دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني
(دراسة تحليلية تطبيقية)

ماجد عبده محمد الطياشي
قسم الإعلام -كلية العلوم الاجتماعية والتطبيقية -جامعة عدن-اليمن
DOI: https://doi.org/10.56807/buj.v4i2.259

الملخص

هدفت البحث إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، من خلال عينة عشوائية من أفراد المجتمع اليمني البالغ عددها (190) فرداً، استخدام الباحث الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات.

وقد أظهرت النتائج أن دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني ما زال بدرجة متوسطة؛ نظراً لقلة الاهتمام بتزويد جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية، ولقلة الاهتمام بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط الرياضي وممارسة النقد البناء للجمهور، بالإضافة إلى قلة الاهتمام بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الاسعافات الأولية للإصابات الرياضية، بالإضافة إلى ضعف إقبال الجمهور اليمني على متابعة القنوات الفضائية اليمنية الرياضية؛ نظراً لغياب التميز بجودة البث والإخراج الرياضي في تلك القنوات، ناهيك عن غياب النقل الإعلامي الاحترافي للفعاليات والأحداث الرياضية المرئية، أو إتاحة الفرص للمعلقين الشباب للتعليق على المباريات الكروية والألعاب الرياضية المختلفة، أو اختيار أفضل المعلقين الرياضين للتعليق مع المباريات والفعاليات الرياضية المحلية والدولي.

كما أن الاشباعات المتحققة من الإعلام الرياضي المرئي لدى الجمهور اليمني مازالت متوسطة، ولم تحقق المستوى المرغوب من الاشباع لدى الجمهور، وذلك بسبب قلة تعزيز المعلومات الرياضية المناسبة لدى الجمهور، أو تعزيز المعرفة بآخر الأخبار الرياضية ومتابعة الأحداث الرياضية.

الكلمات المفتاحية: دور -الإعلام الرياضي المرئي -الثقافة الرياضية

المقدمة وأهمية الدراسة:

المعلوم أن الثورة الاتصالية الإعلامية التي يعرفها عالمنا اليوم لم تبدأ من العدم، وإنما ارتكزت على التقدم التكنولوجي المتسارع للحقول العلمية التي تشكلت خلال عقود من الزمن، مرت فيها بمراحل مختلفة من التكوين إلى أن وصلت إلينا بهذه الصورة، فإذا كانت هذه العلوم قد ساعدت الإنسان في الوصول إلى ما وراء الزمن والمكان، واكتشاف الكثير من أسرار هذا الكون، فإننا نجد أثر هذا التقدم العلمي على أساليب ووسائل الاتصال التكنولوجي المعلوماتي، وهذا نتيجة طبيعية لظهور تكنولوجيا الاتصال وتطورها لوصفها نتاجاً لظهور التطور الهائل في أساليب وطرق العمل الإعلامي الإبداعي.

ويمكن القول أن هذه المرحلة قد أحدثت ثورة في نظم الاتصال، وحولت العالم إلى قرية كونية صغيرة، ومن هنا أضحى التطور التكنولوجي عاملاً رئيساً في تطوير الاتصال بأنواعه المختلفة، فقد أنتج هذا التطور للاتصالات المتمثلة بالأقمار الصناعية والحاسبات الالكترونية والاتصال الكابلي والاتصالات الرقمية، والميكروويف والألياف الضوئية والهواتف الذكية، أنتج خدمات جديدة في مجال الاتصال والمعلومات مثل: التلفزيون الكابلي والتلفزيون منخفض القوة والفيديو ديسك والفيديو تكس والرسائل الرقمية والاتصال المباشر عبر الهاتف بقواعد البيانات، والاتصال الفيديوي، وعقد المؤتمرات عن بعد، والبث عبر الإنترنت والبريد الإلكتروني.

وهذه التكنولوجيا المتسارعة غيرت من طريقة استقبالنا واستخدامنا لوسائل الاتصال الجماهيرية، وأنها وباستمرار ستنشط حياتنا وتقدم لنا بدائل متنوعة للاختيار من بينها، مما يخدم ميولنا ورغباتنا وسوف تزداد المعلومات المتاحة لنا، وعندها ينتقل التحدي للنشر من كيفية الحصول على المعلومات إلى أسلوب استخدام تلك المعلومات (تيمور وعلم الدين، 1997م، ص24).

ففي كثير من البلدان العربية تعثرت عملية نقل التكنولوجيا؛ لأسباب عديدة منها: تواجد المال دون تواجد الأيدي العامة الخبيرة والمدربة أو العكس؛ فوضع محطة قوية في متناول يد أحد المتخصصين سيكون من شأنه زيادة إنتاجه كماً وكيفاً.

ونظراً لانفراد التلفزيون بتركيبته الثلاثية (النص، الصوت والصورة) ومع اتساع نطاق المنافسة بين القنوات والمحطات التلفزيونية لتقديم خدمات متميزة في مجال الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة، سواء في الحصول على المعلومة أو سرعة بثها أو لسرعة النقل المباشر بمستويات عالية من الجودة؛ نظراً لذلك فقد شرعت معظم القنوات الفضائية إلى تحديث أنظمة الاتصال بما يتواكب مع التطور التكنولوجي الكبير الذي يحدث في عصرنا.

ويشكل الإعلام الرياضي أهمية كبرى في معظم المجتمعات، نظراً لكون الرياضة أصبحت ظاهرة اجتماعية حضارية هامة في المجتمعات الحديثة، لذا حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام المختلفة، وتظهر أهمية الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات والبيانات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات في الرأي حول قضية أو مشكلة معينة؛ لأن الإعلام هو منهج يقوم على هدف التثقيف كالإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تناسب عقول الأفراد ووجدانهم فيرقى بمستوياتهم ويدفعهم إلى العمل من أجل رقي المجتمع. (الشافعي، 2003م، ص317).

كما يعد الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها بمراحلها المختلفة، فقد أصبحت الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أضحى لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ أكسب بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة متفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم، ومن هنا أصبحت الحياة الرياضية جزءاً لا يتجزأ من الحياة الثقافية، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد العقلي والفكري والتربوي والفني والثقافي. (شاكر وشحادة، 2009م، ص 32).

فأصبحت الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل فهي تعبر عن مستوى تطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها، لذلك فإن من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الإعلام المرئي المتمثل بالفضائيات التي تنقل الأحداث والنتائج الرياضية لمختلف البطولات والمنافسات الرياضية المحلية والعالمية.

وهنا في هذه الدراسة الموسومة بـ(دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة لدى الجمهور اليمني) حاولت معرفة الدور الذي يقوم به الإعلام المرئي في سياق العملية الاتصالية من إحداث تغيير نوعي في الجمهور الرياضي، إذ قام الباحث بعمل دراسة تحليلية- تطبيقية- ميدانية استهدفت القطاع الرياضي والرياضيين والمرتبطين بأنواع الرياضة المختلفة وكذا الجمهور الرياضي لمعرفة حجم ونوع الآثار الناتجة عن هذا الدور على المستوى المحلي، ومدى قدرة القنوات الفضائية اليمنية المتلفزة العمل لإحداث هذا التحول والتغير النوعي في هذا المجال.

وقد شملت الدراسة فصولاً أربعة، استعرض الأول منها الإطار المنهجي للدراسة، كما تناول الفصل الثاني: الرياضة والإعلام الرياضي المرئي، متضمناً أربعة مباحث هامة، الإعلام الرياضي المرئي والنظريات الإعلامية المرتبطة بالدراسة، وأنواع تأثيرات الإعلام الرياضي ومجالاته، أما الفصل الثالث: الرياضة - ماهيتها ومفهومها وواقع الإعلام

الرياضي اليمني في القنوات الفضائية المتلفزة واحتوى على مبحثين الأول: الرياضة- ماهيتها ومفهومها الثقافي، والثاني: واقع الإعلام الرياضي اليمني في القنوات الفضائية المتلفزة، وتناول الفصل الرابع والأخير الدراسة التحليلية- التطبيقية الميدانية، مركزاً على إجراءات وعرض نتائج وتحليل الدراسة واختبار التساؤلات، والاستنتاجات والتوصيات التي خرجت بها الدراسة، كما أن الباحث كان قد استعان بمراجع ومصادر حديثة.

لقد واجهت الباحث تحديات عديدة أهمها: أن البحوث والدراسات العلمية في مجال الإعلام الرياضي في بلادنا لا تذكر نظراً لعدم وجود الكليات والمعاهد المتخصصة في هذا المجال، وكل ما يكتب عبارة عن مقالات وتحليلات رياضية ليس إلا، الأمر الذي شكل أمام الباحث تحدياً، وجعله يبحث من الصفر لهدف الحصول على ما يمكن الحصول عليها من مواد ومعلومات تفيد الباحث في بحثه، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى الوضع العام في اليمن، حيث ما زالت البلاد تعيش حرب منذ أكثر من ستة أعوام، مما يعيق هذا الأمر التنقل بين المحافظات والمدن اليمنية المستهدفة للحصول على المعلومات من ناحية، وإجراء البحث الميداني التطبيقي بواسطة أداة (الاستبانة) على الواقع مباشرة مما حدا بالباحث لإجراء البحث الميداني إلكترونياً، وعبر الإنترنت.

وفي الأخير لا أزعم أنني قد قلت الكلمة النهائية في الموضوع المتناول، فهي دراسة شأنها شأن أي عمل بحثي بشري، قد يعتريها شيء من القصور وهذه مسألة بديهية وواردة، ولكن حسبي أنني قد اجتهدت وقدمت ما بوسعي من الجهد من أجل تحقيق الهدف الذي قمت من أجله.

وتكمن أهمية الدراسة في إبراز دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، كما تتمثل أهميتها من خلال ما ستقدمه من إثراء نظري للإعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية التي سيستفيد منها الباحثون والدراسون في نفس المجال، وتزويد المكتبة العربية بهذا النوع من الدراسات في مجال الإعلام الرياضي اليمني، إلى جانب تشخيص واقع دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، والخروج بنتائج علمية وعملية، تسهم في مساعدة صانعي وراسمي الاستراتيجيات الإعلامية بقاعدة معلوماتية عن ذلك الدور، والتي من خلالها ستسهم في إيجاد رؤية استراتيجية تعزز من الدور الإيجابي للإعلام الرياضي من خلال البرامج الرياضية التلفزيونية الهادفة إلى نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني وتفعيل ذلك الدور أكثر في المستقبل.

مشكلة الدراسة:

نظراً لما يلعبه الإعلام من دور هام في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع، حيث أنه يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، ومع انتشار الرياضة والتطور التكنولوجي الحاصل في العصر الحالي برز الإعلام الرياضي واستفاد من هذا التطور الكبير من حيث الوسائل المستخدمة فيه، مما أدى إلى سرعة وصوله لعدد كبير من الجماهير من حيث طبيعة ومحتوى الرسالة الإعلامية التي يقدمها، لاسيما الإعلام الرياضي المرئي الذي يشكل أهمية في حياة الإنسان من خلال دوره في تنمية المجتمع وتوعيته وتعديل سلوكياته واتجاهاته نحو النشاط الرياضي ونحو الموضوعات المرتبطة به كالصحة، والمعرفة، الترويح، والتنافس، وقوانين الرياضات المختلفة، وطرق التدريب وغيرها، باعتبار الفضائيات تعد من وسائل الاتصال الجماهيري الفعال لنشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والجمهور الرياضي بشكل خاص، لذا وجب التعرف على حقيقة مستوى الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، حيث يسعى الباحث للإجابة عن التساؤل الرئيس لمشكلة الدراسة المتمثل في الآتي:

ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيس الآتي:

معرفة دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني.

مفاهيم ومصطلحات البحث:

1- الإعلام الرياضي المرئي:

يعرف بأنه: " العملية التي تقوم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافته الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي عبر التلفزيون بالصوت والصورة". (الحماحمي، 2006م، ص98).

2- الثقافة الرياضية:

تعرف بأنها :"مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون، للأنشطة الرياضية المختلفة والتي يكتسبها الفرد من البيئة، ويتزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية". (الدسوقي،1994م، ص58).

كما تعرف بأنها:" حصيلة المعلومات التي تكون لدى الفرد، والتي من خلالها يستطيع الفرد أن يكون فكرة عن الألعاب الرياضية التي من شأنها تكوين وتطوير الشخصية المتكاملة

والشاملة، كما أنها لا تتجزأ من الثقافة العامة فهي تساعد على تثبيت النواحي السياسية وتنمية النواحي الصحية والخلقية وتحسين العلاقات الاجتماعية للفرد". (زيود، 2013م، ص326).

الدراسات السابقة وتعقيب الباحث عليها:

تعد الدراسات السابقة من التراث العلمي التي تسهم في إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة القائمة، وتزود الباحث بالطرق العلمية والإجراءات التي يتبعها في دراسته، وهنا قام الباحث لدراسة عدد من الدراسات السابقة القريبة من موضوع الدراسة، وتم عرضها بحسب التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم.

أولاً- الدراسات المحلية:

1- **دراسة جلال سعيد الوصابي (2012م)** الموسومة بـ(أثر الإعلام الرياضي المرئي والمكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة لدى طلبة جامعة الحديدة. (الوصابي، 2012م).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى أثر الإعلام الرياضي المرئي والمكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة لدى طلبة جامعة الحديدة ومدى إقبالهم عليه، مستخدماً المنهج الوصفي بالدراسات المسحية لإجراء الدراسة وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، وتكون مجتمع البحث من طلبة كليات جامعة الحديدة، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية المنتظمة حيث بلغ حجم العينة (1500) طالب وطالبة من المجتمع الأصلي، باستعمال أداة الاستبيان.

وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج من أهمها:

أن طلبة جامعة الحديدة يرون بأن الإعلام الرياضي المرئي المكتوب لا يتعامل مع الرياضة كمجال علم قائم بذاته، وبأنه لا يقوم بالترويج وتدعيم بحوث المختصين في مجال الرياضة والصحة، وأنه لا يعمل على نشر ثقافة الرياضة للجميع، مما جعله بعيد عن توجيه المشاهد والقارئ نحو الممارسة الرياضة بمختلف أنواعها، ويقتصر في تعاطيه مع الرياضة على الجانب التنافسي، كما يرى طلاب جامعة الحديدة بأن الإعلام الرياضي المرئي لا يهتم كثيراً بتثقيف الرياضيين بالجانب الصحي، ولا يشجع على الممارسة الرياضية في وقت الفراغ، ولا يستضيف خبراء في التغذية الرياضية، ولا يجري مقابلات تلفزيونية مع خبراء في الطب الرياضي ولا يبث في برامجه الرياضية التثقيف بأهمية اللياقة البدنية، ولا يهتم بعرض التمارين الرياضية، وكشفت الدراسة بأن إدارة العلاقات العامة والإعلام في الجامعة لا تتعاون مع الصحف الرياضية بحملات التوعية الصحية.

2- **دراسة بطاط نور الدين (2019م)** الموسومة بـ (دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية). (نور الدين، 2019م).

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوسيلة الإعلامية الرياضية الأكثر تفضيلًا من وجهة نظر طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ومعرفة أهم دافع في متابعة وسائل الإعلام الرياضي لدى الطلبة، بالإضافة إلى معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي في التثقيف الصحي والمعرفي والتربوي الاجتماعي لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، مستخدماً عينة عشوائية بسيطة قوامها (212) طالب.

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج الآتية:

- يعتبر الإعلام الرياضي المرئي أكثر الوسائل تفضيلًا لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.
- أهم دافع لمتابعة البرامج الإعلامية الرياضية هو معرفة المستجدات والأخبار الرياضية على الصعيدين المحلي والعالمي.
- تساهم وسائل الإعلام الرياضي بدرجة متوسطة في التثقيف الصحي والمعرفي والتربوي الاجتماعي.

3- **دراسة حسين بن يونس (2019م)** الموسومة بـ (دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء). (بن يونس، 2019م).

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير برامج الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء وتوعيتهن بممارسة النشاط الرياضي، بالإضافة إلى التوصل إلى حجم المشاهدة لدى النساء، ولتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، مستخدماً أداة الاستبانة والمقابلة لعينة قصيدية من النساء اللواتي يرتدن قاعة حسينُ فيتنس جيم.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- للإعلام الرياضي المرئي دور فعال في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.
- للإعلام الرياضي تأثير إيجابي في زيادة الوعي الثقافي الرياضي لدى النساء من خلال مجموعة من البرامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية من الأمراض لديهن.
- للإعلام الرياضي دور في زيادة الوعي الرياضي لدى المرأة بالاعتماد على برامج رياضية ترتبط بحاجيات النساء وتوفير مقدمين مميزين يساهمون بايصال الفكرة بطريقة صحيحة.

4- **دراسة ميرزا(2014م)** الموسومة بـ (اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي الرياضي). (ميرزا، 2014م).

هدفت إلى التعرف إلى اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتكونت الدراسة من (884) فردًا " تم اختيارهم عشوائيًا" بواقع (547) من الذكور و (337) من الإناث.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نوعية الألعاب الرياضية التي يهتم بها الجمهور تبعًا" لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المهنة، الجنسية ومدى ممارستهم للنشاط الرياضي).
- كما أظهرت النتائج أن برنامج الإعلام الرياضي في دولة الإمارات العربية المتحدة تساهم مساهمة فعالة وبدرجة تأثير عالية في ترسيخ القيم الرياضية لدى الجمهور الرياضي.
- أن هناك دور سلبي للإعلام الرياضي من وجهة نظر الجمهور الرياضي، وبشكل خاص فيما يتعلق بتأثيره الكبير على زيادة مستوى الشحن الإعلامي بدفع الجماهير إلى اتخاذ سلوك مضاد للمجتمع.

5- **دراسة ياسر بابكر علي (2013م)** الموسومة بـ(الإعلام الرياضي التلفزيوني ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام. (بابكر علي، 2013م).

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تشكيل اتجاهات الرأي العام معتمداً على المنهج الوصفي التحليلي مستخدماً العينة الطبقية مع خمس فئات من مجتمع الدراسة وهم(اللاعبون، المدربون، الإعلاميون الرياضيون، الحكام) بلغت (1000) فرد بطريقة تناسبية مع الفئات الخمسة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن البرامج الرياضية- في تلفزيون السودان- لعبت دوراً في تشكيل رأي عام إيجابي لمشاهديها يتبلور في ثقافة دعم وتشجيع المنتخبات الوطنية وزيادة مفاهيم الروح الرياضية بالخطط الفنية، وقوانين كرة القدم.
- تعد غالبية آراء مشاهدي البرامج الرياضية- في تلفزيون السودان -آراء عامة.
- تسمح البرامج الرياضية- في تلفزيون السودان-بإحداث تغيير اجتماعي لمشاهديها الذين يمكن أن يتجاهلوا الارتباطات الاجتماعية أو يقللوا ساعات العمل لمشاهدة حدث رياضي مهم.

6- **دراسة" خالد الزيود (2013م)** الموسومة بـ (دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك. (الزيود، 2013م).

هدفت الدراسة إلى معرفة دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بهدف الحصول على المعلومات حول دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة، وبحجم عينة بلغت(327) طالب وطالبة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة اليرموك باستثناء طلبة كلية التربية الرياضية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- الدور الاجتماعي والصحي الذي تركز عليه القنوات الفضائية الرياضية في برامجها في نشر القيم والسلوكيات والأخلاق الكريمة وطرد الأخلاق والسلوكيات السيئة.
- أن القنوات الرياضية توجه أنشطتها دون تمييز بين الرجل والمرأة، مثل الألعاب الأولمبية وألعاب القوى والتنس.

7- **دراسة خالد الزيود (2013م)** الموسومة بـ (تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية). (الزيود، 2013م).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وقامت بتصميم استبانة تكونت من (42) فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال التنافسي والمهني والترويحي والصحي)، ثم توزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها (39) امرأة أردنية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- وجود مستوى متوسط لتقييم مستوى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، وأن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي، ثم المهني، ثم الترويحي، وأخيراً الصحي.
- كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة0.05 في مستوى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل).

8- **دراسة شاكر وشحاذة (2009م)** الموسومة بـ (دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى). (شاكر و شحاذة، 2009م).

هدفت التّعرف على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، واستخدم الباحثان الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات والتي طبقت على عينة بلغ عددهم (1086) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة ديالى، ماعدا كلية التربية الرياضية.

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج الآتية:

- أن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً ايجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، وكذلك توصلت إلى أن مستوى

الثقافة الرياضية لدى متابعي القنوات الفضائية الرياضية لكلا الجنسين متساوٍ تقريباً.

9- **دراسة عيسى الهادي (2008م)** الموسومة بـ (الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية في الجزائر) (الهادي، 2008م).

هدفت الدراسة إلى معرفة دور البرامج الرياضية التلفزيونية في نشر الوعي الرياضي، وذلك بتحليل محتويات البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري، استخدام الباحث منهج تحليل محتوى البرامج الرياضية في التلفزيون، معتمداً على عينة عمدية لكل البرامج الرياضية التلفزيونية الجزائرية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على نشر الوعي الرياضي، ولا تؤدي الوظيفة المناطة منها، ولا تجذب المشاهدين إليها لوجود مجموعة من الأسباب الخاصة بالكم والنوع.

10- **دراسة عقيلة (2008م)** والموسومة بـ (دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند المراهقين) (عقيلة، 2008م).

هدفت الدراسة إلى: محاولة وصف واقع الإعلام الرياضي ومدى أهميته وتأثيره في نشر الوعي الرياضي في تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو التربية البدنية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتماشى وطبيعة الموضوع الذي يتطلب تقصي وجمع المعلومات، وقد تم اختيار عينة الدراسة بشكل عشوائي عن طريق القرعة لمجموعة من تلاميذ وتلميذات ثانويات الجزائر العاصمة كمجتمع لهذه الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن أغلب الشباب يهتمون بالإعلام الرياضي وخاصة الذكور، ويصب جل اهتمامهم في المواضيع المتعلقة بالأخبار الرياضية والتنافسية.
- يتوجه الشباب بشكل كبير إلى التلفاز والإعلام المرئي بدرجة أكبر من غيرها من الوسائل كالصحافة والإذاعة.
- كما أن أغلب الشباب يعتقدون أن مضمون البرامج الرياضية لا يتماشى والبعد التربوي والثقافي للمجتمع الجزائري.

عبيدات (2005 م) الموسومة بـ(دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية). (عبيدات، 2005م).

هدفت الدراسة إلى: التعرف على وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية بدور الإعلام في نشر رياضة المرأة، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الباحثة المنهج المسحي عبر أداة استبانة مكونة من (42) فقرة اشتملت على (4) مجالات رئيسية هي: التنافسي، الترويحي، الصحي، المهني، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة تكونت من(381) طالبة من طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- عدم اهتمام الإعلام الرياضي برياضة المرأة بالشكل المطلوب إلا في حالة مشاركتها بالألعاب التنافسية.
- اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بالتغطية الإخبارية الخاصة برياضة الرجال بشكل أكبر من متابعة الأخبار الرياضية الخاصة بالإنجازات التي تحققها المرأة.
- ضعف اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي لرياضة المرأة ودعمها بشكل عام.

دراسة مارتن (Martin, 2000م) الموسومة بـ (أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية")

هدفت التعرف إلى دور الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية، وكانت عينة الدراسة مقتصرة على أربع نساء مشاركات بالرياضيات المشتركة مع الذكور حيث استخدم أسلوب المقابلة حيث تناولت الحديث عن تاريخهن الرياضي والصعوبات التي تواجههن ونظرة المجتمع لرياضة المرأة، وأظهرت الدراسة من خلال آراء الفقرات الأربعة عدم الاهتمام بالرياضة النسائية، وأن الإعلام لم يغطِ تلك الرياضة بشكل صحيح، وأن الذكور هم المسيطرون، ويجب العناية بالرياضة النسائية، وأوصت الدراسة بإجراء دراسات حول أسباب نقص التغطية الإعلامية وعدم الاهتمام بالرياضة النسوية.

تعليق الباحث على الدراسات السابقة:

اتفقت جميع الدراسات على موضوع دور الإعلام في تعزيز الثقافة الرياضية، إلا أنه تعددت إشكالية الدراسات التي تم الاستفادة منها، فالبعض تحدث عن دور الإعلام المرئي والمكتوب في تعزيز الثقافة الرياضية والبعض الأخر ركز على دور القنوات الرياضية هذا التنوع في دراسة دور وسائل الإعلام الرياضية من جوانب مختلفة أفاد الباحث في الجمع بين مختلف هذه المواضيع والإشكاليات عن دور الإعلام الرياضي ووصولاً إلى دراسة الإعلام المرئي الرياضي.

اختلاف الحدود المكانية لبعض الدراسات السابقة فبعضها كان في الأردن والبعض اللآخر في السودان، إلا أن دراستنا تجري في اليمن لمعرفة اتجاهات الجمهور حول الإعلام الرياضي المرئي.

إجراءات الدراسة الميدانية

منهج الدراسة وأدواته:

استناداً للهدف العام للدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي لقياس المتغيرات وربط الاتجاهات، ويعد هذا المنهج من أكثر المناهج ملائمة لطبيعة الدراسة.

ومن منطلق أن المنهج الوصفي التحليلي يعتمد على دراسة الواقع ويهتم بوصفة وصفاً دقيقاً، ولذلك يعبر عنه كيفياً وكمياً. والمنهج الوصفي مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية والإعلامية، فهو لا يقتصر على وصف الظاهرة وجمع البيانات، بل على تصنيف المعلومات وتنظيمها بحيث يؤدي ذلك في الوصول إلى فهم هذا الواقع، ومساعدة الباحث في الوصول إلى استنتاجات ستساعده على تطوير الواقع الذي يدرسه. كما يهتم المنهج الوصفي بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها، ويقوم هذا المنهج على قاعدتين هما:

1- قاعدة التجريد: وتتضمن عزل انتقاء مظاهر معينة من الظاهرة ودراستها، ولا يعني العزل هنا اعتبار الظاهرة مستقلة عن غيرها من الظواهر، وإنما يعني إبراز الظاهرة كماً وكيفاً بغرض إظهارها أو إبرازها بصورة واضحة.

2- قاعدة التعميم: وتعني الحكم على الظاهرة في إطار العينة التي تم إخضاعها للدراسة، فلذلك استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته.

كما استخدام الباحث المنهج المسحي من خلال الاستبانة لتحليل وقياس آراء الباحثين.

أ- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة بسكان العاصمة المؤقتة عدن، معتمداً على عينة عشوائية من المديريات الثمان قوامها (190) مفردة، وتعد حجمًا مناسبًا لدراسة الجمهور غير المتجانسة في خصائصها الديموغرافية (العمر والنوع الاجتماعي).

ب-أدوات للدراسة:

استخدم الباحث عدد من الأدوات في الدراسة تتمثل في الآتي:

1- الاستمارة (الاستبانة): وهي الوسيلة التي من خلالها تكون هناك علاقة بين الباحث والمبحوث.

2- أساليب التحليل الإحصائي(SPSS): يمكن تحليل أو تفسير الجداول الإحصائية على عدة أساليب تحليلية هي كالآتي: (التكرارات والنسبة المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الارتباط بيرسون، اختبار ألفا كورنباخ).

ج- حدود ومجالات الدراسة:

والتي تتمثل في الآتي:

1- **الحدود الموضوعية**: دراسة دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني.

2- **المجال الزمني**: يتمثل في زمن تنفيذ الدراسة خلال عام 2021م.

3- **المجال الجغرافي**: الإعلاميون الرياضيون في اليمن.

4- **المجال البشري**: المشاهدون للبرامج الرياضية من الجمهور اليمني للقنوات الفضائية اليمنية.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة بسكان العاصمة المؤقتة عدن، معتمداً على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة في اختيار عينة الدراسة قوامها (190) مفردة، والتي تمثلت خصائصها على النحو الآتي:

- **النوع الاجتماعي:**

جدول رقم (1) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لأفراد العينة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	172	90.5
انثى	18	9.5
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) أن عدد أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي (172) ذكراً بنسبة (90.5%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغ عدد أفراد العينة من الإناث (18) بنسبة (9.5%)، وهذا يعود إلى طبيعة الدراسة التي تركز على الثقافة الرياضية، وهذا الجانب مازال متدنياً لدى الإناث في مجتمعنا اليمني، الأمر الذي أدى قلة العينة منهن، رغم حرص الباحث على تنوع العينة لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة.

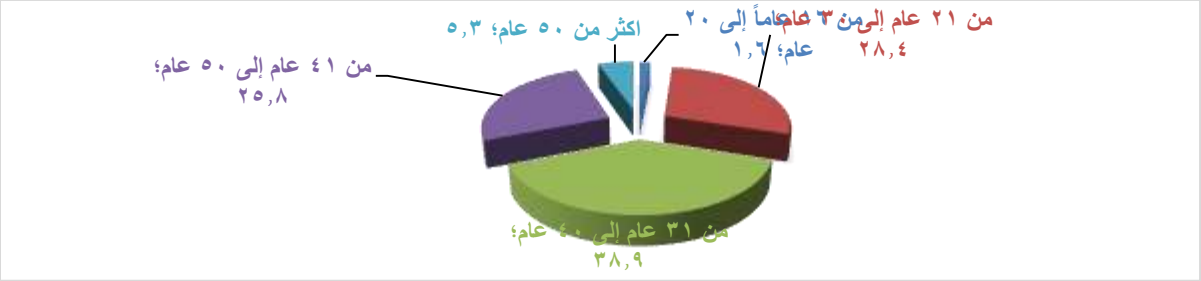
شكل (1) يوضح توزيع أفراد العينة بحسب النوع الاجتماعي بطريقة مرئية

- **السن:**

جدول رقم (2) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية توزيع لأفراد العينة حسب السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 16 عاماً إلى 20 عام	3	1.6
من 21 عام إلى 30 عام	54	28.4
من 31 عام إلى 40 عام	74	38.9
من 41 عام إلى 50 عام	49	25.8
أكثر من 50 عام	10	5.3
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (2) أن أعلى نسبة لسن أفراد العينة يتمثل بـ (31عام إلى 40 عام) بواقع (38.9%) من إجمالي عينة الدراسة في المرتبة الأولى، يليها السن (من 21 عام إلى 30عام) بنسبة (28.4%) في المرتبة الثانية، في حين جاء السن (من 41 عام إلى 50 عام) وهذا ما يؤكد على أنها أكثر الفئات العمرية نشاطاً وحيوية وخبرة بالإضافة إلى اهتمامها بالجوانب الرياضية ممارسة ومشاهدة، وبالتالي فإن بياناتهم تعد أكثر واقعية وتخدم أهداف الدراسة إلى حدٍ كبير، كما كان هناك تواجد لسن (أكثر من 50 عام) بنسبة (5.3%) من إجمالي عينة الدراسة، وسن (من 16 عاماً إلى 20 عام) بواقع (1.6%) ما يشير إلى وجود التنوع في الفئات العمرية للعينة ما يخدم أهداف الدراسة.



شكل (2) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية توزيع لأفراد العينة حسب السن

- **الحالة الاجتماعية:**

جدول رقم (3) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية توزيع لأفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
متزوج /متزوجة	169	88.9
عازب /عازبة	17	8.9
مطلق /مطلقة	4	2.1
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (3) أن أعلى نسبة من الحالات الاجتماعية لأفراد العينة هي للمتزوجين بواقع (88.9%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها العزاب بنسبة (8.9%)، مع وجود نسبة ضئيلة من المطلقين بواقع (2.1%)، هذا التنوع يسهم في إيجاد مؤشر حقيقي على مدى المتابعة للقنوات الإعلامية بشكل عام والقنوات الرياضية على وجه الخصوص.

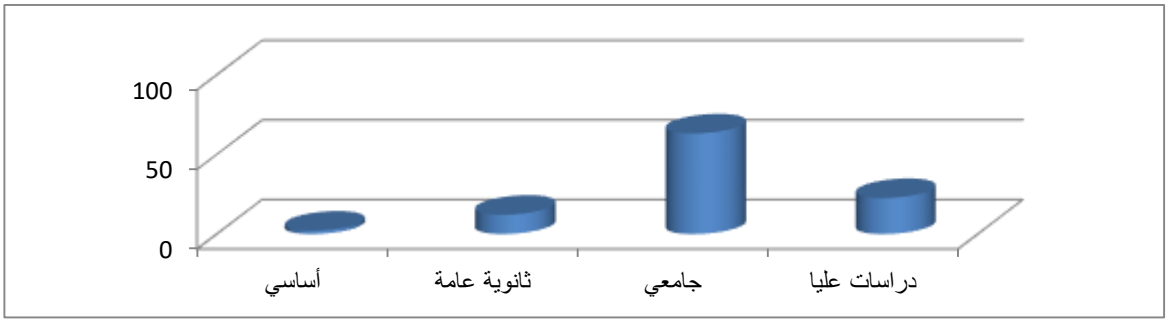
شكل (3) توزيع أفراد العينة بحسب الحالة الاجتماعية بطريقة مرئية

- **المستوى التعليمي:**

جدول رقم (4) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لأفراد العينة بحسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
أساسي	4	2.1
ثانوية عامة	23	12.1
جامعي	120	63.2
دراسات عليا	43	22.6
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (4) أن أعلى نسبة لأفراد العينة ممن يحملون شهادة جامعية، بواقع (63.2%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليها المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة (22.6%)، ما يشير إلى أن معظم العينة هم من المتعلمين ومن ذوي الثقافة العالية وهذا يخدم أهداف الدراسة في الحصول على المعلومة الدقيقة، في حين شكلت نسبة (12.1%) للحاصلين على ثانوية عامة، يليها نسبة (2.1%) من الحاصلين على الشهادة الأساسية.



شكل (4) توزيع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي بطريقة مرئية

- **طبيعة العمل:**

جدول رقم (5) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية توزيع لأفراد العينة حسب طبيعة العمل

طبيعة العمل	التكرارات	النسبة المئوية
حكومي	96	50.5
خاص	63	33.2
لا أعمل	31	16.3
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (5) أن معظم أفراد العينة هم من العاملين في الوظائف الحكومية بواقع (50.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، يليهم العاملين في القطاع الخاص بنسبة (33.2%)، في حين جاءت نسبة (16.3%) من أفراد العينة لا يتوفر لديهم عمل، وهذا يسهم في تنوع أوقات المشاهدة للقنوات الإعلامية الرياضية واختلاف وجهات النظر بينهم واختلاف ثقافتهم الرياضية، هذا التنوع والاختلاف يخدم أهداف الدراسة.

.

شكل (5) توزيع أفراد العينة بحسب طبيعة العمل بطريقة مرئية

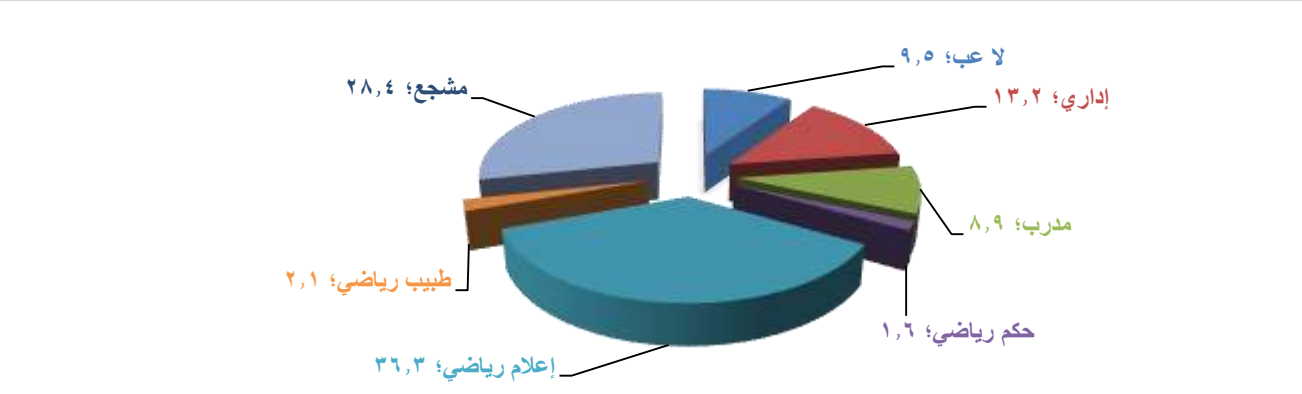
- **طبيعة العمل ذو العلاقة بالمؤسسات الرياضية:**

جدول رقم (6) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لأفراد العينة حسب طبيعة العمل ذو العلاقة بالمؤسسات الرياضية

طبيعة العمل بالمؤسسات الرياضية	التكرارات	النسبة المئوية
لا عب	18	9.5
إداري	25	13.2
مدرب	17	8.9
حكم رياضي	3	1.6
إعلام رياضي	69	36.3
طبيب رياضي	4	2.1
مشجع	54	28.4
الإجمالي	190	100.0

يتضح من الجدول رقم (5) تنوع طبيعة عمل المبحوثين وعلاقته بالمؤسسات الرياضية (ما بين إعلاميين رياضيين، ومدربين وأطباء رياضيين وحكام ولاعبين ...إلخ)، حيث تشير النتائج إلى أن معظم المبحوثين هم من الإعلاميين الرياضيين بنسبة (36.3%)، يليهم المشجعين بنسبة (28.4%)، ثم الإداريين بنسبة (13.2%)، واللاعبين بنسبة (9.5%)، ثم المدربين بواقع (8.9%)، في حين جاء الأطباء والحكام الرياضيين بنسب ضئيلة نظراً لطبيعة وظروف المهنة تمثلت بـ(2.1%) و(1.6%) على التوالي.

وهذا يشير إلى تنوع طبيعة العمل للمبحوثين وعلاقتها بالمؤسسات الرياضية، الأمر الذي يسهم في تنوع الآراء والثقافات الرياضية حول دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني.



شكل (6) توزيع أفراد العينة بحسب طبيعة العمل بطريقة مرئية

3- أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة للإجابة على تساؤل الدراسة، وتضمنت الاستمارة المقدمة للمبحوثين معرفة البيانات الشخصية للمبحوث (النوع الاجتماعي، السن، المستوى التعليمي، طبيعة العمل علاقة العمل بالمؤسسات الرياضية).

- **بناء الأداة:**

قام الباحث بإعداد أداة الدراسة لمعرفة دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، متبعاً الخطوات الآتية:

1- الاطلاع على الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها لبناء الاستبانة، وصياغة فقراتها.

2- تصميم الاستبانة في صورتها الأولية وقد تكونت من (10) فقرات.

3- بعدها تم عرض الاستبانة على المشرف والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية.

4- كما تم عرض الاستبانة بعد تصميمها على (8) محكمين من أعضاء هيئة التدريس في جامعة عدن، وبعض الجامعات اليمنية.

1- في ضوء آراء المحكمين فقد بقت الاستبانة على صورتها النهائية بـ (10) فقرات.

ترميز وقياس أداة الدراسة: تم استخدام مقياس ليكرت (Liker)ذو التدرج الخماسي لبيان آراء أفراد عينة الدراسة وحل الفقرات الواردة في الاستبانة، ولإيجاد الأوساط الحسابية لآراء عينة الدراسة، فقد خصصت أوزان ترجيحية تتفق مع إجابات أفراد عينة الدراسة حيث خصص الوزن (5) للحالة أوافق بشدة، (4) للحالة أوافق، (3) للمحايدة، (2) للحالة لا أوافق، (1) للحالة لا أوافق بشد، كما في الشكل الآتي:

جدول رقم (6) درجات مقياس ليكرت الخماسي

الموافقة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدةَ
الدرجة	5	4	3	2	1

احتساب التقدير اللفظي:

لتحديد الفاصل الزمني لمقياس ليكرت الخماسي، يتم طرح أدنى قيمة من أعلى قيمة (5-1=4) وقسمتها على عدد قيم مقياس ليكرت الخماسي (4÷5= 0.8)، وعليه يكون طول الفئة = (0.8) وتم قياس درجة الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي، فإذا كان المتوسط الحسابي للفترة (من 1 الى 1.79) فإن التقدير اللفظي له هو (منخفض جداً)، وإذا كان المتوسط الحسابي للفترة (من 1.8 إلى 2.59) فإن التقدير اللفظي له هو (منخفض)، وإذا كان المتوسط الحسابي للفترة (من 2.6 – 3.39) فإن التقدير اللفظي له هو (متوسط) وإذا كان المتوسط الحسابي للفترة (3.4 – 4.19) فإن التقدير اللفظي له هو (مرتفع) وإذا كان المتوسط الحسابي للفترة (4.2 – 5) فإن التقدير اللفظي له هو (مرتفع جداً)، كما في الجدول أدناه.

جدول رقم (7) يبين درجة الموافقة والتقدير اللفظي حسب مقياس ليكرت الخماسي لدرجة الموافقة

درجة الموافقة	موافقة بدرجة كبيرة جدًا	موافقة بدرجة كبيرة	موافقة بدرجة متوسطة	موافقة بدرجة قليلة	موافقة بدرجة قليلة جداً
مقياس	5	4	3	2	1
إذا كان المتوسط	5 – 4.2	4.19 – 3.4	3.39 – 2.6	2.59– 1.8	1.79 -1
التقدير اللفظي أو مستوى الأهمية	مرتفع جداً	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جداً
القرار	مناسب	مناسب	مناسب	غير مناسب	غير مناسب

4- اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه، في حين يقصد بالصدق شمول الاستقصاء لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها ونظراً لطبيعة الأداة المستخدمة في الدراسة، تم التأكد من صدق الاستبانة بثلاثة طرق:

1- **صدق المحكمين "الصدق الظاهري":**

يقصد بصدق المحكمين هو أن يختار الباحث عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، فقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (8) محكماً من ذوي الخبرة والكفاءة من الكليات الإعلامية في الجامعات اليمنية، حيث استوعبت آراء المحكمين وتم إجراء التعديلات من حذف وتعديل وإضافة لبعض الفقرات في ضوء المقترحات المقدمة، وصولاً إلى الصورة النهائية للاستبانة.

2- **الاتساق الداخلي:**

قد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة نفسها من خلال تطبيق الاستبانة على عينة من الجمهور قدرت بـ (50) مفردة.

أ- نتائج الاتساق الداخلي لفقرات استبانة: الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي.

جدول رقم (8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة N =50

م	الفقـــــــــرات	قيمة المتوسط	قيمة التباين	معامل الارتباط المصحح	معامل ألفا كرونباخ
-1	يهتم بالجوانب التاريخية والتراكم النوعي لمسيرة الرياضة اليمنية.	33.6105	144.726	.798	961
-2	يعرف ويهتم بمستجدات الألعاب الرياضة المختلفة وقوانينها المتجددة المحلية والدولية.	33.5579	143.983	.805	961

-3	يهتم بأخبار وإعلانات مواعيد وأماكن إقامة الألعاب والبطولات والفعاليات الرياضية المحلية والخارجية.	33.2737	147.385	.728	963
-4	يهتم بتغطية الأحداث الرياضية المباشرة والمسجلة المحلية والدولية لكلا الجنسين.	33.6842	142.757	.824	960
-5	يقوم بنشر وتعميم المعلومات الإدارية والهيكلية المتجددة للاتحادات والمراكز الرياضية ولمختلف الألعاب اليمنية.	33.7105	142.387	.824	960
-6	يزود جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية.	34.0263	140.640	.868	959
-7	ينمي الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية بمختلف أنواعها.	33.7526	141.542	.837	960
-8	يهتم بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط وممارسة النقد البناء للجمهور.	33.7947	140.153	.899	958
-9	يهتم بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الإسعافات الأولية للإصابات الرياضية.	33.7421	141.769	.866	959
-10	يهتم بعملية التوعية بمخاطر العنف في الملاعب والممارسات الرياضية الخاطئة.	33.8895	145.199	.691	964
الإجمالي العام.		33.7042	143.054	0.814	961

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة a≤ 0.05

تبين نتائج جدول رقم (8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات استبانة " **الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي**"، والذي أظهرت أن معاملات الارتباط المبنية مرتفعة وقيمة مستوى الدلالة دالة عند مستوى معنوية a≤ 0.05 وبذلك تعتبر الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (9) معامل الارتباط الكلي لفقرات الاستبانة

الاستبانة	معامل بيرسون للارتباط	مستوى الدلالة
لإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي.	.81**	.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة a≤ 0.05

تبين نتائج الجدول رقم (9) معامل الارتباط الكلي لفقرات الاستبانة، والتي أظهرت أن معاملات الارتباط مرتفعة كونها تقترب من الواحد الصحيح وقيمة مستوى دلالة(.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية a≤ 0.05 وبذلك يتأكد صدق الاستبانة لما وضعت لقياسه.

يقصد بثبات الاستبانة الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترة زمنية معينة، وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Coeffcient Cronbah,s Alpha وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول أدناه.

3- ثبات الاستبانة:

جدول رقم (10) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاور الدراسة	معامل الثبات	الصدق = الجذر التربيعي للثبات	عدد الفقرات
الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي.	0.96	0.98	10

توضح نتائج الجدول رقم (10) أن معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة حيث بلغت (0.98) وهي قيمة تقارب نحو الواحد الصحيح، ما يؤكد على أن ثبات الاستبانة مرتفع، الأمر الذي يشير إلى اكتمال الاستبانة في صورتها النهائية وقابليتها للتوزيع، وتأكد الباحث من صدقها وثباتها، الأمر الذي يجعله

على ثقة تامة بصحتها وصلاحيتها للتحليل والإجابة على أسئلة الدراسة لتحقيق أهدافها المرجوة.

5-الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لمعالجة وتحليل البيانات والحصول على النتائج الإحصائية المطلوبة للإجابة عن تساؤل الدراسة، تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال حزمة البرامج الإحصائية الاجتماعية (SPSS)، على النحو التالي:

- التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لتحديد الأهمية النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تجاه كل فقرات من فقرات استبيان الدراسة.
- معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس درجة الارتباط بين فقرات الدراسة لحساب الاتساق الداخلي للاستبانة.
- معامل ألفا كرونباخ معرفة ثبات فقرات الدراسة.

عرض نتائج البحث وتحليلها:

أولاً: **عرض نتائج الدراسة:**

سيتم استعراض نتائج آراء عينة الدراسة حول "دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني" على النحو الآتي:

أ) عرض نتائج تساؤل الدراسة:

للإجابة عن تساؤل الدراسة الذي ينص على **" ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني؟**

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول فقرات الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي على النحو الآتي:

جدول رقم (11) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لآراء عينة الدراسة حول الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني ن=190

م	العبـــــــــــارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب	النتيجة
-1	يهتم بالجوانب التاريخية والتراكم النوعي لمسيرة الرياضة اليمنية.	3.23	1.22	364.5	3	متوسطة
-2	يعرف ويهتم بمستجدات الألعاب الرياضة المختلفة وقوانينها المتجددة المحلية والدولية.	3.28	1.23	65.58	2	متوسطة
-3	يهتم بأخبار وإعلانات مواعيد وأماكن إقامة الألعاب والبطولات والفعاليات الرياضية المحلية والخارجية.	3.56	1.18	71.26	1	مرتفعة
-4	يهتم بتغطية الأحداث الرياضية المباشرة والمسجلة المحلية والدولية لكلا الجنسين.	3.15	1.28	63.05	4	متوسطة
-5	يقوم بنشر وتعميم المعلومات الإدارية والهيكلية المتجددة للاتحادات والمراكز الرياضية ولمختلف الألعاب اليمنية.	3.13	1.30	62.53	5	متوسطة
-6	يزود جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية.	2.81	1.32	56.21	10	متوسطة
-7	ينمي الاتجاهات الإيجابية للجمهور نحو أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية بمختلف أنواعها.	3.08	1.32	61.68	7	متوسطة
-8	يهتم بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط وممارسة النقد البناء للجمهور.	3.04	1.30	60.84	8	متوسطة
-9	يهتم بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الإسعافات الأولية للإصابات الرياضية.	2.86	1.28	57.26	9	متوسطة
-10	يهتم بعملية التوعية بمخاطر العنف في الملاعب والممارسات الرياضية الخاطئة.	3.09	1.27	61.89	6	متوسطة
المتوسط العام.		3.12	1.27	62.48	متوسطة	

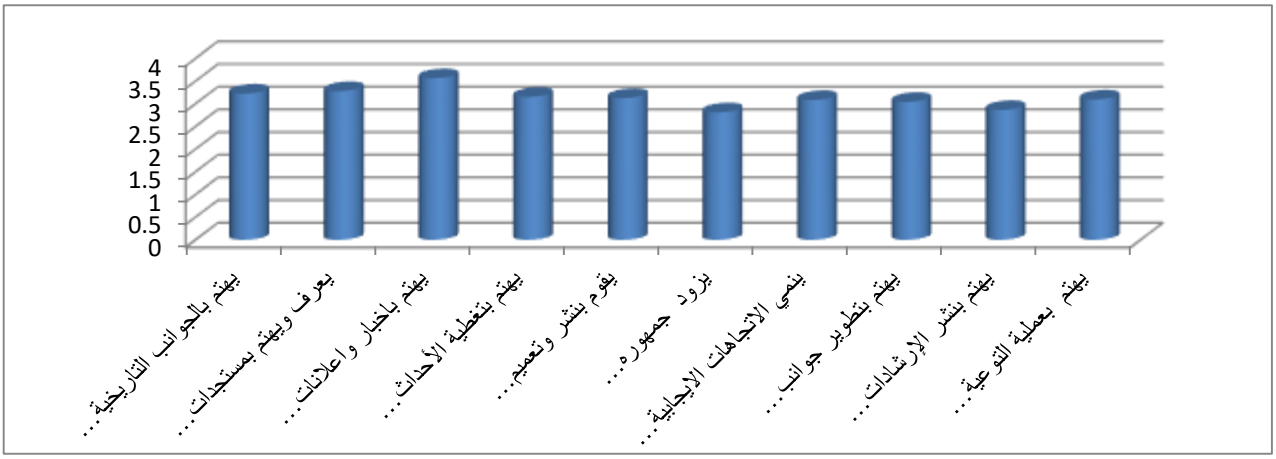
يتضح من نتائج الجدول رقم (11) للفقرات الخاصة باستبيان الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي، أن هناك تقارب في درجة الموافقة لأفراد عينة الدراسة حيث تراوحت متوسطات استجابتهم ما بين (2.81 - 3.56) والتي تقع في الفئة الثالثة والرابعة من المقياس المتدرج الخماسي والتي تشير إلى (متوسطة ومرتفعة) حيث وصل أدنى متوسط (2.81) والذي ينص على"يزود جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية" أما أعلى متوسط فبلغ (3.56) والذي ينص على "يهتم بأخبار وإعلانات مواعيد وأماكن إقامة الألعاب والبطولات والفعاليات الرياضية المحلية والخارجية" إذ تم ترتيب الفقرات بحسب المتوسط الحسابي وعلى النحو الآتي:

1- جاءت الفقرة رقم (3) وهي "يهتم بأخبار وإعلانات مواعيد وأماكن إقامة الألعاب والبطولات والفعاليات الرياضية المحلية والخارجية" بالمرتبة الأولى من بين فقرات الاستبانة " من حيث الموافقة العالية لأفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.18).

2- جاءت الفقرة رقم (2) وهي "يعرف ويهتم بمستجدات الألعاب الرياضة المختلفة وقوانينها المتجددة المحلية والدولية" بالمرتبة الثانية من بين فقرات الاستبانة "من حيث الموافقة المتوسطة لأفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (3.27) وانحراف معياري (1.25).

3- جاءت الفقرة الأخيرة رقم (6) وهي "يزود جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية" بالمرتبة العاشرة من بين فقرات الاستبانة من حيث الموافقة المتوسطة لأفراد عينة الدراسة عليها بمتوسط حسابي (2.81) وانحراف معياري (1.32).

كما تشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام لاستبيان الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية التثقيف الرياضي، بلغت (3.12) وهذه القيمة تقع في الفئة الثالثة من المقياس الخماسي والتي تتراوح ما بين (2.6 – 3.39) ما يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة متوسطة على فقرات الاستبانة أبرزها (يهتم بأخبار وإعلانات مواعيد وأماكن إقامة الألعاب والبطولات والفعاليات الرياضية المحلية والخارجية، يعرف ويهتم بمستجدات الألعاب الرياضة المختلفة وقوانينها المتجددة المحلية والدولية، يزود جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية).



شكل (7) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لآراء عينة الدراسة حول الإعلام الرياضي المرئي في اليمن ودوره في عملية في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني.

ثانياً: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

بعد الانتهاء من عرض نتائج الدراسة، سيتم الآن مناقشتها في هذا الجزء على النحو الآتي:

(أ) مناقشة نتائج تساؤل الدراسة الذي ينص على: ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني؟

من خلال نتائج الجدول رقم (11) يتضح أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني كان بدرجة متوسطة، بلغت (3.12)، وهذا يعود لقلة الاهتمام **بتزويد جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية**، ولقلة **الاهتمام بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط الرياضي وممارسة النقد البناء للجمهور، بالإضافة إلى قلة الاهتمام**

بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الإسعافات الأولية للإصابات الرياضية التي لها الأثر الإيجابي في الارتقاء بالثقافة الرياضية وترسيخ القيم، وبهذه النتيجة جاءت هذه الدراسة متفقة مع كلاً من دراسة بطاط نور الدين **(2019م)** بأن وسائل الإعلام الرياضي تسهم بدرجة متوسطة في التثقيف الصحي والمعرفي والتربوي الاجتماعي، لوجود ضعف في الأداء المهني في الصحف الرياضية، ودراسة زيود (2013م) بأن وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

بينما جاءت نتائج هذه الدراسة غير متفقة مع دراسة جلال الوصابي (2012م) بأن الإعلام الرياضي المرئي لا يعمل على نشر ثقافة الرياضة للجميع ولا يتعامل مع الرياضة كمجال علم قائم بذاته، دراسة عيسى الهادي (2008م) بأن البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على نشر الوعي الرياضي، ولا تؤدي الوظيفة المناطة منها ومع دراسة مارتن (2000م)، بعدم الاهتمام بالرياضة النسائية وأن الإعلام لم يغط تلك الرياضة بشكل صحيح وأن الذكور هم المسيطرون.

ما يقودنا إلى القول أن وسائل الإعلام بشتى أنواعها مطالبة بتكييف وتطوير برامجها ونشاطها؛ من أجل العمل على تحسين وتطوير الثقافة الرياضية لدى الجمهور المتلقي؛ لأن موضوع التثقيف يعتبر من الواجبات والأهداف الأساسية التي يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيقها إلى جانب الدور الترفيهي والإخباري.

الاستنتاجات والتوصيات:

اولاً: الاستنتاجات:

في ضوء هدف الدراسة ونتائجها توصل الباحث إلى أهم الاستنتاجات الآتية:

1- أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني ما زال بدرجة متوسطة؛ نظراً لقلة الاهتمام بتزويد جمهوره بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية.

2- أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني ما زال بدرجة متوسطة؛ بسبب قلة الاهتمام بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط الرياضي وممارسة النقد البناء للجمهور.

3- أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني ما زال بدرجة متوسطة؛ نظرًا لقلة الاهتمام بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الإسعافات الأولية للإصابات الرياضية.

4- وجود ضعف إقبال للجمهور اليمني على متابعة القنوات الفضائية اليمنية الرياضية؛ نظراً لغياب التميز بجودة البث والإخراج الرياضي في تلك القنوات، ناهيك عن غياب النقل الإعلامي الاحترافي للفعاليات والأحداث الرياضية المرئية، أو إتاحة الفرص للمعلقين الشباب للتعليق على المباريات الكروية والألعاب الرياضية المختلفة، أو اختيار أفضل المعلقين الرياضين للتعليق مع المباريات والفعاليات الرياضية المحلية والدولي.

5- أن الإشباعات المتحققة من الإعلام الرياضي المرئي لدى الجمهور اليمني مازالت متوسطة، ولم تحقق المستوى المرغوب من الإشباع لدى الجمهور، نظراً لقلة تعزيز المعلومات الرياضية المناسبة لدى الجمهور، أو تعزيز المعرفة بأخر الأخبار الرياضية ومتابعة الأحداث الرياضية.

6- أن درجة المتابعة للقنوات اليمنية متوسطة وتميل إلى الانخفاض، رغم طول فترة الفترة المتابعة لمعظم أفراد العينة تقدر بثلاثة أعوام وأكثر وبشكل دائم وبصفة يومية، إلا أن ساعات المشاهدة لا تستغرق أوقاتًا طويلة لمعظم أفراد العينة حيث تقدر بالساعتين، وهو ما يشير إلى عدم المكوث الطويل في متابعة الإعلام الرياضي كونه لا يجعل المتابع يشعر بالحماس إزاء متابعته، ولا يهتم بالكم المعلوماتي الرياضي وعدم شموليته لمختلف المواضيع الرياضية.

ثانياً: التوصيات: من خلال من توصل إليه الباحث، يوصي بالآتي:

1- وضع سياسة إعلامية رياضية على أسس علمية منهجية و المتبعة من طرف الدول المتقدمة في ميدان الإعلام الرياضي المرئي.

2- ضرورة النهوض بالبرامج الإعلامية كمًا وكيفًا وتطويرها، وتخصيص قنوات إعلامية رياضية.

3- ضرورة الاهتمام بنوعية البرامج في القنوات الرياضية واستدعاء الخبراء والمحللين المميزين للبرامج.

4- توفير كافة الإمكانات والوسائل المادية والبشرية والصحفية الضرورية للعمل من أجل إعلام رياضي هادف.

5- عقد دورات مستمرة للعاملين وتأهيلهم في المجال الرياضي من أجل الارتقاء في أداء الإعلام الرياضي.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1. بطاط نور الدين، دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، دراسة ميدانية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019م.

2. جاسم خليل ميزرا، اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، المجلة

الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة، الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة بدبي، ع(1)، دبي، الإمارات، 2014م.
3. جلال سعيد الوصابي، أثر الإعلام الرياضي المرئي والمكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة لدى طلبة جامعة الحديدة، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة الحديدة،2012م.
4. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003م.
5. حسين بن يونس، دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، قسم : الإعلام والاتصال الرياضي، الجزائر، 2019م.
6. خالد الزيود، تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم، 2013م.
7. خالد الزيود، دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك "مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد الرابع، الأردن، 2013م.
8. خالد الزيود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك "مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد الرابع، الأردن، 2013م.
9. سخري عقيلة، دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند المراهقين، معهد التربية البدينة والرياضية، رسالة ماجستير جامعة الجزائر، 2008م.
10. شيرين محمد عبيدات، دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير ، جامعة اليرموك، الأردن ، 2005م.
11. علاء الدين الدسوقي، الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، ، 1994م.
12. عيسى الهادي، الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية في الجزائر، الملتقى الدولي الثالث لعلوم الرياضة حول النشاطات البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، سيدي عبدالله، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر ،2008م.
13. محمد الحماحمي، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006م.
14. محمد تيمور ومحمود علم الدين، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، 1997م.
15. نبيل شاكر وعثمان شحاذة، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، مجلة الفتح، العدد الثالث والأربعون، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالى، كانون الأول، الجزائر، 2009م.
16. نبيل شاكر، عثمان شحادة ، دور مشاهدو القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضة بين طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح، ع(43)، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، السودان،2009م.
17. ياسر بابكر علي، الإعلام الرياضي التلفزيوني ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، قسم الإذاعة ، الخرطوم،2013م.

المراجع الإنجليزية:

18.Martine, Mary Terasa ,Learning to Competei Media and Other Influences Froming the Self-Concepts of Four Female College Athletes, DAL-A,Vol.60,2000