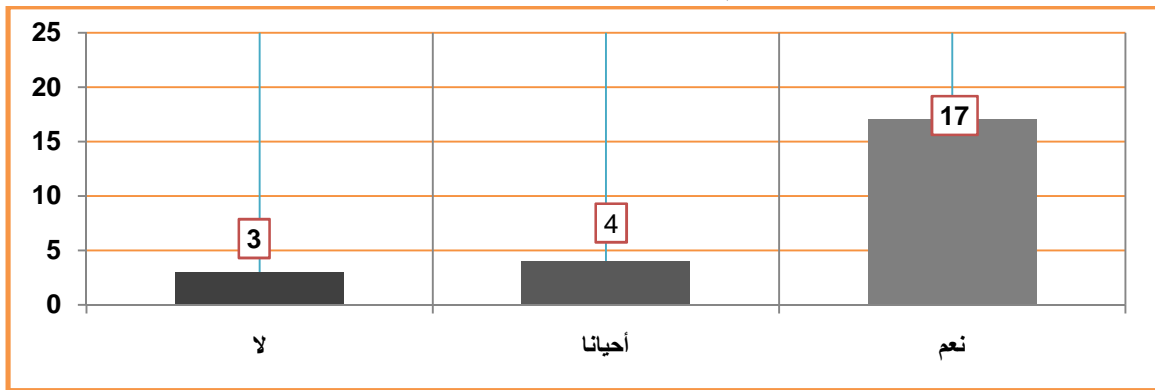
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	15,250	12,5	3	لا
					16,7	4	أحيانا
					70,8	17	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يعزز الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم الإنتماء نحو الوطن] كانت لصالح نعم بـ 17 مشاهدة وبنسبة 70.80% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بـ 04 أي بنسبة 16.70% ولصالح لا بـ 03 مشاهدة وبنسبة 12.50% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 15,250 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 70.80%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 70.80% في إجاباتهم على الفقرة رقم 02 أي : نعم الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز قيم الإنتماء نحو الوطن .

الشكل رقم 2: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 02 المحور 01



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 03 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على

منشآت الوطن:

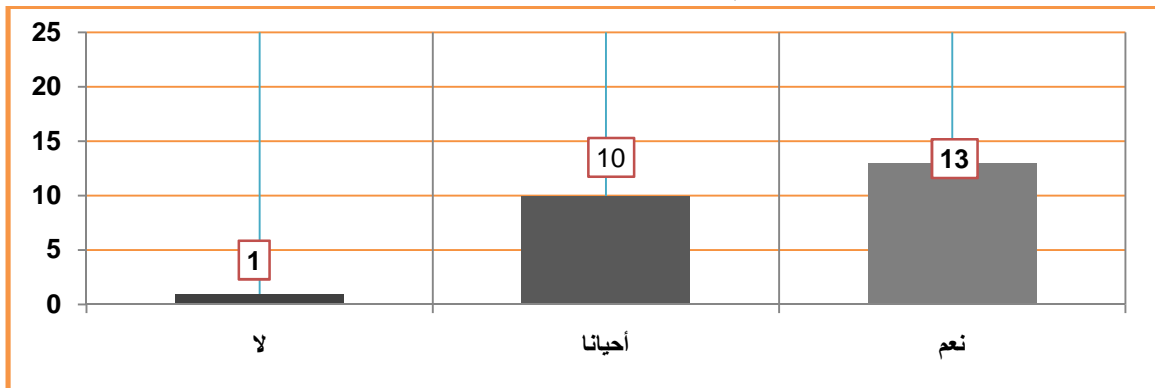
الجدول رقم (6) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (03) المحور 01

الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	Sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	9,750	4,2	1	لا
					41,7	10	أحيانا
					54,2	13	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 13 ونسبة 54.20% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 10 أي بنسبة 41.70% ولصالح لا بقيم مشاهدة 01 ونسبة 4.20% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 9,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.008 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 54.20% الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 54.20% في إجاباتهم على الفقرة رقم 03 أي : نعم يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن.

الشكل رقم 3: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 03 المحور 01 :



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 04 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الإلتئاء الوطني للحرص على أمن الوطن والإستقرار

الجدول رقم (7) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (04) المحور 01

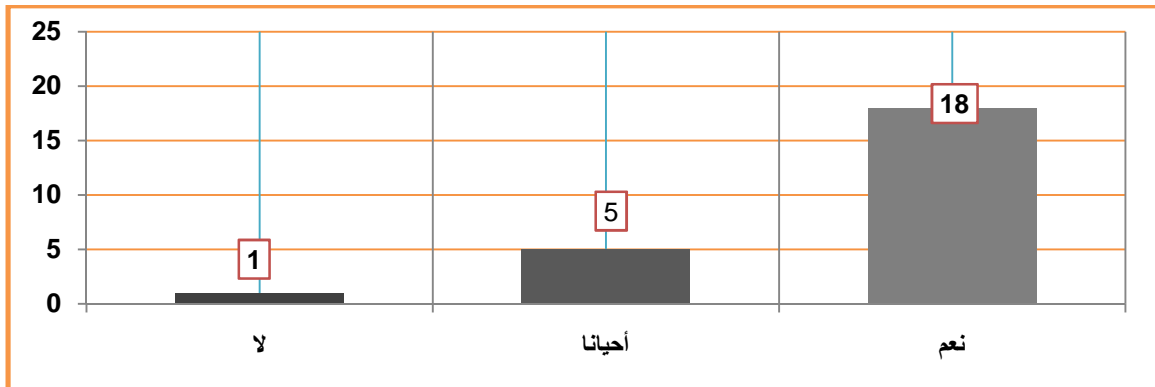
الإستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	19,750	4,2	1	لا
					20,8	5	أحيانا
					75,0	18	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الإلتئاء الوطني للحرص على أمن الوطن والإستقرار] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 18 وبنسبة 75.00% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 05 أي بنسبة 20.80% ولصالح لا بقيم مشاهدة 01 وبنسبة 4.20% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 19,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرر : نعم وبنسبة 75.00%

الإستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 75.00% في إجاباتهم على الفقرة رقم 04 أي : نعم يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الإلتئاء الوطني للحرص على أمن الوطن والإستقرار

الشكل رقم 4: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 04 المحور 01



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 05 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي

الجدول رقم (8) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (05) المحور 01

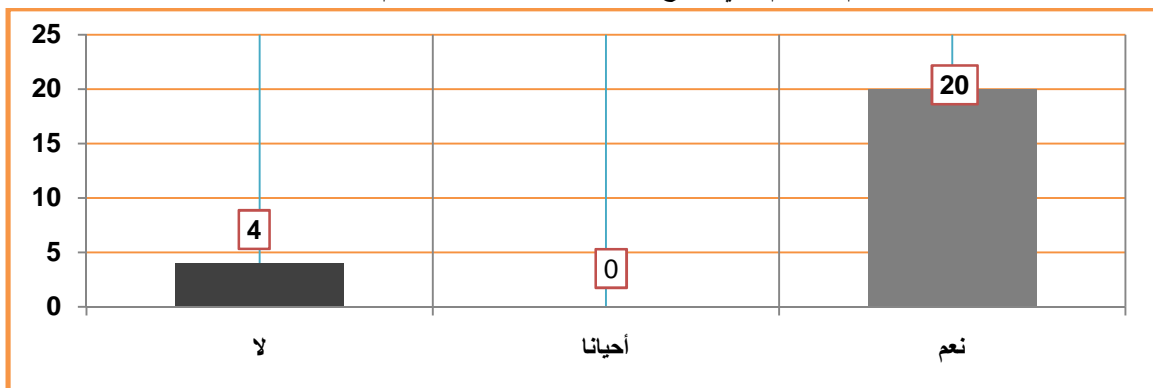
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	3.84	10,667	16,7	4	لا
					//	//	أحيانا
					83,3	20	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 20 ونسبة 83.30% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم ولصالح لا بقيم مشاهدة 04 ونسبة 16.70% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 10,667 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 3.840 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 01 ، وأيضا قيمة SIG= 0.001 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 83.30%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 75.00% في إجاباتهم على الفقرة رقم 05 أي : نعم يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 5: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 05 المحور 01



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 06 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه

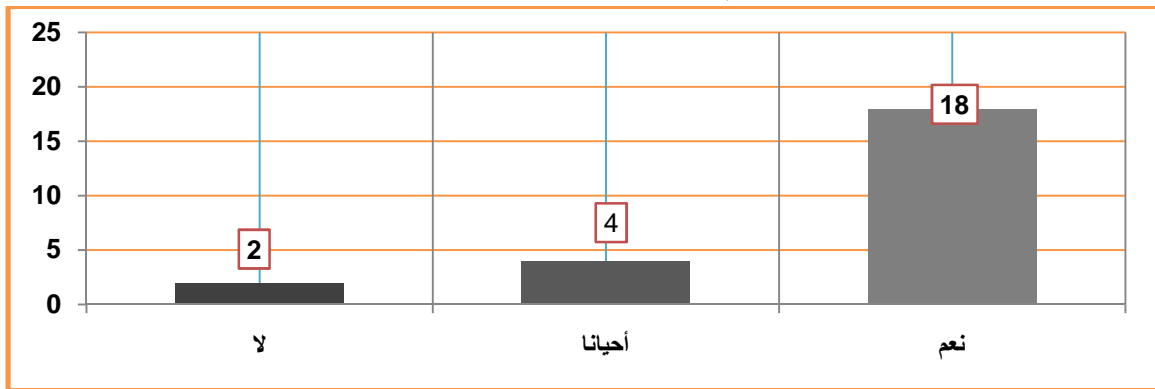
الجدول رقم (9) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (04) المحور 01

الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	19,000	8,3	2	لا
					16,7	4	أحيانا
					75,0	18	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 18 وبنسبة 75.00% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 04 أي بنسبة 16.70% ولصالح لا بقيم مشاهدة 02 وبنسبة 8.30% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 19,000 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 75.00%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 75.00% في إجاباتهم على الفقرة رقم 04 أي : نعم يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه الشكل رقم 6: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 04 المحور 01



المصدر: من إعداد الطالب

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات أفراد العينة على أسئلة محور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الانتماء لدى الجمهور الرياضي :. نجد :

جدول رقم 10 : بين ملخص تحليل أسئلة المحور 01

رقم	السؤال	البديل أكثر تكرار	النسبة المئوية	كا المحسوبة	كا الجدولية	نتيجة دلالة كا
1.	يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الانتماء لدى الجمهور الرياضي .	نعم	66.70	14,250	5.991	دال إحصائيا
2.	يعزز الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم الانتماء نحو الوطن.	نعم	70,8	15,250	5.991	دال إحصائيا
3.	يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن.	نعم	54,2	9,750	5.991	دال إحصائيا
4.	يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الانتماء الوطني للحرص على أمن الوطن والاستقرار.	نعم	75,0	19,750	5.991	دال إحصائيا
5.	يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي.	نعم	83,3	10,667	5.991	دال إحصائيا
6.	يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه.	نعم	75,0	19,000	5.991	دال إحصائيا
دال إحصائيا أي توجد فروق لصالح القيمة الأكثر تكرارا وأيضا قيمة كا2 المحسوبة أكبر من كاي 2 الجدولية						

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على إجابات أفراد العينة

نجد أن معظم أسئلة المحور 01 دالة إحصائيا لصالح الإجابة أكثر تكرارا نعم عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا2 المحسوبة أكبر من الجدولة في معظمها وهو ما يوضحه الشكل أدناه .  
وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول تأكيدهم في مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الانتماء لدى الجمهور الرياضي : وذلك من خلال الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في زيادة قيم الانتماء لدى الجمهور الرياضي وسياهم بدرجة عالية وبنسبة 70.80 % في تعزيز قيم الانتماء نحو الوطن إضافة إلى انه يعزز في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن و الحرص على أمن الوطن و ألاستقراره وتعزيز أيضا الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي مما يعزز فيه تعلقه بوطنه وبنسبة 75.00 %

**إذن نستنتج :** حسب آراء أفراد عينة الدراسة فان الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الانتماء لدى الجمهور الرياضي وهذا بدرجة عالية وعليه سوف نؤكد هذه النتيجة إحصائيا من خلال اختبار الفرضيات باستخدام المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات العينة على كامل عبارات المحور 01 من الاستبيان.

ثانيا : : عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارة المحور الثاني : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :

الفقرة 1 : يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي :

الجدول رقم (11) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (1) المحور 02

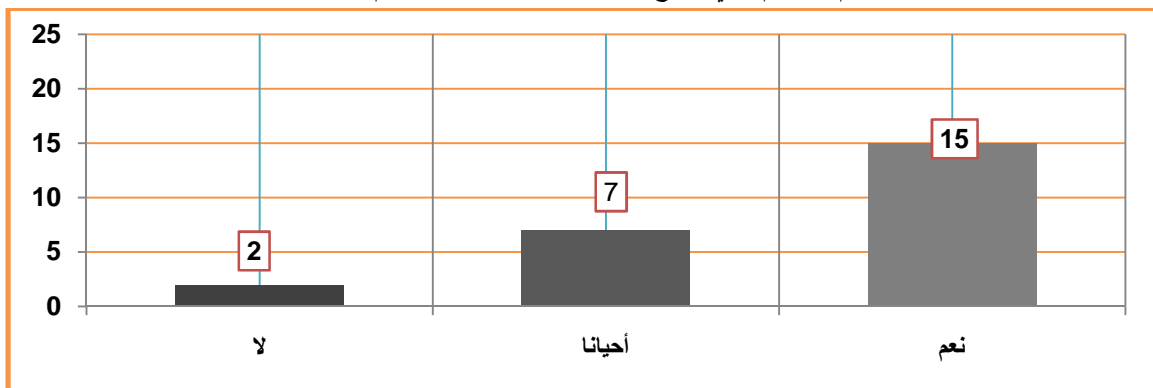
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	Sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	10,750	8,3	2	لا
					29,2	7	أحيانا
					62,5	15	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 15 ونسبة 62.50% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 07 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بقيم مشاهدة 02 ونسبة 8.30% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 10.750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.005 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 62.50%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 62.50% في إجاباتهم على الفقرة رقم 1 أي : نعم يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 7: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 02 / يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الجدول رقم (12) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (02) المحور 02

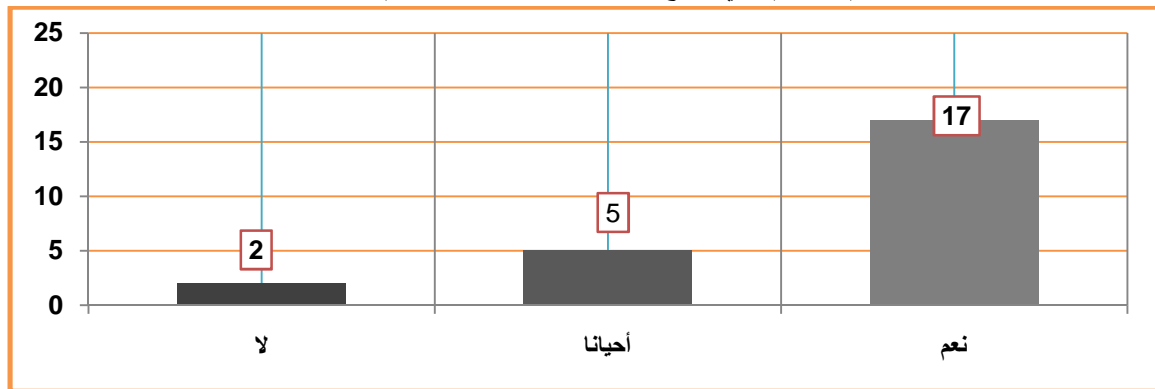
الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	15,750	8,3	2	لا
					20,8	5	أحيانا
					70,8	17	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 17 ونسبة 70.80% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 07 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بقيم مشاهدة 02 ونسبة 8.30% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 15,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 70.80%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 70.80% في إجاباتهم على الفقرة رقم 02 أي : نعم يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 8: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 02 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 03 / يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الجدول رقم (13) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (03) المحور 02

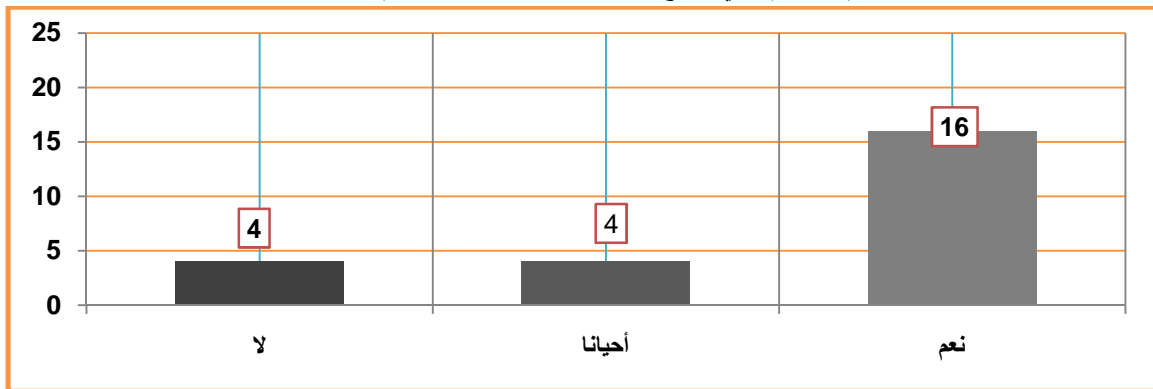
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	12,000	16,7	4	لا
					16,7	4	أحيانا
					66,7	16	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 16 وبنسبة 66.70% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 04 أي بنسبة 16.70% ولصالح لا بقيم مشاهدة 04 وبنسبة 16.70% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 12,000 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضاً قيمة SIG= 0.002 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرر : نعم وبنسبة 66.70%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 66.70% في إجاباتهم على الفقرة رقم 03 أي : نعم يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 9: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 03 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 04 / يساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي

الجدول رقم (14) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (04) المحور 02

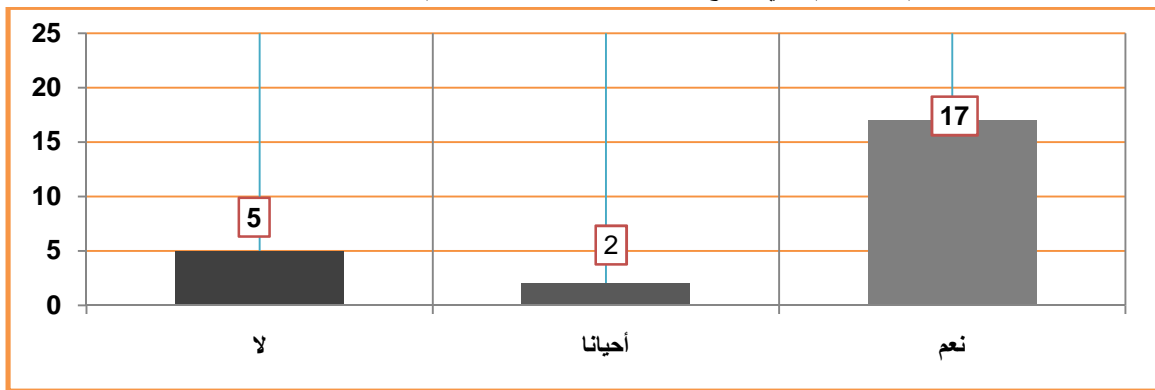
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	15,750	20,8	5	لا
					8,3	2	أحيانا
					70,8	17	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 17 وبنسبة 70.80% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 02 أي بنسبة 8.30% ولصالح لا بقيم مشاهدة 05 وبنسبة 20.80% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 15,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 70.80%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 70.80% في إجاباتهم على الفقرة رقم 04 أي : نعم يساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 10: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 04 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 05 / يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية

الجدول رقم (15) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (05) المحور 02

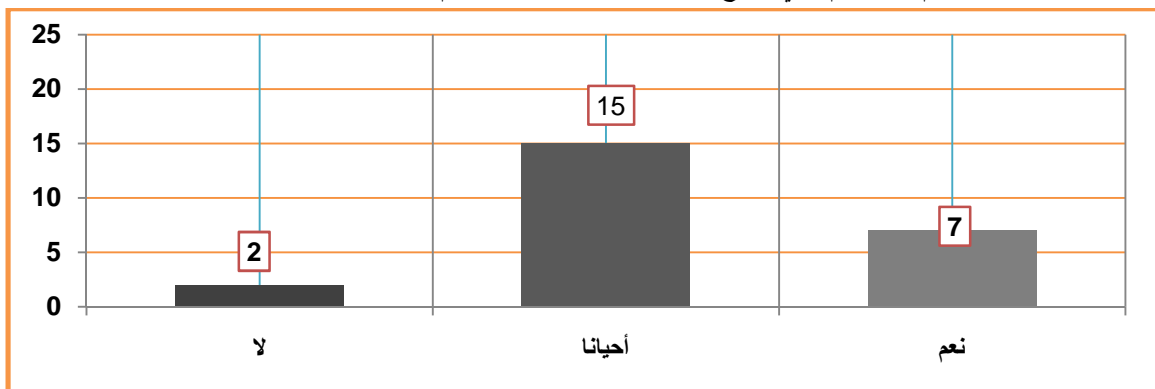
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	Chi-Square <sup>2</sup> "كاي تربيع"		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	10,750	8,3	2	لا
					62,5	15	أحيانا
					29,2	7	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية] كانت لصالح أحيانا بـ 15 مشاهدة وبنسبة 62.50% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح نعم بـ 7 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بـ 2 مشاهدة وبنسبة 8.30% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كاي<sup>2</sup>) حيث بلغت (كاي<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 10.750 وهي أكبر من كاي<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضاً قيمة SIG= 0.005 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : أحيانا وبنسبة 62.50%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه أفراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 62.50% في إجاباتهم على الفقرة رقم 04 أي : أحيانا يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية

الشكل رقم 11: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 05 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 06 / ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتراز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الجدول رقم (16) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (06) المحور 02

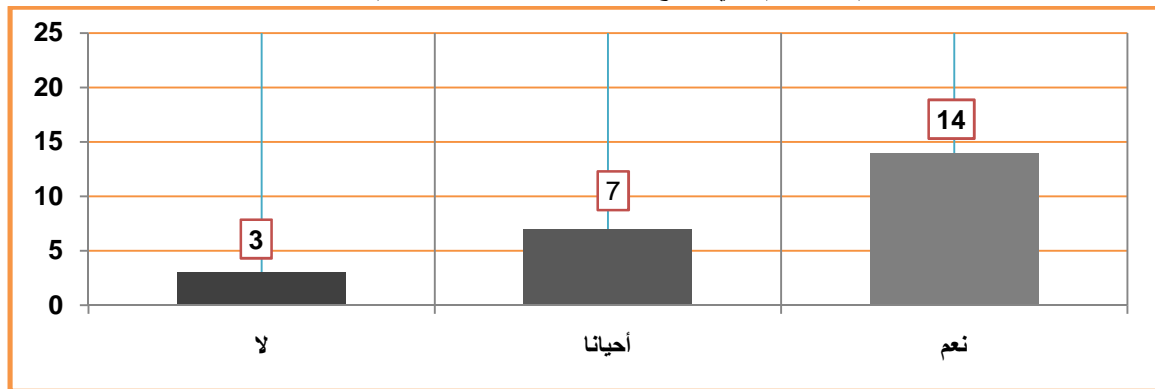
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	7,750	12,5	3	لا
					29,2	7	أحيانا
					58,3	14	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتراز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 14 ونسبة 58.30% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 07 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بقيم مشاهدة 03 ونسبة 12.50% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 7,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضاً قيمة SIG=0.021 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 58.30%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه أفراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 58.30% في إجاباتهم على الفقرة رقم 06 أي : نعم ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الاعتراز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي

الشكل رقم 12: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 06 المحور 02



المصدر: من إعداد الطالب

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات أفراد العينة على أسئلة المحور الثاني : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :: نجد :

جدول رقم 17 : بين ملخص تحليل أسئلة المحور 02

رقم	السؤال	البديل أكثر تكرار	النسبة المئوية	2كا المحسوبة	2كا الجدولية	نتيجة دلالة 2كا
1.	[يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي]	نعم	62,5	10,750	5.991	دال إحصائيا
2.	[يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي]	نعم	70,8	15,750	5.991	دال إحصائيا
3.	[يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي]	نعم	66,7	12,000	5.991	دال إحصائيا
4.	[يساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي]	نعم	70,8	15,750	5.991	دال إحصائيا
5.	[يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية]	أحيانا	62,5	10,750	5.991	دال إحصائيا
6.	[ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتزاز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي]	نعم	58,3	7,750	5.991	دال إحصائيا
دال إحصائيا أي توجد فروق لصالح القيمة الأكثر تكرارا وأيضا قيمة كا2 المحسوبة أكبر من كاي 2 الجدولية						

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على إجابات أفراد العينة

نجد أن معظم أسئلة المحور 02 دالة إحصائيا لصالح الإجابة أكثر تكرارا نعم عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا2 المحسوبة أكبر من الجدولة في معظمها وهو ما يوضحه الشكل أدناه .  
وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول تأكيدهم في مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :: وذلك من خلال الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز الحس الوطني وفي نشر الروح الوطنية وبنسبة 70.80 % لدى الجمهور الرياضي ويعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي انه نعم يساعد بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي و يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية و ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتزاز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي .

**إذن نستنتج :** حسب آراء أفراد عينة الدراسة فان الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :وهذا بدرجة عالية وعليه سوف نؤكد هذه النتيجة إحصائيا من خلال اختبار الفرضيات باستخدام المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات العينة على كامل عبارات المحور 02 من الاستبيان.

ثالثا : عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المحور 03 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي:

الفقرة 1 : يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي

الجدول رقم (18) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (1) المحور 03

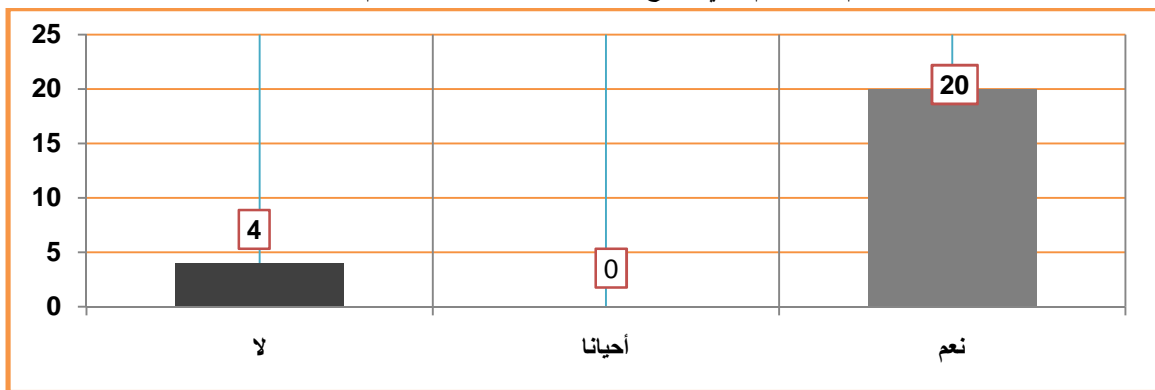
الإجابات	التكرارات	%	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		sig	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
لا	4	16,7	3.840	10,667	0.000	2	دال
أحيانا	//	//					
نعم	20	83,3					
المجموع	24	100.00					

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي ] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 83.30% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح لا بقيم مشاهدة 04 وبنسبة 16.70% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 10,667 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولة 3.840 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 01 ، وأيضا قيمة SIG=0.001 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار نعم وبنسبة 83.30%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 83.30% في إجاباتهم على الفقرة رقم 1 أي : نعم يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي

الشكل رقم 13: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 1 المحور 03



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 02 / ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية

الجدول رقم (19) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (02) المحور 03

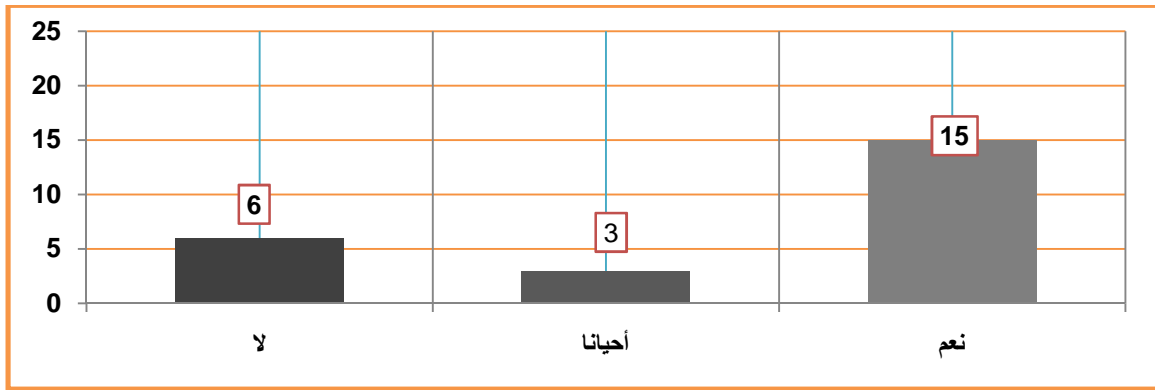
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	9,750	25,0	6	لا
					12,5	3	أحيانا
					62,5	15	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 62.50% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 03 أي بنسبة 12.50% ولصالح لا بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 25.00% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 9,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG=0.008 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 62.50%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 62.50% في إجاباتهم على الفقرة رقم 02 أي : نعم ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية

الشكل رقم 14: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 02 المحور 03



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 03 / يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية

الجدول رقم (20) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (03) المحور 03

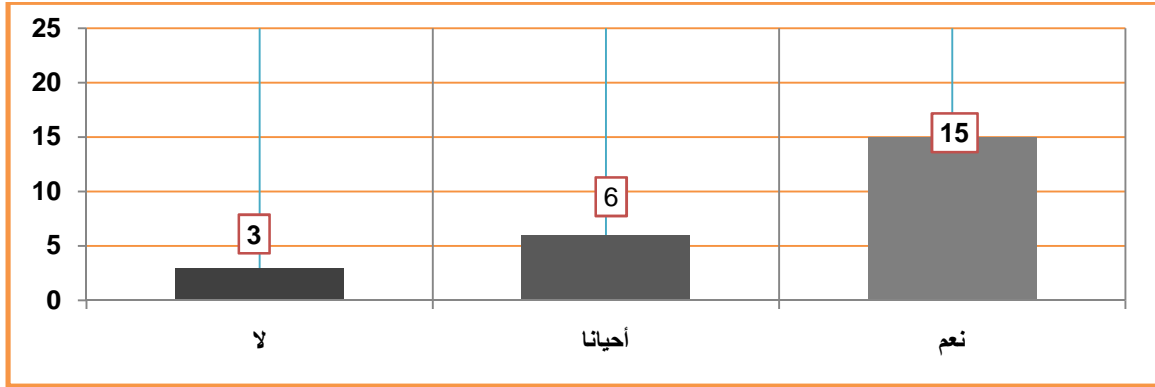
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	9,750	12,5	3	لا
					25,0	6	أحيانا
					62,5	15	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية ] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 62.50% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 06 أي بنسبة 25.00% ولصالح لا بقيم مشاهدة 03 وبنسبة 12.50% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 9,750 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG=0.008 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 62.50%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 62.50% في إجاباتهم على الفقرة رقم 03 أي : نعم يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية

الشكل رقم 15: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 03 المحور 03



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 04 / تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي

الجدول رقم (21) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (04) المحور 03

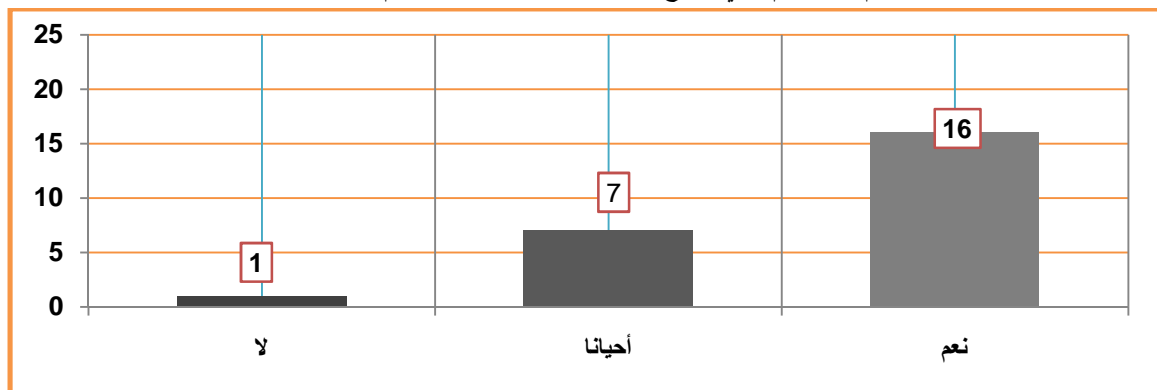
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كاي تربيع "Chi-Square"		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	14,250	4,2	1	لا
					29,2	7	أحيانا
					66,7	16	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي ] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 16 وبنسبة 66.70% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 07 أي بنسبة 29.20% ولصالح لا بقيم مشاهدة 01 وبنسبة 4.20% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كاي<sup>2</sup>) حيث بلغت (كاي<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 14,250 وهي أكبر من كاي<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG=0.001 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 66.70%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه افراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 66.70% في إجابتهم على الفقرة رقم 04 أي : نعم تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي

الشكل رقم 16: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 04 المحور 03 :



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 05 / ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي

الجدول رقم (22) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (05) المحور 03

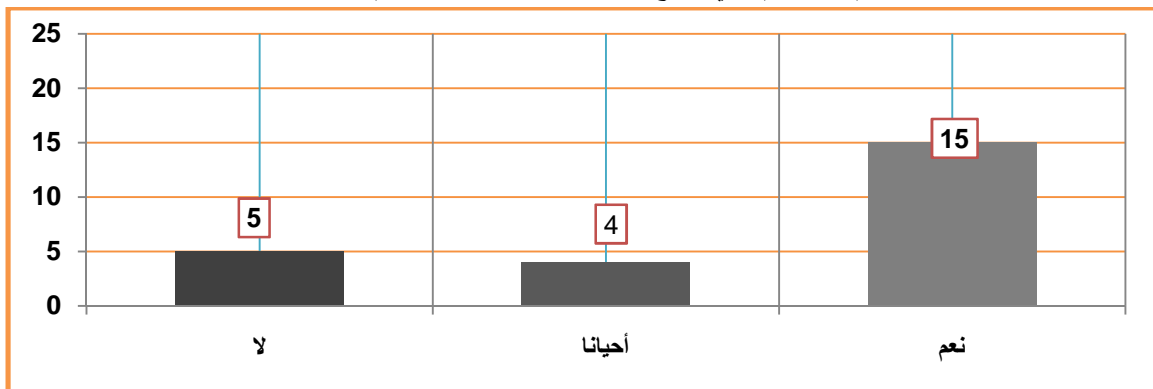
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	sig	كا <sup>2</sup> "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	9,250	20,8	5	لا
					16,7	4	أحيانا
					62,5	15	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 15 ونسبة 62.50% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 04 أي بنسبة 16.70% ولصالح لا بقيم مشاهدة 05 ونسبة 20.80% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا<sup>2</sup>) حيث بلغت (كا<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 9,250 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG=0.010 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم وبنسبة 62.50%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه أفراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم وبنسبة 62.50% في إجاباتهم على الفقرة رقم 05 أي : نعم ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي

الشكل رقم 17: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 05 المحور 03



المصدر: من إعداد الطالب

الفقرة 06 / ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية

الجدول رقم (23س) : يمثل نتائج إجابة أفراد العينة على الفقرة رقم (06) المحور 03

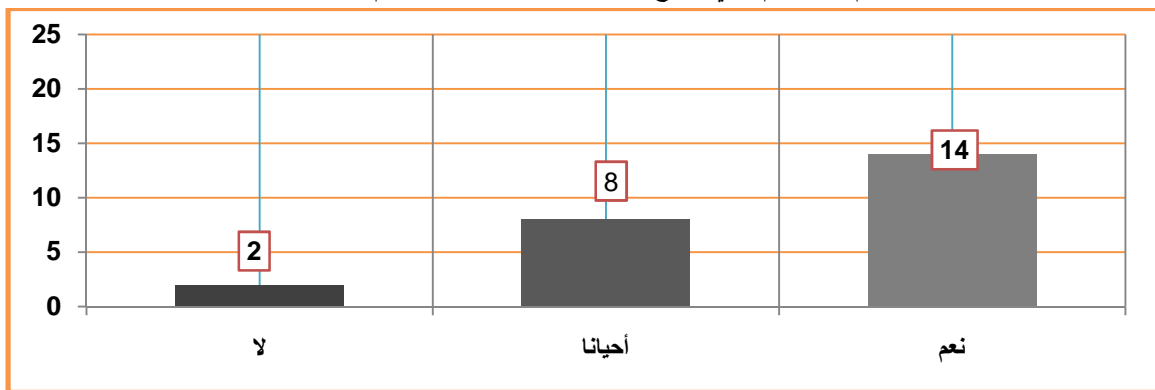
الإحصائي	درجة الحرية	sig	كاي تربيع "Chi-Square"		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	2	0.000	5,991	9,000	8,3	2	لا
					33,3	8	أحيانا
					58,3	14	نعم
					100.00	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد إجابات العينة ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات أفراد العينة حول الفقرة : [ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية] كانت لصالح نعم بقيم مشاهدة 14 ونسبة 58.30% بينما بقية أفراد العينة كانت إجاباتهم لصالح أحيانا بقيم مشاهدة : 08 أي بنسبة 33.30% ولصالح لا بقيم مشاهدة 02 ونسبة 8.30% وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كاي<sup>2</sup>) حيث بلغت (كاي<sup>2</sup>) المحسوبة بلغت 9,000 وهي أكبر من كاي<sup>2</sup> المجدولة 5,991 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 02 ، وأيضا قيمة SIG=0.010 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم بنسبة 58.30%

الاستنتاج : نستنتج مما سبق أن الاتجاه أفراد العينة المستجوبين يؤكدون على انه نعم بنسبة 58.30% في إجاباتهم على الفقرة رقم 06 أي : نعم ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية

الشكل رقم 18: رسم بياني يوضح إجابات العينة على السؤال رقم 06 المحور 03



المصدر: من إعداد الطالب

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات أفراد العينة على أسئلة المحور 03 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي: نجد :

جدول رقم 24 : بين ملخص تحليل أسئلة المحور 03

رقم	السؤال	البديل أكثر تكرار	النسبة المئوية	كا 2 المحسوبة	كا 2 الجدولية	نتيجة دلالة كا 2
1.	[يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي ]	نعم	83,3	10,667	5.991	دال إحصائيا
2.	[ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية]	نعم	62,5	9,750	5.991	دال إحصائيا
3.	[يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية ]	نعم	62,5	9,750	5.991	دال إحصائيا
4.	[تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي ]	نعم	66,7	14,250	5.991	دال إحصائيا
5.	[ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي]	أحيانا	62,5	9,250	5.991	دال إحصائيا
6.	[ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية]	نعم	58,3	9,000	5.991	دال إحصائيا
دال إحصائيا أي توجد فروق لصالح القيمة الأكثر تكرارا وأيضا قيمة كا2 المحسوبة أكبر من كاي 2 الجدولية						

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على إجابات أفراد العينة

نجد أن معظم أسئلة المحور 03 دالة إحصائيا لصالح الإجابة أكثر تكرارا نعم عند مستوى دلالة (0.05)، حيث كا2 المحسوبة أكبر من الجدولية في معظمها وهو ما يوضحه الشكل أدناه .

وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول تأكيدهم في مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي وذلك من خلال الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي وينتمي ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية كما يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية وتساهم حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي إضافة إلى أنه ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي و ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية

**إذن نستنتج :** حسب آراء أفراد عينة الدراسة فان الإعلام الرياضي المكتوب له دور فعال في جعل في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي: وهذا بدرجة عالية وعليه سوف نؤكد هذه النتيجة إحصائيا من خلال اختبار الفرضيات باستخدام المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات العينة على كامل عبارات المحور 03 من الاستبيان.

## ثانيا : اختبار الفرضيات

للاختبار الفرضية : نستخدم أدوات الإحصائية التالية :

✓ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور ككل لتحديد دور ومساهمة وسائل الإعلام الرياضي المكتوب (هل هو : دوره مرتفع ، أم متوسط ، أم دوره منخفض ) في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي من خلال :

✓ تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي

✓ تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي

✓ تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي

✓ نستخدم أيضا المدى لتحديد طول الفئة المجال (مرتفع ، متوسط ، منخفض) حيث: المدى = إلى درجة 3 (تمثل: نعم) - أدنى درجة 1 (تمثل: لا ) / عدد المستويات (دوره مرتفع ، متوسط ، منخفض) إذن: الطول الفئة =  $(1-3)/3 = 0.66$  حيث نحصل على مجالات كما يلي

من 2.33 إلى 3	من 1.66 إلى 2.33	من 01 إلى 1.66	مجال المتوسط الحسابي
مرتفع	متوسط	منخفض	درجة الدور
أكثر من 77.67%	من 55.34% إلى 77.66%	اقل من 55.33%	النسبة المئوية
			3----- 100 % س = 55.33%
			1.66----- س

### الفرضية الأولى : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي :

جدول رقم 25 : بين مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي

النتيجة	النسبة المئوية	المتوسط ضمن المجال	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
مرتفع	87.50%	من 1.66 إلى 2.33	0,25656	2,6250	دور الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي
س = 87.50 %					3 ----- 100 %
					س ----- 2,6250

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول المتعلقة ب مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي بلغ 2,6250 وبانحراف معياري 0,16743. إذن فالمتوسط الحسابي هو ضمن مجال "مرتفع" أي من 1.66 إلى 2.33 درجة وأن النسبة المئوية لدور مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي هي % 87.50 وهي نسبة مرتفعة

استنتاج :

نقبل الفرضية القائلة بأنه : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي وبدرجة مرتفعة

### الفرضية 02 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي:

جدول رقم 26 : بين مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي

النتيجة	النسبة المئوية	المتوسط ضمن المجال	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
مرتفع	82.40%	من 1.66 إلى 2.33	0,41606	2,4722	دور الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي
س = 82.40 %					3 ----- 100 %
					س ----- 2,4722

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 02 المتعلقة بـ مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي بلغ 2,4722 وبانحراف معياري 0,41606. إذن فالمتوسط الحسابي هو ضمن مجال "مرتفع" أي من 1.66 إلى 2.33 درجة وأن النسبة المئوية لدور مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي هي % 82.40 وهي نسبة مرتفعة

استنتاج :

نقبل الفرضية القائلة بأنه : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي وبدرجة مرتفعة

### الفرضية 03 : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي

جدول رقم 27: بين مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط ضمن المجال	النسبة المئوية	النتيجة
دور الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي	2,5139	0,37403	من 1.66 إلى 2.33	% 83,79	مرتفع
3-----100 % س = 83,79 %					
-----2.5139 س					

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 03 المتعلقة بـ مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي بلغ 2,5139 وبانحراف معياري 0,37403. إذن فالمتوسط الحسابي هو ضمن مجال "مرتفع" أي من 1.66 إلى 2.33 درجة وأن النسبة المئوية لدور مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي هي % 83,79 وهي نسبة مرتفعة

استنتاج :

نقبل الفرضية القائلة بأنه : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي وبدرجة مرتفعة

تحليل النتائج في ضوء الفرضيات :

الفرضية الأولى :

التي مفادها أن "يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي " و قد أسفرت هذه الفرضية على مجموعة من النتائج أهمها :

- من خلال الجدول رقم 04 نجد أن نسبة 66.7 % من الطلبة أجابو بنعم حول يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي و 29.2 % أجابو أحيانا ، بينما نجد أن 4.2 % من الطلبة أجابو بلا أي نفوا أن تكون الإعلام الرياضي المكتوب يعمل في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي .
- من خلال الجدول رقم 05 نجد أن نسبة 70.8 % من الطلبة أجابو بنعم حول يعزز الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم الإنتماء نحو الوطن و 16.7 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 12.5 % أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 06 نجد أن نسبة 54.2 % من الطلبة اجابو بنعم حول يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية إستثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن و 41.7 % أجابو لأحيانا ، بينما نجد أن 4.2 % أجابو بلا أي نفوا أن يكون الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تدريب المواطن على كيفية إستثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن.
- من خلال الجدول رقم 07 نجد أن نسبة 75 % أجابو بنعم حول يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الإنتماء الوطني للحرص على أمن الوطن والإستقرار و 20.8 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد ان 4.2 % أجابو بلا.
- من خلال الجدول رقم 08 نجد أن 83.3 % أجابو نعم حول يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي و 16.7 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 00 % أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 09 نجد 75 % أجابو بنعم حول يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه و 16.7 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 8.3 % أجابو بلا

## الفرضية الثانية :

التي مفادها أن يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :

- من خلال الجدول رقم 11 نجد 62.5% من الطلبة أجابو بنعم حول يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي في حين نجد أن 29.2% أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 8.3% أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 12 نجد 70.8% من الطلبة أجابو بنعم حول يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي حين نجد أن 20.8% أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 8.3% أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 13 نجد 66.7% من الطلبة أجابو بنعم حول يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي حين نجد أن 16.7% أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 16.7% أجابو بلا من الطلبة أن الإعلام الرياضي المكتوب لا يعبر عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري .
- من خلال الجدول رقم 14 نجد 70.8% من الطلبة أجابو بنعم حول ساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي بينما نجد أن 8.3% أجابو أحيانا ، في حين نجد أن 20.8% أجابو بلا من الطلبة أن الإعلام الرياضي المكتوب لا يساعد بما يصدر الرأي العام لدى الجمهور الرياضي .
- من خلال الجدول رقم 15 نجد 29.2% من الطلبة أجابو بنعم حول يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية بينما نجد أن 62.5% أنهم أحيانا يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية ، في حين نجد ان 8.3% أجابو بلا .

- من خلال الجدول رقم 16 نجد 58.5 من الطلبة أجابو بنعم حول ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتزاز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي في حين نجد 29.2 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 12.5 % أجابو بلا.

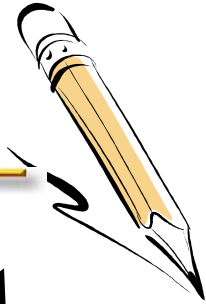
#### الفرضية الثالثة :

والتي مفادها يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي :

- من خلال الجدول رقم 18 نجد أن 83.3 % من الطلبة أجابو بنعم حول يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي في حين نجد أن 00 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 16.7 % أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 19 نجد أن 62.5 % من الطلبة أجابو بنعم حول ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية و 12.5 % أجابو بأحيانا ، في حين نجد 25 % أجابو بلا حيث نفوا أن الإعلام الرياضي المكتوب لا ينتمي على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية.
- خلال الجدول رقم 20 نجد أن 62.5 % من الطلبة أجابو بنعم حول يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية و نجد 25 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد 12.5 % أجابو بلا .
- من خلال الجدول رقم 21 نجد أن 66.7 % من الطلبة أجابو بنعم حول تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي و نجد 29.2 % أجابو بأحيانا ، في حين نجد أن 4.2 % أجابو بلا .
- من خلا الجدول رقم 22 نجد أن 62.5 % من الطلبة أجابو بنعم حول ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي و نجد 16.7 % أجابو بأحيانا ، بينما نجد أن 20.8 % أجابو بلا حيث أن الإعلام الرياضي المكتوب لا ينقل ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي.

- من خلال الجدول رقم 23 نجد أن 58.3% من الطلبة أجابو بنعم حول ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية بينما نجد أن 33.3% أجابو بأحيانا في حين نجد أن 8.3% أحيانا اجابو بلا .

---



# الفصل الرابع



## إستنتاجات

و

## إقتراحات

إستنتاجات عامة :

استنادا إلى البيانات والإستنتاجات التي توصل إليها الباحث من خلال دراسته هذه...، وفي حدود عينة البحث ارتأى الباحث أن يقدم التوصيات الآتية:

- ضرورة اهتمام المسؤولين و صناع القرار بعامل الإعلام العام و الرياضي بخاصة في ربط وتوثيق الشعب بوطنه.

- خلصنا إلى أهمية الصحف الرياضية في تأليب المواطنين ضد أي خطر يهدق بالوطن، لذا على الحكومة أن توليه الاهتمام والدعم.

- يوصي الباحث النقاد الرياضيين بعدم إثارة مشاعر القراء سلبيا والمساهمة في رد فعل سلبي.

- توصي الدراسة بعقد دورات تدريبية لتحسين وصقل مستوى الصحفيين الرياضيين باعتبار أنهم لم يتكونوا إبان الجامعة بشكل جيد.

- ينبغي إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث في هكذا مواضيع إعلامية- رياضية اجتماعية للتعرف على قيمة دورها التربوي في أوساط المجتمع.

- كما يوصي الباحث بإنشاء تخصص بكليات الإعلام والاتصال يعنى بمواضيع الإعلام الرياضي، حتى يتسنى إعداد صحفيين أكفاء في الميدان الرياضي.

- ضرورة سن قوانين إعلامية رادعة لضبط عمل الصحفيين الرياضيين و نهيهم عن أية أمور خارجة عن النطاق والمواثيق الشرفية الصحفية.

إقتراحات :

مما سبق و إعتقادا على الدراسة التي قمنا بها للطلبة سنة ثانية ماستر الإعلام والإتصال الرياضي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة المسيلة حيث يرى الباحث انه من الضروري أن يكون هناك تعاون وتنسيق تام بين كليات التربية البدنية والرياضية وكليات الإعلام والاتصال وكذا وزارة الشباب والرياضة، وذلك بغرض وضع أسس للعمل في المجال الإعلامي الرياضي من خلال التعرف على المفاهيم المرتبطة من كلا المجالين الإعلامي والرياضي وتطويرها وتوجيهها بما يتلاءم مع طبيعة احتياجات المجتمع.

أفاق المستقبلية :

-إجراء دراسات و بحوث التعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي .

-نسعى من خلا بحثنا هذا لأن يكون مصدرا للبحوث الأخرى

-إعتماد هذا العمل العلمي كمرجع .

-إجراء المزيد من البحوث و الدراسات الميدانية تعرف على أهمية الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز القيم المواطنة .

خاتمه

## خاتمة

إن الفكرة الرئيسة والهامة التي استوحيناها من خلال هذا البحث، استنادا إلى الدراسة التطبيقية التي قمنا بها أن للإعلام الرياضي المكتوب أدوارا متعددة ومختلفة في المجتمع ليس فقط فيما يتعلق بالجانب الرياضي وإنما كذلك منها ما يتعلق بالجانب الوجداني-العاطفي، الاجتماعي، والتربوي وهذا ما ظهر جليا من خلال إجابات المواطنين المبحوثين في أسئلة الاستبيان، فالصحافة الرياضية هي مرآة الرأي العام وأداة من أقوى الأدوات المعروفة للتعبير عن الرأي العام، فهي ضرورة من ضرورات المجتمع، فبدون الصحافة نفقد الجانب الأكبر من المعلومات التي نعتمد عليها في حياتنا اليومية، وتؤثر الصحافة الرياضية في الرأي العام الجماهير عن طريق الخبر أو التعليق أو الحوارات الصحفية، وكذا عن طريق الرسوم الكاريكاتورية والصور، وتمارس الصحافة الرياضية إلى جانب وسائل إعلام أخرى الثقيف والتسلية.. ، فالمواظبة على مطالعة الجرائد والدوريات تعين الإنسان على التنفيس عن أهوائه والتخلص من بعض الكبت الذي يعاني منه ، إذ أن الدولة التي تملك إعلاما رياضيا سواء متلفزا، مسموعا، أو مكتوبا فإنها تملك أساليب التنمية والنهضة بأجيالها إلى مصاف الدول المتطورة، إذ قيل في هذا الباب "أعطيني إعلاما ناضجا هادفا أعطيك جيلا صالحا فاعلا"، وهذا ما تعاني من نقصه الدول العربية قاطبة ما أدخلها في دوامة من الاضطرابات و التجاذبات التي لم تتخلص منها إلى الآن .

الكتب :

1. ابن المنظور .
2. ابن منظور لسان العرب دار الحديث للنشر و التوزيع القاهرة 2003
3. إحدادن زهير -مدخل علوم إعلام و إتصال ديوان المطبوعات الجامعية - ط 5 2014 م .
4. بحوش عمار ، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعة ، ط2 المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 2001 .
5. بدوي عصام موسوعة التنظيم و الإدارة في التربية البدنية و الرياضة ، ط 1 . القاهرة 2001 .
6. تركي رابع ، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية القاهرة ، جامعة القاهرة مركز التعليم المفتوح 1984 .
7. ثابت ناصر -أضواء على الدراسة الميدانية مكتبة الفلاح الكويت ط 1 1984 .
8. حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي دار النشر و التوزيع القاهرة 2004 .
9. حسن علاوي محمد ، البحث العلمي في التربية البدنية الرياضية و علم النفس دار الفكر العربي القاهرة 1999 .
10. الحماحي محمد و سعيد احمد،الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ ،مركز الكتاب للنشر 2006 .
11. الخصاونة إبراهيم فؤاد - الصحافة المتخصصة دار المسيرة للنشر و التوزيع ط 1 2012 م .
12. حضور أديب الإعلام الرياضي المكتبة الإعلامية ط 1 1994 .
13. خورشيد مراد كامل الإتصال الجماهيري و الإعلام التطور و الخصائص و النظريات ط 1 2011-1432 .
14. د- الحكيم فواز منصور -سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن - عمان الطبعة 1 2011 .
15. د- منير حجاب محمد -مدخل إلى الصحافة - دار الفجر للنشر و التوزيع 2010 م .
16. د. ياسين فضل ياسين - الإعلام الرياضي - دار أسامة للنشر و التوزيع - الأردن - عمان ط 1 2011 م .
17. رشتي جيهان الأسس العلمية لنظريات الإعلام دار الفكر العربي القاهرة ص 1978 .
18. زيتون كمال عبد المجيد منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضية استثمار الفراغ ، مركز الكتاب للنشر 2004 .
19. سي أحمد محمد الإعلام و التنمية دار الفكر العربي ط 4 مصر القاهرة 1988 .
20. عبد الحميد سمير علي الإعلام العلاقات العامة في المجال الرياضي القاهرة مصر 2009 .
21. عبد الفتاح كنعان علي -الإعلام الرياضي - دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع الطبعة العربية 2014 م .
22. عدلي عاطف ، عبد نهي عاطف عبد مدخل إل الإتصال مفاهيمه مجالاته أنواعه وسائله تاريخه 2010 .
23. علي عويس خير الدين عصام الملاي -الإجتماع الرياضي -دار الفكر العربي ط 2 .
24. العويس خير الدين ، لإجتماع الرياضي دار الفكر العربي ط 2 2005 .

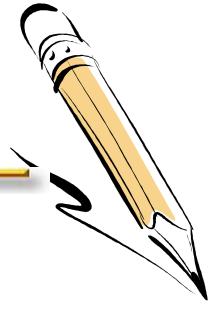
25. عويس خير الدين. عبد الرحيم عطا الله، الإعلام الرياضي ، ج، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، 1998، .
26. العياضي مصر مسألة الإعلام المؤسسة الجزائرية للطباعة الجزائر 1991.
27. محمد الفار جمال-المعجم الإعلامي - 2011
28. محمد المغربي كامل ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع الطبعة الأولى، 2002 .
29. محمد علي محمد ، علم الإجتماعي و المنهج العلمي ، دار المعارف الجامعية ، القاهرة ، 1986 .
30. ملحم سامي ، مناهج البحث في التربية و علم النفس ط1 دار المسيرة للنشر الأردن 2000.
31. المنجدي الأبجدي .
32. -موزيس أنجرس ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون منهجية البحث العلمي ، الجزائر دار القصبه للنشر 2004 .

### المذكرات

33. دروازي مصطفى - د قوراية احمد - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية تخصص إعلام و إتصال الرياضي بعنوان تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية -لسنة 2012/2011 .
34. ط- تيتي حنان - أطويل نسيمه مذكرة لنيل الشهادة الماستر في العلوم الساسية و العلاقات الدولية -عنوان دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام 2013-2014 .
35. ط دشيشة أمين أ عمر عيسى عمور - مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية -عنوان دور مناهج التربية البدنية والرياضية في تنمية قيم المواطنة - 2013-2014.
36. ط-أميمة كير خديجة كشيدة - أ-لامية بوبيدي مذكرة لنيل الشهادة الماستر في علم إجتماع التربية بعنوان دور مادة التربية البدنية في تعزيز قيم المواطنة في بعديها الإجتماعي و القيمي لدى تلاميذ السنة الثالثة من التعليم الثانوي 2014/2015 .
37. قسايسية علي متطلقات و المنهجية لدراسة المتنقل أطروحة دكتوراه كلية العلوم السياسية و الإعلامية جامعة الجزائر 1995 -1996 .

### المجلات :

39. العيدي صونيا- المجتمع الوطني و المدني و المواطنة و الديمقراطية مجلة الأداب و العلوم الإنسانية و الإجتماعية العدد 2 -3- جوان 2008 .
- 40 مجلة كلية الفنون و الإعلام - العدد الأول - نوفمبر 2015 .



الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة المسيلة - القطب الجامعي

معهد و علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

إستمارة إستبيان حول موضوع

مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية و التي تهدف إلى مساهمة وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي و بصفتك الشخص المؤهل لتزويدنا بالمعلومات اللازمة فهذا الموضوع :

نرجو منك الإجابة على الأسئلة بعناية و لكم جزيل الشكر

ملاحظة :

الرجاء قراءة كل العبارات ثم الإجابة عليها بكل مصداقية و ذلك يوضع علامة ( X ) داخل الإطار المناسبة

السنة الدراسية : 2018/2017.

✓ المحور الأول : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي :

1. يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في زيادة قيم الإنتماء لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

2. يعزز الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم الإنتماء نحو الوطن :

نعم  لا  أحيانا

3. يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تدريب المواطن على كيفية استثمار قدراتهم للحفاظ على منشآت الوطن :

نعم  لا  أحيانا

4. يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الإنتماء الوطني للحرص على أمن الوطن والإستقرار:

نعم  لا  أحيانا

5. يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الروابط الجغرافية لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

6. يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز تعلق الجمهور بوطنه :

نعم  لا  أحيانا

✓ المحور الثاني : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي :

1. يعمل الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز الحس الوطني لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

2. يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

3. يعبر الإعلام الرياضي المكتوب عن الهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

4. يساعد الإعلام الرياضي المكتوب بما يصدر عن الرأي العام لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

5. يساهم مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي بين الجماهير الرياضية نحو التمسك بالهوية :

نعم  لا  أحيانا

6. ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب الإعتزاز بالهوية الوطنية لدى الجمهور الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

✓ المحور الثالث : يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي :

1- يعمل الإعلام الرياضي المكتوب عن تعاطف الجمهور الرياضي نحو الأعمال الخيرية بالمجال الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

2- ينتمي الإعلام الرياضي المكتوب على ثقافة العمل التطوعي لدى الجماهير الرياضية :

نعم  لا  أحيانا

3- يعزز الإعلام الرياضي المكتوب على القيام بالأعمال التطوعي لدى الجماهير الرياضية :

نعم  لا  أحيانا

4- تساهم وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في حل المشكلات في الوسط الرياضي عن طريق العمل التطوعي :

نعم  لا  أحيانا

5- ينقل الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة و تجارب عالمية عن العمل التطوعي في المجال الرياضي :

نعم  لا  أحيانا

6- ينشر الإعلام الرياضي المكتوب ثقافة القيام بالأعمال التطوعية أثناء متابعة الأحداث الرياضية :

نعم  لا  أحيانا

كشف جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

لرسائل . ماستر

على شكل **word**

معهد : علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم : اعلام واتصال

رقم التسلسل : .....

رقم التسجيل : 13/D10/248

الطالب (ة) : بلفارسفيان

تاريخ المناقشة : 2018/06/27

عنوان الرسالة : مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي

الجزائري

لغة الرسالة : اللغة العربية

نوع الرسالة : ماستر

الجامعة : جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

إشراف الأستاذ: بوصلاح النذير

عدد الصفحات : 85 ورقة.

التخصص : إعلام واتصال رياضي سمعي بصري.

الملخص :

بالعربية

في السنوات الأخيرة طرأ تطور كبير على الرياضة عموماً ورياضة كرة القدم على وجه الخصوص مما جعلها محط أنظار العالم بأسره من خلال التغطية الهائلة لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها ، ولأن كرة القدم تعد الرياضة الأكثر شعبية ليس على مستوى الجزائر فحسب بل على مستوى العالم اجمع ، فقد خصصت لها تلك الوسائل لاسيما الرياضية منها حيزاً واسعاً . ورياضة على الأهمية من المتابعة جدير بها أن تعكس أهميتها على جميع مكوناتها و من ذلك اللاعبين الذين يتم تسليط الضوء عليهم من قبل وسائل الإعلام عامة و الإعلام الرياضي خاصة ، و منها الصحافة على وجه التحديد .

و من هذا المنطق فإن الصحافة الرياضية تعتبر مهمة إلى أبعد الحدود نظراً لمدى تأثيرها على الوسط الرياضي بمختلف مكوناته من حكام ولاعبين و مدربين و إداريين و جماهير . فمن خلالها تتم عملية التثقيف و التوعية بكافة الجوانب المتعمقة بمختلف القوانين الرياضية و منها كرة القدم ذات الشعبية العالمية و التي تستقطب الملايين من الجماهير على مستوى بلدان العالم فقيرها و غنيها ، و لم تكن لتصل لهذا الصيت الكبير إلا عبر ممر هام و المتمثل بالإعلام الرياضي بوسائله المتنوعة و منها الصحافة الرياضية المكتوبة .

الكلمات المفتاحية :

الإعلام الرياضي - المواطنة - الجمهور - الجمهور الرياضي .

جاء هذا البحث في فصول:

تناول: الإعلام الرياضي المكتوب ومساهمته في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة

الفصل الثالث : الإجراءات الميدانية للدراسة.

الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها.

الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة :

- ضرورة اهتمام المسؤولين و صناع القرار بعامل الإعلام العام و الرياضي بخاصة في ربط و توثيق الشعب بوطنه.

- خالصنا إلى أهمية الصحف الرياضية في تأليب المواطنين ضد أي خطر يهدد بالوطن، لذا على الحكومة أن توليه الاهتمام والدعم.

- يوصي الباحث النقاد الرياضيين بعدم إثارة مشاعر القراء سلبيا والمساهمة في رد فعل سلبي.

- توصي الدراسة بعقد دورات تدريبية لتحسين وصل مستوى الصحفيين الرياضيين باعتبار أنهم لم يتكونوا إبان الجامعة بشكل جيد.

- ينبغي إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث في هكذا مواضيع إعلامية- رياضية اجتماعية للتعرف على قيمة دورها التربوي في أوساط المجتمع.

- كما يوصي الباحث بإنشاء تخصص بكليات الإعلام والاتصال يعنى بمواضيع الإعلام الرياضي، حتى يتسنى إعداد صحفيين أكفاء في الميدان الرياضي.

- ضرورة سن قوانين إعلامية رادعة لضبط عمل الصحفيين الرياضيين و ثنيمهم عن أية أمور خارجة عن النطاق والمواثيق الشرفية الصحفية.

## **RESUME DE L'ETUDE EN FRANÇAIS:**

**TITRE DE L'ETUDE: LA CONTRIBUTION DES MEDIAS SPORTIFS A LA PROMOTION DES VALEURS DE LA CITOYENNETE AUPRES DU PUBLIC SPORTIF ALGERIEN.**

**OBJECTIF DE L'ETUDE: RECONNAITRE LA CONTRIBUTION DES MEDIAS SPORTIFS ECRITS A LA PROMOTION DES VALEURS DE LA CITOYENNETE AUPRES DU PUBLIC SPORTIF ALGERIEN.**

**PROBLEME D'ETUDE: LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS CONTRIBUENT-ILS A LA PROMOTION DES VALEURS DE LA CITOYENNETE AUPRES DU PUBLIC SPORTIF ALGERIEN?**

**HYPOTHESES D'ETUDE:**

**HYPOTHESE GENERALE: LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS CONTRIBUENT A LA PROMOTION DES VALEURS DE LA CITOYENNETE AUPRES DU PUBLIC SPORTIF ALGERIEN.**

**HYPOTHESES PARTIELLES:**

**☒ LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS CONTRIBUENT A VALORISER L'APPARTENANCE AU PUBLIC SPORTIF.**

**SPORTS LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS CONTRIBUENT A RENFORCER L'IDENTITE DU PUBLIC SPORTIF.**

**☒ LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS CONTRIBUENT A LA PROMOTION DU BENEVOLAT AUPRES DU GRAND PUBLIC.**

**ÉCHANTILLON DE L'ETUDE: L'ECHANTILLON CONTIENT 24 ETUDIANTS INSTITUT DES SCIENCES ET TECHNIQUES DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES A MMSILA.**

**METHODOLOGIE: APPROCHE DESCRIPTIVE.**

**OUTIL D'ETUDE: LE CHERCHEUR A UTILISE UN QUESTIONNAIRE COMPOSE DE 3 AXES CONTENANT 18 MOTS.**

**RESULTATS:**

**-LES MEDIAS SPORTIFS ECRITS ONT UN ROLE POSITIF DANS LA VALORISATION DE L'APPARTENANCE AU PUBLIC SPORTIF PARMIS LES ETUDIANTS DE L'INSTITUT DES SCIENCES ET TECHNIQUES DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES DE MASALA.**

**-LES MEDIAS SPORTIFS ONT ECRIT UN ROLE POSITIF DANS L'AMELIORATION DE L'IDENTITE DU PUBLIC DANS LE SPORT DES ETUDIANTS DE L'INSTITUT DES SCIENCES ET TECHNIQUES DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES A MMSILA.**

**-LES MEDIAS SPORTIFS ONT ECRIT UN ROLE POSITIF DANS LA PROMOTION DU TRAVAIL BENEVOLE DANS LES ETUDIANTS DE SPORT GRAND PUBLIC DE L'INSTITUT DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE DES ACTIVITES PHYSIQUES ET SPORTIVES A MMSILA.**

**LES CONCLUSIONS ET SUGGESTIONS LES PLUS IMPORTANTES:**

**-LA NECESSITE D'ATTIRER L'ATTENTION DES RESPONSABLES ET DES DECIDEURS DANS LES MEDIAS PUBLICS ET SPORTIFS, EN PARTICULIER EN RELIANT ET EN DOCUMENTANT LES PERSONNES DANS LEUR PAYS D'ORIGINE.**

**-LE CHERCHEUR RECOMMANDE AUX ATHLETES DE NE PAS AGITER NEGATIVEMENT LES SENTIMENTS DES LECTEURS ET DE CONTRIBUER A UNE REACTION NEGATIVE.**

**-L'ETUDE RECOMMANDE DE TENIR DES COURS DE FORMATION POUR AMELIORER ET AMELIORER LE NIVEAU DES JOURNALISTES SPORTIFS CAR ILS NE SE SONT PAS BIEN FORMES AU COURS DE L'UNIVERSITE.**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## ملخص الدراسة بالعربية :

عنوان الدراسة : مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

هدف الدراسة : التعرف على مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري .

مشكلة الدراسة : هل الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري ؟

فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة : الإعلام الرياضي المكتوب يساهم في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور الرياضي الجزائري.

الفرضيات الجزئية :

✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي .

✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي .

✓ يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي .

عينة الدراسة : تحتوي العينة على 24 طالب معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة .

المنهج المتبع : المنهج الوصفي .

أداة الدراسة : إستخدام الباحث إستبيان مكون من 3 محاور يحتوي هلى (18) عبارة .

النتائج المتوصل إليها :

- للإعلام الرياضي المكتوب دور إيجابي في تعزيز قيمة الإنتماء لدى الجمهور الرياضي لدى الطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة .
- الإعلام الرياضي المكتوب دور إيجابي في تعزيز التمسك بالهوية لدى الجمهور الرياضي لدى الطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة .
- الإعلام الرياضي المكتوب دور إيجابي في تعزيز العمل التطوعي العام لدى الجمهور الرياضي لدى الطلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية بالمسيلة .

أهم إستنتاجات و إقتراحات :

- ضرورة اهتمام المسؤولين و صناع القرار بعامل الإعلام العام و الرياضي بخاصة في ربط و توثيق الشعب بوطنه .

- يوصي الباحث النقاد الرياضيين بعدم إثارة مشاعر القراء سلبيا و المساهمة في رد فعل سلبي .

- توصي الدراسة بعقد دورات تدريبية لتحسين و صقل مستوى الصحفيين الرياضيين باعتبار أنهم لم يتكونوا إبان الجامعة بشكل جيد .