تأثير اتجاهات الجمهور الرياضي نحو الاعلام المحلي الرياضي في ظل بعض المتغيرات

أ . احمد بلول جامعة الجلفة
أ . عيشة علة جامعة الجلفة
أ . اسماعيل بلول جامعة الجلفة

الملخص :

الهدف من البحث التعرف على الطرق التي يستخدمها الجمهور الرياضي للمتابعة الاعلامية في الجزائر، وعلى آراء الجمهور الرياضي في اداء الاعلام المحلي الرياضي وعلى التأثير الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام الرياضية المحلية الجزائرية في مواجهة العنف والتعصب، وعلى الدور السلبي الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الرياضية المحلية الجزائرية في تغذية مظاهر العنف والشغب والتعصب في المنافسات الرياضية، وقد تكونت عينة الدراسة من (113) فردا، تم اختيارهم عشوائيا بواقع (61) من الذكور، و(52) من الإناث، وأشارت النتائج البحثية الى مايلي:

- يؤثر الإعلام المحلي الرياضي في توجه الجمهور الرياضة ايجابيا.
- وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب النوع.
- وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب طبيعة الممارسة.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات،الجمهور الرياضي،الاعلام الرياضي.

ABSTRACT

The objective of this research to enrich the psychological research and through the identification the methods used by the public for follow-up information in Algeria, and the views of the public in the performance of the local sports media and the positive impact Do local sports media in the face of violence and intolerance, and the negative role that can be played by the local sports media APS nutrition the manifestations of violence And riots and intolerance in sports

competitions and have the sample of the study consisted of (113), name akhiiarhm randomly (61) males and (52) of the Sorority, and research results to:

-Local sports media affects the orientation of public sport.

-The existence of differences in estimating the positive and negative roles of local sports media by type.

-The existence of differences in estimating the positive and negative roles of local sports media depending on the nature of the practice.

keywords: Directions, public sports, sports media.

1. المقدمة

لاشك أنّ العلاقة بين الاتجاهات الجمهورية والإعلام هي علاقة إرتباطية، فالإعلام بوسائله المختلفة يلعب دوراً بارزاً في دعم اتجاهات الجمهور على كافة المستويات كما وإن الإعلام يعد أداة جوهرية للتوعية ووقاية المجتمع من التعصب والشغب يساهم في تشكل رؤية الفرد والمجتمع اتجاه القضايا الرياضية والقدرة على تحليلها واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا فوسائل الإعلام أضحت قادرة على تغيير سلوك وأنماط الجماعات وهي أحد وسائل التنمية الاجتماعية وتأثيرها بعض الأحيان قوي جداً وقادر على نشر أنماط سلوكية وثقافية واجتماعية ينتجها الفرد أو المجتمع.

2.مشكلة البحث: تلعب وسائل الإعلام المختلفة دورا مهما في التأثير والتغيير في الرأي العام، سواء كان هذا الدور سلبيا كإحداث الشغب الرياضي عن طريق قيام وسائل الاعلام الجماهيرية كالتلفزيون والإذاعة والصحف بتحريض الفريق على ضرورة الفوز في المنافسة لأنه الافضل من الفريق الخصم اضافة الى مبادرة هذه الوسائل بإلهاب عواطف الجماهير المؤيدة لفريق دون فريق اخر وحملها على الاعتداء على الفريق الخصم او الاعتداء على الجماهير المؤيدة له وحالة كهذه لابد ان تقود الى اندلاع اعمال الشغب والعدوان في الملاعب الرياضية (احسان محمد الحسن.2005. ص 258). أو الدور إيجابيا وأبلغ مثال ما حدث في المباريات الودية بين الفريق الوطني والفريق الفلسطيني حيث كان كل المناصرين يشجع الفريق الخصم بكل ود، تعتبر وسائل وعي مهما تعددت أشكالها وظروفها فهي تدخل في إطار يمكن أن نطلق عليه الوسيلة الإعلامية الثقافية للأفكار كما يبرز دور الإعلام الرياضي من خلال انه يعد أحد اهم الوسائل المستخدمة في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وجاءت فكرة البحث في التأثيرات المحتملة للإعلام الرياضي على استثارة دافعية الجماهير نحو ممارسة التربية البدنية والرياضية من خلال معرفة ما إذا كان لحجم المشاهدة الرياضية الفردية والجماعية ولمشاهير الرياضة وكذا معرفة هل هناك فروق بين الذكور والإناث من حيث التأثر بما يعرض عليهم من برامج

الاعلام الرياضي المحلي وانعكاساته على ممارستهم للرياضة (بن سعيد محمود.2015.ص185).

3. أهمية البحث:

- تكمن الاهمية من خلال دراسة اتجاهات الجمهور الرياضي نحو الصحافة الرياضية.
- الوقوف على الأدوار الكبرى للإعلام الرياضي التي تسهم في توضيح الرؤى وتكوينها لدى الأفراد على المدى الطويل، كما أنها تساهم مساهمة فعالة في تكوين أراء ومعتقدات رياضية فعالة .

4. اهداف البحث:

هدفت الدراسة التعرف إلى:

- الطرق التي يستخدمها الجمهور الرياضي للمتابعة الإعلامية في الجزائر .
- آراء الجمهور الرياضي في الجزائر نحو الاعلام المحلي الرياضي.
- التأثير الإيجابي والسلبي للإعلام الرياضي على سلوكيات الافراد من وجهة نظر الجمهور الرياضي في الجزائر.

5. تساؤلات البحث:

- ما هو تأثير الإعلام المحلي الرياضي على توجه الجمهور الرياضة؟
- هل توجد فروق في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب النوع؟
- هل توجد فروق في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب طبيعة الممارسة؟

6. الفرضيات :

- نتوقع أن يؤثر الإعلام المحلي الرياضي في توجه الجمهور الرياضة ايجابيا.
- وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب النوع.
- وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب طبيعة الممارسة.

7. الدراسات السابقة:

دراسة جاسم خليل هدفت الدراسة إلى التعرف على الطرق التي يستخدمها الجمهور الرياضي للمتابعة الإعلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وعلى آراء الجمهور الرياضي في الاداء الرياضي للمعلقين والمنيعين الرياضيين، وعلى التأثير الايجابي والسلبي للأعلام الرياضي على القيم، وقد تكونت عينة الدراسة من ما مجموعه (448) فردا، تم اختيارهم عشوائيا من الأفراد المقيمين في دولة الامارات العربية المتحدة، بواقع (547) من الذكور، و(337) من الإناث، طبق عليهم استبيان يقيس في مجمله اتجاهاتهم نحو الإعلام

الرياضي في دولة الامارات العربية المتحدة، أشارت النتائج إلى وجود تباين واختلافات احصائية دالة في نوعية الالعاب الرياضية التي يهتم الجمهور الرياضي بمتابعتها وتبعا للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، الفئة العمرية، ومدى ممارسة النشاط الرياضي) والى أن اكثر الوسائل المفضلة لمتابعة الاخبار الرياضية من قبلهم هي التلفزيون بنسبة (1.63%)، وأقلها خدمة الهاتف بنسبة (4.76%)، كما أظهرت النتائج إلى ان برامج الإعلام الرياضي في دولة الإمارات العربية المتحدة تساهم مساهمة فعالة وبدرجة تأثير عالية في ترسيخ القيم الرياضية لدى الجمهور الرياضي، مما أظهرت النتائج أيضا إلى أنّ هناك دورا سلبيا للإعلام الرياضي من وجهة نظر الجمهور الرياضي وبشكل خاص فيما يتعلق بتأثيره الكبير على زيادة مستوى الشحن الإعلامي يدفع الجماهير إلى اتحاذ سلوك مضاد للمجتمع.

وأجرى (**القريني، 1995**) دراسة هدفت إلى التعرف على اتجاهات طلبة كليات المجتمع نحو الصحافة الرياضية، اضافة إلى اجراء مقارنات في الاتجاه تبعا لمتغيرات الجنس الممارسة الرياضية، نوع الكلية، إضافة لإعلام الصحافة الرياضية بجوانب الاهداف وكفاءة العاملين والتغطية والثقافة، أجريت الدراسة على عينة قوامها (1012) طالب وطالبة من مختلف كليات المجمع في الأردن الحكومية والخاصة، وأظهرت الدراسة ان النسبة العامة للموافقة كانت (5.82%) ووصلت نسبة عدم الموافقة إلى (5.13)، مما يدل على وجود اتجاهات إيجابية والى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الممارسين وغير الممارسين نحو الاتجاه الكلي للصحافة الرياضية، اما ما يتعلق بمجال الاهداف وكفاءة العاملين فقد اتضح وجود فروق دالة إحصائيا وفي ما يتعلق بالمقارنة بين الطلاب والطالبات فقد اظهرت الدراسة ان هنالك فروقا دالة احصائيا بينهم على البعد الكلي لصالح الطالبات في مجال الأهداف وفيما يتعلق بالمقارنة حسب متغير نوع الكلية، فقد اظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بالبعد الكلي، ولكن اظهرت فروق احصائية دالة على مجالي كفاءة العاملين والتغطية والثقافة.

وأجرى (**القصاص، 1998**) دراسة بهدف استطلاع آراء أعضاء الاتحادات الرياضية الأردنية نحو ما يكتب في الصفحات الرياضية لصحيفة الرأي الأردنية والتعرف على أوجه الفروق وفقا لمتغيرات (نوع الاتحادات، صفة العضوية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة) على محاور الدراسة وهي (المعرفة، الثقافة الرياضية، الترويح، التسويق، العلاقات العامة)، وقد اشتملت عينة الدراسة على (202) عضو من أعضاء الاتحادات الرياضية الأردنية، وقد اظهرت النتائج ان هنالك افاق لدى عينة الدراسة بجميع مستوياتها وعلى جميع المتغيرات، حيت اتضح أن مجال العلاقات العامة قد حقق درجة مقبولة وهو الاكثر ايجابية ومجال المعرفة والثقافة الرياضية هو الأقل، ولم تظهر الدراسة أي فروق معنوية بين مستويات الدراسة ما عدا مستوى المؤهل العلمي، حيت ظهر أن

فئة الثانوية فاقل هي الأكثر ايجابية ورضا عما يكتب وينشر وأن فئة البكالوريوس هي الأقل إيجابية.

وأجرى **(ميرزا، 2009)** دراسة هدفت إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي الاماراتي في نشر ثقافة الرياضة للجميع، حيت قام الباحث بتحليل محتوى الصحف الرياضية والبرامج الرياضية في ثلاث قنوات رياضية إماراتية، اشارت النتائج إلى أن الصحف الرياضية الإماراتية لا تولي الاهتمام الكافي بنشوء وتعميق ثقافة الرياضة للجميع، والى أن جميع برامج القنوات الرياضية تركز على تغطيه الأحداث الرياضية التنافسية خاصة كرة القدم، كما تبين أن الإعلام الرياضي المرئي لم يمارس دورا في تعميق الوعي لدى الأفراد وبأهمية ممارسة النشاط البدني.

كما أجرى **(جمجوم والقلالي، 2009)** دراسة هدفت إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية، وذلك على عينة مكونة من (1265) طالب من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الزاوية الليبية، أشارت النتائج إلى أن هناك تأثيراً ايجابياً من خلال الإعلام المرئي والمسموع في نشر الثقافة الرياضية بين الطلاب في المرحلة الثانوية، كما تبين عدم وجود تأثير ايجابي من خلال الصحافة الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية.

I. الاطار النظري للبحث

1. مفهوم الاتجاهات: تعرف الاتجاهات بأنها استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجة لعوامل مختلفة تؤثر في حياته بحيث يوجه استجاباته سلبا او ايجابا نحو الاشخاص او الافكار او المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية **(همشري.1990.ص70)**، ويعرف الاتجاه بأنه ذلك الاستعداد النفسي والعقلي الذي يتكون عند الفرد نتيجة خبراته السابقة وبجعله يسلك سلوكا معينا ذا طابع خاص إزاء الاشخاص أو الاشياء أو الآراء، كما عرف الاتجاه بأنه مجموعة من المكونات المعرفية والانفعالية والسلوكية التي تتصل باستجابته الفرد نحو موضوع معين أو موقف، وكيفية تلك الاستجابات من حيث القبول أو الرفض**(جاسم خليل ميرزا.2014.ص 265)**، اما فرحان فيعرفها بأنها توجه عام او استعداد مسبق للتصرف بطريقة معينة يكتسبه الفرد عبر سنوات التنشئة الاجتماعية الطويلة في المحيط الذي يعيش فيه **(الفرحان.1991.ص217)**

2. مفهوم الاعلام الرياضي: يعرف محمد الحماحمي الاعلام الرياضي بأنه العملية التي قوم بنشر الاخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد نشر ثقافته الرياضية بين الجماهير وتنمية الوعي الرياضي لديهم **(محمد الحماحمي.2006. ص 98)**، اما بلوني فيعرف الاعلام الرياضي بأنه تزويد الجماهير بالمعلومات والموضوعات والحقائق وذلك

باستخدام فنيات التحرير الصحفي الرياضي لنقل الأخبار بكل موضوعية من خلال تناول جريدة يومية لمشروع الاحتراف الرياضي بهدف نشر الثقافة البدنية والرياضية لدى القراء(**بلوني عبد الحليم.2011.ص 101**)

اما خير الدين علي عويس يعرف الاعلام على انه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية للجمهور وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية وتنمية الوعي الرياضي بين افراد المجتمع(**محمد النظاري. 2014. ص354**)

بينما احمد بسيوني 2004 عرفه بأنه تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق الرياضية وذلك عن طريق الوسائل المختلفة سواء المرئية او المقروءة او المسموعة وذلك بهدف نشر المعرفة والثقافة الرياضية بين الجماهير(**احمد بسيوني.2004.ص10**).

3. انواع الاعلام الرياضي: تتعدد الانواع والأشكال بحيث يمكن تصنيفها كالآتي:

–**الاعلام الرياضي المقروء:** وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والملصقات.

– **الاعلام الرياضي المسموع:** وهو الذي يعتمد على سمع الفرد مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الانباء.

– **الاعلام الرياضي المرئي:** وهو الذي يعتمد على بصر الفرد مثل السينما والفيديو وشبكة الانترنيت.

– **الاعلام الرياضي الثابت:** وهو الذي يحتاج اليه الافراد للإطلاع عليه مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح(**خير الدين علي عويس.1998.ص 91**).

4. وظائف الإعلام الرياضي: يؤدي الإعلام الرياضي العديد من الوظائف نختصرها في أربع وظائف أساسية:

- **الوظيفية المعرفية (الإخبارية):** وذلك من خلال تقديم معلومات عن الأحداث الرياضية المختلفة؛
- **الوظيفة التفسيرية:** وتتمثل في:
- الشرح والتفسير والتعليق عن الأحداث والقضايا المثارة وبيان أبعادها ودوافعها؛
- تقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية القائمة في المجتمع الرياضي.
- **الوظيفة التثقيفية:** وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة في المجتمع والثقافات الفردية، إضافة إلى صهر عناصر المجتمع في بوتقة واحدة والحفاظ على القيمة السائدة فيه والحفاظ على استمرار ثقافته الرياضية.
- **الوظيفة الترويحية والترفيهية:** والهادفة إلى التخفيف من عوامل التوتر والضغط الاجتماعي والبعد عن الروتين اليومي(**مبروك براهيمي.2013. ص33**).

5. اهداف الاعلام الرياضي: يهدف الاعلام الرياضي الى احداث التنمية الثقافية والأخلاقية والرياضية من خلال:

- الترويح والترفيه عن النفس بما يفيد .
- احداث التقارب والانسجام بين الهيئة وجماهير المجمع المحلي والدولي.
- ترسيخ القيم والأخلاق الرياضية والعمل على تنمية روح الفريق
- نشر الوعي الثقافي بالألعاب الرياضية وأهميتها.
- الاسهام في التأثير والتطوير في الفكر الاعلامي.
- تغطية الاحداث الرياضية على نحو مباشر .
- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة **(كوثر سعيد الموجي.2006.ص 12).**

- بالإضافة الى **الثقافة الرياضية:** والتي هي بمثابة المكون المعرفي الذي يشمل المعتقدات والعادات والسلوكيات التي تسيطر على أفراد المجتمع نحو كل أوجه الأنشطة الرياضية.

- **الوعي الرياضي:** هو المعرفة التامة بالألعاب الرياضية والوعي بأهدافها وقوانينها وبكل أركان هذا النشاط الرياضي (**جمجوم، خالد والقلالي.2009).**

6. أهمية الإعلام الرياضي: "تساهم ممارسة أنشطة الإعلام على الخصوص فيما يلي:

- الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية.
- ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية.
- ترقية روح المواطنة وثقافة الحوار
- ترقية الثقافة الوطنية وإشاعتها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري.
- المساهمة في الحوار بين الثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلم".
- **انواع تأثير الاعلام الرياضي:** للإعلام الرياضي تأثيرات مختلفة وعديدة على الجماهير ويمكن حصرها كالآتي:

تغيير الموقف او الاتجاه الرياضي، تغيير المعرفة الرياضية، الاثارة الجماعية، الاستثارة العاطفية، صياغة الواقع.الضبط الاجتماعي **(خليفة .2004. ص4).**

II. اجراءات البحث الميدانية

1- منهج البحث

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لملاءمته الدراسة على حد علمنا قصد تحليل ودراسة الإشكالية التي تمّ طرحها، والمنهج الوصفي يعبر عن جمع البيانات بنوعيها الكمية والكيفية حول الظاهرة محل الدراسة من

أجل تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج لمعرفة طبيعتها وخصائصها وتحديد العلاقات بين عناصرها وبينها وبين الظواهر الأخرى وصولا إلى تعميمها **(محمد بوفاتح.2007.ص 11)**

2-مجتمع وعينة البحث: تمّ اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائي **probability sample** حيث يتم تشكيل هذه العينة على أساس أن يكون هناك احتمال متساو أمام جميع العناصر في مجتمع الدراسة لاختيارها **(ربحي وعثمان.2000.ص143)**.

-تمتاز الدراسة الاستطلاعية بقصر المدى وسرعة الإنجاز والمرونة لكونها فروض وبأنها قد تعتمد على ما سبق من دراسات لها صلة بالموضوع محل الدراسة **(مروان عبد المجيد.2000،ص.ص 38-39)**.

وتم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مقدرة بـ (50) فرد لأجل حساب الخصائص السيكومترية للمقياسين والتأكد من صلاحيتها.

3-أدوات البحث وخصائصها السيكومترية:

1.3- أدوات البحث:

- **مقياس اتجاهات الجماهير:** قام **جاسم خليل (2013)** ببناء مقياس يقيس في مجمله اتجاهاتهم نحو الإعلام الرياضي في دولة الامارات العربية المتحدة ويتضمن المقياس في صورته (26) عبارة، يجيب الافراد ببدائل الإجابة الثلاثة (موافق – الى حدما – غير موافق) وتبلغ أعلى درجة للمقياس (78) درجة وأقل درجة (26) درجة، صيغت فقراته باتجاهين (إيجابي – سلبي) وبثلاث بدائل أعطيت أوزان تراوحت بين (3-1) حسب تسلسل الإجابة بالنسبة للفقرات الإيجابية وأيضاً أعطيت أوزان تراوحت بين (1-3) للفقرات السلبية والجدول رقم (01) يوضح ذلك .

جدول رقم (01) أوزان الفقرات (الإيجابية – السلبية)

البنـــــــود / بدائل الإجابة		موافق	الى حد ما	غير موافق
الايجابية	من 1 الى غاية 14	3	2	1
السلبية	من 15 الى غاية 26	1	2	3

2.3-الخصائص السيكومترية للمقياس: يرى المتخصصون في مجال القياس النفسي أنّ الصدق هو الخاصية الوحيدة التي تحدد جوانب الاختبار وأنّ الاختبار الصادق هو الذي ترتبط درجاته بدرجة عالية مع السلوك الفعلي الذي كان يهدف إلى قياسه أي الصدق هو أن يكون الاختبار قادرا على قياس ما وضع لقياسه بمعنى أن يكون

الاختبار ذا صلة وثيقة بالسمة التي يقيسها (**السيد محمد.2006. ص.ص17-19**)، للتأكد من صلاحية المقياس على البيئة الجزائرية، قمنا بتطبيق المقياس على أفراد عينة الدراسة، وحساب معامل الصدق والثبات بعدة طرق هي:

1.2.3-صدق المقياس :

1-الصدق التمييزي (المقارنة الطرفية): وهو قدرة المقياس على التمييز بين طرفي الخاصية التي يقيسها حيث يطبق المقياس على مجموعة المفحوصين ثم ترتب الدرجات التي تم الحصول عليها تنازليا أو تصاعديا، ثم يقارن بين المجموعتين المتناقضتين اللتان تقعان على طرفي الخاصية، ويستعمل أسلوبا إحصائيا ملائما وهو اختبار "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطين حسابيين ويكون المقياس صادقا كلما كان قادرا على التمييز تمييزا دالا بين المجموعتين المتطرفتين (**نويبات.2013.ص104**)، تمّ الاعتماد لحساب صدق المقياس على الصدق التمييزي، حيث تمّ ترتيب الدرجات من الأدنى إلى الأعلى بحيث تم أخذ 27% من أعلى التوزيع و27% من درجات أدنى التوزيع فكان عدد الأفراد (14) فردا، وبعد ذلك تمّ حساب (T) لمعرفة الفروق بين المجموعتين (**محمود المنسي.2006.ص 250**)، والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (02) يمثل نتائج صدق المقياس بطريقة الصدق التمييزي.

المتغير المقاس	مجموعات المقارنة	N	$\overline{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
اتجاهات الجماهير	المجموعة الدنيا	14	39.85	3.08	9.23	26	دال عند 0.000
	المجموعة العليا	14	58.07	6.70			

نلاحظ من خلال الجدول المحصل عليه أنّ قيمة (t) بلغت القيمة (9.23) عند درجة الحرية (26) بمستوى الدلالة الإحصائية (0.000) أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مقياس اتجاهات الجمهور الرياضي بين المجموعتين، وذلك لصالح المجموعة العليا أي المقياس لديه قدرة تمييزية، حيث بلغ متوسط المجموعة العليا (14.09) بينما متوسط المجموعة الدنيا بلغ (1.56) وهذا ما يؤكد أنّ المقياس صادق.

2-صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency:_صدق الاتساق الداخلي من أهم أنواع الصدق التي يمكن استخدامها للتحقق من صدق الأداة، ويرتبط هذا النوع من الصدق بالتحقق من الاتساق بين أبعاد المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية، مع مراعاة عدم التداخل بين المفردات المكونة لكل بعد أو التداخل بين مفردات المقياس ككل(**بندر بن ناصر.2004،ص20**)، وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي قمنا بحساب ارتباط درجة كل بند بالدرجة الكلية للمقياس، واتضح أنّ هناك ارتباط بين كل بند بالدرجة الكلية لمقياس الاتجاهات الجماهرية

حيث أنّ كل هذه البنود صادقة عند مستوى الدلالة(0.01)، بالتالي المقياس صادق، كما قمنا بحساب ارتباط الأبعاد بالدرجة الكلية للمقياس فكانت النتائج أن هناك ارتباط بين الأبعاد بالدرجة الكلية عند مستوى الدلالة(0.000)، بالتالي المقياس صادق.

2.2.3- ثبات المقياس: يؤكد التعريف الشائع للثبات أنّه يشير إلى إمكانية الاعتماد على أداة القياس أو على استخدام الاختبار، وهذا يعني أنّ ثبات الاختبار هو أن يعطي نفس النتائج باستمرار إذا ما استخدم الاختبار أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة، أي الثبات يشير إلى أنّه عند تكرار تطبيق الاختبار نحصل على نتائج لها صفة الاستقرار(**فاطمة وميرفت.2002.ص 165**). اعتمد الباحثان في حساب ثبات المقياس مجموعة من الطرق هي:

1-ثبات المقياس بطريقة ألفا-كرونباخ Cronbach Alpha M: يعتبر معامل ألفا كرونباخ أحد مؤشرات الاتساق الداخلي للمقياس، ويمثل معامل آلفا متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئة الاختبار بطرق مختلفة، ويتم حساب تباين كل بند من بنود المقياس ثم مجموع التباينات، وكذلك تباين الدرجة الكلية للمقياس، وتشترط أن تقيس بنود المقياس سمة واحدة فقط (**السيد محمد .2006. ص9**)، تمت معالجة البيانات بطريقة ألفا – كرونباخ لمقياس اتجاهات الجماهير فكانت النتائج المحصل عليها أنّ معامل الثبات بلغ القيمة (0.841) لمقياس اتجاهات الجماهير الرياضية وهذا يدل على الثبات وبما أنّ هذه القيم تقترب من الواحد فهي قيمة عالية وتدل على الثبات المرتفع للمقياس وبالتالي فهو ثابت.

2-حساب ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية Split-Half: يتم حساب معامل الارتباط بيرسون بين نصفي الاختبار باستخدام معادلة سبيرمان براون (الافتراض عن استخدام هذه المعادلة تساوي تباين الدرجات على نصفي الاختبار – أي تجانس التباين وهذا شرط من شروط التكافؤ) (**سناء ابراهيم ابودقة ،2012، ص11**)، اعتمدنا في حساب الثبات على طريقة التجزئة النصفية والتأكد من الثبات بطريقة جوتمان، والجدول يلخص لنا نتائج معالجة البيانات بطريقة التجزئة النصفية كما يلي:

جدول رقم (03) يمثل نتائج معامل ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية

المتغير المقاس	البنود	$\overline{X}$	S	N	معـــــامل الثبات		
اتجاهات الجماهير	الفردية	25.04	4.48	13	قبل التصحيح	بعد التصحيح	طريقة التصحيح
	الزوجية	23.16	4.59	13	0.545	0.705	جوتمان
	الكلـية	48.20	7.97	26			

من خلال نتائج الجدول المحصل عليها نلاحظ أن:

– قيمة معامل ثبات مقياس اتجاهات الجماهير الرياضية بطريقة التجزئة النصفية وصلت إلى (0.545) قبل التصحيح وبعد التصحيح بطريقة جوتمان وصلت القيمة إلى (0.705) وهي قيمة عالية بالتّالي مقياس اتجاه الجمهور الرياضي مقياس ثابت.

4-الأساليب الإحصائية: اعتمدنا على بعض الأساليب الإحصائية بهدف تسهيل عملية العرض والتحليل والتفسير وصولا إلى نتائج الدراسة التي سنخرج بها ويمكن توضيحها كالتالي:

1. تطبيق مقاييس النزعة المركزية المتمثلة في (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري).
2. دراسة دلالة الفروق وذلك بتطبيق.

– اختبار "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات، ولقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستعمال حزمة البرنامج الإحصائي في العلوم الاجتماعية (**$spss_{23}$**) والتي حصلنا من خلالها على النتائج التي ستعرض في الفصل الموالي.

5-عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

1.5-عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى: نص الفرضية نتوقع أن يؤثر الإعلام المحلي الرياضي في توجه الجمهور الرياضة ايجابيا" وللإجابة عن السؤال الأول استخدمنا اختبار(T) كما تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للمقياس، والجدول الموالي يوضح ذلك:

جدول رقم(04): يمثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج اختبار(T) لمعرفة اتجاهات الجمهور الرياضي

المتغيرات	N	$\overline{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
الاتجاهات الايجابية	113	26.57	4.40	8.30	112	0.000 دال احصائيا
الاتجاهات السلبية	113	22.30	4.97			

يتبن من الجدول أعلاه أنّ :

– قيمة (t) بلغت 8.30 عند درجة حرية 112 وبمستوى دلالة 0.000 وهي قيمة دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي في الاتجاهات الايجابية 26.57 وهي قيمة أكبر من قيمة المتوسط الحسابي في الاتجاهات السلبية 22.30 وبالتالي تحققت الفرضية الي تنص على توقع اتجاهات ايجابية للجمهور الرياضي نحو الرياضة المحلية الرياضية ونقبل الفرضية، أي أن للأعلام المحلي الرياضي تأثير ايجابي على الجماهير الرياضية، اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة كل من القريني 1995 ونتائج دراسة جمجوم والقلالي 2009 بينما اختلفت مع نتائج دراسة القصاص 1998 ودراسة حاسم خليل 2014، يمكن عزو هذه النتيجة إلى جودة التغطية الاعلامية الرياضية سواء الاذاعية أو التلفزيونية، مدى تنوع البرامج التي تقدمها، مدى استضافة خبراء على مستوى عال في التحليل العلمي للبطولات والفعاليات الرياضية، مدى صدق وموضوعية الاخبار التي تقدمها، تقديم ما يلامس حاجات واهتمامات الجمهور الرياضي.

2.5–عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية: نص الفرضية" وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب النوع"، وللإجابة عن السؤال الثاني استخدمنا اختبار(T) وذلك للتحقق من جود الفروق بين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في مقياس اتجاهات الجماهير الرياضية، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(05): يمثل نتائج اختبار (T) للمقارنة بين متوسطات اتجاهات الجمهور الرياضي حسب النوع.

المتغيرات		N	$\overline{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
اتجاهات الجمهور بصفة عامة	إناث	52	47.07	6.75	2.35	111	0.020 دال احصائيا
	ذكور	61	50.40	8.06			
اتجاهات الجمهور الايجابية	إناث	52	26.46	3.94	0.25		0.801 غير دال احصائيا
	ذكور	61	26.67	4.78			
اتجاهات الجمهور السلبية	إناث	52	20.61	3.77	3.48		0.001 دال احصائيا
	ذكور	61	23.73	5.43			

يتبن من الجدول أعلاه أنّ :

– قيمة (ت) في اتجاهات الجمهور نحو الاعلام الرياضي 2.35 عند مستوى الدلالة 0.020 وهي قيمة دالة ولصالح الذكور حيث بلغ متوسط الحسابي 50.40 بينما بلغ متوسط الحسابي عند الاناث 47.07 أي وجود فروق دالة إحصائيا في اتجاهات جمهور الرياضة نحو الاعلام الرياضي المحلي لصالح الذكور وبشكل من التفصيل والدقة في الادوار الايجابية والسلبية التي يتخذها الاعلام المحلي الرياضي في التأثير على جمهور الرياضة تبين أنّ:

– قيمة (ت) للفروق وفقا للنوع 0.25 عند مستوى الدلالة 0.801 وهي قيمة غير دالة أي عدم وجود فروق دالة احصائيا في اتجاهات الجمهور الرياضي الايجابية نحو الاعلام الرياضي المحلي للذكور والإناث.

– وبلغت قيمة (ت) في اتجاهات الجمهور السلبية نحو الاعلام الرياضي 3.48 عند مستوى الدلالة 0.001 وهي قيمة دالة وذلك لصالح الذكور حيث بلغ متوسط الحسابي 23.73 بينما بلغ متوسط الحسابي عند الاناث 20.61 أي وجود فروق دالة احصائيا في الاتجاهات السلبية لجمهور الرياضة نحو الاعلام الرياضي المحلي لصالح الممارسين للرياضة، اتفقت مع دراسة القريني 1995 واختلفت مع نتائج دراسة القصاص 1998، يمكن عزوه اته النتائج الى أهمية وجود ودور كبير جدا لوسائل الإعلام المحلي الرياضي في المجتمع الجزائري تتفاوت أهميته بين الذكور والإناث حسب الميولات والحاجات المراد اشباعها وهذا يؤكد ايضا الدور الكبير الذي يمكن أن تؤديه القنوات الرياضية المتخصصة في التأثير الايجابي على تطور الرياضة من خلال نسبة المتابعة الكبيرة جدا لأفراد المجتمع الجزائري وإقباله على متابعة برامجها، والإيمان بدورها كوسائل اعلامية موثوقة من قبل الجمهور الرياضي، وهذا الامر لا يقلل من تأثير الوسائل الاخرى والتي يمكن أن تقوم بدور تكميلي في أطار شكلي تكاملي يهدف إلى التأثير على تطور الرياضة ونشرها بين افراد المجتمع.

3.5-عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة: نص الفرضية" وجود فروق دالة إحصائيا في تقدير الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام المحلية الرياضية حسب طبيعة الممارسة"، وللإجابة عن السؤال الثالث استخدمنا اختبار (T) وذلك للتحقق من جود الفروق بين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في مقياس اتجاهات الجماهير الرياضية، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(06): يمثل نتائج اختبار (T) للمقارنة بين متوسطات اتجاهات الجمهور الرياضي حسب طبيعة الممارسة.

المتغيرات		N	$\overline{X}$	S	T	DF	الدلالة الإحصائية
اتجاهات الجمهور بصفة عامة	غير ممارس	55	47.30	8.90	2.15	111	0.033 دال احصائيا
	ممارس	58	50.36	5.91			
اتجاهات الجمهور الايجابية	غير ممارس للرياضة	55	26.69	5.35	0.27		0.801 غير دال احصائيا
	ممارس للرياضة	58	26.46	3.29			
اتجاهات الجمهور السلبية	غير ممارس	55	20.61	4.49	3.69		0.000 دال احصائيا
	ممارس	58	23.89	4.92			

يتبن من الجدول أعلاه أنّ :

- قيمة (ت) في اتجاهات الجمهور نحو الاعلام الرياضي 2.15 عند مستوى الدلالة 0.033 وهي قيمة دالة ولصالح الممارسين للرياضة حيث بلغ متوسط الحسابي 50.36 بينما بلغ متوسط الحسابي عند غير الممارسين للرياضة 47.30 أي وجود فروق دالة احصائيا في اتجاهات جمهور الرياضة نحو الاعلام الرياضي المحلي لصالح الممارسين للرياضة، وبشكل من التفصيل والدقة في الادوار الايجابية والسلبية التي يتخذها الاعلام المحلي الرياضي تبين أنّ:

- قيمة (ت) للفروق وفقا لطبيعة الممارسة 0.27 عند مستوى الدلالة 0.801 وهي قيمة غير دالة أي عدم وجود فروق دالة احصائيا في اتجاهات الجمهور الايجابية بين الممارسين للرياضة وغير الممارسين لها.

- وبلغت قيمة (ت) في اتجاهات الجمهور السلبية نحو الاعلام الرياضي 3.69 عند مستوى الدلالة 0.000 وهي قيمة دالة ولصالح الممارسين للرياضة حيث بلغ متوسط الحسابي 23.89 بينما بلغ متوسط الحسابي عند غير الممارسين للرياضة 20.61 أي وجود فروق دالة احصائيا في الاتجاهات السلبية لجمهور الرياضة نحو الاعلام الرياضي المحلي لصالح الممارسين للرياضة،اختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة ميرزا 2009 ودراسة

القريني 1995، ويمكن عزو ذلك إلى أن الإعلام المحلي الرياضي في الجزائر لهو تأثير عال فقط على تغطية الأحداث الرياضية بحيادية تامة، وان الاخبار الرياضية التي يقدمها الإعلام الرياضي لها مستوى عال من المصداقية، وان الإعلام الرياضي لهو دور عال في تحقيق الوعي والى الدور الايجابي لبرامج الإعلام الرياضي في ترسيخ القيم الرياضية لدى الجمهور الرياضي.

الخاتمة:

في الاخير نستنتج ان للإعلام الرياضي في المجتمع الجزائري دور كبير يؤديه من خلال زيادة مستوى الوعي الرياضي والتنافسي وممارسة الرياضة وتكوين الاتجاهات الايجابية بما يحقق ممارسة الرياضة بإطار قممي فعّال، إضافة إلى أن هناك دورا سلبيا للإعلام الرياضي أكتر ما يتمثل في الإثارة الصحفية والإعلامية والشحن الإعلامي والذي يؤدي إلى احداث سلوكيات سلبية مضادة للمجتمع، كما تبين وجود اختلاف في اتجاهات الجمهور الرياضي في دور الاعلام المحلي الرياضي لتغطية الاحداث الرياضية تتباين وتختلف تبعا لمتغيرات الجنس ومدى ممارسة النشاط الرياضي.

التوصيات:

- زيادة مستوى ومساحة البرامج التثقيفية للجماهير الرياضية على صعيد القوانين والمعارف الرياضية في مختلف الرياضات دون التركيز على رياضة دون اخرى.
- ان يكون الهدف الاسمى للإعلام المحلي الرياضي تحقيق التوعية لأهمية ممارسة الرياضة من أجل الصحة للجميع.