

دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة

إبراهيم علي الورافي¹، فايز يحيى الهندي²، علاؤ النهاري³
كلية التربية الرياضية- جامعة صنعاء - اليمن
DOI: <https://doi.org/10.56807/buj.v4i2.260>

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة. ودور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية باليمن تبعاً لمتغيرات (الإعلاميين، اللاعبين، الإداريين). وسعت الدراسة لمعرفة دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة. وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 <$) في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميين، اللاعبين، الإداريين). وبينت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغير عينة الدراسة (الإعلاميين، اللاعبين، الإداريين)، وكذلك لجميع المجالات. وأن الفروق بين الإعلاميين وبين اللاعبين كانت لصالح اللاعبين، وبين الإداريين واللاعبين لصالح اللاعبين. وأن المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب لا تحفز المجتمع على ممارسة الرياضة كما أنها لا تشجعهم على البحث لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة والصحة. وأن الإعلام الرياضي قادر على نشر الرياضة المجتمعية وترسيخها لدى الجميع بمختلف أشكاله سواء المكتوب أو المسموع أو المرئي فقد أولى الاهتمام اللازم بمواضيع الرياضة والصحة والتشعب في شتى مجالاتها النفسية والجسمية.

الكلمات المفتاحية: الدور - الإعلام - الرياضة المجتمعية

مقدمة الدراسة:

يؤدي الإعلام بصفة عامة دوراً حيوياً ورئيسياً في المجتمعات المتقدمة نظراً لتأثيره وانعكاسه على مناحي الحياة في هذه المجتمعات، ومن هنا جاء اهتمام الأجهزة المعنية في الدولة أو الحكومات بوسائل الإعلام لما لها من دور هام ورئيسي في التعبير عن رأي وفكر وتطلعات أفراد المجتمع في المجالات المختلفة. (عبد العاطي، 2009م، 17).

والإعلام يعتبر أحد عناصر الجذب في المجتمع في كل الألعاب الرياضية بصفة عامة وبصفة خاصة لعبة كرة القدم الأكثر شعبية في أنحاء كثيرة من العالم، وتبذل كثير من الدول المتقدمة جهوداً مستمرة لإعداد وتنمية اللاعبين للوصول إلى البطولة. (إمام، 1986م، 22).

ويؤدي الإعلام عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصائيات، ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس تقديم دور مؤثر في هذا المسار ويتمثل في بث الوعي ونشر المعلومات معتمداً الكثير من الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية بقصد تقوية الاتصال الجماهيري وترقية الحس الاجتماعي وزيادة القدر الثقافي لأفراد المجتمع. (عويس وعطاء، 1998م، 20).

كما يسهم الإعلام أيضاً في تطوير وانتشار الرياضة وإشباع حاجات الرأي العام، فكلهما مؤسسة اجتماعية شديدة التأثير، فالإعلام بما يملكه من أدوات ومقومات، والرياضة بوصفها نظاماً اجتماعياً يكملان عمل المؤسسات التربوية، فما بالناس بارتباط واندماج قوي التأثير وهو ما يسمى "بالإعلام الرياضي"، فالإعلام شريك أساسي، إذا ما أحسن استخدامه في تطوير المنظومة الرياضية، والرياضة مادة شديدة الأهمية تكمل النسيج الإعلامي وتضفي عليه رونقاً وجمالاً، وقد أصبح هذا الدور يتعدى حد المتعة والترفيه إلى التأثير في قضايا المجتمع كالعنف والتعصب والانتماء وإشاعة روح اللعب النظيف وغيرها من القضايا الهامة. (شاهين، 2017م، 35).

وقد أصبحت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة وشبكات الإنترنت وسيلة رئيسية في توصيل الأحداث الرياضية إلى مختلف الجماهير؛ وذلك لما للرياضة من أهمية في المجتمعات الإنسانية، ودور هام في كل مجتمع، ولما تقوم به من تنشئة أفراد وتثقيفهم رياضياً وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً ورياضياً وأخلاقياً، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية، فالرياضة تمثل عملية ضبط اجتماعي. (عبد الخالق، 1980م، 23).

ويرى الباحثون أن للإعلام دوراً في إحاطة المجتمع علماً بالأخبار والأحداث الرياضية، أو أي موضوع يتعلق بالجمال الرياضي يساعده ويحفزه على ممارسة الرياضة المجتمعية، ويتوخى منه توسيع قاعدة الممارسة للرياضة من مختلف الشرائح والفئات العمرية.

إن الإعلام الرياضي علم مهم في حياة الشعوب، وبه تستطيع توجيهه بوصلة الجماهير من خلال تثقيف يومي مستمر لما يصبو إليه أصحاب الوسائل الإعلامية، من خلال التوجه بالأراء والأفكار المراد إيصالها للجماهير، فهو يعد جزءاً رئيسياً من مسيرة الأمم وسجلاً حافلاً بالإنجازات والمكاسب الرياضية للبلدان والشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية محلياً وخارجياً (أديب، 1994م، 4).

و الإعلام بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي يعمل بها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع؛ فالإعلام بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.

مشكلة الدراسة:

نظراً للتقدم والتوسع المستمر في مجال الإعلام ومجال القنوات الفضائية والبرامج الرياضية خاصة البرامج الجماهيرية والشعبية التي تحاول تحقيق أهدافها والتي يظهر فيها التحيز في أغلب البرامج للفرق الرياضية بمختلف الألعاب والإهمال الشديد في تحفيز المواطن نحو ممارسة الرياضة المجتمعية والرياضة للجميع.

وكون الإعلام الرياضي في اليمن يركز اهتمامه على الرياضة التنافسية وخاصة للألعاب التي تحظى بشعبية جماهيرية عالية، بينما يغفل أو يهمل الرياضة المجتمعية والترويحية والصحية، أن ممارسة الرياضة يجب أن لا تقتصر على لاعبي الأندية فقط بل تتسع لتشمل المجتمع كاملاً؛ لأنها مهمة وضرورية لكل أفراد المجتمع الصغير والكبير والذكر والأنثى، ومن خلال ذلك ونظراً لاهتمام الباحثين لا حظوا وجود قصور من قبل الإعلام تجاه تحفيز أفراد المجتمع نحو ممارسة الرياضة مما دفع الباحثون إلى طرح مجموعة من التساؤلات التالية:

- هل للإعلام دور ينبغي أن يقوم به لتحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية؟
- ما هي الإجراءات اللازمة التي يجب على الإعلام القيام بها لتحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات تم الشروع في تنفيذ هذه الدراسة على أمل الوصول لنتائج واقعية تعمل على ظهور وتطور مفهوم الرياضة المجتمعية نظراً لأهميتها الصحية والتربوية والنفسية، ويلعب الإعلام الدور الأكبر في التوعية والتثقيف من خلال البرامج الرياضية والنشرات التوعوية والندوات والمؤتمرات، بحيث يتم ذلك بالتنسيق مع الاتحادات

القراءات النظرية:

مفهوم الدور:

لغة: حسب معجم (Woutburg) و (Bloch) فإن كلمة الدور مشتقة من العبارات اللاتينية (otulas) التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية. (يوسف، 2016م، 17).

اصطلاحاً: يعرف الدور بأنه "أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى، وتبدو ملائمة لشخص ويشغل مكانة معينة في المجتمع، أو يشغل مركزاً محدداً في علاقات شخصية متبادلة" مثل: قائد. (عبد الرحمن، 1983م، 22).

مفهوم الإعلام:

كلمة الإعلام في اللغة العربية مشتقة من عِلِمَ، ومعناه معرفة الشيء على حقيقته، وكذلك فإن الإعلام هو الأخبار أو هو التبليغ أو الأنباء، فالإعلام في اللغة هو الإشعار والإعلان والإخبار بشيء أو عن شيء، وكلها مرادفات تعني انتقالها بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم فتصبح لهم لغة للتفاهم، واصطلاحاً للتعامل، وسيلة للمشاركة، والإعلام عملية اتصال وهو قبل كل شيء إقامة اتصال بين فرد أو جماعة، لديها فكرة تريد إيصالها إلى فرد أو جماعة أخرى، لكي يقوم هذا الاتصال لا بد من توافر أربعة عناصر أساسية هي "مراسل، ملتقط، قناة اتصال ورسالة"، أما **إصطلاحاً** هو مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف بموضوعه، بغية الأخبار والتوجيه وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة. (عبد النبي، 2010م، 25).

والإعلام في اللغة العربية يعبر عن كثير من المعاني والدلالات وهو مشتق من العلم أي "استعلم الخبر فأعلمه الخبر، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته، والإعلام معناه" نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها"، وأحياناً يطلق عليه "الاستعلامات التي أبرزت الأخبار وتفسيرها"، وهو بمعنى الدبلوماسية المفتوحة، أو الشعبية، أو العمل السياسي الخارجي. (النظاري، 2012م، 33).

أما الإعلام اصطلاحاً هو "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، كما أنه" نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو صور أو أصوات بواسطة جميع الطرق التي يفهمها الجمهور". (أحدان، 2007م، 14).

وبمعنى أن من أهم وظائف الإعلام تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد في تكوين رأي صائب عن القضايا المطروحة أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن آراء الناس واتجاهاتهم وميولهم، كما أن الإعلام يؤدي عملاً مهماً في تشكيل اتجاه الرأي داخل المجتمعات، ولفظ الإعلام شرعاً كما ورد في القرآن الكريم قد

ذات العلاقة لبيان أهمية ممارسة الرياضة لجميع أفراد المجتمع.

أهداف الدراسة:

سوف تهدف الدراسة للتعرف على:

- 1- دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة.
- 2- دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية باليمن تبعاً لمتغيرات (الإعلامون، اللاعبون، الإداريون).

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

1. هل هناك دور للإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 > a$) في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلامون، اللاعبون، الإداريون)؟

مصطلحات الدراسة:

الدور: هو مجموعة من أنماط السلوك المتوقع من الفرد أو المؤسسة. (الطائي، 2009م، 17).

التحفيز: هو قوة أو عامل محرك خارجي يوجد في المجتمع أو البيئة المحيطة بالفرد؛ فالحوافز هي المغريات والعوامل التي تهيئها الإدارة للفرد بهدف زيادة كفاءة أدائه الإنساني في العمل (فخمي، 1976م، 25).

الإعلام: هو نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء جماهيرية مع ذكر مصادرها بهدف الصالح العام وتنوع وسائله بين السمعية والبصرية. (فاروق، 2002م، 25).

الإعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (عويس وعطا، 1998م، 25).

الرياضة المجتمعية: هي أسلوب حياة تتبناه الحكومات الحديثة، وتجعله من أولوياتها؛ لأنها ببساطة تؤدي إلى مجتمع صحي، وبذلك تحقق الحكومات الحديثة أهدافها في تخفيض إنفاقها على الرعاية الصحية، وتقي المجتمع من الأمراض الفتاكة، ويتحقق لها معيار عالمي وهو ارتفاع متوسط عمر الإنسان وانخفاض معدل الوفيات.

<https://www.albayan.ae/opinions/everyweek/201>

6-03-08-1.2590040

تجدر الإشارة إلى أن الحديث عن تأثير وسائل الإعلام في المجتمع يستوجب بعض التوضيحات المنهجية حتى يتسنى فهم الموضوع فهماً ملائماً، وتتعلق هذه التوضيحات بمصطلح التأثير الذي لا ينبغي أن يفهم هنا من جانبه السلبي فقط؛ وإنما من جانبه الإيجابي أيضاً.

التأثير الذي يفهم على العموم بوصفه تغيير يحدث على مستوى السلوكيات والمواقف والعادات والأفكار والآراء عند الأفراد الذين يتعرضون إلى محتويات وسائل الإعلام، لا بد أن يؤخذ بنوع من الحذر والتحفظ، لأن طريقة أدوات قياس هذا التغيير مازالت موضوع خلاف بين الذين يرتكزون على التغيير الذي يحدث في المدى القصير لأسباب عملية مثل: الحملات السياسية وحملات الاتصال الاجتماعي وشراء منتج معين أو قياس شعبية برنامج محدد، وبين الذين يعطون أهمية للتغيير الذي يحدث على المدى البعيد لأسباب تنحصر بها متطلبات رسم السياسة الإعلامية الوطنية أو الهاجس الأكاديمي أو الأيديولوجي. (الحسين، 1999م، 18).

كما أن تأثير وسائل الإعلام ينبغي أن ينظر إليها من زاوية العلاقة الجدلية الموجودة بين وسائل الإعلام والعمليات الاجتماعية الأخرى؛ لأن وسائل الإعلام لا تعمل من فراغ؛ وإنما ضمن قاعدة بيانات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية سائدة في المجتمع.

ونركز هنا على تأثير وسائل الإعلام في بعض الأنظمة الاجتماعية مثل النظام التربوي والنظام الأسري، كما نتعرض إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والعنف الذي يعتبر مصدر قلق وانشغال عند السياسيين والمربين على حد سواء. (الهادي، 2013م، 13).

تأثير وسائل الإعلام في المدرسة:

أصبحت وسائل الإعلام - خاصة التلفزيون - تتنافس مع المدرسة لجذب اهتمام الأطفال والمراهقين، وبما أن الحديث عن تأثير وسائل الإعلام يكاد ينحصر في تأثير التلفزيون نظراً لاحتلاله مكانة رئيسية عند الأسر، ومنه بعض التأثيرات التي كشفت عنها مختلف الأبحاث في هذا الميدان، وهي كما يلي:

- قلق أولياء الأمور على أطفالهم بسبب الساعات الطويلة التي يقضونها أمام شاشة التلفزيون على حساب نشاطاتهم الفطرية والرياضية الأخرى.
- إن التلفزيون يعيق عملية التعليم حيث تكشف الأبحاث عن ارتباط دال إحصائياً بين نسبة الذكاء ومشاهدة التلفزيون، إذ تقل متوسطات الذكاء بزيادة مشاهدة التلفزيون وتزيد كلما قلت المشاهدات.
- إن الأطفال والمراهقين يتأثرون في تنشئتهم بالصور والآراء التي تحملها وسائل الإعلام من الواقع، كما يتعلمون

جاء بعدة كلمات منها (الدعوة، التبليغ، العلم)، وهو بصورة مجردة "حمل خبر أنباء من جهة إلى أخرى أو من شخص إلى شخص آخر، أو تبني قضية يتم إيصالها من خلال قنوات معينة إلى المتلقي سامعاً أو مشاهداً أو قارئاً"، وهو "تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بهدف معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة". (عبد النبي، 2010م، 21).

ويعرف الإعلام "بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها. (عبيد، 2002م، 18).

تقسيم وسائل الإعلام:

الوسائل السمعية:

وتشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية، وغيرها من الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت، وتعتبر الإذاعة من أهم الوسائط حيث نجد برامجها تتضمن موضوعات متنوعة في جميع الميادين التربوية والعلمية والثقافية والرياضية والترفيهية، وتعمل الإذاعة على ربط الفرد بمجتمعه والعالم من حوله، ونشر الثقافة والمعرفة وكل ما يخص الجانب التربوي، وأصبح المذياع بذلك أهم سمات الحضارة. ومما يزيد من أثر البرامج الإذاعية على الأفراد هو ثقة الجمهور الكبيرة في الأنباء التي يحصل عليها من المذياع، وتؤدي الإذاعة أدواراً مهمة في تقوية الشعور القومي والنهوض بالمجتمع ومعالجة المشكلات الاجتماعية وتوعية وتوجيه الرأي العام وتنمية المواهب من خلال البرامج المتخصصة. (الحسين، 1999م، 16).

الوسائل البصرية:

ظهرت الصحافة المرئية كوسيلة اتصال إنسانية وأداة مثالية لنقل المعلومات وللتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للجميع - على الصعيد العالمي كله - وذلك من خلال جيل واحد.

عندما ظهر التلفزيون بوصفه وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري - أخذ عن السينما الصورة والحركة، وعن الإذاعة الصوت، ومن الصحافة النص المكتوب، فأطلق عليه - بداية عهده - إذاعة مرئية وسينما منزلية.

ويشمل الإعلام اللافتات والمعارض وغيرها من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها. (الحسين، 1999م، 18).

الوسائل السمعية البصرية:

وتشمل التلفزيون والمسرح والسينما، بالإضافة إلى الإنترنت الذي يعتبر وسيلة شاملة تجمع كل الوسائل الأخرى على شاشة حاسوب.

الصحف والمجلات. (الحسين، 1999م، 18).

مجالات تأثير وسائل الإعلام:

تأثير وسائل الإعلام في المجتمع:

ويزوده بالمعلومات والحقائق التي تلبي حاجاته، وتنمي ثرواته اللغوية وقدراته التعبيرية كما أنها وسيلة مهمة لتكوين اتجاهات الفرد. (داود، 1992م، 162).

ولقد ظهرت هذه الوظيفة عندما فتحت الصحف صفحات للرأي بجانب الخبر وظهر فن المقال الصحفي وألوان أخرى من الفنون للترويج والفلسفة الجديدة، وبالتدريج بدأت الصحافة تلعب دوراً مهماً في التأثير في الرأي العام، وذلك بما تثيره من مناقشات. (أبو زيد، 1986م، 51).

الوظيفة الترفيهية:

يمكن لوسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية هادفة أن تخفف عن الفرد ما يعانيه من توتر واضطرابات نفسية ناجمة عن إحباط طموحاته الخيالية، وما يعانيه الإنسان في عصرنا من مشكلات، تجعله يبحث عن المضامين التي تكون ملاذاً رحباً يحقق به أحلامه وما يجول بخاطره عموماً. (داود، 1992م، 162).

وعموماً نقرأ الجرائد، ونسمع الراديو، ونشاهد التلفاز أثناء أوقات الراحة أو الترفيه ونمارسه في أوسع وقت ممكن لنجد فيه التسلية. (كايور، 1948م، 33).

الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة، لاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وقد أدى اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي الذي له أدوار متميزة وكبيرة؛ ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن، ونشر الثقافة الرياضية، فضلاً عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب أثناء ممارسة المسابقات الرياضية. (عصام الدين، 2000م، 45).

والإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات أصبح من أهم أدوات عملية الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي للسببين التاليين:

أ- لكونه ذا طبيعة جماهيرية.

ب- لاعتماد الناس عليه بوصفه المصدر الوحيد للكثير من المعلومات الرياضية لقطاع كبير من الجمهور، وهذا ما جعل الإعلام الرياضي قادراً على أن يجمع الناس، بل ويحدد لهم ما يصح وما لا يصح القيام به من سلوكيات رياضية وخاصة فيما يتعلق بالقيم والمعتقدات الرياضية.

ويعرف (عويس وعطا) الإعلام الرياضي بأنه "عملية نشر الأخبار، والمعلومات، والحقائق الرياضية، وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية،

مواقف وسلوكيات تتمثل في الألبسة و تسريحات الشعر واللغة المنحطة.

• إن الأطفال والمراهقين لا يقبلون بنسبة مرتفعة على المواد التربوية بل يفضلون المواد الترفيهية.

• بينما يعتقد البعض أن وسائل الإعلام -وخاصة التلفزيون- تساعد على اكتساب بعض المهارات وتفتح آفاقاً في مجال العلوم والتكنولوجيا. (الهادي، 2013م، 13).

تأثير وسائل الإعلام في النظام الأسري:

تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن تأثير وسائل الإعلام في الأسرة يتوقف على عدد من متغيرات أساسية مثل: الدخل والتعليم والسن والجنس، فعلى سبيل المثال الأسر التي لها دخل ضعيف، ومستوى تعليمي محدود تقضي وقتاً طويلاً أمام التلفزيون على عكس الأسر التي لها دخل مرتفع ومستوى تعليمي عالٍ لا تشاهد التلفزيون لمدة طويلة بل تقضي وقتها في المطالعة وقراءة الجرائد والنشاطات الترفيهية والفكرية، إلا أن هذه الملاحظة يمكن ألا تنطبق مع واقع كل أسرة وفي جميع البلدان على العموم، ويمكن تلخيص تأثيرات وسائل الإعلام في الأسرة -خاصة التلفزيون- على النحو التالي:

• يقلل التلفزيون من التفاعل بين أفراد الأسرة لانهمكهم في مشاهدة برامجه.

• يقلل التلفزيون من الزيارات الاجتماعية وقضاء أوقات الفراغ خارج البيت.

• قلق التطلع المتزايد لامتلاك الحاجيات الاستهلاكية والنجاح الفردي الذي يؤثر على القيم الاجتماعية.

• تهديد القيم الروحية والأخلاقية بسبب طغيان المواد التي تحمل مضامين جنسية إباحية وإجرامية.

• نشر قيم النزعة الاستهلاكية على حساب قيم النزعة الإنتاجية فيما يخص البلدان النامية. (الهادي، 2013م، 15).

وظائف الإعلام:

الوظيفة الإعلامية:

إن الأخبار التي تصل إلى الفرد عبر وسائل الإعلام تساعد على إدراك العالم واستخدام قوى الطبيعة لصالح المجتمع، والاستفادة من الاكتشافات العلمية لتلبية حاجاته، كما أن المعلومات التي تتناول مواقع الوطن تلعب دوراً فعالاً في تكوين العواطف القوية والوطنية لدى الأفراد، يضاف إلى ذلك إخبار الآخرين بمعلومات تزيد بدورها من فرص التعارف الاجتماعي، وتفهم ظروف الآخرين وأحوالهم. (داود، 1992م، 162).

الوظيفة التثقيفية:

إن المعرفة التي تنتقل عبر وسائل الإعلام تثرى بني الفرد العقلية وتوسع آفاقه المعرفية وتربطه بمختلف المنجزات العلمية، وهذا من شأنه أن ينمي تفكير الفرد العلمي الذي يساعده في مواجهة الحياة والتغلب على مشكلاتها،

الرياضة، بغض النظر عن درجة تقدمه أو تخلف هذا المجتمع، ولقد عرفها الإنسان عبر عصوره وحضاراته المختلفة، وإن تفاوتت توجهات كل حضارة بشأنها، فبعض الحضارات اهتمت بالرياضة لاعتبارات عسكرية سواء أكانت دفاعية أم توسعية، والبعض الآخر مارس الرياضة لشغل أوقات الفراغ، وكشكل من أشكال الترويح، بينما وظفت الرياضة في حضارات أخرى كطريقة تربوية، حيث فطن المفكرون والتربويون القدماء إلى إطار القيم الذي تحفل به الرياضة وقدرتها الكبيرة على التنشئة والتطبيع وبناء الشخصية الاجتماعية المتوازنة، ناهيك عن الآثار الصحية التي ارتبطت منذ القدم بممارسة الرياضة وتدريباتها البدنية، وهو المفهوم الذي أكدته نتائج البحوث العلمية حول الآثار الوظيفية والصحية على المستوى البيولوجي للإنسان.

<https://www.albayan.ae/opinions/everweek/2016-03-08-1.2590040>

إن الطبيعة الاجتماعية للرياضة والنشاط البدني تفرض نفسها بكل ثقلها سواء في أوساط الباحثين الاجتماعيين أو في أوساط الباحثين في مجال التربية البدنية والرياضية باعتبارها مظهراً اجتماعياً واضحاً.

وتعتبر منجزات الرياضة على المستوى الإجمالي وأنشطتها أحد المؤشرات العامة التي يحكم من خلالها على مستوى التقدم الاجتماعي والثقافي لمجتمع ما، فالرياضة ظاهرة اجتماعية ثقافية متداخلة بشكل عضوي في نظام الكيانات والبنى الاجتماعية، كما أن التقدم والرقى الرياضي يتوقف على المعطيات والعوامل الاجتماعية السائدة في المجتمع، ولذلك فإن التحليل النهائي للظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحجم ومدى التنسيق الاجتماعي الموجود بينها هو الذي يقرر عبر عدد من الروابط غير المباشرة إلى أي مدى يمكن أن تتقدم الرياضة، وأيضاً إلى أي مدى يمكن أن تتدهور. (الخولي، 1996م، 88).

ويؤكد المفكر والعالم الرياضي الروسي (ماتيفيف matveyev) على هذا المعنى، فهو يعتقد أن نتائج التحليلات الإحصائية الاجتماعية تؤكد أن الإنجازات الرياضية الأولمبية -باعتبارها أرقى الإنجازات- ترتبط ارتباطاً كثيفاً بمؤشرات الوجود الاجتماعي للإنسان مثل:

- ✓ الدخل القومي ومتوسط دخل الفرد.
- ✓ السرعات الحرارية الغذائية للفرد العادي.
- ✓ متوسط عمر الفرد.
- ✓ العدد الإجمالي للأمين من السكان. (الخولي، 1996م، 98).

إن النظرة العلمية لظاهرة الرياضة لا تكمن فقط في العلوم الطبيعية كالميكانيكا الحيوية والكيمياء الحيوية ووظائف

للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية، بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي". (عويس وعطاء، 1998م، 22).

ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تضم جميع وسائل الإعلام؛ من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية تنفرد باختصاصها بالمجال الرياضي، ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد على نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها، كما يعتمد أيضاً على إمكاناته المادية والبشرية وفرص الاستثمار بهذا المجال. (القضاة، 1997م، 23).

خصائص الإعلام الرياضي:

تتمثل أهم خصائص الإعلام الرياضي في النقاط الآتية:

أ- اختيار الجمهور الذي تتم مخاطبته والوصول إليه، فعلى سبيل المثال هناك برامج إذاعية وتلفزيونية موجهة إلى جمهور كرة السلة أو جمهور رياضة الفروسية، وهناك مواقع على الإنترنت خاصة برياضة كرة القدم، ومجلة خاصة بالكرة الطائرة وهكذا.

ب- له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

ج- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها.

د- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية تستجيب للبيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينهما وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي تعمل فيه حتى لا يتعارض ما تقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع. (عويس وعطاء، 1998م، 25).

الرياضة المجتمعية:

يرى الباحث أن الرياضة المجتمعية هي أسلوب حياة تتبناها الحكومات الحديثة، وتجعلها من أولوياتها لأنها ببساطة تؤدي إلى مجتمع صحي، وبذلك تحقق الحكومات الحديثة أهدافها في تخفيض إنفاقها على الرعاية الصحية؛ لأنها تقي المجتمع من الأمراض الفتاكة، ويتحقق لها معيار عالمي وهو ارتفاع متوسط عمر الإنسان وانخفاض معدل الوفيات.

وهي من المعايير العالمية في تقدم الأمم حسب البيانات الحيوية العالمية التي تنشرها سنوياً منظمة الصحة العالمية، وهي من المؤشرات المهمة على نجاح الحكومات وتقدمها، ومن أهم الوسائل لتحقيق ذلك نشر الوعي للبحث على مزاولة النشاطات الرياضية، وأيضاً من خلال توفير رعاية صحية نوعية.

تعد الرياضة أحد الأنشطة الإنسانية المهمة، فلا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات الإنسانية من شكل من أشكال

الرياضية التي تصدر بولاية الخرطوم في تشكيل الرأي العام الرياضي من جهة وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة من جهة أخرى، اشتملت عينة الدراسة على: الجمهور النوعي المتمثل بالمؤسسات (مجلس الصحافة والمطبوعات - الوزارات المتخصصة - اللجنة الأولمبية)، والأكاديميون (أساتذة وطلاب كليات التربية الرياضية - طلاب كليات التربية الرياضية)، وقد تطلب ذلك تحليل بيانات الأداء المهني والتتقفي المعرفي عبر استبانة شملت أيضاً السمات العامة والاتجاهات كمحاور أساسية، وقد استنتج الباحث أنه يوجد ضعف في الأداء المهني للصحف الرياضية، ولا يوجد اهتمام بالجوانب الثقافية والمعرفية لدى الصحف الرياضية، ولا تهتم الصحف الرياضية بالجوانب المهمة للممارسة الرياضية بأنواعها سواء من أجل الترويج أو الصحة.

دراسة (الشريف، 2014م) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام الرياضي على نشر الثقافة الرياضية وسط مدربي كرة القدم في الجمهورية اليمنية (دراسة مسحية على عينة من مدربي الدرجة الأولى)"، وهدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام الرياضي (الصحافة، التلفزيون، الإذاعة) على نشر الثقافة الرياضية وسط مدربي كرة القدم في الجمهورية اليمنية، وكذلك تحديد تسلسل لوسائل الثقافة والإعلام التي يحصل من خلالها المدربون على الثقافة الرياضية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي، وتكون مجتمع البحث من (130) مدرباً، وتكونت عينة البحث من (66) من مدربي كرة القدم في الجمهورية اليمنية والمتمثلة في مدربي الدرجة الأولى، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتمثلت أهم الاستنتاجات في الآتي: يؤكد جميع المدربين على أهمية الثقافة الرياضية لهم، وأغلب عينة البحث تؤكد أن ما تقدمه وسائل الإعلام الرياضي يشكل درجة متوسطة، وهناك تأثير إيجابي على أفراد عينة البحث من خلال المواضيع التي تنشرها الصحف الرياضية، أن مستوى مشاهدة البرامج الرياضية عالية، احتلت البرامج الرياضية من الراديو المرتبة الأخيرة في اهتمامات عينة البحث للحصول على الثقافة الرياضية.

دراسة (علي، 2013م) بعنوان "الإعلام الرياضي التلفزيوني ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام، حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية: كيف بدأت البرامج الرياضية في تلفزيون السودان؟ ما الموضوعات التي تتناولها البرامج الرياضية بالتلفزيون؟ هل يلعب الإعلام الرياضي التلفزيوني دوراً في التغيير الاجتماعي؟ وكانت أهم النتائج: لعبت البرامج الرياضية في تلفزيون السودان دوراً في تشكيل رأي عام إيجابي لمشاهديها يتبلور في ثقافة دعم وتشجيع المنتخبات الوطنية وزيادة مفاهيم الروح الرياضية بالخطط الفنية، وقوانين كرة القدم، وتعد غالبية آراء مشاهدي البرامج الرياضية في تلفزيون السودان آراء عامة.

الأعضاء وغيرها، بل يجب أن نستعين أيضاً بالعلوم الاجتماعية، وخاصة عند تناول الرياضة وموضوعاتها من جوانبها الإنسانية؛ فالرياضة شكل متميز من أنشطة الإنسان حيث لا يجد له مجالاً إلا من خلال الأفراد والجماعات ودخل الإطار الاجتماعي بكل مقتضياته ومشتملاته. (العادلي وهما، 1979م، 56).

ومنذ أن أضيف هذا المعنى على مفهوم الرياضة من خلال أنظمة المجتمع ومؤسساته، أصبحت تأمينات الممارسة الرياضية للفرد لا تعني شيئاً إلا من خلال النظم والاتساق الاجتماعية المرتبطة، وذلك لأن التفسير النظري لظاهرة الرياضة ومحاولات تأصيلها ممكن فقط من خلال الإطار الاجتماعي الثقافي الذي يحتويها. (العادلي وهما، 1979م، 76).

والإطار الاجتماعي للرياضة هو القادر على أن يقابل بين الرياضة كقيم وخصال اجتماعية وبين اتجاهات المجتمع وأمانيه وتوقعاته، ويفسر الأداء والإنجازات الرياضية في ضوء الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والأيدولوجية، فلقد نما الإطار الاجتماعي للرياضة عبر التاريخ الإنساني كله، فلم يخلُ عصر من العصور ولا ثقافة من ثقافات الإنسان مهما بدت بدائية من شكل من أشكال الرياضة. (الخولي، 1996م، 122).

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

دراسة (جوادي، 2014م) بعنوان "دور وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري" وتهدف إلى إبراز الأهمية والأدوار الجبارة التي أوضحت وسائل الإعلام الرياضية المختلفة تطلع بها، لاسيما الصحف الرياضية المتخصصة أو العامة، وتسلط الضوء على سلبيات الصحف الرياضية خاصة أثناء تعاطيها وتناولها لبعض المواضيع والأحداث المهمة، التي بإمكانها أن تأتي بالوبال على البلدان حكومات وشعوباً، وكانت أهم النتائج أن للإعلام الرياضي المكتوب دوراً لا يستهان به في توعية وتنقيب الجمهور بالرياضة، وأن الإعلام هو منهج وعملية تقوم بهدف التنقيب بالمعلومات الصادقة التي ترتقي بمستوياتهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وأن الصحافة وسيلة إعلامية تنقيفية، كما أنها وسيلة اتصال جماهيرية تلعب دوراً جباراً في حياة الإنسان خاصة بعد أن توسعت أهدافها لتشمل الثقافة والإعلام والتوجيه الإرشاد.

قام (ملهي، 2014م) بدراسة بعنوان "قدرة الصحف الرياضية التي تصدر بولاية الخرطوم في تشكيل الرأي العام الرياضي من جهة وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة من جهة أخرى"، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على قدرة الصحف

والمراهق بأبائهم أمام التلفزيون والإعلام والألعاب الإلكترونية، نظرة طبية ونفسية، وكانت النتائج أن التلفزيون والإعلام والألعاب الإلكترونية تعتبر مجالات لاكتشاف الذي يكون حقيقة سناً لنضج الطفل والمراهق، ويجب تدخل الأولياء لوضع وتعليم الطفل كيف يدرك حدود استعمال الإعلام والذي يؤدي إلى نتائج سلبية كالنهج، التعب، التخلف الذهني، ومخالفة المجتمع.

أجرى مارتين (2000م، martin) دراسة بعنوان "أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية"، وهدفت إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية وكانت عينة الدراسة مقتصرة على أربع نساء مشاركات بالرياضات المشتركة مع الذكور، واستخدم أسلوب المقابلة حيث تناولت الحديث عن تاريخهن والصعوبات التي واجهتهن ونظرة المجتمع لرياضة المرأة، وكانت أهم النتائج ومن خلال آراء الفقرات الأربع عدم الاهتمام بالرياضة النسائية، وأن الإعلام لم يغط 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.

خطوات وإجراءات الدراسة

منهج الدراسة:

استخدم الباحثون المنهج الوصفي لمناسبتة لطبيعة الدراسة، ومن المؤكد أن هذا المنهج يتم في خطوات ميدانية معينة، وهذا لكي يتمكن الباحثون من دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة المظاهر أو مجموعة الأفراد وهذا يسمح للباحث بتغطية موضوع الدراسة، والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في:

- الإعلاميين في القنوات المرئية والمسموعة والمكتوبة.
- الإداريين في وزارة الشباب والرياضة.
- لاعبي الأندية في العاصمة صنعاء.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية، وقد تم اختيار عدد (314) فرداً، والجدول رقم (1) يوضح وصف أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الصفة، وبعد أن اكتملت عملية جمع الاستبيانات من أفراد العينة بعد إجابتهن عليها بطريقة صحيحة، تبين للباحث أن عدد الاستبيانات المستردة الصالحة التي خضعت للتحليل الإحصائي (314) استبانة.

دراسة (الزيد، 2013م) بعنوان "تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية" على عينة قوامها (39) امرأة أردنية تم اختيارهن بالطريقة العشوائية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05=) في دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل).

قام (الزيد، 2013م) بدراسة بعنوان "دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، على عينة قوامها 327 طالباً وطالبة، وهدفت الدراسة إلى: التعرف على وجهات نظر الطلبة في كليات جامعة اليرموك باستثناء كلية التربية الرياضية" نحو دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة، وتحديداً إن كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر الطلبة في كليات جامعة اليرموك باستثناء كلية التربية الرياضية نحو دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة، وكانت أهم النتائج: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05=) على المجال المعرفي لدور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية بين طلاب وطالبات كليات جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس لصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات الأخرى "الاجتماعي، التربوي، الصحي".

دراسة (الورافي، 2012م) بعنوان "تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب المدارس بالجمهورية اليمنية، وهدف البحث إلى التعرف على تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على اتجاهات الطلاب نحو ممارسة التربية الرياضية، والتعرف على تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على الثقافة الرياضية لطلاب المرحلة الإعدادية، وشملت عينة البحث 42 طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي "الاستبانة"، وكانت أهم النتائج: يؤثر الإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية، يؤثر الإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على تعديل الاتجاهات، وسائل الإعلام المدرسي المستخدمة في البحث حققت الهدف منها وهو نشر وتعديل اتجاهات الطلاب، وهذا لأنها متنوعة وشيقة.

الدراسات الأجنبية:

قام (جيلي، 2008م) بدراسة بعنوان "علاقة الطفل والمراهق مع آبائهم أمام التلفزيون والإعلام والألعاب الإلكترونية، نظرة طبية ونفسية" وتهدف الدراسة إلى معرفة علاقة الطفل

جدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

| المتغير | المستوى | العدد | النسبة المئوية |
|---------|----------|-------|----------------|
| الصفة | إعلاميون | 118 | 37.57% |
| | لاعبون | 160 | 50.96% |
| | إداريون | 36 | 13.63% |

وتم توزيع أفراد العينة بحسب التخصص والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة ونوع الجنس.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل:

وهو متغير يجب أن يكون له تأثير في المتغير التابع "وهو الأداة التي يؤدي التغير في قيمتها إلى إحداث التغير وذلك عن طريق التأثير في قيم متغيرات أخرى تكون ذات صلة به، والمتغير المستقل هو الإعلام الرياضي.

المتغير التابع:

هو متغير يؤثر فيه المتغير المستقل "وهو الذي تتوقف قيمته على مفعول تأثير قيم المتغيرات الأخرى، حيث إنه كلما أحدث تعديلاً على قيم المتغير المستقل ستظهر النتائج على قيم التابع، والمتغير التابع هو الرياضة المجتمعية.

أداة الدراسة:

قام الباحث باستخدام الاستبانة بوصفها أداة لجمع البيانات والمعلومات، وقد تم تصميم الاستبانة وفقاً للخطوات التالية:

1- مراجعة الأبحاث والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الإعلام والمتعلقة أيضاً بموضوع الرياضة المجتمعية والرياضة للجميع.

2- تم تحديد فقرات الاستبانة بصورتها الأولية حيث اشتملت على (43) فقرة، ملحق رقم (2). 3- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والخبراء في المجال الرياضي والبالغ عددهم (9)، وذلك من أجل التأكد من مناسبة الفقرات والتأكد من صياغتها ومدى مطابقة أسئلتها لتساؤلات الدراسة، وكذلك حذف أو تعديل أو إضافة بعض الفقرات وفق ما يرويه مناسباً، والملحق رقم (1) يوضح أسماء المحكمين والخبراء الذين تمت الاستعانة بهم.

4- تم إجراء التعديلات الأولية كما رآها المحكمون من إعادة صياغة بعض الفقرات، وإدراج الفقرات ضمن المحاور التي اقترحها المحكمون، وقد تمت إعادة صياغة الاستبانة بصورتها النهائية حيث اشتملت على (43) فقرة وزعت على ثلاثة محاور هي:

✓ محور الإعلام المكتوب وعدد العبارات الخاصة به (14) عبارة.

✓ محور الإعلام المسموع وعدد العبارات الخاصة به (12) عبارة.

✓ محور الإعلام المرئي وعدد العبارات الخاصة به (17) عبارة، ملحق رقم (3).

5- تكون سلم الإجابة للاستبانة من ثلاث استجابات هي: (نعم، أحياناً، لا).

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق الأداة باستخدام صدق المحتوى من خلال عرضها على خمسة من المختصين من في مجال الإعلام وقد أبدوا بعضاً من الملاحظات والتعديلات عليها، وقد تم اعتمادها بعد إجراء التعديلات المطلوبة، كما تم حساب معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.89).

إجراءات الدراسة الرئيسية:

قام الباحثون بتوزيع الاستبانة على العينة في الفترة من 2020/1/23م، حيث قام الباحث بتوزيع (370) استمارة ثم قام بجمع الاستمارات والتي بلغ عددها (314) استمارة وذلك بنسبة (85%) ثم قام الباحثون بتفريغها وتبويبها.

الأساليب الإحصائية:

تم تحليل البيانات باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وتم حساب التكرار والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات (T-test) واختبار تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق بين المتوسطات وكذلك معامل الثبات ألفا كرونباخ.

عرض النتائج:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

هل هناك دور للإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة؟

للإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات الاستبانة التي تعبر عن دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة، والجدول رقم (2) يوضح ذلك

جدول رقم (2) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات الاستبانة التي تعبر عن دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة

| الرقم | المحاور | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة |
|-------|----------------------|-----------------|-------------------|--------|
| 1 | محور الإعلام المكتوب | 2.63 | 0.899 | متوسطة |
| 2 | محور الإعلام المسموع | 2.31 | 0.995 | متوسطة |
| 3 | محور الإعلام المرئي | 2.34 | 0.926 | متوسطة |
| | الدرجة الكلية | 2.42 | 0.797 | متوسطة |

المجتمعية بأمانة العاصمة جاءت بدرجة متوسطة، وقد حصل مجال محور الإعلام المكتوب على أعلى متوسط حسابي (2.63)، وانحراف معياري (0.899)، يليه مجال محور الإعلام المرئي بمتوسط حسابي (2.34) وانحراف معياري (0.926)، ثم يليه مجال محور الإعلام المسموع بمتوسط حسابي (2.31) وانحراف معياري (0.995).

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات الاستبانة التي تعبر عن دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة، أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية بلغ (2.42)، والانحراف المعياري (0.797)، وهذا يدل على أن دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة

جدول رقم (3) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة (محور الإعلام المكتوب)

| م | الفقرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب العبرة | الدرجة |
|----|---|-----------------|-------------------|--------------|--------|
| 1 | هل اطلاعك على المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب يحفزك على ممارسة الرياضة المجتمعية؟ | 2.44 | 1.232 | 3 | متوسطة |
| 2 | هل يشجعك الإعلام المكتوب على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بأهمية الرياضة المجتمعية؟ | 2.51 | 1.266 | 1 | متوسطة |
| 3 | هل اطلاعك على مواضيع رياضية توعوية نحو أهمية الرياضة المجتمعية في الحد من أمراض كثيرة يدفعك نحو ممارستها؟ | 2.20 | 1.112 | 14 | منخفضة |
| 4 | هل قيام الإعلام المكتوب بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة المجتمعية ومشاكل المجتمع مثل تناول القات وغيرها؟ | 2.35 | 1.090 | 7 | متوسطة |
| 5 | هل تعتقد أن تناول الإعلام المكتوب لمواضيع حول أهمية الرياضة المجتمعية في التحكم بالحفاظ على صحتك يكسبك وعيًا صحيًا؟ | 2.26 | 1.168 | 12 | منخفضة |
| 6 | هل وجود مواضيع رياضية مكتوبة تفسر إمكانية التخلص من تضيق أوقات الفراغ والانشغال في أشياء تضر بصحتك يجعلك تتجه نحو ممارسة الرياضة المجتمعية؟ | 2.26 | 1.096 | 13 | منخفضة |
| 7 | هل هناك وجود مساحات في الجرائد أو المجلات مخصصة لمواضيع الرياضة المجتمعية ودورها في نشر الوعي الصحي الرياضي؟ | 2.47 | 1.078 | 2 | متوسطة |
| 8 | هل للصحف والمجلات دور في إحداث التفاعل بين أفراد المجتمع مع النشاط المجتمعي الرياضي والثقافي؟ | 2.34 | 1.202 | 8 | متوسطة |
| 9 | هل يشجعك الإعلام المكتوب على أن الرياضة المجتمعية تعمل على نبذ التفرقة؟ | 2.32 | 1.179 | 9 | متوسطة |
| 10 | هل ينشر الإعلام بأن الرياضة المجتمعية تعزز الاستقرار الاجتماعي والمصالحات؟ | 2.27 | 1.037 | 11 | منخفضة |

| | | | | | |
|----|---|------|-------|----|--------|
| 11 | هل للإعلام دور في نشر أن الرياضة المجتمعية أداة لتحقيق السلام؟ | 2.27 | 1.136 | 10 | منخفضة |
| 12 | هل اطلاعك على المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب في أن المنافسات الرياضية المجتمعية بين أبناء المجتمع تخلق الاحترام والتعاون؟ | 2.37 | 1.220 | 6 | متوسطة |
| 13 | هل للإعلام دور في إحداث التفاعل بين أفراد المجتمع مع النشاط المجتمعي الرياضي والثقافي؟ | 2.40 | 1.153 | 5 | متوسطة |
| 14 | يوضح الإعلام المكتوب أن ممارسة الأفراد لتلك الأنشطة المجتمعية باستمرار تكون جزءاً من حياتهم اليومية. | 2.43 | 1.098 | 4 | متوسطة |
| | الدرجة الكلية للمحور. | 2.63 | 0.899 | | متوسط |

في الجرائد أو المجالات مخصصة لمواضيع الرياضة المجتمعية ودورها في نشر الوعي الصحي الرياضي" بمتوسط حسابي (2.47)، يليها بالمرتبة الثالثة الفقرة رقم (1) والتي تنص على هل إطلاعك على المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب يحفزك على ممارسة الرياضة المجتمعية "بمتوسط حسابي (2.44)، يليها في المرتبة الرابعة الفقرة رقم (14) والتي تنص على يوضح الإعلام المكتوب أن ممارسة الأفراد لتلك الأنشطة المجتمعية باستمرار يمثل جزءاً من حياتهم اليومية "بمتوسط حسابي (2.44)، يليها في المرتبة الخامسة الفقرة رقم (13) والتي تنص "هل للإعلام دور في إحداث التفاعل بين أفراد المجتمع مع النشاط المجتمعي الرياضي والثقافي" بمتوسط حسابي (2.40)، كما جاءت الفقرة رقم (3) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.20م).

يلاحظ من الجدول رقم (3) الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال محور الإعلام المكتوب، أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية يساوي (2.63)، وانحراف معياري (0.899)، وهذا يدل على أن درجة دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة كانت متوسطة.

كما تشير النتائج في الجدول رقم (3) أن عدد (10) فقرات جاءت بدرجة متوسطة، وعدد (4) فقرات جاءت بدرجة منخفضة، وجاءت الفقرة رقم (2) بالمرتبة الأولى، ونصها "هل يشجعك الإعلام المكتوب على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بأهمية الرياضة المجتمعية" بأعلى متوسط حسابي يساوي (2.51)، يليها الفقرة رقم (7) حيث جاءت بالمرتبة الثانية والتي تنص "هل توجد مساحات

جدول رقم (4) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة (محور الإعلام المسموع)

| م | الفقرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب العبارة | الدرجة |
|---|---|-----------------|-------------------|---------------|--------|
| 1 | هل استماعك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة المجتمعية تحد من أمراض مثل زيادة الوزن، مما يدفعك نحو ممارستها؟ | 2.89 | 1.163 | 2 | متوسطة |
| 2 | هل استماعك لبرامج رياضية في الإذاعة يحفزك على ممارسة الرياضة المجتمعية؟ | 2.36 | 1.302 | 8 | متوسطة |
| 3 | هل ترى بأن الإعلام المسموع قادر على غرس وترسيخ ثقافة الرياضة المجتمعية في الأحياء؟ | 2.31 | 1.120 | 9 | منخفضة |
| 4 | هل يشجعك الإعلام المسموع على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الترويحية المجتمعية؟ | 2.30 | 1.182 | 10 | منخفضة |
| 5 | هل قيام الإعلام المسموع بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة المجتمعية ومشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة؟ | 2.67 | 1.241 | 5 | متوسطة |
| 6 | هل معرفتك لأهمية الرياضة المجتمعية عن طريق الإعلام المسموع يكسبك وعياً صحياً ويدفعك لممارستها؟ | 2.15 | 1.162 | 12 | منخفضة |
| 7 | هل توجد برامج إذاعية متخصصة لمواضيع الرياضة المجتمعية وما دورها في نشر الوعي الصحي الرياضي؟ | 3.08 | 1.101 | 1 | متوسطة |

| | | | | | |
|--------|----|-------|------|--|----|
| متوسطة | 7 | 1.286 | 2.39 | هل ترى بأن الإعلام المسموع قادر على غرس وترسيخ ثقافة الرياضة المجتمعية في تحفيز الأفراد نحو ممارستها؟ | 8 |
| متوسطة | 3 | 1.256 | 2.87 | هل للإعلام المسموع دور في الرياضة المجتمعية تعمل على ترويج القيم الرياضية الفاضلة؟ | 9 |
| متوسطة | 4 | 1.148 | 2.73 | هل يلعب الإعلام المسموع دورًا في التحفيز على ضرورة تجهيز الملاعب والأدوات والأجهزة الرياضية في أماكن مناسبة للجميع؟ | 10 |
| منخفضة | 11 | 1.181 | 2.30 | هل يساعدك الإعلام المسموع في تكوين واتجاهات وعادات رياضية لدى المجتمع لضمان ممارسة الأفراد للأنشطة الرياضية المجتمعية؟ | 11 |
| متوسطة | 6 | 1.167 | 2.60 | هل للإعلام المسموع دور في إبراز الأنشطة الرياضية المجتمعية ذات الطابع التنافسي التي تتيح للفرد التعبير عن ميوله واتجاهاته وإشباع حاجاته؟ | 12 |
| متوسط | | 0.995 | 2.31 | الدرجة الكلية للمحور. | |

المجتمعية تحد من أمراض مثل زيادة الوزن مما يدفعك نحو ممارستها؟" بمتوسط حسابي (2.89)، يليها بالمرتبة الثالثة الفقرة رقم (9) والتي تنص على "هل للإعلام المسموع دور بأن الرياضة المجتمعية تعمل على ترويج القيم الرياضية الفاضلة؟ بمتوسط حسابي (2.87)، يليها في المرتبة الرابعة الفقرة رقم (10) التي تنص على "هل يلعب الإعلام المسموع دور في التحفيز على ضرورة تجهيز الملاعب والأدوات والأجهزة الرياضية في أماكن مناسبة للجميع؟ بمتوسط حسابي (2.73)، يليها في المرتبة الخامسة الفقرة رقم (5) التي تنص على "هل قيام الإعلام المسموع بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة المجتمعية ومشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة" بمتوسط حسابي (2.67)، كما جاءت الفقرة رقم (6) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.15).

يلاحظ من الجدول رقم (4) الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة في مجال محور الإعلام المسموع، إن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (2.31)، وانحراف معياري يساوي (0.995)، وهذا يدل على أن درجة دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة كانت متوسطة.

كما تشير النتائج في الجدول رقم (4) أن عدد فقرات جاءت بدرجة متوسطة، وعدد (4) فقرات جاءت بدرجة منخفضة، وحصلت الفقرة رقم (7) على المرتبة الأولى وتنص الفقرة على "هل يوجد برامج إذاعية متخصصة لمواضيع الرياضة المجتمعية؟ وما دورها في نشر الوعي الصحي الرياضي؟" على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.08)، تليها الفقرة رقم (1) حيث جاءت بالمرتبة الثانية وتنص على "هل استماعك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة

جدول رقم (5) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة (محور الإعلام المقروء)

| م | الفقرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب العبارة | الدرجة |
|---|---|-----------------|-------------------|---------------|--------|
| 1 | هل يشجعك الإعلام المرئي على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بأهمية تحفيز الأفراد لممارسة الرياضة بين أوساط المجتمع؟ | 2.45 | 1.192 | 6 | متوسطة |
| 2 | هل متابعتك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها؟ | 2.36 | 1.188 | 10 | متوسطة |
| 3 | هل يقوم الإعلام المرئي بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن يحفزك على ممارسة الرياضة بصفة منتظمة؟ | 2.67 | 1.251 | 3 | متوسطة |
| 4 | هل الإعلام المرئي يزيد معرفتك بأن ممارسة الرياضة تساعدك على التحكم في الوزن و يكسبك وعيا صحيا ويدفعك لممارستها؟ | 2.53 | 1.199 | 5 | متوسطة |
| 5 | هل وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر أهمية ممارسة الرياضة في المجتمع يجعلك تقتنع بفائدتها في غرس العلاقات مع الآخرين؟ | 2.20 | 1.112 | 15 | منخفضة |

| | | | | | |
|----|---|------|-------|----|--------|
| 6 | هل توجد برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة المجتمعية لها ذات في تحفيز ممارسة الرياضة المجتمعية؟ | 2.27 | 1.146 | 13 | منخفضة |
| 7 | هل ترى أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس وترسيخ الوعي نحو تحفيز و ممارسة الرياضة المجتمعية؟ | 2.37 | 1.244 | 9 | متوسطة |
| 8 | هل الإعلام المرئي يسلط الضوء على أن الرياضة المجتمعية الترويجية تحقق التعاون بين أبناء المجتمع؟ | 2.40 | 1.159 | 8 | متوسطة |
| 9 | هل يوضح الإعلام المرئي بأن الرياضة المجتمعية تعمل على إكساب الممارسين قدرات بدنية وعقلية؟ | 2.33 | 1.080 | 12 | منخفضة |
| 10 | هل يبيث الإعلام مواضيع توضح بأن الرياضة المجتمعية تعزز الاستقرار الاجتماعي والمصالحات؟ | 2.36 | 1.068 | 11 | متوسطة |
| 11 | هل للإعلام المرئي دور في التوضيح أن الرياضة المجتمعية تساعد على التفاعل مع المجتمع والاندماج؟ | 2.26 | 1.096 | 14 | منخفضة |
| 12 | هل يوضح الإعلام المرئي في برامجه أن اللقاءات الرياضية المجتمعية بين الأحياء والحدائق تشجع الحوار بين المجتمعات المتعددة؟ | 2.55 | 1.148 | 4 | متوسطة |
| 13 | هل للإعلام المرئي دور في أهمية الرياضة المجتمعية كأداة لتحقيق السلام؟ | 2.44 | 1.163 | 7 | متوسطة |
| 14 | هل مشاهدتك للمواضيع التي يبيثها الإعلام المرئي تؤكد لك أن المنافسات الرياضية المجتمعية بين أبناء المجتمع تخلق الاحترام والتعاون؟ | 2.15 | 1.142 | 16 | منخفضة |
| 15 | هل الإعلام المرئي يوضح أن ممارسة الرياضة المجتمعية تساهم في تعديل وتغيير سلوك الأفراد بما يتناسب مع احتياجات المجتمع؟ | 3.04 | 1.121 | 1 | متوسطة |
| 16 | هل يشجع الإعلام المرئي الأفراد على مزاولة الأنشطة الرياضية المجتمعية للتقليل من التوتر العصبي والنفسي الناتج عن الإرهاق في العمل؟ | 2.88 | 1.163 | 2 | متوسطة |
| | الدرجة الكلية للمحور. | 2.34 | 0.926 | | متوسط |

الناتج عن الإرهاق في العمل؟ بمتوسط حسابي (2.88)، يليها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (3) والتي تنص على "هل يقوم الإعلام المرئي بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن مما يحفزك على ممارسة الرياضة بصفة منتظمة" بمتوسط حسابي (2.67)، يليها بالمرتبة الرابعة الفقرة رقم (12) والتي تنص على "هل يوضح الإعلام المرئي في برامجه أن اللقاءات الرياضية المجتمعية بين الأحياء السكنية والحدائق تشجع الحوار بين المجتمعات المتعددة؟ بمتوسط حسابي (2.55)، وتليها بالمرتبة الخامسة الفقرة رقم (4) والتي تنص على "هل الإعلام المرئي يزيد معرفتك بأن ممارسة الرياضة تساعدك على التحكم في الوزن؟، و يكسبك وعيًا صحيًا، ويدفعك لممارستها بمتوسط حسابي (2.53)، كما جاءت الفقرة رقم (14) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.15).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

يلاحظ من الجدول رقم (5) الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال محور الإعلام المقروء، أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية يساوي (2.34) وانحراف معياري (0.926)، وهذا يدل على أن درجة دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة كانت متوسطة.

كما تشير النتائج في الجدول رقم (5) إلى أن عدد (11) فقرة جاءت بدرجة متوسطة، و أن عدد (5) فقرات جاءت بدرجة منخفضة، وحصلت الفقرة رقم (15) على المرتبة الأولى وهي تنص على "هل الإعلام المرئي يوضح أن ممارسة الرياضة المجتمعية تساهم في تعديل وتغيير سلوك الأفراد بما يتناسب مع احتياجات المجتمع على أعلى متوسط حسابي (3.04)، تليها الفقرة رقم (16) حيث جاءت في المرتبة الثانية وهي تنص على "هل يشجع الإعلام المرئي الأفراد على مزاولة الأنشطة الرياضية المجتمعية للتقليل من التوتر العصبي والنفسي

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 > \alpha$) في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميون، اللاعبين، الإداريون). وللإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغيرات الدراسة (الإعلاميون، اللاعبين، الإداريون).

جدول (6) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغيرات الدراسة (الإعلاميون، اللاعبين، الإداريون)

| المجال | عينة الدراسة | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|----------------------|--------------|-------|-----------------|-------------------|
| محور الإعلام المكتوب | الإعلاميون | 118 | 2.625 | 0.689 |
| | اللاعبون | 160 | 3.208 | 0.919 |
| | الإداريون | 34 | 2.315 | 0.646 |
| محور الإعلام المسموع | الإعلاميون | 118 | 2.229 | 0.944 |
| | اللاعبون | 160 | 2.964 | 0.885 |
| | الإداريون | 34 | 2.149 | 0.488 |
| محور الإعلام المرئي | الإعلاميون | 118 | 2.797 | 0.846 |
| | اللاعبون | 160 | 2.988 | 0.757 |
| | الإداريون | 34 | 1.934 | 0.886 |
| الدرجة الكلية. | الإعلاميون | 118 | 2.210 | 0.611 |
| | اللاعبون | 160 | 3.038 | 0.741 |
| | الإداريون | 34 | 2.252 | 0.715 |

يلاحظ من الجدول رقم (6) وجود فروق ظاهرة في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة، تبعاً لمتغيرات عينة الدراسة (الإعلاميون، اللاعبين، الإداريون)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول التالي:

جدول (7) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابات أفراد عينة الدراسة لدور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغيرات عينة الدراسة. (الإعلاميون، اللاعبين، الإداريون)

| المجال | مصدر التباين | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|-----------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|-------------------|---------------|
| محور الإعلام المكتوب. | بين المجموعات | 7.634 | 3 | 1.908 | 3.022 | 0.002 |
| | داخل المجموعات | 75.149 | 311 | 0.632 | | |
| | المجموع | 82.783 | 314 | | | |
| محور الإعلام المسموع. | بين المجموعات | 13.230 | 3 | 3.307 | 4.262 | 0.003 |
| | داخل المجموعات | 92.341 | 311 | 0.776 | | |
| | المجموع | 105.570 | 314 | | | |
| محور الإعلام المرئي. | بين المجموعات | 12.887 | 3 | 3.222 | 4.427 | 0.002 |
| | داخل المجموعات | 86.593 | 311 | 0.728 | | |
| | المجموع | 99.479 | 314 | | | |
| الدرجة الكلية. | بين المجموعات | 8.594 | 3 | 2.148 | 3.679 | 0.007 |
| | داخل المجموعات | 69.493 | 311 | 0.584 | | |

| | | | | |
|--|--|-----|--------|---------|
| | | 314 | 78.087 | المجموع |
|--|--|-----|--------|---------|

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) = 2.65

وجاء في المرتبة الأخيرة محور الإعلام المسموع وخاصة إذا نظرنا إلى المتوسط الحسابي لهذا المجال الذي بلغ (2.31)، حيث يرى الباحث أن ذلك يعود لنفس الأسباب التي تم ذكرها سابقاً فيما يتعلق باهتمام وسائل الإعلام من الصحف والمجلات والإنترنت والتلفاز والإذاعة بالأخبار الرياضية وبالجانب التنافسي أكثر من اهتمامها بالرياضات الشعبية والرياضة المجتمعية وأهميتها من أجل الصحة والترويج والاستمتاع، واتفقت هذه الدراسة مع دراسة جابر (2007م)، التي أشارت إلى عدم وجود وعي بثقافة ممارسة الرياضة الترويحية والصحية، وضرورة توثيق الروابط والعلاقات بين المجتمع وتأهيل خبراء للاكتشاف الرياضي، وانتقاء المواهب وعمل تجمعات رياضية في كل الحارات وتخصيص جوائز ووضع برامج لتوعية الأسرة الرياضية وعقد البرامج والندوات الثقافية، وكذلك اختلفت هذه الدراسة عن دراسة علي جرمون (2008م) التي أشارت إلى الإعلام عن الحصص الرياضية في التلفزيون الجزائري ولها متابعوها وتسهم في نشر الوعي الرياضي بينهم، ولو بالقدر غير الكافي، لتفعيل دورها في نشر الثقافة والنشاط والممارسة والتربية والصحة والوعي الرياضي في أوساط من سيكونون جيل المستقبل.

مناقشة النتائج الخاصة بالتساؤل الثاني:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a > 0.05$) لدور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميون، اللاعبون، الإداريون)؟
للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله إلى الفرضية الصفرية التالية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a > 0.05$) لدور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميون، اللاعبون، الإداريون).

ولفحص الفرضية الصفرية السابقة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة حول دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميون، اللاعبون، الإداريون).

وبالرجوع إلى الجدول رقم (7) لمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one Way ANOVA)، ويلاحظ أن قيمة (ف) للدرجة الكلية (3.689) ومستوى الدلالة (0.007) وهي أقل من مستوى الدلالة ($a > 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية تبعاً لمتغيرات (الإعلاميون،

يلاحظ من الجدول (7) أن قيمة (ف) للدرجة الكلية (3.679)، ومستوى الدلالة (0.007)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغير عينة الدراسة (الإعلاميون، اللاعبون، إداريون) وكذلك لجميع المجالات، وبذلك تم رفض الفرضية الأولى.

مناقشة النتائج:

لقد قام الباحث وبهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة بالإجراءات الإحصائية المناسبة على النحو التالي:

مناقشة النتائج الخاصة بالتساؤل الأول:

هل هناك دور للإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة؟

قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجالات الاستبانة، وبالرجوع إلى جدول رقم (2) نجد أن محور الإعلام المكتوب حصل على أعلى متوسط حسابي وجاء بدرجة متوسط، ويرى الباحث أن الإعلام المكتوب حصل على متوسط حسابي (2.63) وهي نسبة جيدة إلى حد ما، ولكن الإعلام اليمني مازال في بداياته في ظل التحرك الرياضي المتسارع، كما أن اهتمام الإعلام ينصب على الأخبار الرياضية ذات المستوى العالي، ويغفل عن الجانب التثقيفي في تحفيز جميع الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية التي هي أساس رفد الأندية والمنتخبات الوطنية باللاعبين.

ويرى القلاي (2013م) أنه نتيجة الممارسات الضارة في المجتمع الرياضي بدت تظهر الحاجة إلى الحفاظ على مفاهيم ممارسة الرياضية لجميع شرائح المجتمع بكافة أنواعها، وتعزيز مبادئ اللعب النظيف وسيطرة الأفكار التجارية على المنافسات الرياضية وجعل الرياضة مجاًلاً وحقاً يمارسه جميع فئات المجتمع.

وجاء محور الإعلام المرئي الذي بالمرتبة الثانية وخاصة إذا نظرنا إلى المتوسط الحسابي لهذا المجال (2.34)، ويرى الباحث أن هذا المجال يركز بدرجة كبيرة على نقل المباريات ذات الطابع الرسمي ويقوم بتحليلها وإعطاء تقارير مفصلة عن سير هذه المباريات، ويغفل هذا المجال عن دور أهمية ممارسة الرياضة المجتمعية بالحارات والمدارس لما لها من أهمية كبرى في اكتشاف المواهب الرياضية وتشجيعها عن طريق بث المباريات الخاصة بالحارات والمدارس، واتفقت هذه الدراسة مع دراسة عبد الحفيظ (2014م) التي أشار فيها إلى ضعف في الأداء المهني للإعلام المرئي.

ولاشك أن الإعلام اليوم ورغم المعوقات والظروف الصعبة يمتلك قدرات بشرية متميزة وذات كفاءة عالية ووسائل إعلامية متنوعة، ومن هنا لابد أن تتناغم هذه الوسائل بمجملها إيجابياً لتحقيق المصلحة العليا للوطن والمنظومة الإعلامية والرياضية، وهذا ما أكدت عليه دراسة إبراهيم جوادي (2014م) أن للإعلام الرياضي المكتوب دوراً لا يستهان به في توعية وتنقيف الجمهور بالرياضة، وأن الإعلام منهج وعملية تقوم على هدف التنقيف بالمعلومات الصادقة التي ترتقي بمستوياتهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وأن الصحافة وسيلة إعلامية تنقيفية كما أنها وسيلة اتصال جماهيري تلعب دوراً جباراً في حياة الإنسان خاصة بعد أن توسعت أهدافها لتشمل الثقافة والإعلام والتوجيه والإرشاد، وأكد مارتين (2000م، martin)، أنه من خلال الآراء في الفترات الأربع يظهر عدم الاهتمام بالرياضة بشكل عام والرياضة النسائية بشكل خاص، وإن الإعلام لم يغط تلك الرياضة بشكل صحيح، وأن الذكور هم المسيطرون، ويجب العناية بالرياضة النسائية.

الاستنتاجات:

- ✓ يجب أن ينشر الإعلام الرياضي اليمني معلومات تركز على أهمية أن تؤدي الرياضة المجتمعية بشكل واسع وفي جميع أنواع الرياضات.
 - ✓ يجب أن يساعد الإعلام الرياضي اليمني في تعريف المجتمع بأهمية ممارسة الرياضة المجتمعية من أجل نشر روح الصداقة بين الممارسين.
 - ✓ يجب أن يقدم الإعلام الرياضي اليمني معلومات توضح أهمية ممارسة الرياضة المجتمعية للأفراد من أجل الحفاظ على الصحة.
 - ✓ توجد فروق دالة إحصائية في دور الإعلام في تحفيز الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية بأمانة العاصمة تبعاً لمتغير عينة الدراسة (الإعلاميون، اللاعبون، إداريون)، وكذلك لجميع المجالات.
 - ✓ كانت الفروق بين الإعلاميين وبين اللاعبين لصالح اللاعبين، وبين الإداريين واللاعبين لصالح اللاعبين.
 - ✓ المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب لا تحفز المجتمع على ممارسة الرياضة كما أنها لا تشجعهم على البحث لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة والصحة.
 - ✓ الإعلام الرياضي قادر على نشر الرياضة المجتمعية وترسيخها لدى الجميع بمختلف أشكاله سواء المكتوب أو المسموع أو المرئي فقد أولى الاهتمام اللازم بمواضيع الرياضة والصحة والتشعب في شتى مجالاتها النفسية والجسمية والجمالية.
- التوصيات:

(اللاعبون، الإداريون)، وكذلك لجميع المجالات، وبذلك تم رفض الفرضية الصفرية السابقة.

وكانت الفروق بين الإعلاميين وبين اللاعبين لصالح اللاعبين، وبين الإعلاميين والإداريين لصالح الإعلاميين، وبين اللاعبين والإداريين لصالح اللاعبين، واتفقت هذه الدراسة مع دراسة (الشريف، 2014م) على أن ما تقدمه وسائل الإعلام الرياضي يشكل درجة متوسطة، وهناك تأثير إيجابي على أفراد عينة البحث من خلال المواضيع التي تنشرها الصحف الرياضية، وأن مستوى مشاهدة البرامج الرياضية عالية، واختلفت هذه الدراسة مع دراسة خالد الزيود (2013م) حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05=) في دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل)، واختلفت هذه الدراسة عن دراسة خالد الزيود (2013م) بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05=) على المجال المعرفي لدور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية بين طلاب وطالبات كليات جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس لصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات الأخرى "الاجتماعي، التربوي، الصحي".

ومن خلال ذلك يرى الباحث أن الأسرة الرياضية مجتمعة التي تضم الإعلاميون واللاعبون والإداريون تجمع على أن الإعلام اليمني بأنواعه مازال بحاجة إلى مزيد من الجهود للارتقاء بالحالة المهنية، ونحتاج في هذه المحطة الفارقة لوقف جادة واستخلاص الدروس والعبر للوصول إلى المستقبل الباهر والمشرق، لأن البيئة المهنية للصحفي مهمة وضرورية، وينبغي العمل بكل الوسائل على توفيرها لتحقيق الأهداف المرجوة، في ظل هذه المرحلة والتحديات الكبيرة الواقعة على المجتمع وعلى القائمين بتطوير الرياضة اليمنية، ويجب أن نعي جيداً أهمية دور الإعلام المقنع والمؤثر بالدرجة الأولى في تحقيق الأهداف والاستراتيجيات الوطنية ومواكبة التطور ولعب دور بارز في إنجاح كل ما يخص تطوير الرياضة اليمنية.

إن الإعلام بكافة أنواعه شريك حقيقي وفاعل في عملية تطوير الرياضة من خلال المهنية العالية التي تعتمد في الأصل على دقة المعلومة وسلامة التحليل والاستنتاج والاستناد إلى الوثائق، والنزول إلى الساحة والميدان ليكون مبادراً للكشف عن المعوقات والجوانب السلبية وتبسيط الضوء على أهم الإمكانيات المطلوبة في دعم الرياضة المجتمعية داخل الحارات والمناطق الريفية والعمل على إيجاد ممولين وداعمين لإنشاء الملاعب واكتشاف الموهوبين كما هو قائم في معظم الدول العربية والأجنبية.

9. الزبيد، خالد (2013م): تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، للفترة من 25-27/2/2013م، الإمارات.
10. الزبيد، خالد (2013م): دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، كلية التربية الرياضية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 21، العدد 4، الأردن.
11. شاهين، وليد محمد (2017م): دور الإعلام الرياضي الفلسطيني في إشاعة روح اللعب النظيف لدى الرياضيين، بحث منشور، مجلة العلوم التربوية، مجلد 44، عدد 4، فلسطين.
12. الشريف، أنسجام عبدالله (2014 م) "تأثير وسائل الإعلام الرياضي على نشر الثقافة الرياضية وسط مربّي كرة القدم في الجمهورية اليمنية (دراسة مسحية على عينة من مربّي لدرجة الأولى)" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية - قسم التربية الرياضية جامعة عدن.
13. الطائي، صالح (2009م): دور الإعلام في مكافحة الفساد المالي والإداري، صحيفة المؤتمر تاريخ 2009/3/2 www.inciraq.com
14. العادلي، فاروق محمد وهمام، حسن (1979م): علم الاجتماع العام، أصوله النظرية وتطبيقاته، كلية الآداب جامعة القاهرة، مصر.
15. القضاة، خالد (1997م): دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية الرياضية في المجتمع الأردني، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية التربية الرياضية، العراق.
16. النظاري، محمد حسين (2012م): أثر الصحافة الرياضية على الحالة النفسية لدى حكام كرة القدم، دراسة على حكام النخبة "دوليين، أولى" في الدوري اليمني، أطروحة دكتوراة في نظريات ومنهجية التربية الرياضية، معهد التربية البدنية الرياضية، جامعة الجزائر.
17. الهادي، عيسى (2013م): الإعلام الرياضي التربوي، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة.
18. الورافي، إبراهيم علي (2012م): تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب المدارس بالجمهورية اليمنية، جامعة صنعاء، كلية التربية الرياضية، اليمن.
19. عبد الخالق، حسام رفقي (1980م): وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، القاهرة.

- ✓ ضرورة استحداث برنامج عملي لتأهيل الكادر الإعلامي الرياضي اليمني لمواكبة التطورات الحديثة في مجال الإعلام الرياضي من شأنه خلق وعي لدى الأفراد نحو ممارسة الرياضة المجتمعية.
- ✓ أخذ بعين الاعتبار أهمية تخصيص مساحات وبرامج رياضية تخدم الرياضة على العموم وتولي الرياضة المجتمعية اهتماماً على وجه الخصوص من طرف مختلف وسائل الإعلام الرياضي.
- ✓ التطرق إلى مواضيع وبرامج رياضية توعوية حول أهمية ممارسة الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري وأمراض القلب وتصلب الشرايين.
- ✓ تكثيف البرامج والحصص التي تبرز العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في العمر والسن من أجل تحفيز المجتمع على الاستمرار في ممارسة النشاط البدني بصفة منتظمة.
- ✓ ضرورة التطرق إلى مواضيع تفسر إمكانية التخلص من العديد من المشاكل النفسية كالأرق والضغط الاجتماعية بفضل ممارسة الرياضة والتفاعل مع الآخرين في أوساط المجتمع.
- ✓ التركيز خلال إعداد البرامج التلفزيونية والتحقيقات الصحفية والحوارات والمقابلات على أهمية ممارسة الرياضة المجتمعية.

المراجع:

1. أبو زيد، فاروق (1986م): مدخل إلى علم الصحافة، ط1، عالم الكتاب والنشر، القاهرة.
2. أحداق، زهير (2007م): مدخل لعلوم الاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
3. أديب، خضور (1994م): الإعلام الرياضي "دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون"، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا.
4. إمام، إبراهيم (1986 م): فن العلاقات العامة والإعلام، الطبعة الثالثة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
5. جوادي، إبراهيم (2014م): دور وسائل الإعلام الرياضي المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي الجزائري، بحث منشور، مجلة علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي، العدد 8، جوان 2014م، الجزائر.
6. الحسين، محمد (1999م): بحوث الإعلام، عالم الكتاب للنشر، ط1، القاهرة.
7. الخولي، أمين أنور (1996م): الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة للطباعة، القاهرة.
8. داود، ليلي (1992م): وسائل الاعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر المنطقة الغربية والثقافية، تونس.

34-

<https://www.albayan.ae/opinions/everweek/2016-03-08-1.2590040>

20. عبد الرحمن، عواطف وآخرون (1983م): تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

21. عبد العاطي، خالد إبراهيم (2009 م): نموذج مقترح لصناعة الإعلام الرياضي المرئي في جمهورية مصر العربية رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التربية الرياضية بنين جامعة حلوان، القاهرة.

22. عبد النبي، سليم (2010م): الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

23. عبيد، عاطف (2002م): نظريات الإعلام والرأي العام، ط1، ج1، دار الفكر العربي، القاهرة.

24. عصام الدين، عادل (2000م): دور وسائل الإعلام في أمن الملاعب الرياضية، السعودية.

25. علي، ياسر بابكر (2013م): الإعلام الرياضي التلفزيوني ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام ، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.

26. عويس، خير الدين وحسن، عطا (1998م): الإعلام الرياضي، ج1 ط1، دار الكتاب للنشر، القاهرة.

27. فاروق، أحمد (2002م): الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من (1995-2000م)، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية للبنين، مصر.

28. فخمي (1976م): غدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية، دار الشعب، ط2، القاهرة.

29. كابلور، رونال (1948م): الصحافة المكتوبة السمعية والبصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

30. ملهي، عبد الحفيظ (2014م) "الدور الإعلامي للصحف الرياضية في تشكيل الرأي العام الرياضي وتعزيز الاتجاهات نحو الرياضة بولاية الخرطوم، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

31. يوسف، حميش (2016م): دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحقيق الإشاعات الإعلامية، مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة المسيلة، الجزائر.

32- MGean Marc Guile, L Enfant, L, Adolescent Et Parents Face a La Television, Aux Medias Et Aux jeux Electroniques; Points De Vue Medicale Et Psychologique , Perspectives Psy, 2008/1 Vo1.47, p66-77s.

33 - Martin, Mary Terasse. (2000) : Learning to Comptei Media and Other.