

## تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيم التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي

## The influence of sports media on achieving the values of social formation among the public in the sports field

عمارة نورالدين<sup>1</sup><sup>1</sup> جامعة محمد بوضياف المسية (الجزائر) amaranouri@yahoo.fr

تاريخ النشر: مارس/2020

تاريخ القبول: 2020/03/17

تاريخ الإرسال: 2019/01/23

## الملخص

الإعلام الرياضي فرع من منظومة الإعلام ككل يؤدي دور كبير في النهوض بالحركة الرياضية، و يساهم بشكل كبير في إبراز أهمية النشاط الرياضي بأنواعه و أهميته للفرد و المجتمع في تحقيق اللياقة البدنية و الصحة النفسية و الجسمية، و للإعلام الرياضي دور كبير في التأثير على الكثير من السلوك الإنساني في المجال الرياضي و التأثير على العديد من المجالات كالتنشئة الاجتماعية التي تحدث أثارا كبيرة على فئات المجتمع و خاصة جيل الشباب و النشء، و يستطيع الإعلام الرياضي أن يؤثر على السلوك الإنساني و مجال التنشئة الاجتماعية التي تعتبر عملية أساسية في حياة الفرد التي تتناول القيم و المبادئ الرياضية و المحافظة عليها بما ينتج سمة التوافق في المجتمع، و هنا تتجلى وظيفة الإعلام الرياضي في المساعدة على إدراك قيمة المسؤولية الاجتماعية و يحولها مع ما يتفق مع القيم و المعايير الاجتماعية<sup>1</sup>، و هذا يجرننا في بحثنا على طرح الإشكالية التالية: هل للإعلام الرياضي تأثير على تحقيق قيمة التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي؟.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي - قيم التنشئة الاجتماعية - الجمهور الرياضي

## Abstract

Media Sports A branch of the media system as a whole plays a major role in the promotion of sports movement, and contributes significantly to highlight the importance of sports activity of all types and importance to the individual and the community in the achievement of physical fitness and mental health and physical, and the media play a significant role in influencing a lot Of human behavior in the field of sports and influence on many areas such as social upbringing that have a great impact on the groups of society, especially the young generation and young people, and sports media can affect the human behavior and the field of socialization, which is a fundamental process in the life of the individual The values and principles of mathematics are discussed and preserved in a way that results in the compatibility of the society. The following: Does sports media have an impact on achieving the value of socialization among the public in sports?

**Key words:** sports media - the values of social formation - the public in the sports field

**1 - مقدمة**

تختلف وسائل الإعلام الرياضي في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقاً لقدرات و إمكانيات كل وسيلة منها، و تزداد قوة تأثيرها كلما استحوذ على ثقة الجمهور بمصداقيته و مضمون و فحوى رسالته الإعلامية الرياضية التي لا بد لها أن تعكس واقع المجتمع بشكل أو بآخر لكي يتحقق التأثير المطلوب، و لكي يمكن للرسالة الإعلامية الرياضية أن تحقق التأثير الايجابي يجب أن تقوم بتناول و معالجة القضايا و المشكلات الرياضية، من خلال الاعتماد على التعريف و التفسير و الحفظ و الاسترجاع، فعندما يتعرض الفرد إلى معلومة معينة فإنه يسعى إلى التعرف عليها ثم تفسيرها من خلال مقارنتها بما لديه من خبرات سابقة و يحفظها في ذاكرته و بالتالي يمكن استرجاعها حينما يحتاج إليها، و يختلف تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية باختلاف المتلقي حيث يكون التأثير مختلف حسب كل فئة و جنس، و ذلك حسب الكيفية التي يتلقون بها هذه الرسالة نظراً لوجود الكثير من المتغيرات الفيزيولوجية و النفسية التي تميز كل مرحلة عمرية عن أخرى و كل جنس عن الآخر.<sup>2</sup>

و تعد التنشئة الاجتماعية عملية أساسية في حياة الفرد يتم من خلالها الانتقال به إلى مواطن له أدوار و مكانه، و تجعل منه إنساناً مستقلاً محرراً من التبعية و القيود السلطوية، و يحمل قيم و معايير المجتمع الذي يعيش فيه، و موضوع التنشئة الاجتماعية من المواضيع الهامة نظراً لأهميته في إعداد الأجيال القادمة التي ستحافظ على استمرارية وجود المجتمع مادياً و معنوياً، حيث تعتبر هي العملية التي يتم من خلالها نقل تراث المجتمع إلى أفراد و بالتالي إلى تمكنهم في المشاركة في الحياة الاجتماعية، كما أنها هي تلك العملية التي تؤدي إلى تعلم و تعليم و تربية الفرد، و تقوم على التفاعل الاجتماعي و تهدف إلى إكساب الفرد سلوكاً و معايير و اتجاهات مناسبة لادوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة جماعته و التوافق الاجتماعي معها، و تكسبه الطابع الاجتماعي و تيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.

فالتنشئة الاجتماعية عملية تعلم اجتماعي يتعلم فيها الفرد عن طريق التفاعل الاجتماعي الأدوار و المعايير الاجتماعية و يكتسب القيم و الاتجاهات و الأنماط السلوكية التي ترتبها الجماعة و يوافق عليها المجتمع، و من هنا يمكن لوسائل الإعلام أن تكون مساعداً و ناصحاً و معلماً في تثقيف الجيل الناشئ، لذا يجب أن يفهم دورها من خلال معرفة الناس لاستخدام هذه الوسائل الإعلامية، و التي يتحدد دورها في التنشئة الاجتماعية من خلال تأثيرها على الأفراد في ما يتعلمه الفرد من قيم و معايير و علاقات اجتماعية.<sup>3</sup>

**2 - إشكالية البحث**

يعد الإعلام الرياضي بكافة وسائله أفضل وسائل الاتصال بالجمهور فهو علم يخاطب عقولهم و يعرض لهم حقائق تحرك فيهم أسمى معاني الإنسانية، و لذلك فإن تأثيره يكون أقوى و أعمق إذا عرفنا

كيف نقدم الرسالة الإعلامية الرياضية بطريقة فعالة و قادرة على تحقيق التأثير الايجابي في الجمهور، فله دور بارز في تكوين الآراء و الاتجاهات الايجابية إذ أحسن استغلاله وفق طرق و أساليب تستطيع أن تؤثر في العادات و التقاليد و القيم الاجتماعية الراسخة، و هو سلاح ذو حدين له فوائده الاجتماعية الكثيرة و له عيوبه المتعددة، فهو أداة لها نتائجها و محصلتها بحسب توجيه الإنسان لها و تسخيرها إياها، فلإعلام له فوائد إذ ما أحسن توجيهها و انتقائها و إعدادها الإعداد المناسب، فهو يوسع المعارف و المعلومات و الثقافة و المفاهيم الرياضية و يفتح أفقا أمام النشئ، و فيه تتنوع اهتماماته و تنثر خيالاته، و يعتبر محتوى الرسالة الإعلامية و إستراتيجية الإقناع سلوكا اتصاليا يرتبط بالقدرة على التمكن للقائم بالاتصال، و اتخاذ القرارات كتحديد الأدلة التي سوف يستخدمها و نوعية الإستimalات التي يستخدمها و مدى قوتها.<sup>4</sup> ، و مما سبق تناوله تم طرح الإشكالية التالية: هل للإعلام الرياضي تأثير على تحقيق قيمة التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في المجال الرياضي؟.

**3- نظريات التأثير الإعلامية (المفسرة لسلوك الجمهور):** النظرية هي محصلة دراسات و أبحاث و مشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور، وضعت فيه إطارا نظريا و علميا لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير و الافتراضات التي قويت تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، إن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

**3-1- النظريات المتعلقة بالجمهور:** يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية، و يقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن استخدام وسائل الإعلام سببه دوافع نفسية و اجتماعية، و من بين هذه النظريات ما يلي:

**3-1-1- نظرية الاستخدام و الإشباع:** تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، و أن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط.

**3-1-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:** تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز و مكثف.<sup>5</sup>

**3-2- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:** تصنف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، و من هذه النظريات ما يلي:

**3-2-1- نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد:** تعتمد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيرا مباشرا و سريعا في الجمهور، و أن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة.

**3-2-2-3- نظرية الغرس الثقافي:** تفترض هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به، و تزيد معارفهم خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام.

**3-2-3- نظرية ترتيب الأولويات:** تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من تقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق المتابعة، و إهمال قضايا أخرى فييدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها.<sup>6</sup>

**3-3- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور: و هي على ثلاثة أنواع:**

**3-3-1- التأثير المباشر (قصير المدى):** يرى هذا النوع من النظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام في الجمهور، و تسمى أيضا بنظرية الرصاصة الإعلامية.

**3-3-2- نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى):** يرى هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، و إنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، و من أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت القائمة على فرضية أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية و يقلل من أفراد الرأي المعارض.

**3-3-3- نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام:** يرى المنظرون لهذا التصنيف أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، و تراعي الخصائص النفسية و الاجتماعية للجمهور، و انه ينبغي مراعاة جميع الظروف و العناصر المتصلة بالاتصال، و من هذه النظريات نظرية ترتيب الأولويات.<sup>7</sup>

**4- الدراسات السابقة:** تعتبر الدراسات و البحوث العلمية السابقة من بين الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الباحث لوضع الانطلاقة الحقيقية لموضوع بحثه، فيقوم بإكمال ما توصلت إليه الأبحاث السابقة كما يؤكد لنا ضرورتها "رابح تركي" حينما قال بأنه من الضروري ربط المصادر الأساسية من الدراسات و النظريات السابقة، حتى يتسنى تصنيف و تحليل معطيات البحث.

**- الدراسة الأولى:** دراسة "فتحي بوخاري" 2013 جاءت هذه الدراسة بعنوان: "مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة"، و هي بحث ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير من جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، حيث جاء إشكالية الدراسة هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة؟، حيث اختار الباحث في بحثه عينة عددها 1000 شخص من مواطني مستغانم بطريقة عشوائية، كما تم الاستعانة باستمارة استبيان كأداة بحثية غرضها جمع المعلومات و البيانات الخاصة بالدراسة، و تم اعتماد الباحث على المنهج الوصفي لرؤيته انه يلزم طبيعة دراسته، و من أهم النتائج المتحصل عليها أنه هناك إقبال كبير على المعلومات الرياضية حيث تمثل مصدرا إخباريا لمعرفة المعلومات الرياضية، و أن الإعلام الرياضي لا يعمل على نشر الثقافة الرياضية للجميع، و هو بعيد كل البعد عن توجيه القارئ نحو الممارسة الرياضية مهما كان نوعها.

- **الدراسة الثانية:** دراسة "مرشيش خالد" بعنوان: "دور الصحافة الرياضية المتخصصة في الحد من التعصب في وسط الطلبة الجامعيين"، فجاءت إشكاليتهما ما هو الدور الذي تلعبه الصحافة الرياضية المتخصصة في الحد من التعصب في وسط الطلبة الجامعيين؟، اعتمد الباحث على أداة الاستبيان كما اعتمد المنهج الوصفي المسحي، و أخذ طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية كعينة لبحثه، و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الصحف الرياضية سلاح ذو حدين و يتمثل في تغذيتها للروح الرياضية، و أيضا روح التعصب و ذلك من خلال المعلومات المغلوطة و غير الكافية و أحيانا المنحازة.

- **الدراسة الثالثة:** دراسة "بن الدين كمال و آخرون" بعنوان: "مؤسسات التنشئة الاجتماعية و دورها في نشر ثقافة الممارسة الرياضية و قيمها الصحية بين الواقع و المأمول"، مجلة حوليات جامعة الجزائر، المجلد 33 العدد 1 ص: 571-588، تناولت هذه الدراسة الرياضة كظاهرة اجتماعية و يعد انتشار ممارستها من عموميات الثقافة، حيث تسود المجتمع الإنساني بأسره و عليه فهي حاجة ضرورية لكل الناس، و من بين أهم نتائج هذه الدراسة هو أن لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دور هام في نشر ثقافة الممارسة الرياضية و قيمها الصحية، حيث يقع على عاتق الوسائط الاجتماعية دور بارز في نهج مبدأ الممارسة الرياضية و الوقاية الصحية من خلال نشر الوعي الرياضي، و التركيز على عنصر الشباب للاستفادة من إيجابيات الممارسة الرياضية و مخرجات الأنشطة البدنية و الرياضية و تسخيرها لتنمية مجتمعاتهم.

- **الدراسة الرابعة:** دراسة "زواوي عبد الوهاب" الموسومة ب" مساهمة الإعلام الإلكتروني الرياضي في نشر الوعي الرياضي بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم من وجهة نظر الإعلاميين الرياضيين"، مجلة الإبداع الرياضي جامعة المسيلة، المجلد 9 العدد 2 ص: 121-141، تناول الباحث مساهمة الإعلام الإلكتروني الرياضي الجزائري في نشر الوعي الرياضي بالأندية الرياضية المحترفة لكرة القدم، و تم استخدام المنهج الوصفي و الاعتماد على عينة قدرها 50 صحفي رياضي جزائري، و قد تم اختيارهم بصفة قصدية، كما استعان الباحث بالاستبيان كأداة لجمع البيانات، و قد خلصت أهم النتائج إلى أن الإعلام الرياضي الإلكتروني الجزائري يساهم و بشكل كبير و فعال في نشر الوعي الرياضي، و الحث على إنشاء مواقع إلكترونية رياضية متخصصة عبر القنوات التلفزيونية و الإذاعية و المكتوبة تساعد على الرفع من مستوى التنشئة الاجتماعية للفرد و خاصة الممارسين داخل الأندية الرياضية المحترفة الجزائرية.

- **الدراسة الخامسة:** دراسة "أسامة مرنيذ" بعنوان: " مساهمة الإعلام الرياضي الإذاعي في تطوير العمليات الاجتماعية لدى رياضيي الألعاب الجماعية"، مجلة الإبداع الرياضي جامعة المسيلة، المجلد 7 العدد 1 ص: 139-152، كانت إشكالية البحث هل يساهم الإعلام الرياضي الإذاعي في تطوير العمليات الاجتماعية لدى رياضيي الألعاب الجماعية؟، اتبع الباحث في إعداد دراسته المنهج الوصفي و

الذي رآه ملائماً لطبيعة بحثه، و كانت العينة متكونة من 40 لاعبا ينشطون في 4 فرق (أولمبي المسيلة لكرة القدم، أولمبي المسيلة لكرة اليد، وفاق المسيلة، الشباب الرياضي للمسيلة)، و من أهم النتائج المتوصل إليها أن للإعلام الرياضي الإذاعي أهمية لدى المجتمع بصفة عامة و عند الرياضيين بصفة خاصة، و هذا لما يلعبه من أدوار اجتماعية ايجابية، حيث يزرع فيهم العديد من الصفات الاجتماعية و يكسبهم الكثير من الأبعاد و العمليات الاجتماعية من خلال متابعتهم المستمرة لوسائل الإعلام و الاهتمام المباشر بالحصص و البرامج الإذاعية.

### 5- تحديد المفاهيم و المصطلحات

**5-1- الإعلام:** لغة يعني التبليغ و الإبلاغ أي الإيصال يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، و البلاغ ما بلغك أي وصلك، و على ضوء ذلك فالإعلام بمعناه اللغوي هو التعبير العملي لتكوين المعرفة و الاطلاع و الإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاويا محيطه و في كل مرفق من مرافق حياته طموحه و همومه و حاجاته، و إن القوى التي تمارس عملية التكوين هي جميع الوسائل و الأجهزة و الواجبات و الفعاليات البشرية و الفنية و المادية و الإعلامية التي تركز عليها عملية التكوين.

أما الإعلام اصطلاحا فهو نشر الحقائق و المعلومات الصادقة بهدف الإقناع، و هذا التعريف هو تصور لما يجب أن يكون عليه الإعلام و ليس كل إعلام يتحرى الدقة و الصدق، و هو التعريف بقضايا العصر و بمشاكله و كيفية معالجة هذه القضايا من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا و خارجيا، و بالأساليب المشروعة، كما يعتبر الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات الدقيقة، و الحقائق الثابتة و التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة، أو مشكلة و يعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم.

**5-2- الإعلام الرياضي:** هو فرع من فروع الإعلام ككل حيث يتناول الأحداث الرياضية، و قد نستطيع من خلاله التوجه نحو الآراء التي نريد توجيهها للجمهور في المجال الرياضي، و هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي.<sup>8</sup>

**5-3- القيم:** هي التنظيمات المعقدة لأحكام عقلية انفعالية مصممة نحو الأشخاص و الأشياء و المعاني سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات متفاوتة صريحا أو ضمنيا، فهي بمثابة حكم تفضيلي يعتبر إطارا مرجعياً يحكم تصرفات الإنسان في حياته العامة و الخاصة، و يرى علماء الاجتماع أن مفهوم القيمة مرادف لمفهوم نافع و لائق، فهي الأشياء التي يعطيها الناس اهتماما خاصا، و هناك من ربطها بمفهوم الحاجات و الأهداف، أو الموقف، أو المثل، أو المعيار الذي تعتبره الجماعة مرغوبا فيه، و يعرف القاموس القيم على أنها أهداف عامة تحرك السلوك نحو تحقيقها، و هذا التعريف يدمج بين الواقع و الأهداف في إطار متسق من الناحية السيكلوجية، و اعتبر "توماس هويكتر" أن القيم هي اتجاهات السلوك أو العمل، أو هي السلوك الفعلي للأفراد في تفاعلاتهم مع بيئاتهم.

**5-4- التنشئة الاجتماعية:** هي من مظاهر النمو الاجتماعي للطفل و هي ترتبط بمظاهر النمو الأخرى المصاحبة له كالنمو البدني و الفيزيولوجي الوظيفي، و العقلي المعرفي و الوجداني العاطفي، و هي عملية أساسية في حياة الفرد يكتسب من خلالها الحكم الخلفي و الضبط الذاتي اللازم له حتى يصبح عضوا راشدا مسؤولا في مجتمعه.

التنشئة الاجتماعية هي العملية التي يتم من خلالها نقل تراث المجتمع إلى أفراد، و بالتالي تمكنهم من المشاركة في الحياة الاجتماعية، فهي عملية تعلم و تعليم و تربية تقوم على التفاعل الاجتماعي و تهدف إلى إكساب الفرد سلوكا و معايير و اتجاهات مناسبة لادوار اجتماعية معينة، تمكنه من مسايرة جماعته و التوافق الاجتماعي معها، و تكسبه الطابع الاجتماعي و تيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.<sup>9</sup>

**5-5- الجمهور الرياضي:** يعتبر أحد أركان الرياضة التنافسية الحديثة و يرى "لارسون" أن الجمهور يشكل جزءا مكتملا من الطبيعة الأصلية للرياضة، لأنه يقدمون الوسط أو المناخ الاجتماعي المباشر للفرد الممارس، و يرى المختصون في علم الاجتماع أن هناك من أنواع الجمهور من يغلب عليه طابع الحياد نسبيا حيث أن كلا الفريقين لا يهمانه في شيء من حيث الفوز و الخسارة، و هناك الجمهور المتعصب و هو المشاهد المشجع المتعصب لفريق أو ناد معين، و هو يبدي ديناميكية أكثر من المشاهد العادي، و هناك من لهم تأثير على الأداء الرياضي العام سواء في مجالات التدريب الرياضي أو المنافسة الرياضية الواقعية، كما أنه خليط متباين من الأفراد يختلف فيه كل فرد عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية، الجمهور الرياضي يعبر عن ظاهرة اجتماعية مهمة آخذة في التعاضد في المجتمعات الحديثة، فهي تعبر عن نشاط اجتماعي له أبعاده و إسهاماته و خاصة فيما يتصل بالتطبيع و التنشئة و التنشئة، بشرط توافر العوامل التربوية و المناخ الاجتماعي المناسب و القيادات الواعية المتفهمة، و التشجيع الرياضي يدعم قيم المجتمع و التوجيه الهادف و يتيح الشعور بالانتماء و الارتباط من خلال مجموعة من الناس اكبر من الأسرة أو حتى مجموعة الأصدقاء أو الأهل.<sup>10</sup>

**6- أهداف البحث:** معرفة تأثير الإعلام الرياضي في تحقيق قيمة التنشئة الاجتماعية عند الجمهور في الرياضة، من خلال ضبط العلاقات و تحديد الأدوار و الحقوق و الواجبات، و انعكاسها في حياة الفرد يتم من خلالها تحويل الفرد من كائن بيولوجي إلى مواطن له دوره و مكانة معينة و يحمل قيم و معايير المجتمع و لغته.

#### 7- أهمية البحث

- ✓ الإعلام الرياضي يزيد من الوعي الرياضي و رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور الرياضي.
- ✓ إحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات في المجال الرياضي.
- ✓ البناء السليم للتنشئة الاجتماعية و الإثارة الجماعية في المجال الرياضي.

✓ مساهمة الإعلام الرياضي في عملية تنشئة الأفراد و مخاطبة العقول النشء و الشباب و الكبار من كلا الجنسين.

✓ دور الإعلام الرياضي في إزالة القيم السلبية و تثبيت القيم الايجابية في المجال الرياضي.

✓ أهمية الإعلام الرياضي في معالجة المشاكل و الصعوبات التي تشغل الرأي العام في المجال الرياضي.

## 8- الدراسة الاستطلاعية

تعتبر الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى للإلمام بكل جوانب البحث من خلال تحديد متغيرات الدراسة و صياغة فرضيات البحث على ضوءها، وتهدف إلى التأكد من ملائمة مكان الدراسة للبحث، والتحقق من مدى صلاحية الأداة المستعملة لجمع المعلومات ومعرفة الزمن المناسب والمتطلب لإجرائها، وتهدف إلى التحقق من صلاحية الأدوات، ومدى وضوح عباراتها وسلامة تعليماتها ومعرفة الجمل المناسب لإجرائها، و حساب الخصائص السيكومترية ( الصدق والثبات) و تم تطبيقه على عينة استطلاعية قوامها 10 إعلاميين في مجال الإعلام الرياضي، و الوقوف على نواحي القصور في الاستبيان بهدف تعديلها قبل إجراء الدراسة الأساسية، ارتأينا إلى القيام بالجلسات العلمية مع بعض الإعلاميين و المختصين في المجال الرياضي، و استشارتهم حول هذا الموضوع و خاصة ممن لهم إطلاع على ذلك ، و كذا الإطلاع على المراجع و المصادر المتعلقة بهذا الموضوع ، إضافة إلى تفحص مختلف الدراسات السابقة و المشابهة ذات العلاقة و كان الهدف منها الوقوف على المشكلات التي قد تواجهنا عند إجراء و تطبيق الدراسة.

## 8-1- المجال المكاني والزمني

المجال المكاني: لقد تم انجاز البحث على مستوى المؤسسات الإعلامية المختلفة في الجزائر.

المجال الزمني: استغرقت فترة العمل من: 2017/10/01 إلى غاية 2017/06/30.

## 9- المنهج المتبع

تم الاعتماد في إعداد هذا البحث على المنهج الوصفي قصد جمع و تحليل و تفسير النتائج و يعتبر المنهج الوصفي ملائماً لطبيعة الدراسة، و يعتبر المنهج السائد حيث يعتبر الطريقة الذي يعتمدها الباحث في الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع و تساهم في تحليل ظواهره، و من أهدافه جمع المعلومات و البيانات عن جماعة أو مجتمع أو ظاهرة معينة و صياغة عدد من التعميمات و النتائج التي يمكن أن تكون أساساً يقوم عليه تصور نظري محدد.

## 10- مجتمع و عينة البحث

مجتمع البحث في دراستنا هو مجموع الإعلاميين المتخصصين في الإعلام الرياضي بالنسبة للحقل الإعلامي بمختلف وسائله في الجزائر و الذين يبلغ عددهم حسب آخر إحصائيات ما يقارب 300



إعلامي رياضي في مختلف المؤسسات الإعلامية، و تم اختيار بصفة عمدية على عينة قوامها 35 إعلاميا رياضيا من مختلف الأجهزة و الوسائل الإعلامية المختلفة بمنطقة الوسط الجزائري.

### 11- أدوات البحث:

استخدم الباحث في هذا البحث استمارة الاستبيان و التي تعتبر من الأدوات المنهجية و الخاصة لجمع البيانات في المنهج الوصفي.

### 12- الخصائص السيكومترية لأدوات البحث:

تم قياس صدق أداة البحث من خلال قياس مجموع العبارات التي شكلت الاستبيان حتى يمكن التأكد من صحتها و يمكنها قياس ما وضت لأجله، و ذلك الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، و صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان و الصدق البنائي للاستبيان.

### 12-1- الصدق الظاهري:

يقوم هذا النوع من القياس على مدى تناسب أي عبارة من عبارات الاستبيان لما وضعت من اجل قياسه و من هذا المنطلق تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة و الاختصاص.

### 12-2- صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع ما وضع لقياسه و لا تقيس شيئاً آخر، و ذلك بالاعتماد على حساب معامل الارتباط "بيرسون".<sup>11</sup>

جدول رقم (01): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان

الرقم	العبارة	معامل الارتباط		النتيجة
		المحسوب	sig مستوى المعنوية	
1	يُنشر المعلومات المتنوعة و إشباع الحاجات النفسية	0.78**	0.000	دال
2	يدعم الاتجاهات النفسية و تعزيز و تعديل القيم و المعتقدات	0.71**	0.000	دال
3	يؤثر في آراء الأفراد و تصرفاتهم و أسلوب حياتهم	0.75**	0.000	دال
4	يساهم في تشكيل شخصية الفرد الاجتماعية	0.74**	0.000	دال
5	يحدث التغيير الاجتماعي الايجابي المنسجم للجمهور الرياضي	0.75**	0.000	دال
6	يرسخ القيم و الأخلاق الرياضية التي تسود الجمهور الرياضي	0.73**	0.000	دال
7	المصدر الرئيسي لملء وقت الفراغ و التسلية و تقديم المعلومات الرياضية	0.71**	0.000	دال
8	يعيد بعث و تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية الرياضية للجمهور الرياضي	0.78**	0.000	دال
9	وظيفة تعليمية تكمن في نقل التراث الرياضي من جيل إلى جيل آخر	0.70**	0.000	دال
10	يربط الأمة بتاريخها الرياضي و أمجادها الرياضية و التشجيع على حذو حذوها	0.70**	0.000	دال
11	يقدم الثقافات و المعارف و العلوم الرياضية و يوسع أفاق أبناء المجتمع	0.72**	0.000	دال
12	يساهم في القضاء على العنف الرياضي باعتباره ظاهرة اجتماعية	0.78**	0.000	دال
13	يساعد في عملية التنشئة الاجتماعية من اجل تحقيق نمو نفسي، تربوي، اجتماعي، عقلي و انفعالي للفرد	0.75**	0.000	دال

#### قيمة معامل الارتباط عند مستوى دلالة 0.01 درجة حرية 14

يتضح من خلال النتائج المبينة في الجدول بأن جميع عبارات الاستبيان ذات دلالة إحصائية حيث نجد معاملات الارتباط المحسوبة لكل عبارة أكبر من قيمة الجدولية و هي عند مستوى دلالة 0.01، و منه يوجد معامل ارتباط قوي للدرجة الكلية للاستبيان مقدرة ب 0.76 عند مستوى دلالة 0.01 يفسر على أن جميع العبارات الموضوعية و المكونة للاستبيان صالحة لقياس ما وضعت لأجل قياسه و هي صادقة و متناسقة داخليا.

## ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان انه يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة، تحت نفس الظروف و الشروط و هذا ما يعني استقرار أداة البحث، و قد تم التحقق من ثبات أداة البحث من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ كما هو مبين: معامل الفا كرونباخ = 0.79. منه نستنتج أن أداة البحث صادقة و ثابتة في جميع فقراتها و هي جاهزة للتطبيق على عينة البحث الأصلية.

## 13- متغيرات البحث

المتغير المستقل: الإعلام الرياضي

المتغير التابع: قيم التنشئة الاجتماعية

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

✓ حساب المتوسط الحسابي.

✓ حساب الانحراف المعياري.

✓ معامل الارتباط "بيرسون".

✓ اختبار الفا كرونباخ.

✓ اختبار كاي تربيع. (8)

## 14- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها

## 14-1- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الأولى

العبارة (01): الإعلام الرياضي ينشر المعلومات المتنوعة و إشباع الحاجات النفسية للجمهور الرياضي. الغرض من العبارة: معرفة دور الإعلام الرياضي في نقل المعلومة و المعرفة و الثقافة الفكرية و السلوكية بقصد التأثير على الحالة النفسية للمتلقي.

الجدول رقم (02): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الأولى في الاستبيان

القرار الإحصائي	درجة الحرية	sig	" كاي تربيع " كما		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة كما	المحسوبة كما			
دال	2	0.000	5.99	24.4	71.4	25	نعم
					22.9	8	أحيانا
					5.7	2	لا
					100	35	المجموع

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (02) نجد أن معظم إجابات أفراد العينة كانت بنعم بنسبة مئوية مقدرة ب 71.4 مؤيدة بذلك فكرة أن الإعلام الرياضي ينشر المعلومات المتنوعة و إشباع الحاجات النفسية للجمهور، فيما جاءت المرتبة الثانية المرجحة لكفة الاقتراح الوسط و القائل انه يمكن

للإعلام الرياضي أحيانا قد يساهم في نشر المعلومات المتنوعة و هذا بنسب مئوية 22.9، أما من مجموع العبارات الراضية للفكرة السابقة فجاءت بنسبة مئوية 05.7 و هي نسبة قليلة جدا مقارنة بحجم العينة، و عليه يمكن الاستنتاج ان الاتجاه العام لمجموعة الإجابات لأفراد العينة المبحوثة تفيد على أن للإعلام الرياضي أهمية كبيرة في نشر و توزيع و نقل المعلومات قصد إشباع الحاجات النفسية التي تؤدي حتما إلى خلق الاستقرار و الضبط النفسي.

- رشيد زرواتي، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع عين مليلة، الجزائر، 2007.

#### 14-2- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبرة الثانية

**العبرة (02):** الإعلام الرياضي يدعم الاتجاهات النفسية و تعزيز و تعديل القيم و المعتقدات للجمهور. **الغرض من العبرة:** الإعلام الرياضي يعتبر كمثير نفسي يستجيب له الجمهور على مستوى المجال النفسي الذي توجد به الغرائز و الدوافع و الحاجات النفسية مما يعزز مجموع القيم المختلفة للجمهور الرياضي.

**الجدول رقم (03):** يمثل إجابات أفراد العينة للعبرة الثانية في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "مكا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولةمكا	المحسوبةمكا			
نعم	22	62.9	5.99	18.91	0.000	2	دال
أحيانا	12	34.3					
لا	1	2.8					
المجموع	35	100					

من خلال النتائج التي جاء بها الجدول أعلاه نرى أن النسب جاءت متنوعة و متفاوتة بين من هو مؤيد لما جاءت به فكرة أن للإعلام الرياضي يد في دعم الاتجاهات النفسية مما يعزز و يعدل القيم و المعتقدات للجمهور الرياضي، و هذا ما تفسره نسبة 62.9 من مجموع الإجابات الذين مشوا في نفس الاتجاه، أما نسبة 34.3 أدلت بتذبذب في رأيها بين مؤيدة أحيانا و رافضة للفكرة أحيانا أخرى حسب ما تقتضيه الحاجة، و في الأخير كانت النسبة الراضية لما جاءت به العبرة الثانية و هذا ما مثلته نسبة 2.8، و منه نستنتج أن للإعلام الرياضي أهدافا كثيرة من بينها تدعيم الاتجاهات النفسية المختلفة للجمهور الرياضي مما يؤدي حتما إلى تعزيز و تعديل مجموع القيم و المعتقدات التي يتحلى بها هذا الجمهور مما ينعكس إيجابا على استقرار الحالة النفسية العامة.

#### 14-3- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبرة الثالثة:

**العبرة (03):** الإعلام الرياضي يؤثر في آراء الأفراد و تصرفاتهم و أسلوب حياتهم.

الغرض من العبارة: التوجه نحو الممارسة الإعلامية بالنسبة للفرد بحرية كافية مما يسمح بطرح كافة الآراء و التصرفات المختلفة مما ينعكس على الاتجاهات الرياضية للفرد و بالتالي للمجتمع في المجال الرياضي.

الجدول رقم (04): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الثالثة في الاستبيان

القرار الإحصائي	درجة الحرية	sig	" كاي تربيع " كما		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة كما	المحسوبة كما			
دال	2	0.000	5.99	12.74	60.0	21	نعم
					28.6	10	أحيانا
					11.4	4	لا
					100	35	المجموع

أن أهم النتائج التي أسفر عنها الجدول رقم (04) تصب في مجملها و بنسبة عالية جدا على أن الإعلام الرياضي يؤثر في آراء الأفراد و تصرفاتهم و أسلوب حياتهم، و هذا ما تعلله نسبة 60.00 الممثلة للغالبية من عدد المستجوبين و عددهم 21 إعلاميا رياضيا يرون انه التوجه نحو الممارسة الإعلامية بالنسبة للفرد بحرية كافية لابد منه كعملية ديناميكية تسمح بطرح كافة الآراء و التصرفات المختلفة مما ينعكس على خلق الاتجاهات الرياضية الايجابية للفرد و بالتالي للمجتمع في المجال الرياضي، و عليه نستنتج إن للإعلام الرياضي تأثير قوي و يسير في الاتجاه الايجابي في تكوين آراء ايجابية تخدم مصلحة الفرد و تعدل من سلوكاته نحو الأحسن.

14-4- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الرابعة:

العبارة (04): الإعلام الرياضي يساهم في تشكيل شخصية الفرد الاجتماعية.

الغرض من العبارة: توفير القدرة على التكيف و الموائمة مع المجتمع بهدف ان يصل الشخص الى تغيير سلوكه ليحدث علاقة اكثر توافقا بينه و بين بيئته.

الجدول رقم (05): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الرابعة في الاستبيان

القرار الإحصائي	درجة الحرية	Sig	" كاي تربيع " كما		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة كما	المحسوبة كما			
دال	2	0.000	5.99	22.85	71.4	25	نعم
					14.3	5	أحيانا
					14.3	5	لا
					100	35	المجموع

من الملاحظ أن مجموع النتائج التي جاء بها الجدول أعلاه تقرر و بجلاء ما تمثله النسبة العالية جدا من الإجابات الخاصة بأفراد العينة و التي مثلتها نسبة 71.4 إنها لدليل قاطع أن الإعلام الرياضي يساهم في تشكيل شخصية الفرد الاجتماعية، من خلال توفير القدرة على التكيف و الموائمة مع المجتمع بهدف أن يصل الشخص إلى تغيير سلوكه ليحدث علاقة أكثر توافقا بينه و بين بيئته، أما باقي النسبة جاءت متساوية في حدود 14.3 تعتقد على انه لا توجد مستاهمة للإعلام الرياضي في تشكيل شخصية الفرد.

و من خلال ما سبق من تحليل و قراءة للنتائج نستنتج أن الإعلام في المجال الرياضي يساعد الفرد في فهم دلالة الأخبار و إدراك ما وراءها من قراءات تجعله يتكيف في مجتمعه، و يكون قادرا على الربط بين جميع المفاهيم في مختلف الميادين في المجال الرياضي.

#### 14-5- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الخامسة

**العبارة (05):** الإعلام الرياضي يحدث التغيير الاجتماعي الايجابي المنسجم للجمهور الرياضي.  
**الغرض من العبارة:** تهدف إلى تبيان أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية الديناميكية المستمرة من خلالها يستطيع الفرد تغيير سلوكه ليكون ملما باحتياجاته النفسية و الاجتماعية و تنظيم الأفكار و انتقائها بشكل جيد.

#### الجدول رقم (06): يمثل اجابات افراد العينة للعبارة الخامسة في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "كا		sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة <sup>2</sup> كا	المحسوبة <sup>2</sup> كا			
نعم	27	77.1	5.99	30.91	0.000	2	دال
احيانا	6	17.1					
لا	2	5.8					
المجموع	35	100					

نرى من خلال النتائج الموجودة في الجدول أعلاه ما يوحي على أن نسبة 77.1 ما يمثل العدد الأكبر من أفراد العينة تقول أن الإعلام الرياضي يحدث التغيير الاجتماعي الايجابي المنسجم للجمهور الرياضي مما يؤدي إلى تبيان أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية الديناميكية المستمرة من خلالها يستطيع الفرد تغيير سلوكه ليكون ملما باحتياجاته النفسية و الاجتماعية و تنظيم الأفكار و انتقائها بشكل جيد، أما النتائج المتبقية تأتي على التوالي لتبين أن ما جاء في سياق العبارة الخامسة قد لا يحدث و انه لا يوجد تغيير يذكر على الحالات الاجتماعية ايجابيا و عدم التأثير على الانسجام لدى الجمهور الرياضي.

و مما سبق نستنتج أن التغيير الاجتماعي هو ذلك الطبيعة الإنسانية السليمة التي تقيم العلاقات الوجدانية، و تعتبر المشاركة و التغيير الاجتماعي تكتسب عن طريق تداخل مجموع العواطف الايجابية وهنا يأتي دور التنشئة الاجتماعية في دفع الإنسان إلى المشاركة الفعالة في الواقع الاجتماعي المحيط به.

#### 14-6- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة السادسة

**العبارة (06):** الإعلام الرياضي يرسخ القيم و الأخلاق الرياضية التي تسود الجمهور الرياضي.

**الغرض من العبارة:** إكساب الجمهور الرياضي سلوكيات و معايير و اتجاهات و قيم تتركس الأخلاق الرياضية تمكنه من مسايرة التوافق و الاندماج في الحياة الاجتماعية.

**الجدول رقم (07):** يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة السادسة في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "مكا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولةمكا	المحسوبةمكا			
نعم	24	68.6	5.99	21.65	0.000	2	دال
أحيانا	9	25.7					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

إن الظاهر في الجدول من أرقام لهو دلالة على أن ما تمثله نسبة 68.6 هو ما يفيد أن الإعلام الرياضي يرسخ القيم و الأخلاق الرياضية التي تسود الجمهور الرياضي، و قد يعزز الهدف المنشود وراء اقتراح هذه العبارة في الاستبيان و الذي مفاده إكساب الجمهور الرياضي سلوكيات و معايير و اتجاهات و قيم تتركس الأخلاق الرياضية تمكنه من مسايرة التوافق و الاندماج في الحياة الاجتماعية، و هذا لا ينفي أن هناك من المستجوبين لا يؤيدون هذا الهدف في نسبة قدرها 5.7 و يوجد من يرى تناوبها بين القبول و عدمه في نسبة 25.7 و هو عدد لا بأس به من أفراد العينة و التي تراوحت في إجابتها بين التردد في صيغة أحيانا.

و عليه نستنتج أن التنشئة الاجتماعية تهدف إلى غرس عوامل الضبط الداخلية للسلوك و التي يحتويها الضمير الحي و تصبح جزءا أساسيا في ترسيخ القيم و الأخلاق الرياضية التي من شأنها يجب أن تسود الجمهور الرياضي.

#### 14-7- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة السابعة

**العبارة (07):** الإعلام الرياضي المصدر الرئيسي لملء وقت الفراغ و التسلية و تقديم المعلومات الرياضية.

**الغرض من العبارة:** توفير الجو السليم الصالح و اللازم من خلال الاعتماد على توفير المعلومة الرياضية و ملء وقت الفراغ لعملية التنشئة الاجتماعية لتحقيق الصحة النفسية و تحويلها مع ما يتفق مع القيم و المعايير الاجتماعية.

## الجدول رقم (08): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة السابعة في الاستبيان

الإحصائي	القرار	درجة الحرية	Sig	" كاي تربيع " كما		%	التكرارات	الإجابات
				المجدولة كما	المحسوبة كما			
دال	2	0.000	5.99	20.8	65.7	23	نعم	
					31.4	11	أحيانا	
					2.9	1	لا	
					100	35	المجموع	

نلاحظ من النتائج التي جاءت في الجدول أعلاه تأتي لتبين ما أن ما جاء في العبارة السابعة على أن الإعلام الرياضي المصدر الرئيسي لملء وقت الفراغ و التسلية و تقديم المعلومات الرياضية هو ما تبناه مجموعة من أفراد العينة المستجوبة و التي قدرت بنسبة مئوية 65.7 حيث ترى توفير الجو السليم الصالح و اللازم من خلال الاعتماد على توفير المعلومة الرياضية و ملء وقت الفراغ لعملية التنشئة الاجتماعية لتحقيق الصحة النفسية و تحويلها مع ما يتفق مع القيم و المعايير الاجتماعية ضرورة حتمية من اجل الرفع من التنمية للتنشئة الاجتماعية للجمهور الرياضي، و قالت ما نسبته 31.4 و هي نسبة لأبأس بها من إجمالي العينة انه أحيانا ما يكون الإعلام الرياضي مصدرا رئيسيا لملء وقت الفراغ و تقديم المعلومة الرياضية.

و عليه نستنتج أن نشر المعلومات و الحقائق المتعلقة بالقضايا الرياضية لتكون أمام الرأي العام من اجل إعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسباً من قرارات تنمي المعارف الرياضية، و تكمن أهمية الإعلام الرياضي في ملء أوقات الفراغ و التسلية و لكن من خلال السيطرة على الجمهور و توجيه مشاعرهم و رغباتهم و ميولهم توجيهها صحيحاً.

## 14-8- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الثامنة

العبارة (08): الإعلام الرياضي يعيد بعث و تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية الرياضية للجمهور الرياضي.

الغرض من العبارة: تمثل القيم مظهراً من مظاهر القوة و السلطة و توصف بأنها موضوعية بمعنى أنها خارجة عن ذوات الأفراد كما أنها من الموجهات الأساسية للسلوك الاجتماعي مما يؤدي إلى تكوين سلوكيات استباقية التي تزيد من فهم الشخصية الرياضية.



## الجدول رقم (09): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الثامنة في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع " كما		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة كما	المحسوبة كما			
نعم	28	80.0	5.99	34.68	0.000	2	دال
أحيانا	5	14.3					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

انطلاقاً من النتائج التي جاء بها الجدول رقم (09) الذي يمثل إجابات أفراد العينة البحثية فقد اتفقت في مجملها على أن الإعلام الرياضي يعيد بعث و تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية الرياضية للجمهور الرياضي بنسبة عالية قدرت ب 80.0 و هي الممثلة لمجموع الإعلاميين في المجال الرياضي و الذين بإجاباتهم هاته أكدوا على أن القيم تعد مظهراً من مظاهر القوة و السلطة و توصف بأنها موضوعية بمعنى أنها خارجة عن ذوات الأفراد كما أنها من الموجّهات الأساسية للسلوك الاجتماعي مما يؤدي إلى تكوين سلوكيات استباقية التي تزيد من فهم الشخصية الرياضية، و أتت إجابات المجموعة الباقية من أفراد العينة متقاربة على أن الإعلام الرياضي قليلاً ما يبعث القيم و المفاهيم الخاصة بالجمهور الرياضي.

و نستنتج مما سبق أن تثبيت القيم و المبادئ و الاتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث إن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل و يحدد انماط السلوك الرياضي متفقه مع تلك القيم و المبادئ فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع.

## 14-9- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة التاسعة

**العبارة (09):** الإعلام الرياضي وظيفة تعليمية تكمن في نقل التراث الرياضي من جيل إلى جيل آخر. الغرض من العبارة: القيام بوظيفة التربية و نقل الثقافة المتطورة و نقل تراث الأمة الاجتماعي و القدرة على التعليم و التربية مما يساهم في على تنمية القدرات الذاتية للمتعلم و إثراء تجاربه و رصيده المعرفي.

## الجدول رقم (10): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة التاسعة في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "كا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة كا	المحسوبة كا			
نعم	30	85.7	5.99	43.6	0.000	2	دال
أحيانا	4	11.4					
لا	1	2.9					
المجموع	35	100					

إن النتائج المتحصل عليه في الجدول رقم (10) تعيد بالأغلبية الساحقة لمجموع الإجابات لأفراد العينة و ما مجموعه 30 إجابة بنسبة 85.7 على أن الإعلام الرياضي وظيفة تعليمية تكمن في نقل التراث الرياضي من جيل إلى جيل آخر، و أن الإعلام الرياضي يقوم كذلك بوظيفة التربية و نقل الثقافة المتطورة و نقل تراث الأمة الاجتماعي و القدرة على التعليم و التربية مما يساهم في على تنمية القدرات الذاتية للمتعلّم و إثراء تجاربه و رصيده المعرفي، و هناك نسبة 11.4 ترى أن الإعلام الرياضي يقوم بالوظيفة التعليمية و التربوية أحيانا عند الحاجة، و ما نسبته 2.9 ينفي ما تقدمت به العبارة على لا وجود بين الإعلام و التربية.

و نستنتج انه إلى أي حد يمكن للإعلام أن يخدم العملية التربوية في المجتمعات ككل، حيث يعتبر الإعلام و التربية كلاهما مؤسستان اجتماعيتان و أن اختلفا في الوسائل و الأساليب ألا أن وظائفهما و أغراضها متشابهة فهما يسجدان هدفا موحدا ألا و هو بناء الإنسان المتعلم المثقف و المدرك لقضايا أمته و الحريص على نمائها و الرفع من شأنها.

## 14-10- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة العاشرة:

**العبارة (10):** الإعلام الرياضي يربط الأمة بتاريخها الرياضي و أمجادها الرياضية و التشجيع على حذو حذوها.

**الغرض من العبارة:** تزويد الجمهور الرياضي بتاريخه الرياضي و إفادتهم بالثقافة الجماهيرية التي تساعد على التماسك بين كافة شرائح المجتمع و المحافظة على التراث و التاريخ عن طريق توسيع آفاق الفرد و إيقاظ خياله و إشباع حاجاته و إطلاق قدراته على إتباع أمجاده في المجال الرياضي.

## الجدول رقم (11): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة العاشرة في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "مكا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولةمكا	المحسوبةمكا			
نعم	25	71.4	5.99	24.4	0.000	2	دال
أحيانا	8	22.9					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

من خلال نتائج الجدول أعلاه و التي جاءت قيمه مختلفة فأعلى قيمة جاءت بنسبة 71.4 تراعي فيها أن الإعلام الرياضي يربط الأمة بتاريخها الرياضي و أمجادها الرياضية و التشجيع على حذو حذوها، و كذلك يعمل على تزويد الجمهور الرياضي بتاريخه الرياضي و إفادتهم بالثقافة الجماهيرية التي تساعد على التماسك بين كافة شرائح المجتمع و المحافظة على التراث و التاريخ عن طريق توسيع أفق الفرد و إيقاظ خياله و إشباع حاجاته و إطلاق قدراته على إتباع أمجاده في المجال الرياضي، و جاءت نسبة 22.9 تقول انه أحيانا تلعب وسائل الإعلام دور الرابط بين الأجيال الحالية و الأجيال السابقة متمثلة في أمجاد الماضي التي نهضت بالحركة الرياضية، و ما نسبته ممثلة في 5.7 تنفي وجود هذه العلاقة الترابطية بين الجيلين.

و نستنتج مما سبق أن الإعلام الرياضي يساهم في نشر الأعمال الثقافية و التاريخية في المجال الرياضي التي ترمي إلى إعلام الجمهور أشياء و معارف لا يدركونها من قبل مما يشكل لهم أهمية، و يبرز العديد من القضايا الماضية و التاريخية لأمجاد و أساطير الرياضة و يعدد مناقبها و انجازاتها في جميع المحافل الرياضية و ينشر رسالة ذات أهمية بالغة تعني بحدو الأجيال الجديدة حذو ما فعلته الأجيال السابقة من انجازات عظيمة بقي التاريخ شاهد عليها.

## 11-14 - عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الحادية عشر

**العبارة (11):** الإعلام الرياضي يقدم الثقافات و المعارف و العلوم الرياضية و يوسع أفق أبناء المجتمع. **الغرض من العبارة:** توجيه الاهتمامات المعرفية و أثرها في الدوافع و الحاجات و الإشباع المرتبطة بالثقافة و العلوم الرياضية مما يؤدي إلى الانسجام مع أساليب الحياة.

## الجدول رقم (12): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الحادية عشر في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "كا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة كا	المحسوبة كا			
نعم	29	82.9	5.99	38.8	0.000	2	دال
أحيانا	4	11.4					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

على ضوء النتائج المتحصل عليها في الجدول الثاني عشر نرى أن ما نسبته 82.9 من مجموع الإجابات تصرح بأن الإعلام الرياضي يقدم الثقافات و المعارف و العلوم الرياضية و يوسع أفق أبناء المجتمع للجمهور الرياضي من خلال توجيه الاهتمامات النفسية و المعرفية و أثرها في تنمية الدوافع و الحاجات و الإشباع المرتبطة بالعلوم الرياضية و نشر الثقافة مما يؤدي إلى الانسجام مع أساليب الحياة، و التلاؤم مع الاستعدادات النفسية و الظروف الاجتماعية حيث أن الفرد يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية و يلتفت إلى الرسالة المتوافقة مع دوافعه و احتياجاته و خبراته و توقعاته و تجاربه النفسية و الاجتماعية.

و أجابت نسبة 11.4 من أفراد العينة على أن الإعلام الرياضي قد يساهم أحيانا في تقديم الثقافات و المعارف و العلوم المرتبطة بالنشاط الرياضي، أما ما نسبته 5.7 فهي لا توافق هذا الطرح إطلاقا.

## 14-12- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الثانية عشر

**العبارة (12):** الإعلام الرياضي يساهم في القضاء على العنف الرياضي باعتباره ظاهرة اجتماعية. الغرض من العبارة: المحافظة على النظام و الاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للتنافس الشريف، و إعداد برامج مؤثرة عن الروح الرياضية و غرس القيم الأخلاقية و الاجتماعية و الدينية قولا و تطبيقا.

## الجدول رقم (13): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الثانية عشر في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "كا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة كا	المحسوبة كا			
نعم	25	71.4	5.99	24.4	0.000	2	دال
أحيانا	8	22.9					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

إن النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه تبين في اتجاهها الغالب نحو الاتفاق مع الطرح القائل أن الإعلام الرياضي يساهم في القضاء على العنف الرياضي باعتباره ظاهرة اجتماعية، تؤدي إلى المحافظة على النظام و الاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للتنافس الشريف، و إعداد برامج مؤثرة عن الروح الرياضية و غرس القيم الأخلاقية و الاجتماعية و الدينية قولا و تطبيقا، و هناك نسبة 22.9 تقول انه يمكن للإعلام الرياضي أن يؤدي دورا مهما في القضاء على ظاهرة العنف كظاهرة اجتماعية خطيرة.

#### 14-13- عرض النتائج و تفسيرها و مناقشتها الخاصة بالعبارة الثالثة عشر:

**العبارة (13):** الإعلام الرياضي يساعد في عملية التنشئة الاجتماعية من اجل تحقيق نمو نفسي، تربوي، اجتماعي، عقلي و انفعالي للفرد.

**الغرض من العبارة:** تتم التنشئة الاجتماعية عن طريق مؤسسات اجتماعية متعددة تعمل وكالات للتنشئة نيابة عن المجتمع أهمها الأسرة و المدرسة و دور العبادة و جماعة الرفاق و وسائل الإعلام.

#### الجدول رقم (14): يمثل إجابات أفراد العينة للعبارة الثالثة عشر في الاستبيان

الإجابات	التكرارات	%	" كاي تربيع "كا		Sig	درجة الحرية	القرار الإحصائي
			المجدولة كا	المحسوبة كا			
نعم	20	57.2	5.99	14.11	0.000	2	دال
أحيانا	13	37.1					
لا	2	5.7					
المجموع	35	100					

أسفرت نتائج الجدول رقم (14) على أن 57.2 من إجابات أفراد العينة تفيد أن الإعلام الرياضي يساعد في عملية التنشئة الاجتماعية من اجل تحقيق نمو نفسي، تربوي، اجتماعي، عقلي و انفعالي للفرد، و تتم التنشئة الاجتماعية عن طريق مؤسسات اجتماعية متعددة تعمل وكالات للتنشئة نيابة عن المجتمع أهمها الأسرة و المدرسة و دور العبادة و جماعة الرفاق و وسائل الإعلام، و جاءت نسبة 37.1 و هي نسبة مقبولة جدا من الإجابات ترى انه يمكن للإعلام الرياضي أن يساعد في عملية التنشئة الاجتماعية من اجل تحقيق نمو الفرد على جميع الجوانب الحياتية أحيانا حسب المواقف و الظروف التي يتعرض إليها الفرد في مجتمعه.

و منه نستنتج أن التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة و الإعلام يمكن أن يقوم بتنميتها على الوجه الأكمل و يؤثر في آراء و تصرفات الأفراد و أسلوب حياتهم و تشكيل الشخصية الاجتماعية في إطار العلاقات الاجتماعية العامة، و هذا ما يؤدي إلى التميز في التنشئة الاجتماعية.

## 15 - استنتاج عام

للمكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه تأثير كبير على درجة تكيفه و تفاعله مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي، و يأتي هذا التأثير كون أن الإعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دور داخل المجتمع، فهو يؤثر بشدة في عملية التنشئة الاجتماعية و هذا ما استخلصت إليه نتائج البحث التي تبين أن الإعلام الرياضي:

✓ يساهم في التأثير في سلوكيات و تصرفات الأفراد باستعمال ما يمكن استعماله من إمكانيات تكنولوجية متطورة.

✓ يساعد في تكوين الشخصية الاجتماعية في إطار العلاقات الاجتماعية العامة مما ينتج عنه تنشئة اجتماعية محققة بصورة أوسع.

✓ يعتبر مساعدا و ناصحا و معلما في تثقيف الجيل الناشئ.

✓ يوفر الجو المناسب لإحداث التغيير الاجتماعي الايجابي المنسجم.

✓ يسعى إلى التبشير بالقيم الرياضية التي تسود المجتمع و معتقداته.

✓ يساعد في إحداث التغيير الثقافي و يساهم في تكوين الثقافات في المجتمعات.

✓ يشكل مصدرا هاما لملء أوقات الفراغ و التسلية و الترفيه، بالإضافة إلى تقديم المعلومات في المجال الرياضي.

✓ يعمل على تعزيز و إعادة تثبيت القيم و المفاهيم و الأنماط السلوكية المختلفة.

✓ يساهم في تشكيل الرأي العام الرياضي، و ربط شرائح المجتمع المختلفة ببعضها.

✓ يربط الفرد الرياضي و المجتمع بعقيدته و بالقيم الرياضية العليا و الأخلاق الرياضية السامية.

✓ ينفر الفرد من التعصب و الانحراف و العنف، و يربط الأمم بتاريخها الرياضي و أمجادها الرياضية.

✓ يقدم للأفراد مختلف الثقافات الرياضية و يقدم لهم المعارف و المفاهيم و العلوم المرتبطة بالرياضة.

و في الأخير نستطيع القول كنتيجة انه إذا ما وضع الإعلام الرياضي في أيد أمينة، و حكمته سياسة بناءة و هادفة كان له تأثير كبير و واسع و سريع على حياة الأفراد و توجهاتهم الرياضية السليمة، و نستطيع القول أن الإعلام الرياضي يؤثر ايجابيا في التنشئة الاجتماعية للفرد و المجتمع و هذا التأثير يؤدي إلى اكتساب أفكار و معايير و انفعالات جديدة، و يتم هذا التعلم و الاكتساب باستمرار مع الإنسان طول حياته

## الهوامش

- 1- خيرى الدين علي عويس، عصام الهلالي: "الاجتماع الرياضي"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997.
- 2- خيرى الدين علي عويس: "الإعلام الرياضي"، مركز الكتاب، القاهرة، 1998.
- 3- غريب سيد أحمد: "علم اجتماع الاتصال و الإعلام"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
- 4- ياسين فضل ياسين: "الإعلام الرياضي"، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
- 5- عماد حسين مكاوي: "نظرية الإعلام"، مطبعة جامعة القاهرة، مصر، 2000.
- 6- جيهان رشتي: "الأسس العلمية لنظرية الإعلام"، دار الفكر، مصر 1988.
- 7- مي العبد الله سنو: "الاتصال في عصر المعلومات"، الدار الجامعية للطباعة و النشر، بيروت، 1999.
- 8- ياسين فضل ياسين: "الإعلام الرياضي"، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- 9- حسين رشوان: "الاتجاهات و القيم و الميول من منظور علم الاجتماع"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2018.
- 10- محمد عبد الحميد: "نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير"، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 11- رشيد زرواتي، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع عين مليلة، 2007.