



دور باقة Bein sports الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب الجامعة

قدمت من قبل

عبدالله سليمان أحمد مديش

تحت إشراف

د. خالد سعيد أسبيته

مقدمة ضمن استكمال متطلبات الحصول على درجة الإجازة العالية (الماجستير)

في الإعلام

جامعة بنغازي

كلية الإعلام

ديسمبر 2018

Copyright © 2018. All rights reserved, no part of this thesis may be reproduced in any form, electronic or mechanical, including photocopy, recording scanning, or any information, without the permission in writing from the author or the Directorate of Graduate Studies and Training university of Benghazi .

حقوق الطبع 2018 محفوظة. لا يسمح أخذ أي معلومة من أي جزء من هذه الرسالة على هيئة نسخة إلكترونية او ميكانيكية بطريقة التصوير أو التسجيل أو المسح من دون الحصول على إذن كتابي من المؤلف أو إدارة الدراسات العليا والتدريب جامعة بنغازي.

كلية الإعلام



جامعة بنغازي

قسم الإدااعة

قسم الإذاعة

دور باقة Bein sports الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب الجامعة

" دراسة ميدانية "

إعداد

عبدالله سليمان مديقش

إشراف

د. خالد سعيد أسببته

التوقيع:

(ممتحنا داخليا)

الدكتورة: مي عبدالغني يوسف

التوقيع:

(ممتحنا خارجيا)

الدكتور: هشام فتحي بوشعالة

التوقيع:

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2018.12.2

مدير إدارة الدراسات العليا والتدريب بالجامعة

يعتمد عميد الكلية

أ. د. محمد صالح بوعمود

د. أبو بكر مبروك الغزالي

الآية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿...رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ

أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأُدْخِلَنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾

النمل آية (19)

الإهداء

أهدي هذه الرسالة العلمية إلى روح أبي الطاهرة
رحمة الله عليه.

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله على جزيل نعمه. وقوفاً عند قوله عليه الصلاة والسلام : من لم يشكر الناس لم يشكر الله، "أتقدم بالشكر الخالص للدكتور "خالد سعيد أسببته" المشرف على هذه الرسالة الذي لم يبخل علي بنصائحه وتوجيهاته القيمة في البحث، وأشكره على جديته ودقته في العمل، وأتمنى له التوفيق، كما أتقدم إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد ولو بكلمة أو دعاء الأمر الذي ساعدني كثيرا في هذا العمل المتواضع وعلى رأسهم الدكتور "أحمد إسحيم" رئيس قسم اللغة العربية بكلية التربية على تصحيح هذه الرسالة لغوياً وتقديمه لي للنصائح الثمينة التي حسنت من مستوى اللغة العربية في هذا البحث العلمي، وفي النهاية أتمنى من الله عز وجل أن يرشدنا إلى سواء السبيل ويحقق هدفنا النبيل فإن أصبت فمن الله وحده وإن أخطأت فمن نفسي و الشيطان.

فهرس المحتويات

ج	الآية
هـ	الشكر والتقدير
د	الإهداء
ز	فهرس المحتويات
ط	فهرس الجداول
1	ملخص الدراسة
4	المقدمة
7	الفصل الأول: منهجية الدراسة
13	أهداف الدراسة
8	ميررات اختيار الموضوع
12	أهمية الدراسة
14	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
16	الدراسات السابقة
21	التعليق على الدراسات السابقة
22	تساؤلات الدراسة
23	فرضيات الدراسة
25	مجالات الدراسة
26	النظرية المفسرة لموضوع الدراسة :
32	الفصل الثاني: الإعلام الرياضي تعريفه ومراحله وعناصره
34	أولاً : الإعلام الرياضي : تعريفه ومراحله وعناصره
35	مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي
36	عناصر الإعلام الرياضي
37	ثانياً : أهمية وأهداف الإعلام الرياضي
37	1- أهمية الإعلام الرياضي
39	2- أهداف الإعلام الرياضي
39	3- خصائص الإعلام الرياضي
41	4- أنواع الإعلام الرياضي
41	ثالثاً: عولمة الإعلام في التربية الرياضية

42	أ- الأثار المجتمعية لوسائل الإعلام الرياضي وانعكاساتها على أفراد المجتمع
43	ب- دور الإعلام الرياضي في التخفيف من حدة الظروف القاسية والضغوط ورفع الروح المعنوية ونبذ التعصب والتحلي بروح الفريق
42	ج- دور الإعلام الرياضي في تثقيف الجمهور
44	ر- مشكلات الإعلام الرياضي
45	ز. الإعلام الرياضي والمجتمع
46	رابعاً : الإعلام الرياضي المرئي
58	النشرة الإخبارية المرئية الرياضية
59	البرنامج الرياضي المرئي العام
46	الرسالة الإذاعية المرئية
62	خامساً : صناعة وسائل الإعلام الرياضية المرئية واقتصاد الإعلام الرياضي
62	أ - صناعة وسائل الإعلام الرياضي المرئي
66	ب- اقتصاديات وسائل الإعلام الرياضي
47	ج- عوامل تفوق الإعلام التلفزيوني الرياضي
48	العلاقة بين الإعلام الرياضي المرئي وبناء الثقافة الرياضية
48	أولاً : العلاقة بين الإعلام الرياضي المرئي والثقافة الرياضية
50	ثانياً : دور الإعلام الرياضي المرئي في تنمية ثقافة الطالب
52	ثالثاً : العلاقة بين الرياضة والإعلام التلفزيوني الرياضي
54	رابعاً : العلاقة بين الإعلام المرئي الرياضي و ثقافة الطالب
76	الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية للدراسة
25	نوع الدراسة والمنهج المستخدم
77	مجتمع الدراسة
78	تحديد وسحب عينة الدراسة
78	إجراءات سحب العينة
81	خصائص عينة الدراسة
82	أدوات جمع البيانات
84	اختبار صدق الأداة
86	متغيرات الدراسة
86	المعالجة الإحصائية
87	الفصل الرابع : عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
88	عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية
125	عرض النتائج المتعلقة بالفرضيات

135	نتائج وتوصيات الدراسة
135	النتائج العامة للدراسة
137	التوصيات
138	المقترحات
140	المراجع
س	ملاحق الدراسة

فهرس الجداول

77	جدول رقم 1 إحصائية بأعداد الطلاب في جامعة بنغازي
79	جدول رقم 2 يوضح أعداد الطلاب والعينات وأوزانها النسبية في كل كلية
80	جدول رقم 3 يوضح الأعداد والنسب المئوية لعينة الدراسة
81	جدول رقم 4 يوضح خصائص عينة الدراسة
88	جدول رقم 5 يوضح مشاهدة أفراد العينة للباقة حسب متغير النوع
	جدول رقم 6 يبين مدى اعتماد أفراد العينة على باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في
89	الحصول على المعلومات الرياضية
90	جدول رقم 7 يوضح نمط مشاهدة باقة (Bein sports)
92	جدول رقم 8 يوضح عدد ساعات مشاهدة باقة (Bein sports)
93	جدول رقم 9 يوضح مدى انتظام مشاهدة باقة (Bein sports)
94	جدول رقم 10 يوضح البرامج الرياضية المفضلة حسب اختيار المبحوثين
95	جدول رقم 11 يوضح ميول واهتمامات المبحوثين نحو باقة (Bein sports)
96	جدول رقم 12 يوضح دوافع أفراد العينة نحو اشباع حاجاتهم من البرامج الرياضية
97	جدول رقم 13 يبين مستوى المعلومات والثقافة الرياضية لدى أفراد العينة
98	جدول رقم 14 يشير إلى مدى جاذبية تقديم الباقة للبرامج الرياضية

- جدول رقم 15 يوضح دوافع أفراد العينة نحو متابعة بعض الشخصيات الرياضية ----- 99
- جدول رقم 16 يوضح دور الباقاة في تكوين الشخصية الرياضية لدى أفراد العينة ----- 100
- جدول رقم 17 يبين لجوء أفراد العينة إلى باقاة (Bein sports) للهروب من الضغوط التي تسببها الاوضاع الراهنة ----- 101
- جدول رقم 18 يوضح استخدام باقاة (Bein sports) للتشويق في عرض منافسات الألعاب الرياضية ----- 102
- جدول رقم 19 يوضح مستوى وعي المبحوثين بالقوانين والتشريعات المنظمة للألعاب من متابعتهم لباقاة (Bein sports) ----- 103
- جدول رقم 20 يوضح مستوى وعي أفراد العينة بالشخصيات الرياضية ----- 104
- جدول رقم 21 يوضح مستوى وعي أفراد العينة بالتواريخ والاحداث الرياضية ----- 105
- جدول رقم 22 يوضح مستوى وعي أفراد العينة بأراء الخبراء والمختصين في مختلف قضايا الرياضة ----- 106
- جدول رقم 23 يوضح وعي أفراد العينة بمضار المنشطات ----- 107
- جدول رقم 24 يوضح وعي أفراد العينة بأنواع الإصابات وطرق علاجها ----- 108
- جدول رقم 25 يوضح دور باقاة (Bein sports) في تشجيع الطلاب للاشتراك في الأندية والمؤسسات الرياضية ----- 109
- جدول رقم 26 يوضح تحديد لأهداف الشخصية لأفراد العينة من متابعة الباقاة ----- 110
- جدول رقم 27 يبين دور الباقاة في تشجيع أفراد العينة على زيارة المعالم والمؤسسات الرياضية ----- 111
- جدول رقم 28 يوضح دور الباقاة في مساعدة أفراد العينة على تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة الرياضة ----- 112
- جدول رقم 29 يوضح مساهمة الباقاة في توعية أفراد العينة بترك التعصب الرياضي ---- 113

- جدول رقم 30 يبين دور الباقية في التخفيف من مستوى القلق والتوتر لدى أفراد العينة --- 114
- جدول رقم 31 يوضح مساهمة الباقية في إخراج أفراد العينة من حالات الاكتئاب ----- 115
- جدول رقم 32 يوضح دور الباقية في رفع حالات الإحباط لدى أفراد العينة ----- 116
- جدول رقم 33 يبين مساهمة الباقية في إيقاظ الحس الجماعي والحضاري لدى أفراد العينة 117
- جدول رقم 34 يشير إلى دور الباقية في تعزيز إئتفاء أفراد العينة للجماعة والوطن ----- 118
- جدول رقم 35 يبين دور الباقية في تقريب العلاقة بين الطلاب وأفراد أسرهم ----- 119
- جدول رقم 36 يوضح دور الباقية في توطيد علاقة أفراد العينة بأصدقائهم ----- 120
- جدول رقم 37 يوضح دور الباقية في زيادة ترابط أفراد العينة بمحيطهم الاجتماعي ----- 121
- جدول رقم 38 يوضح دور الباقية في إبعاد أفراد العينة عن الخوض في المشادات السياسية 122
- جدول رقم 39 يوضح مساهمة الباقية في زيادة روح التعاون لدى أفراد العينة ----- 123
- جدول رقم 40 يوضح مساهمة الباقية في زيادة مستوى الفهم والاتفاق بين الاصدقاء ----- 124
- جدول رقم 41 يوضح قيمة مربع كاي لمستوى العلاقة بين أعتماء أفراد العينة على الباقية وبين متغير النوع ----- 125
- جدول رقم 42 يوضح قيمة إختبار مربع كاي للعلاقة بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة قنوات (Bein sports) ومستوى الوعي الرياضي لديهم ----- 128
- جدول رقم 43 يوضح قيمة إختبار مربع كاي للعلاقة بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة (Bein sports) ومستوى اكتسابهم لمهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي ----- 129
- جدول رقم 44 يوضح قيمة إختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في حجم مشاهدة البرامج الرياضية التي تقدمها باقة قنوات (Bein sports) ----- 130
- جدول رقم 45 قيمة إختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين الجنسين في مستوى معارفهم ووعيهم بالقضايا الرياضية ----- 131

جدول رقم 46 يوضح قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في

نمط تعرضهم للبرامج الرياضية ----- 132

جدول رقم 47 قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في مستوى

دوافعهم لمتابعة برامج باقة قنوات (Bein sports) الرياضية ----- 133

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور باقة (Bein sports) الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة بنغازي ، وتمحورت مشكلة الدراسة في أن هناك خللاً في المعرفة الرياضية لدى الشباب الجامعي، كما أن هناك مشكلة في سلوك وعادات بعض طلبة الجامعة؛ نتيجة لقلة تعرضهم للتلفزيون الرياضي ، كما أن الكثير من الشباب يعانون من الضغوطات النفسية؛ نتيجة للأوضاع السياسية في ليبيا، ومن هنا يجب معرفة دور باقة قنوات (Bein sports) في التخفيف من حدة هذه الضغوطات على الطلبة.

وكانت أهداف الدراسة :

- معرفة أسباب ودوافع مشاهدة الطلاب لهذه الباقة الرياضية.
- متابعة حجم ونمط وعادات مشاهدة طلاب الجامعة للبرامج الرياضية المرئية بوجه عام وباقة (Bein sports) الرياضية بوجه خاص.
- التعرف على مدى مساهمة باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في إحداث تغييرات في الثقافة الرياضية لطلاب الجامعة بشكل عام، وينقسم هذا الهدف إلى الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على مستوى المعارف والوعي الرياضي لدى طلاب الجامعة بأنواع الرياضات المتنوعة وقوانينها.

- الكشف عن العلاقة بين مشاهدة الطلبة لهذه الباقة وبين مستوى الوعي الرياضي لديهم.

- الكشف عن العلاقة بين مشاهدة هذه الباقة وبين ممارسة الطلاب للرياضة بانتظام.

• معرفة حجم الدور الذي تقوم به باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية سلوك وعادات الطلاب الرياضية.

• معرفة الدور الذي يمكن أن تلعبه تغطية باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في التخفيف من حدة الضغوطات التي تفرضها الأحداث الراهنة في ليبيا على طلاب الجامعة .

• معرفة انعكاس مشاهدة الطلاب لباقة قنوات (Bein sports) الرياضية على إكسابهم مهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي .

استخدم الباحث نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" في دراسته ، كما أعتمد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة ، بالإضافة إلى استخدام الاستبانة بشكل أساسي، وهي مقسمة إلى عدة محاور حسب أهداف الدراسة، وقد تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة بنغازي ، حيث بلغت عينة الدراسة (400) طالب وطالبة من جميع الكليات الأدبية والعلمية ، وأظهرت النتائج أن للباقة الرياضية دوراً إيجابياً في تزويد المُشاهد بالثقافة الرياضية ، وأن هناك فروقاً لصالح الذكور في حجم المعرفة الرياضية وحجم المشاهدة، كما أظهرت أن للباقة دوراً مهماً في تحفيز الطلاب للاشتراك في الأندية الرياضية، وتزويدهم بالسلوكيات الصحيحة للممارسة الرياضة ومعرفة قوانين اللعبة بشكل سليم .

ومن أهم توصيات هذه الدراسة :

• ضرورة اهتمام القنوات الليبية الرياضية بالقنوات الفضائية المتخصصة في الرياضة، والتركيز على استضافة المحللين والخبراء واللاعبين المميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات.

• زيادة الاهتمام من قبل القنوات الرياضية الليبية بالبرامج الرياضية الموجهة إلى فئة الطلبة من كلا الجنسين لنشر الثقافة الرياضية.

- التركيز على توجيه الطلبة إلى القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية والاشتراك فيها من قبل الفضائيات الليبية الرياضية .
- دعوة المؤسسات الإعلامية الرياضية إلى الاهتمام بالمضامين المعرفية والاجتماعية والتربوية والصحية، وعدم الاقتصار على التغطية الإخبارية الرياضية.
- الاهتمام بالقنوات الرياضية المحلية؛ باعتبار أن لها دوراً مؤثراً في الجمهور، واستغلال هذا التأثير بشكل إيجابي ينمي العقل ويزيد من المعرفة الرياضية.

المقدمة

أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية هامة في المجتمعات الحديثة، وقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة من جميع وسائل الإعلام، حيث تظهر أهمية الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات والبيانات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة.¹

وللإعلام دور هام في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع، فالإعلام في الحقيقة مهنة ورسالة، وليس مجرد شعارات تتغير وتتبدل بتغير الأهواء، فهو عملية عقلانية لها هدف وغاية وصوت يخاطب الرأي العام بمجمله، إذ إنه يغطي كافة المجالات، ويقدم النقد والتوجيه والنقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، وقد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة، وكان انتشار الرياضة أساساً بفضل الدور الذي ساهمت به وسائل الإعلام بكافة أنواعها المقروءة والمسموعة والمرئية، وساهمت أيضاً في التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس، ومن هذا المنطلق يشكل الإعلام الرياضي أهمية في حياة الإنسان ويعتبر من الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي.

والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي بات يرغب في الحصول على المزيد من البرامج الرياضية، وتعد الفضائيات الرياضية من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض

¹ - الزيود خالد، دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، 2013، دولة الإمارات، ص 322.

القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم.¹

وتعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام، وإرسال العديد من الرسائل بل إنها تعبر عن مستوى تطور وتقدم الأمم والمجتمعات، لذلك فإنه من الصعب الفصل بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنتقل الأحداث الرياضية، إذ إن مشاهدة الرياضة والإحساس بها موجود في كل مكان، وقد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية ووضع الرياضي ومفهوم الرياضة كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى، إذ استغلت بعض الفضائيات من خلال احتكارها لبث الأحداث الرياضية والترويج للرياضة أو أحد أبطالها وسيلة لتحقيق الربح في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من بناء الثقافة العامة والبناء الوطني والقومي، ووسيلة لبناء الإنسان الكفء المتوازن نفسياً وجسدياً، وهناك أنظمة تستخدم الفضائيات الرياضية لتحقيق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي، وطابعها الاقتصادي والتجاري.

إن أهمية الإعلام الرياضي والفضائيات الرياضية تبرز من ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور حولهم من أحداث وتطورات في هذا المجال، وهذا ما تسعى إليه الدراسة فضلاً عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية، وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي

1 - د. محمود شمال حسن، نحن والبث الفضائي - دراسة الآثار النفسية والاجتماعية المحتملة للبث الوافد من الفضاء في المجتمع العربي، مجلة الدراسات الاجتماعية، العدد 2، السنة الأولى، بيت الحكمة، بغداد، 2000، ص 100.

بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية نتيجة التقدم التكنولوجي في عالم

الإعلام مثل الأقمار الصناعية وانتشار شبكة المعلومات.¹

1 - أحمد فاروق احمد : الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من1995_2000، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضي للبنين،2002 ، ص21.

الفصل الأول

منهجية الدراسة

- الاحساس بالمشكلة
- مبررات اختيار الموضوع
- المشكلة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فرضيات الدراسة
- محددات الدراسة
- تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة
- مجالات الدراسة
- متغيرات الدراسة
- الدراسات السابقة
- التعليق على الدراسات السابقة

الإحساس بالمشكلة

لاحظ الباحث أن العديد من فئة الشباب تلتقي في المقاهي والمنازل لشاهدة المباريات بأنواعها على مختلف الفضائيات الرياضية وأبرزها قنوات (bein sports) التي لها دور كبير في هذا التجمع باعتبار أنها الوحيدة التي لها حقوق البث في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ولذلك يرجع إليها الشباب في المقام الأول لحيازتها حقوق بث البطولات العالمية، ومن هنا يجب التمعن إيجابيات هذه الباقة الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.

مبررات اختيار الموضوع

تطورت البشرية تطوراً كبيراً، وقضت أشواطاً عامة في الرقي الحضاري بفضل العلوم والتكنولوجيا، وظهرت بذلك بحوث غيرت مجرى الأحداث، تناولت ودرست ميادين مختلفة، والثقافة الرياضة إحدى هذه الميادين التي أجريت فيها عدة بحوث؛ من أجل النهوض بها بوصفها علماً قائماً بذاته.

وقد ارتبط مفهوم الرياضة بالإعلام وخاصة الإعلام الرياضي الذي يعتبر همزة وصل بين الثقافة الرياضة والجمهور الرياضي والمربين، وقد كان سبب اختيارنا لهذا الموضوع لمعرفة مدى تأثير البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة بنغازي، كما يعود اختيارنا لموضوع الدراسة لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

أولاً: الأسباب الذاتية

ميول خاص لدي نحو الاهتمام بالإعلام الرياضي بصفة عامة والإعلام الرياضي المرئي بصفة خاصة، والرغبة في محاولة تغيير اتجاه النقد نحو الإيجاب؛ وذلك للرفع من مستوى الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة.

ثانياً: الأسباب الموضوعية¹

- تعاضم الدور الذي أصبح يلعبه الإعلام الرياضي.
- التوجه العام للشباب نحو الاطلاع على مستجدات الأخبار الرياضية المحلية منها والدولية، وبالتالي بيان قيمة الإعلام الرياضي وما يمثله بالنسبة للشباب.
- التأثير الذي يمارسه الإعلام على مختلف الشرائح الاجتماعية، حيث أصبح وسيلة دفاع وهجوم في الوقت نفسه.
- الدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي في التأثير على ثقافة الجمهور عامة، وطلاب الجامعة بصفة خاصة، لأنها المرحلة العمرية الحساسة في حياة الفرد.

مشكلة الدراسة

تعد التربية البدنية والرياضية من الممارسات المحببة إلى فئات كثيرة من الناس على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والعمرية؛ فهي قد تساهم في تكوين شخص لائق من

¹- شبكة المعلومات الدولية، <http://dspace.univ-biskra.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/4703/1/23.pdf>
تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018-12-3

الناحية الانفعالية والصحية، وهذه المرتكزات لا تتحقق إلا بشيوع ثقافة رياضية تروج لها لتقريبها إلى أذهان الجميع.

إن المتابع لحجم الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية، وتغطيتها المباشرة لها يجد أنها توفر خدمة مميزة للمشاهدين على امتداد قارات العالم، ونظراً لما يمكن أن تقدمه هذه الفضائيات من نشر للوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظراً لكون الطلبة في المرحلة الجامعية من الشرائح المهمة التي يعول عليها في عملية النهوض بالدولة في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل الدولة الرياضي ، إذ يجب الاهتمام بهذه الشرائح المهمة والسعي إلى تنمية ثقافتهم الرياضية من خلال بث البرامج الرياضية المتنوعة والتي تزود المشاهد بالمعلومات الرياضية بشكل ممتع ومتناسق مع عقول هذه الفئة .

ومن هنا قد لاحظ الباحث أن هناك خللاً في الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، كما أن هناك مشكلة في سلوك وعادات بعض طلبة الجامعة؛ وذلك قد يكون لقلة تعرضهم للتلفزيون الرياضي، وفي دراسة حسام الدين رفقي عبد الخالق¹ بعنوان " وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير" أشارت النتائج إلى أن الأجهزة الإعلامية تؤثر على الفرد وتوجهه نحو السلوك الحسن، كما تؤثر على الرأي العام لتقبل آراء الحكام.

¹حسام الدين رفقي عبد الخالق، وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة ماجستير غير منشورة، 1983م، ص 110.

أيضاً تشير دراسة كمال عبد القادر¹ إلى وجود بعض الغموض في تحديد العلاقة بين مشاهدة باقة قنوات (Bein sports) وبين تعرض الطلبة للبرامج الرياضية المتنوعة التي تبثها الباقة، كما تشير نتائج الدراسة نفسها إلي أن مشاهدة البرامج والأخبار الرياضية تؤثر على صانعي القرار في الأندية والاتحادات الرياضية، كما تؤثر على الأفراد في اتخاذ قراراتهم الرياضية، لذا فمن الضرورة التعرف على حقيقة مستوى الثقافة المعرفية الرياضية لدى طلبة جامعة بنغازي، ومعرفة دور هذه الباقة في تنمية ثقافتهم الرياضية، كما لاحظ الباحث أيضاً أن الكثير من الطلبة يعانون من ضغوطات نفسية؛ نتيجة للأوضاع السياسية في ليبيا، ومن هنا يجب معرفة دور باقة قنوات (Bein sports) في التخفيف من حدة هذه الضغوطات على الطلبة.

وبالنظر إلى التطور التاريخي لوسائل الإعلام نجدها قد مرت بعدة مراحل عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي هي عليها الآن في وقتنا الحاضر، وهذا راجع إلى التغير المتسارع لهذه الوسائل من عصر إلى آخر، فلا أحد ينكر التأثير الذي تمارسه يمكن أن وسائل الإعلام المرئية على مختلف فئات المجتمع، وما أحدثته الفضائيات سلبياً خاصة أثناء مقابلة الجزائر ومصر في تصفيات كأس العالم (2010) إذ يعد خير دليل على ذلك فقد كادت تؤدي بعلاقات تاريخية هامة بين شعبين عربيين².

ويقتضي الإخلاص لمفهوم الرياضة الحقيقية ربط الثقافة البدنية بالتربية العقلية ربطاً وثيقاً، كما أن الحياة الرياضية تعتبر عنصراً أساسياً من عناصر الحياة الثقافية، وأن المباريات

¹- سامح كمال عبد القادر ، " الإعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي " ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، 2012 ، ص 91 .

²- الشعب والعنف الذي حدث بين الجماهير الجزائرية وبين الجماهير المصرية عندما انتهت المباراة بفوز منتخب الجزائري في تصفيات كأس العالم (2010) مما أدى إلى التشاجر بين جماهير الفريقين، حيث كانت لوسائل الإعلام دور مؤثر بدرجة كبيرة في خمد الفتنة بين الشعبين .

الرياضية والبرامج الرياضية حين ينظر إليها وفق هذا الفهم الصحيح تصبح عبارة عن مشهد عرض فني وتؤلف بالتالي جزءاً من الحياة الثقافية، فالرياضة جزء من مقومات الثقافة والحضارة عموماً ولكن بشرط ألا تستخدم الشباب في أغراض سياسية.¹

ومن هنا يتضح لنا أهمية التوعية الرياضية ومحاولة إنمائها ببعض المعلومات والثقافات الرياضية وربطها بها، ويرجع هذا إلى دور باقة (Bein sports) الرياضية في تزويد الطلاب المتابعين للرياضة بالمعلومات وتنمية الثقافة الرياضية لديهم.

أهمية الدراسة

إن الفضائيات الرياضية تعد إحدى أهم وسائل الإعلام في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لما لها من مزايا؛ إذ تعد من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً وأسهلها وأقواها تأثيراً، ذلك لأنها تستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير الرياضية أكثر من الوسائل الأخرى، فهي تنقلك وبفس الوقت من دولة إلى أخرى ومن حدث رياضي إلى آخر، ولذلك فإننا نجد فئة كبيرة من الجماهير والطلبة يتابعون البرامج الرياضية المختلفة المعروضة من خلال هذه الفضائيات وعليه يمكن من الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية في تثقيف الطلبة كشريحة من شرائح المجتمع المهمة، وزيادة معرفتهم بالثقافة الرياضية والتي من خلالها يتم غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي السوي لدى الطلبة وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات للجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان، وكذلك توجيه عواطف المواطنين وتوحيد مشاعرهم من خلال المحافل المحلية والعالمية، وزرع محبة الوطن في نفوسهم، ومن هنا جاءت أهمية الدراسة في التعرف على دور باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في رفع مستوى

¹ -راجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم : التربية البدنية و الرياضية، 2011-2012، ص4.

الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعة، إذ يمكن من خلال هذه الدراسة المساهمة في تعزيز الانجازات الرياضية على المستوى العربي والعالمي وذلك بتأكيد دور الفضائيات الرياضية في دعم الانجازات، ودعم روح اللاعبين لبذل الجهد، وكذلك تعريف العالم عبر القنوات الفضائية بالطفرة الحضارية على كافة المستويات في الدولة، والتعريف أيضاً بالأبطال الرياضيين المحليين والعرب والعالميين، كما أن هذه الدراسة قد تساعد القائمين في القنوات الفضائية والمسؤولين في وزارة الشباب والرياضة على المشاركة في صنع الأحداث الرياضية المختلفة ودعم استراتيجية صناعة الأبطال، فهذه الدراسة قد تحاول تعزيز الثقافة الرياضية لدى أبناء المجتمع الليبي من خلال استغلال الفضائيات الرياضية والبرامج الرياضية المعروضة من خلالها.

أهداف الدراسة

يمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط التالية :

- معرفة أسباب ودوافع مشاهدة الطلاب لباقة (bein sports) الرياضية.
- متابعة حجم ونمط وعادات مشاهدة طلاب الجامعة للبرامج الرياضية المرئية بوجه عام وباقة (Bein sports) الرياضية بوجه خاص.
- التعرف على مدى مساهمة باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في إحداث تغييرات في الثقافة الرياضية لطلاب الجامعة بشكل عام، وينقسم هذا الهدف إلى الأهداف الفرعية التالية:
 - التعرف عن مستوى المعارف والوعي الرياضي لدى طلبة الجامعة بأنواع الرياضات المتنوعة وقوانينها.
 - الكشف عن العلاقة بين مشاهدة الطلبة لهذه الباقة وبين مستوى الوعي الرياضي لديهم.
 - الكشف عن العلاقة بين مشاهدة هذه الباقة وبين ممارسة الطلاب للرياضة بانتظام.

• معرفة حجم الدور الذي تقوم به باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية سلوك وعادات الطلاب الرياضية.

• معرفة الدور الذي يمكن أن تلعبه تغطية باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في التخفيف من حدة الضغوط التي تفرضها الأحداث الراهنة في ليبيا على طلاب الجامعة "إن وجدت".

• معرفة انعكاس مشاهدة الطلاب لباقة قنوات (Bein sports) الرياضية على إكسابهم مهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي.

تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

أولاً: التعريفات الاصطلاحية

• باقة قنوات (Bein sports) هي باقة رياضية ناطقة باللغة العربية تابعة لمجموعة (بي إن) الإعلامية تأسست في 1 أغسطس عام 2003 باسم قناة الجزيرة الرياضية كأحد فروع قناة الجزيرة، ثم بدأت البث في 1 نوفمبر 2003 كقناة مستقلة وتحولت فيما بعد إلى مجموعة من القنوات في 27 أغسطس 2005، وفي 1 يناير 2014 تم تغيير اسمها ليصبح (Bein sports) وتصبح في جعبتها باقة من القنوات المجانية والمشفرة والتي بلغ عددها 17 قناة رياضية حالياً تحت شبكة (بي إن) الإعلامية.¹

كما تملك باقة (Bein sports) الحقوق الحصرية في بث المسابقات و البطولات الرياضية في منطقة الشرق الأوسط ومنطقة شمال أفريقيا، فهي تمتلك حق نقل بطولات كرة القدم الكبرى مثل كأس العالم لكرة القدم، دوري أبطال أوروبا، الدوري الإنجليزي، الدوري

1- شبكة المعلومات الدولية <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، موقع ويكيبيديا، تم الاطلاع عليه بتاريخ 22\6\2016.

الإيطالي، الدوري الإسباني، الدوري الألماني وغيرها من بطولات كرة القدم وبطولات التنس وغيرها من البطولات والألعاب .¹

- **برامج القناة**، نقصد بها تلك البرامج التي كانت تذاع قبل وقت إجراء الدراسة الحالية وهي: (الحكم الخامس، ألوان الرياضة، حصيلة الدوري القطري، حصيلة الدوري البرتغالي، حصيلة الدوري الإسباني، ثلاثون دقيقة كالشيو، شبكة المراسلين، سؤال في الرياضة، جرأة ورياضة، الكرة العربية، يوم في الرياضة، النشرة الاقتصادية، VIP، ملاعب أوروبية، اليد، مجلة كرة المضرب "ACE"، الميدان والمضمار، ستوديو الكرة، ليغا، ميلانيو، مشروع معلق، مرحباً أوروبا، عالم السلة، عالم التنس، عالم السرعة، ألو أوروبا، استديو الأبطال، بكل روح رياضية).

ثانياً: التعريفات الإجرائية

- **باقة (Bein sports) الرياضية**: المقصود بباقة (Bein sports) الرياضية هنا هي الباقة الرياضية المتخصصة بنقل البرامج والمباريات الرياضية، تبدأ من bein sports HD 1 إلى bein sports HD 17، كما تحمل الباقة العديد من الباقات المتنوعة مثل: الدراما، المطبخ، والبرامج الاجتماعية وغيرها، ولهذا السبب تم تحديد نوع الباقة بتسميتها (Bein sports) الرياضية، على الرغم من أن كلمة (sports) تعني رياضة) وهي متكررة في العنوان باللغة العربية والإنجليزية، وهذا من أجل تحديد نوع الباقة بكلمة رياضية لزيادة التأكيد على أن الغرض من الدراسة هنا هو الباقة الرياضية فقط دون النظر إلى أنواع الباقات الأخرى.

1- شبكة المعلومات الدولية، مرجع سابق ، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2016/6/22

- **الثقافة الرياضية:** هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها.
- **تنمية الثقافة الرياضية:** يقصد بها معرفة الزيادة في حجم المعلومات لدى أفراد العينة عن كل الأنشطة والشخصيات والأحداث الرياضية، نتيجة متابعة باقة برامج قنوات (Bein sports) الرياضية من خلال الإجابات التي يقدمونها وفق المقياس المعد لهذا الغرض في استمارة الاستبيان.
- **الضغوطات:** يقصد بها أنها الضغوطات التي يتعرض لها الشباب؛ نتيجة للأوضاع الراهنة في ليبيا، حيث تؤثر سلباً على الشباب الجامعي، وبالتالي يأتي هنا دور باقة قنوات (Bein sports) في مواجهة هذه الضغوطات ودورها في التخفيف عن طلبة الجامعة بأن تقدم لهم برامج وبطولات متنوعة تنمي ثقافتهم وتعطيهم بعض الرفاهية.

الدراسات السابقة

تعد عملية الرجوع إلى الدراسات السابقة نقطة انطلاق مهمة في الدراسات العلمية، وذلك من أجل نقادي نقائص البحوث السابقة، والاستفادة مما قدمته في بلورة الدراسة الحالية بصورة أفضل، وبعد الاطلاع على الموضوعات ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة، لاحظنا قلة الدراسات في هذا المجال، ولكن يمكن التطرق إلى بعض الدراسات حول موضوع الإعلام الرياضي وتأثيراته المختلفة في المجتمع ومن بين هذه الدراسات نذكر الآتي:

- دراسة (شمروخ وكراسنة 2011) التي استخدمت استبيان يتضمن 26 فقرة تهتم بالمجال التنافسي والثقافي والصحي والاجتماعي، حيث هدفت إلى التعرف على دور البرامج الرياضية في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع الأردني، وأشارت إلى أن البرامج الرياضية

في التلفزيون الأردني تلعب دوراً متوسطاً في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة أنفسهم؛ لتركيزها تركيزاً واضحاً على لعبة كرة القدم مقارنة بالألعاب الأولمبية وغير الأولمبية الأخرى، وتختلف آراء الطلاب في تقديرهم لدرجة مساعدة البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لديهم بالشكل المطلوب، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالبرامج الرياضية المقدمة عبر التلفزيون الأردني لتعريف الطلاب بالقوانين والأنظمة الرياضية المختلفة.¹

- دراسة (شاكر وشحادة 2009) التي ركزت على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية وتناولت نفس الشريحة من المجتمع الذي نهتم بتناوله في الدراسة الحالية، واستخدمت الاستبيان على عينة بلغ عددها 1086 مفردة وأشارت إلى أن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً ايجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، وكذلك توصلت إلى أن مستوى الثقافة الرياضية لدى متابعي القنوات الفضائية الرياضية لكلا الجنسين متساو تقريباً، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالتوسيع في عمل القنوات الفضائية ودعمها لتكون واجهة الإعلام العراقي في العالم.²

- دراسة (عبيدات 2005) ركزت على دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، وهدفت إلى التعرف على وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية في دور الإعلام في نشر رياضة المرأة، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الباحثة استبانة مكونة من (42) فقرة اشتملت على (4) مجالات رئيسية هي: (التنافسي، الترويحي، الصحي، المهني)، وأجريت الدراسة على عينة تكونت من (381 طالبة) من طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية،

1 - شمروخ نبيل و كراسنة دراء، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، مجلة بحوث التربية الشاملة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الزقايق، سنة 2011، المجلد الأول.
2- شاكر نبيل محمود وشحادة عثمان محمود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى. مجلة الفتح، لعدد الثالث والأربعون، كلية التربية الرياضية / جامعة ديالى، كانون الأول سنة 2009.

وأظهرت النتائج عدم اهتمام الإعلام الرياضي برياضة المرأة بالشكل المطلوب إلا في حالة مشاركتها بالألعاب التنافسية، وكان اهتمام وسائل الإعلام الرياضي ينصب فقط على التغطية الإخبارية الخاصة برياضة الرجال بشكل أكبر من متابعة الأخبار الرياضية، الخاصة بالإنجازات التي تحقها المرأة مما ضعف اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي لرياضة المرأة ودعمها بشكل عام، وأوصت الدراسة بضرورة تقديم وسائل الإعلام الرياضي الدعم والتشجيع للمرأة العاملة في المجال الرياضي وبشكل مستمر.¹

- دراسة (على طاهر وإسحاق إبراهيم 2004) حيث ركزت على العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري، وقد أجريت الدراسة الميدانية باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية بسيطة قوامها 400 مفردة من ستة أحياء بمحافظة القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة المنتظمين في التعرض لهذا النوع من البرامج بالراديو مرتفعة إذ تبلغ 72.6% مقابل 27.4% لا يستمعون لها في الراديو، وأن نسبة التعرض للبرامج الرياضية في الراديو تبلغ 28.5% مقابل 71.5% لا تتعرض، وإلى عدم وجود ارتباط بين التعرض لهذه البرامج في الراديو والدوافع الطقسية والنفعية للمبحوثين للتعرض لها، كما توصلت إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في تعرضهم للبرامج الرياضية في التلفزيون وفي دوافعهم النفعية للتعرض لهذه البرامج، وأخيراً أشارت إلى وجود علاقة ارتباطيه بين درجة اعتماد المبحوثين على البرامج الرياضية في التلفزيون ومستوى معرفتهم بالرياضة.²

¹ - عبيدات شيرين محمد، دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير بجامعة اليرموك، 2005م .
² - على طاهر إسحاق إبراهيم، "العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري". (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2004.

- دراسة (العبادي 1996) هدفت إلى معرفة أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة بين أوساط الشباب في العراق، واستخدم الباحث الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات، حيث طبقت على عينة البحث من طلاب كليات جامعة بغداد وبعض المدارس الإعدادية، وبلغ حجمها (1380 شاباً وشابة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى أن للتلفاز تأثيراً كبيراً في إشباع حاجات الشباب الرياضية والثقافية لما يمتلكه من مقومات تجعله وسيلة مهمة في هذا المجال، وجاءت الصحافة في المركز الثاني في حين احتلت الإذاعة المركز الثالث لضعف الأساليب المستخدمة في الوصول إلى حواس وعقول المستمعين الذين تهتمهم الأخبار والنشاطات الرياضية، كما أشارت أيضاً إلى أن لوسائل الإعلام أثراً كبيراً في توجيه اتجاهات المواطنين، وأن هذه الوسائل انحصرت مهامها بالناحية الإخبارية في تغطية الأحداث الرياضية التي لاقت اهتماماً متصاعداً بين أوساط مختلف الفئات العمرية في المجتمع، وأوصت الدراسة بالتأكيد على البرامج الثقافية الرياضية في الإعلام الرياضي وليس على الأخبار الرياضية فقط.¹

- دراسة (خالد زيود 1996) هدفت الدراسة إلى معرفة دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، استخدم الباحث الاستبانة التي تشمل على 31 (فقرة موزعة على أربع مجالات) المجال المعرفي، الاجتماعي، التربوي، الصحي، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة اليرموك المقبولين للدراسة في عام 2010\2011 وعام 2011-2012 (أي ممن هم الآن على مقاعد الدراسة في السنة الثانية والسنة الثالثة والبالغ عددهم (135.15) طالباً وطالبة

1- العبادي جلال عبد، أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب، مجلة التربية الرياضية، العدد (12)، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، سنة 1996.

، وبلغت عينة الدراسة 327 طالباً وطالبة من جميع كليات جامعة اليرموك (باستثناء طلبة كلية التربية الرياضية)، وأظهرت النتائج أن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً إيجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية ، وأن المجال الاجتماعي والمعرفي احتلا أعلى المجالات وبدرجة مرتفعة، وتبين من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 05.0$) في المجال المعرفي لنشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات الأخرى . كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq$

05.0 على (المجال المعرفي والاجتماعي، والمجال التربوي) في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الكلية وذلك لصالح الكليات العلمية. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنوعية برامج القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء ولأعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في رقي الشعوب.¹

دراسة (رجحي صابر) هدفت إلى معرفة تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، كما اعتمد على الاستبانة كأداة أساسية للبحث وتم توزيعه على 160 تلميذ، وتمثل مجتمع الدراسة من طلاب المدارس في مدينة بسكرة في الجزائر، وأظهرت النتائج بأن تلاميذ المرحلة الثانوية يتعرضوا

1- خالد الزويد، دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية ، جامعة زايد ، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، للفترة 25-27 \2013\2 ، دولة الإمارات.

لوسيلة التلفاز باستمرار، ويؤثر الإعلام الرياضي المرئي على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية، كما يؤثر الإعلام الرياضي المرئي على الجانب المعرفي للتلميذ.¹

التعليق على الدراسات السابقة

نلاحظ من خلال الدراسات السابقة ما يلي:

- تنوعت أهداف الدراسات السابقة تبعاً للظاهرة المراد دراستها، فبعضها هدف إلى دراسة دور الإعلام الرياضي بشكل عام مثل دراستي العبادي (1996)، وعبيدات (2005)، وبعضها الآخر هدف إلى معرفة دور البرامج الرياضية المقدمة في التلفزيون مثل دراسة شمروخ وكراسنة (2011).
- استخدمت غالبية الدراسات السابقة المنهج الوصفي والاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث يمكن الاستفادة منها في توظيف هذا المنهج والأدوات التي استخدمتها في الدراسة الحالية.
- تنوعت أشكال وشرائح العينات التي تناولتها الدراسات السابقة، حيث اهتم بعضها بدراسة الجمهور بشكل عام أو طلبة المدارس الثانوية أو طلبة المدارس الإعدادية، حيث اختلفت مع الدراسة الحالية في هذا الأمر، بينما تشابهت هذه الدراسة مع دراستي عبيدات (2005)، ودراسة شاكر وشحادة (2009) والتي طبقت على طلبة الجامعات.
- اختلفت الدراسة الحالية، كما يظهر من العنوان: " دور باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة " عن الدراسات التي تم ذكرها أعلاه

¹- رجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم، جامعة بسكرة، 2011-2012.

في متغير تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة، بينما تشابهت مع دراسة شاكر وشحاذة في تناول دور الفضائيات الرياضية في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية.

• تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بلورة مجموعة من النقاط في الدراسة الحالية يمكن ذكرها فيما يلي:

- ساهمت دراسة وتحليل الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة الحالية بشكل أفضل.
- تحديد المنهج العلمي والأسلوب الإحصائي وصياغة تساؤلات وأهداف الدراسة بشكل أكثر دقة.
- الاستقرار على اختيار طلبة جامعة بنغازي مجتمعاً للدراسة.
- المساعدة في وضع وصياغة أسئلة تتعلق بالموضوع في استمارة الاستبيان الدراسة الحالية.

تساؤلات الدراسة

1. ما أسباب ودوافع مشاهد الطلاب لباقة (Bein sports) الرياضية ؟
2. ما حجم نمط وعادات متابعة طلبة الجامعة لباقة قنوات (Bein sports) الرياضية ؟
3. إلى أي مدى ساهمت باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية الابعاد المعرفية للثقافة الرياضية؟
4. إلى أي مدى ساهمت باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية الابعاد السلوكية للثقافة الرياضية ؟
5. هل لباقة قنوات (Bein sports) الرياضية دوراً في إكساب طلاب الجامعة المتابعين للرياضة عادات نبذ التعصب وتغليب روح التعاون بينهم أو أية عادات إيجابية أخرى ؟

6. ما الدور الذي يمكن أن تلعبه تغطية باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في التخفيف

من حدة الضغوط التي تفرضها الأحداث الراهنة في ليبيا على طلاب الجامعة؟

فرضيات الدراسة

أ- الفرضية العامة

لقنوات (Bein sports) علاقة بتتمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة.

ب- الفرضيات الفرعية

1. لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين متغيري المشاهدة ومستوى ثقافتهم الرياضية

لدى أفراد العينة.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تتمية الثقافة الرياضية لدى أفراد العينة تعزى

لمشاهدة برامج باقة قنوات (Bein sports) الرياضية.

3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واعتماد أفراد العينة على باقة

(Bein sports) كمصدر للمعلومات الرياضية.

4. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الرياضية واعتماد أفراد

العينة على باقة (Bein sports) كمصدر للمعلومات الرياضية.

5. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد أفراد العينة على باقة (Bein

sports) كمصدر للمعلومات الرياضية ومستوى الضغوط النفسية والاجتماعية

لديهم.

6. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة قنوات

(Bein sports) ومستوى الضغوط النفسية والاجتماعية لديهم.

7. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة قنوات (Bein sports) وبين دوافعهم نحو متابعة البرامج الرياضية.
8. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد أفراد العينة لباقة قنوات (Bein sports) كمصدر للمعلومات الرياضية وتنمية الثقافة الرياضية لديهم.
9. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة قنوات (Bein sports) وبين مستوى الثقافة الرياضية لديهم.
10. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم متابعة أفراد العينة لباقة (Bein sports) ومستوى اكتسابهم لمهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي.
11. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص في حجم مشاهدة البرامج الرياضية التي تقدمها باقة قنوات (Bein sports) .
12. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص في مستوى معارفهم بالقضايا الرياضية.
13. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي في نمط تعرضهم للبرامج الرياضية.
14. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي في مستوى دوافعهم لمتابعة برامج باقة قنوات (Bein sports) الرياضية.

نوع الدراسة والمنهج المستخدم

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع البيانات الميدانية عن طريق عينة من الأفراد المستهدفين بالدراسة، حيث تجرى معالجة هذه البيانات وفق تحليلات إحصائية مناسبة تستخرج مجموعة من النتائج تتعلق بأهداف الدراسة.

والمنهج الوصفي يهتم بتصوير ما هو كائن ويهتم برصد الوضع الراهن للظاهرة ويصف خصائصها ومكوناتها، ويصف العوامل التي تؤثر عليها والظروف التي تحيط بها، ويفسر العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة.

وتوظف هذه الدراسة المنهج الوصفي حيث تجمع البيانات والمعلومات عن أبعاد الظاهرة المتمثلة بدور باقة (Bein sports) الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة، حيث تم استخدام هذا المنهج لوصف الظاهرة المتعلقة بوعي طلاب الجامعة بالرياضة، وتوضيح دور الباقة في تنمية الثقافة الرياضية لديهم، وكما ذكرنا في مشكلة البحث بأنه من الملاحظ وجود خلل في المعرفة الرياضية لدى الشباب الجامعي، وأن هناك أنماطاً من السلوك والعادات لدى بعض الطلبة؛ نتيجة قلة تعرضهم للتلفزيون كما أشارت دراسة حسام الدين رفقي عبد الخالق التي تناولت بالاهتمام وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير.¹

ولهذا رأينا أنه من الأفضل استخدام أسلوب المسح وهو من أساليب المنهج الوصفي لتحليل مشكلة الدراسة لما يوفره من دقة وموضوعية؛ وباعتبار أن هذا المنهج يعد عملية تُقدّم بها

¹ - حسام الدين رفقي عبد الخالق، مرجع سابق، ص 22.

المادة العلمية كما هي، فهو يقوم على الاستقراء الذي يخدم ويوضح الدور الذي تقوم به باقة (Bein sports) الرياضية وتعرضه عرضاً مرتباً ترتيباً منهجياً.

واعتمدت الدراسة على الاستبيان بوصفه أداة أساسية لجمع المعلومات الكمية والمقابلة الشخصية، وذلك لأن الاستبيان أداة دقيقة في جمع المعلومات اللازمة التي تخدم أهداف الدراسة كما أنها تخدم الجانب النظري والمنهجي بشكل دقيق باعتبار أننا استخدمنا المقياس الخماسي وهو الأكثر دقة في وصف الإجابة المناسبة؛ للوصول إلى نتائج أكثر مصداقية.

مجالات الدراسة

المجال البشري : وهم طلاب جامعة بنغازي المنخرطون في الدراسة بمختلف الأعمار والتخصصات وسنوات أو فصول الدراسة.

المجال الزمني : ونعني به الوقت الذي تم فيه جمع بيانات الدراسة من أفراد العينة، حيث تم توزيع الاستبيان في الفترة من 15-12-2017 إلى 15-1-2018

المجال الجغرافي : ويشمل كليات جامعة بنغازي كافة الواقعة في النطاق الإداري لبلدية بنغازي فقط.

النظرية المُفسرة لموضوع الدراسة

أولاً : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام¹

ركزت نظرية الاعتماد على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذ إن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظاماً فرعياً؛ من أجل فهم وإدراك

1- هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والإخباري، دار أسامة للنشر، 2008، ص124.

نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الاستقرار والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيري (دي فلور) أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهذا ما أشار (هلبيرت شيلر) حيث رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.

وفيما يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي إذ تعتبر وسائل الإعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر أساليب الإعلان والإشهار، أما فيما يخص طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فهي علاقة وثيقة ومثينة، فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عنها لمعرفة شؤون حياته اليومية في المقابل ستصبح نشاط هذه المؤسسات دون معنى في غياب اهتمام هذا الجمهور بها.

فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.
 - نظام وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
 - استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.
 - حالات الاستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات، وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
 - اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
 - يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور.
- من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يمكن قياس مدى اعتماد الطلبة على القنوات الرياضية في تنمية ثقافتهم الرياضية، حيث إن هذه النظرية لديها نوعان من التأثيرات وهما :

- **تأثيرات معرفية** : وهي مجموعة من المؤثرات التي ساهمت في تعزيز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ؛ إذ عملت على تشكيل الاتجاه الفكري عند الأفراد، وإعادة ترتيب الأولويات تجاه القضايا الإعلامية، والتي يهتم الأفراد بمتابعتها، وخصوصاً التي ترتبط بالأخبار الاجتماعية التي تؤثر فيهم تأثيراً مباشراً، كما أنها ساهمت في إثراء المعرفة الفرديّة حول

العديد من الموضوعات التي نجحت وسائل الإعلام في تسليط الضوء عليها، مما أدى إلى تطوّر العديد من المفاهيم والأفكار المستكشفة، مثل: الوسائل الإعلامية التي تهتمّ بالتعريف بالمدن المشهورة التي تقام فيها المباريات، والملاعب وأنواع البطولات، والتي ساهمت في تعزيز دور الإعلام الرياضي في تعرّف الناس على طبيعة الرياضة.

- **تأثيرات سلوكية :** هي مجموعة من التأثيرات التي ساهمت وسائل الإعلام في تعزيزها عن طريق تعزيز مجموعة من السلوكيات، وإلغاء مجموعة أخرى منها، مما يؤدي إلى زيادة الوعي عند الأفراد، من خلال الاعتماد على التنشيط المحفز لكل فرد، والذي تتّخذة كافة وسائل الإعلام كأسلوب في زيادة تفاعل الأفراد معها، ومن الأمثلة على التأثيرات السلوكية: توجيه الأفراد للقيام بعمل جيد من خلال الاعتماد على الحملات الإعلانية التي يبرز فيها فريق أو لاعب رياضي مؤثر يحفز الجماهير على القيام بهذا العمل الجيد.

إن هذين التأثيرين يمثلان أساس هذه الدراسة التي تسعى لمعرفة دور قنوات (Bein sports) الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة وبالأخص الجوانب السلوكية والجوانب المعرفية منها.

ثانياً: نظرية الاستخدامات والإشباع

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه مدخل يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور - قبل التعرض - المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعاً معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل

الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته.¹

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباع في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية، المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموغرافية.²

إن لهذه النظرية دوراً مهماً في معرفة دوافع وحاجات المبحوثين لمشاهدة باقة (bein sports) والاطلاع على رغباتهم وميولهم الرياضية، نظراً بأهمية معرفة مدى حجم دوافع ورغبات عينة الدراسة، فمن المهم البحث عن اسباب مشاهدة طلاب الجامعة لهذه الباقة الرياضية وما دوافع مشاهدتهم لباقة Bein sports.

1- سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 1997، ص 47.
2- شبكة المعلومات الدولية، https://jmem.gsu.edu/files/2014/07/JMEM-2015_ARABIC_Shtlh_Kamel.docx، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018-12-4

الفصل الثاني

الإطار المعرفي للدراسة

الإعلام الرياضي تعريفه ومراحله وعناصره

• مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي

- عناصر الإعلام الرياضي

- أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

- خصائص الإعلام الرياضي

- أنواع الإعلام الرياضي

• عولمة الإعلام ومستقبل النظام في التربية الرياضية

- الإعلام الرياضي المرئي " التلفزيوني "

- الرسالة التلفزيونية

- صناعة وسائل الإعلام الرياضية المرئية واقتصاد الإعلام الرياضي

• العلاقة بين الإعلام الرياضي المرئي وبناء الثقافة الرياضية

- دور الإعلام الرياضي المرئي في تنمية ثقافة الطالب

- العلاقة بين الرياضة والإعلام التلفزيوني الرياضي

- العلاقة بين الإعلام المرئي الرياضي وثقافة الطالب

مقدمة

تعد الرياضة نشاطاً معاصراً لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل، حيث أصبحت تعكس مستوى تطور وتقدم الأمم والمجتمعات، لذلك فإنه من الصعب الفصل بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية، إذ إن مشاهدة الرياضة والإحساس بها موجود في كل مكان، وقد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية والوضع الرياضي كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى، إذ استغلتها بعض الفضائيات عن طريق احتكارها لبث الأحداث الرياضية والترويج للرياضة وسيلة لتحقيق الربح في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من الثقافة العامة، ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها، حيث يتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضاً على إمكاناته المادية والبشرية.¹

والإعلام الرياضي مثل المرأة العاكسة للحياة الرياضية، فهو يمثل المنظور الأكثر شمولية وعمقاً لها، وذلك من خلال ابتعاده عن البساطة التقليدية المتمثلة في التغطية الإخبارية السريعة والموجزة، فالواقع الإعلامي الجديد يفرض إعلاماً جديداً، والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر ابتكاراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد أحدث هذا

1- شبكة المعلومات الدولية، <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/healthmedicine/2013/10/23>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018-12-4

التطور احتياجات جديدة لدى الجمهور الرياضي الذي بات يرغب في مشاهدة المزيد من البرامج الرياضية.¹

وتعد الفضائيات الرياضية من الوسائل الفعالة التي أصبح لها دور واضح للتأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم، ولأن البرامج الرياضية بالتلفزيون تعتبر سلاحاً ذا حدين قد نستعملها كعمول لهدم القيم وترسيخ ثقافات أجنبية دخيلة إذا لم نخطط ونؤسس لبرامج رياضية ممنهجة بطريقة علمية وهادفة هذا من جهة، ومن جهة أخرى - و هذا ما نهتم بدراسته - يمكن لهذه البرامج الرياضية أن تساهم بقدر كبير في توعية الفئة الشبابية وتعريفها بحقيقة الممارسة الرياضية وأساليبها وتقنياتها ودورها في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعة، لخلق مجتمع ممارس وليس مستهلكاً للثقافة الرياضية، وهذه الدراسة نهدف من خلالها إلى إلقاء الضوء على ما يبث من برامج رياضية في التلفزيون، وإعطاء الصبغة العلمية التربوية المناسبة لتبليغ وتحقيق الأهداف المنشودة والغايات التي وجد من أجلها البرنامج الرياضي والإعلام الرياضي بصفة عامة ألا وهي نشر الوعي والثقافة الرياضية، وضمن هذا الإطار تركز الدراسة الحالية على دراسة دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية وتنمية وعي الشباب الجامعي بها، ذلك أن هذه الفئة من المشاهدين في مرحلة تكوين أنفسهم معرفياً وشخصياً وتكوين الوعي لديهم بهذا النشاط، بالتالي فإن اختيارنا لهذه الفئة جاء نتيجة القابلية الكبيرة لدى هذه الشريحة للتأثر بالبرامج الرياضية من خلال مشاهدتها عبر التلفزيون بشكل كبير، وهذا يمكننا من تكوين مجتمع

¹ - شبكة المعلومات الدولية، <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-11-ssh>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 4-

- على المدى المتوسط - لديه الوعي الرياضي الخالي من كل ما نراه من مظاهر العنف وسوء الفهم.¹

أولاً : ماهية الإعلام الرياضي

يشير كل من خير الدين عويس و عطا عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي "هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي".²

ويرى محمد الحمامي "أن الإعلام الرياضي هو تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية التي تقوم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بالمجال الرياضي لدى الجمهور، وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه الأنشطة البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية".³

ومن أهم تعريفات الإعلام الرياضي هو عملية نشر الحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الجمهور الرياضي، وهو أيضاً جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.⁴

1- على عبدالفتاح، الإعلام الرياضي، دار الكتاب للنشر والطباعة، 2016، ص 109.
2- د. دكتور حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003، ص 37.
3- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الإنجلو مصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1969م، ص 79.
4- حضور أديب، الإعلام الرياضي، دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 77.

مراحل الإعلام الرياضي

مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل يمكن

أن نوجزها في ثلاث مراحل أساسية وذلك على النحو التالي:¹

- **المرحلة الأولى (البداية) :** كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا والدخان في الهند والنيران في الصحراء في البلاد العربية، والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية، وانتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية، وقد ارتبطت هذه المرحلة بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف ونقل الاخبار من خلالها.
- **المرحلة الثانية (العصر الحديث) :** بدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية والتي تعددت في الكثير من الدول وخاصة الدول الكبرى واستخدمت في ذلك وسائل الاتصال والإعلام المعروفة حالياً كالسمعية و البصرية مثل: الإذاعة والتلفزيون، والمقروءة كالجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم.
- **المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية الإنترنت) :** يمكن الحديث عن هذه المرحلة عربياً حيث تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرين، أما على المستوى العربي الإفريقي نتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالانترنت التي أحدثت تطوراً كبيراً في وسائل الإعلام والاتصال من حيث المراسلة

1- شبكة المعلومات الدولية، <http://forum.kooora.com/?t=27301021>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 4-12-2018.

عبر الانترنت في النقل المباشر واللقاءات الصحفية والتلفزيونية من الأقمار الصناعية وعبر شبكة التواصل الاجتماعي، وهذا التطور سهل مهمة الإعلام في الشرق الأوسط في نقل المباريات والأنشطة الرياضية بشكل أكثر سهولة.¹

مكونات الإعلام الرياضي

أن للإعلام الرياضي أربعة عناصر، هي: (المرسل، المستقبل، الأداة أو الوسيلة، الرسالة "المضمون")، ويمكن تفصيلها كما يلي:²

- المرسل، صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب...الخ.
- المستقبل، هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو جماعة.
- الأداة أو الوسيلة، هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحفية أو إذاعة أو تلفزيون. الخ.
- الرسالة أو المضمون، هي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل، ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة أو المضمون اللذين تقدمهما هذه الوسائل ومدى اعتمادها على الحقائق والأرقام ومسايرتها لروح العصر والشكل الفني الملائم، ومناسبتها لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم، ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجاباً أو سلباً في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إذا ما تحققت تجعل تأثيره في الناس أكبر ويستحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معه.

1- شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2، الدار المصرية، القاهرة، 1986، ص 27، 28.
2-خير الدين عويس، وعطا حسن عبدالرحيم، الإعلام الرياضي الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر ط1، 1998، ص 22.

ثانياً : أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

1- أهمية الإعلام الرياضي

يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب، بل والمؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها لتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنتشره بينهم من خبرات تُعدل سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وقد ترسخ هذا المعنى بجلاء بعد انتشار الرياضة على نطاق واسع في القرن الواحد والعشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعية وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة وعيهم الرياضي وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، واستخدامها أيضاً في الوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية الذي يعكس رقي وتقدم الدول في شتى المجالات.¹

كما يمكن أن نحدد أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط التالية:

- أ- يؤثر الإعلام الرياضي تأثيراً واضحاً في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة عن الموضوعات التي لم يتبلور بشأنها الرأي العام بعد.
- ب- يلعب الإعلام الرياضي دوراً هاماً في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكاملها بما يقوم به من إزالة الفوارق بينهم.

¹ - خير الدين عويس وعطا حسن عبدالرحيم، مرجع سابق، ص 23.

ج- للإعلام الرياضي تأثيرٌ بارزٌ في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة، إذا ما أُحسن استخدامه وفق طرق وأساليب من شأنها أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السلبية، كما يستطيع أن يلعب دوراً فعالاً في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين و الجمهور نحو تنمية الثقافة الرياضية لديهم، كما يستطيع أن يلعب دوراً حيوياً في توضيح الطرق التي يمكن بها تحفيز هؤلاء اللاعبين وال جماهير بهدف الوصول إلى مستوى البطولة وتحقيق الانجازات الرياضية على المستوى الأولمبي و الدولي وبما يحقق المصلحة العامة للمجتمع.¹

د- إذا ما أُدير الإعلام الرياضي بحكمة وبأيادٍ أمينة وبسياسات بناءة وهادفة، فسيكون له أثر كبير وسريع على حياة الأفراد وتوجهاتهم الرياضية السليمة.

هـ- الإعلام الرياضي السليم يقدم لشباب المجتمع الثقافات الرياضية اللازمة، كما يقدم لهم المعارف والعلوم الرياضية على اختلاف أعمارهم وبما ينمي ثقافتهم وقدراتهم الرياضية²، ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه، بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية، وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة لقيام الإعلام الرياضي بدوره في التغلب على هذه الصعوبات وبما يساعد جمهور الرياضة على فهم كل ما هو جديد في المجال الرياضي، والإنسان في نظر رجال الإعلام يتغذى بالخبر وينمو بالفكر، من هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي، الذي بات يلعب دوراً في الاستحواذ على انتباه جمهور الرياضة وتوجيه

1- خير الدين عويس وعطا حسن عبدالرحيم، مرجع سابق، ص76.

2- نفس المرجع السابق ص 78.

مشاعرهم الوجهة الصحيحة، وأصبح في الوقت الراهن يؤثر تأثيراً كبيراً ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.¹

2- أهداف الإعلام الرياضي²

أ- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

ب- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية وتنمية الفكر الرياضي وتحقيق التغيير الاجتماعي في المجتمع الرياضي.

ج- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها للإسهام في تكوين رأي عام صائب تجاه الظواهر الرياضية الجارية.

د- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالطرق التي تخفف عنهم عناء الحياة اليومية.

هـ- دعم التخطيط للتنمية الشاملة للمجتمعات الرياضية عامة والدول النامية خاصة باعتبارها استثماراً ذا عائد كبير للأفراد والمؤسسات الرياضية تبعاً لاتجاه الدولة.

و- المعاونة على تطوير طرق الأداء والأجهزة والأدوات المستخدمة في المجال الرياضي.

3- مميزات الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص نذكر أبرزها:¹

1- ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، طبعة مزيدة الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص48
2- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 24.

أ- الإعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الاختيار والتوجيه، حيث إنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة لجمهور كرة السلة...الخ.

ب- الجماهيرية، لما له من القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة جماعات كبيرة من الجماهير التي تتأثر بطرق مباشرة أو غير مباشرة بما ينعكس على المجتمع الرياضي ككل.

ج- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة المحيطة به ويتفاعل معها، لذلك من الضروري فهم المجتمع والبيئة المحيطة به حتى لا يتعارض ما يقدم في وسائل الإعلام الرياضي مع قيم وعادات المجتمع الذي يعمل فيه.

د- يساهم الإعلام الرياضي في الترويج عن الجمهور من خلال البرامج والمسابقات الرياضية.

هـ- يساعد الإعلام الرياضي على تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية المستحدثة والصحيحة باتباع مبادئ العمومية والانتشار.

و- يقوم الإعلام الرياضي على تكنولوجيا ووسائل النقل، سواء الإلكترونية أو الميكانيكية أو الاثنين معاً في نشر الرسائل الإعلامية الرياضية على نطاق واسع وسرعة كبيرة للجماهير .

1- خير الدين عويس، و عطا حسن عبدالرحيم، مرجع سابق، ص 25 .

4- أقسام الإعلام الرياضي

مع تعدد أنواع وأشكال الإعلام الرياضي إلا أننا يمكن تصنيفه إلى :

- الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل (الصحف، المجلات، النشرات، الملصقات).
- الإعلام الرياضي المسموع: هو الذي يعتمد على حاسة السمع مثل: (الراديو، الاتصال الهاتفي).
- الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على حاسة البصر مثل: (السينما، التلفزيون، الفيديو، شبكة المعلومات) ويطلق عليها أحياناً وسائل الإعلام المرئي - المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد معاً.

ثالثاً: عولمة الإعلام في التربية الرياضية

تقلص دور الدولة وتضاءلت قدرتها على ممارسة واحتكار حق البث الإذاعي والتلفزيوني للبطولات والدوريات الأولمبية والعالمية والإقليمية والدولية والمحلية، مما أدى بالمقابل إلى ظهور وازدياد الدور المباشر للشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مجال الرياضة بشكل عام والإعلام الرياضي بشكل خاص، وقد أنتج هذا الوضع جملة من التداخيات تمثلت في: 1

- ضعف قطاع الإعلام الرياضي العربي بشكل عام والليبي بشكل خاص من حيث توافر الإمكانيات المادية والبشرية.

1- صالح إبر إصبع، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، عمان 1999، ص 56.

- ضعف المنظمات الرياضية العربية المشتركة أمام الشركات المتعددة الجنسيات في مجال الإعلام الرياضي.

- ضعف فاعلية المجتمع المدني من نقابات وجمعيات أهلية إعلامية لاختلاف فاعلية المجتمع المدني من بلد إلى آخر بحسب خبرته ودرجة تطوره، وهذا الضعف في فاعلية المجتمع يجعلها غير قادرة على مواجهة تحديات العولمة على الصعيد الإعلامي الرياضي الدولي.

ورغم كل هذه المعوقات التي تعترض مستقبل عولمة الإعلام الرياضي العربي يمكن أن تقوم الأطراف المهتمة بالإعلام الرياضي العربي والعاملة في هذا القطاع بمراجعة دورها وتطوير أدائها ووسائلها حتى تتماشى مع تحديات عولمة الإعلام الرياضي.

أدوار وسائل الإعلام الرياضي وانعكاساته على أفراد المجتمع

أ- دور الإعلام الرياضي في تثقيف الجمهور

يلعب الإعلام الرياضي دوراً كبيراً في تثقيف المشاهدين خاصة الفئة العمرية الصغرى منهم، فإذا كانت الأسرة تنقل للطفل كافة المعلومات والمهارات والاتجاهات والقيم التي تسود المجتمع بعد ترجمتها إلى مجموعة من الأساليب في عملية التنشئة الاجتماعية فإنها تعد بذلك درباً من دروب الثقافة، ونظراً للأهمية التي يلعبها الإعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التثقيف للجمهور الرياضي خاصة الفئات الأصغر سناً في المجتمع.¹

البرامج التلفزيونية تلعب دوراً بالغاً في تنمية الفئة العمرية الصغرى المشاهدة للتلفزيون إما عقلياً أو عاطفياً أو اجتماعياً؛ وذلك لأنها أداة توجيه وإقناع وتنمية للذوق الفني وتكوين ونقل

1- عيسى الهادي، مرجع سابق، ص 26-27.

قيم ومعلومات وأفكار وإجابة عن كثير من الأسئلة التي تكتنف الفئة المشاهدة الأصغر سناً وتعمل على إشباع مخيلتهم وتنمية ميولهم الفكرية، وهي بهذا تؤلف واحدة من أبرز أدوات تشكيل ثقافة هذه الفئة من المشاهدين في وقت أصبحت فيه الثقافة أبرز الخصائص التي يتميز بها الفرد عن الآخر وهذا المجتمع عن ذلك.

ويعد التلفزيون وخاصة قسمه الرياضي من أهم وسائل الإعلام بالنسبة لهذه الفئة؛ لما يتميز به من خصائص في مقدمتها أنه وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة (حالياً) والمتحركة، ولا تتطلب مشاهدته استعدادات سابقة، فمن أهدافه التي يسعى دائماً إلى تحقيقها هي توجيه الفئات الأصغر سناً في المجتمع إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعياً، ونضرب مثلاً على ذلك أنه في كثير من الأحيان يعطي القسم الرياضي بعض السلوكيات الرياضية التي يتلقاها المجتمع وخاصة المجتمع الليبي كالعنف في الملاعب، وتراه يحث دائماً على الابتعاد عن السلوكيات المشينة، وأيضاً من أهدافه تنمية السلوكيات العقلية لدى المراهق، وتنشيط مدركاته وتنمية معلوماته، إضافة إلى ذلك فهو يلعب دوراً كبيراً في تطوير وتحسين ذاكرتهم وخير مثال على ذلك هو المسابقات التي يطرحها القسم الرياضي في مختلف حصصه الرياضية المتلفزة من خلال طرح أسئلة مباشرة على فئة الشباب.¹

ب- دور الإعلام الرياضي في التخفيف من حدة الظروف القاسية والضغط ورفع الروح

المعنوية ونبذ التعصب والتحلي بروح الفريق، ويمكن حصر هذا الدور في اتجاهين²

الاتجاه الأول: تمثله الدراسات النفسية، وتنتقل من منطق الاستجابة، فمشاهدة العنف في

التلفزيون والسينما يؤدي بالمشاهد إلى تسريح شحنة العنف الكامنة فيه وهذا يسمى بالتنفيس.

¹ شبكة المعلومات الدولية، <https://www.albayan.ae/paths/books/2010-07-31-1.270010>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018-12-4.

² عيسى الهادي، مرجع سابق، ص 25 .

الاتجاه الثاني: ويدخل في الاعتبار التكويني الاجتماعي والنفسي للفرد وشخصيته وإدراكه وانتقائه لعملية الفهم والتعلم إلى جانب الاستعدادات العدوانية للفرد والجماعات الأولية المحيطة به والمحيط الاجتماعي ونماذج الآباء العدوانية والعضوية في عصابة المجرمين.

هذا الاتجاه الثاني يشكك في أطروحة علاقة العنف ببرامج التلفزيون، إلا أن هذا الأخير في رأي هذا الاتجاه لا يرفع من مستوى العنف والانحراف في المجتمع، كما أن أولياء الأمور بإمكانهم لعب الدور الثقافي في توجيه أبنائهم، والتركيز على التعليم بما يمكنهم من مراقبة أبنائهم أكثر، ويكمن هذا الدور في مناقشة أبنائهم فيما يشاهدونه وتوضيح لهم بأنها مجرد مشاهد من التمثيل والخيال التي لا ينتمي للواقع، وتوجيههم إلى مشاهدة البرامج الرياضية ذات الأهداف النبيلة وتعليمهم الرياضة باعتبارها تحث على العمل الجماعي وتنمي عقل الفرد بالطاقة الإيجابية.

ر - مشكلات الإعلام الرياضي

إن المتتبع لمضامين الإعلام الرياضي في وقتنا المعاصر يجد صعوبة في معرفة ما إذا كانت تسهم في إيجاد الحلول السليمة للمشكلات التي تواجه الرياضة أو أنها تعمل على تعميقها، أو تقتصر على مجرد التعريف بها.

لكن المؤكد أن هناك مشكلات هامة ذات طابع إعلامي، يمكن أن نشير إليها فيما يلي:

- **افتقاره للإرشاد التربوي :** وهذا يتبين من تجاهل الإعلام الرياضي لواجبه الأساسي فيما يتعلق بالإرشاد والتوجيه والتركيز على القيم التربوية، وفيما تنشره الصحافة عن الرياضة عموماً وخصوصاً الرياضات الجماعية والتي تعاني نقصاً هائلاً في الإرشاد والتوجيه، ذلك أن دور الإعلام الرياضي لا يقتصر على نقل الأخبار ووصف الأحداث الرياضية بل يشتمل

أيضاً على إصدار التوجيهات والنصائح المثمرة الفعالة لتنمية الصفات الاجتماعية والأخلاقية المرغوب فيها وحرص الجماهير على ممارسة الرياضات الجماعية بالخصوص، وهذا الافتقار لمثل هذه المضامين في وسائل الإعلام قد يفرغ الرياضة من محتواها كمنشأ حركي هدفه تقوية البدن وليس التربية عن طريق النشاط البدني.

- **التجاهل والإذعان** : كثيراً ما يذهب الإعلام الرياضي إلى تغطية من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب مثلما حدث بين تركيا وسويسرا في تصفيات كأس العالم 2010 عندما تعرض المنتخب السويسري إلى الضرب من قبل المنتخب التركي عندما خسر الأتراك المباراة، فلا تتصدى لها بقوة وحزم وتعزف عن نقدها ودراستها بغرض الوصول إلى حلول لها، فتشير إليها إشارة عابرة وربما تتجاهلها في بعض الأحيان، اعتقاداً بأن إبراز هذه الانحرافات والأخطار يؤدي إلى غضب البعض، كما يؤدي إلى التشكيك في القيمة الرياضية، وخلاصة القول فإن النقطة السوداء التي تبقى عالقة بالإعلام الرياضي هي في عرضه لمشاهد العنف والتصرفات المنافية للروح الرياضية والقيم الإنسانية والاجتماعية والحضارية. 1

ز. قنوات الإعلام الرياضي والمجتمع

إذا قلنا بأن النشاط الرياضي والأحداث الرياضية في أي مجتمع من المجتمعات هو شبيه بالدورة الدموية في جسم الإنسان، فإننا نشبه الإعلام الرياضي بالجهاز العصبي في جسم المجتمع، إذ ينبغي على الإعلام الرياضي أن يقوم بتفجير الطاقة الخالقة داخل الإنسان وشنها للبناء وذلك في إطار تغيير السلبيات وإبراز الايجابيات وعادات وسلوكيات ديننا الحنيف، وبعث

1- عيسى الهادي، مرجع سابق، ص 28- 29

القديم الأصيل ودفعه في اتجاه التقدم، هذه هي الوظيفة الإعلامية الرياضية في المجتمع وهذا يعنيه البناء المعنوي للإنسان والرياضة خاصة.

رابعاً : الإعلام الرياضي التلفزيوني 1

إن التلفزيون استطاع الانتقال بمشاهديه صغاراً وكباراً إلى عادات وممارسات جديدة، تمثلت في إيجاد علاقات اجتماعية مختلفة، وفي قدرته المتميزة في إحداث تغييرات في السلوك والمواقف والمعتقدات والممارسات والأوضاع الاجتماعية بشكل عام، أما الآثار التربوية والثقافية للتلفزيون فتظهر من خلال تجديد اتجاهاتهم لما يتمتع به التلفزيون من قدرات فائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام وتقديم ألوان من الخبرة والمعرفة الإنسانية لما يحدث في الحياة.

ويعتبر التلفزيون أيضاً من الوسائل المعينة على التدريس، كما يعتبر من بين وسائل الاتصال الجماهيري التي تحمل رسالتها إلى ملايين الناس مرة واحدة.²

وتتعاظم أهمية الصورة في الإعلام الرياضي التلفزيوني، وخاصة بعد أن زاد التطور التقني في مجال التصوير من إمكانات الصورة، وبعد أن اتضحت إمكانات الصورة التلفزيونية إلى الحد الذي اعتبر فيه البعض أن التلفزيون قد وجد خصيصاً من أجل الرياضة، لأنه دفع بالصورة الرياضية الحية والآنية إلى آفاق غير مسبوقة.³

الرسالة التلفزيونية

هي مجموعة الحوافز والمثيرات التي يضعها المصدر في موضعها الفعلي في فقرات الاتصال، والرسالة ليست ما يقصد أن يقوله وكذلك ليست ما يضمن المستقبلون أنه قد قيل، بل

1 شبكة المعلومات الدولية <https://ar.wikipedia.org/wiki> تم الاطلاع عليها في تاريخ 22\6\2016
2- عبدالله بوجلال، الأخبار التلفزيونية للجمهور والمشاهدين، الجزائر، 1992، ص 123.
3- أديب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية للنشر، دمشق، الطبعة الثانية، 2005، ص 196-197.

هي إلا مجموعة من المنبهات والحوافز المادية الملموسة التي تكون في القناة وهذه الطريقة في تعريف الرسالة تصبح نافعة إذا ما أمكن فهمها، فهي تجعل من السهل أن نذكر أن الرسالة المنتظرة أو المتوقعة الموجودة فعلاً منفصلة عن الناس، ولا يهم أن يتجاوب الناس معها، وثانياً تؤكد أن المعاني لا توجد في الرسائل بل هي كائنة في عقول الناس، فالمعنى الذي ينسبه الشخص لرسالة ما، قد يختلف عن المعنى الذي ينسبه الشخص الآخر تمام الاختلاف.¹ زد على ذلك أن مصدر الرسالة يقول شيئاً بينما يرى المستقبل شيئاً آخر يقول عكس ذلك.

ويتوقف نجاح عملية الاتصال على اختيار المحتوى المناسب للرسالة، والواقع أن قيمة أي رسالة تتوقف على مدى فاعلية هذه الرسالة وتأثيرها ولا يمكن التأكد من ذلك إلا إذا عرفنا أثر الرسالة على الشخص المستقبل لها.²

عوامل تفوق الإعلام التلفزيوني الرياضي

يهتم الإعلام بالرياضة بشكل كبير؛ نظراً لاتساع الجمهور المهتم بها والتعامل مع الحدث الرياضي بقدر كبير من الحرية، وأصبح هذا النوع من الإعلام مطالباً بإدراك هذه الحقائق بشمولية وعمق والتوسع فيها لإشباع رغبات المشاهدين.

وهذا التعامل بين الجمهور والإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام وساعده في ذلك عوامل نذكر منها:³

1- عبد العزيز شرف؛ مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ط2، ص 124

2- نفس المرجع السابق، ص 130.

3- رجحي صابر، مرجع سابق، ص 28.

- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد.

- تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يشعر المشاهد أنه على اتصال مباشر معها، وتجعله يعيش تلك الأحداث، وتزرع فيه حب الاستطلاع، كذلك من العوامل المؤثرة في قوة الإعلام الرياضي المرئي وجود حوافز ومنبهات مادية ومعنوية تقدمها الجماعة أو المسؤولين عنها للذين يبرزون في الميادين التدريبية المتعلقة بالنشاط الرياضي والقيام بحملات اجتماعية شاملة تهدف إلى تغيير المواقف السلبية التي يحملها بعض المواطنين.

العلاقة بين الإعلام الرياضي التلفزيوني وبناء الثقافة الرياضية

أولاً: الإعلام الرياضي التلفزيوني والثقافة الرياضية

الرياضة مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع، والثقافة البدنية بدورها هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، فالرياضة للجميع تعد حالة عقلية لطريقة الحياة الرياضية وفقاً لحرية الإنسان الكاملة في الممارسة الرياضية،¹ فالثقافة بوجه عام هي كل النماذج السلوكية البشرية التي تكتسب وتنتقل اجتماعياً بين أفراد المجتمع البشري عن طريق الرموز، ومن هنا يمكن القول بأن الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققه الجماعة البشرية ويشمل ذلك اللغة، الدين، الأخلاق.... الخ. وتشمل أيضاً الآلات المادية والمصنوعات التي تمثل فيها عناصر ثقافية معينة.

1- إحسان أحمد الشافعي، الإعلام الرياضي كحق من حقوق الإنسان في التربية البدنية والرياضية، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2007، ص44

وعليه فإن مفهوم الثقافة يتضمن كل ما يمكن أن يعلم عن طريق العلاقات الإنسانية المتداخلة،¹ ويتضمن اللغة والعادات والنظم الاجتماعية، إذ يعرفها الشافعي بأنها: "الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها،² إن الثقافة الرياضية هي الكم المتراكم عبر الأزمنة المختلفة من المعلومات الرياضية التي تتناقل من جيل إلى آخر في إطار تنسيق العلاقة التكاملية بين الثقافة الرياضية والإعلام كأداة لتطوير ودعم الإطار المعرفي والمعلوماتي الرياضي لتلبية احتياجات ركب التطور الرياضي.³

والثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنساني والحضاري وتحتل مركزاً أساسياً في الخطط المحلية والقومية والدولية، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم دول العالم، وتتصل جذورها بحياة الأفراد ممارسةً ومشاهدةً وهوايةً وثقافةً، وفي عصرنا الحديث أصبحت من أهم المظاهر الحضارية والثقافية للمجتمعات، وأن المراحل القديمة التي مرت بها الرياضة جعلتها جزءاً من حياة الإنسان وثقافته حتى أصبحت نظاماً محترفاً ومستقراً، فهي مؤسسة ثقافية ناقلة لثقافة المجتمع، عليه فإن الأمم في الوقت الحاضر ترى أن التقدم في المجال الرياضي من أهم عناصر تفوقها الحضاري، لذلك نرى الكثير من الدول تحاول جاهدة وحتى الدول الصغيرة منها أن تصنع لنفسها مكاناً في المنافسات الرياضية الدولية بأنواعها كافة لكي تثبت للأخرين بأنها دول متحضرة. 4

1- عروي عبلة مونية، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، شعبة التربية الحركية، جامعة ورقلة، 2013-2014، ص8.
2- إحسان أحمد الشافعي، الاتصال في التربية البدنية والرياضية، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء للنشر والتوزيع، 2007، ص130.
3- فتحي البخاري، مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة مستغانم، 2012-2013، ص50.
4- فتحي البخاري، مرجع سابق، ص52.

وفي الوقت الحاضر نجد الثقافة الرياضية هي بوابة النجاح لكل رياضي يسعى لأن يكون لاعباً كبيراً، هذه الثقافة ليست ثقافة معلومات وإنما هي الثقافة التنظيمية التي ترسم ملامح النادي وشخصيته وتؤسس لسلوك رياضي متحضر يتسم به كافة منتسبي النادي بما في ذلك الجماهير التي تحضر إلى الملعب، فمثلاً نجد أن ثقافة كرة القدم وثقافة الحوار الاجتماعي يلتقيان في نقاط كثيرة بالرغم من أن كرة القدم لها طابعها التنافسي الخاص الذي يسيطر على اللعبة ويخضعها لأنظمة تحكم نتائجها، لكنها تبقى مجالاً خصباً لتذكية روح التعايش والسلم الاجتماعي بين الشعوب وشكلاً من أشكال الحوار بين الثقافات والشعوب ويحتاج إليها اللاعب حتى في حياته الشخصية، فقد حقق كأس العالم ما لم تحققه السياسة؛ فقد اجتمع ملايين البشر في لقاءات رائعة جداً بمختلف أشكالهم وألوانهم وانتماءاتهم العرقية والدينية واللغوية؛ فكان لكأس العالم دوراً كبيراً في خلق التعارف بين الشعوب والاطلاع على ثقافتهم بأسلوب التشجيع الفلكلوري الذي تقدمه وطريقة ملابسهم وألوان أعلام بلادهم .. كل هذه أشياء يسهل تقديمها عبر كرة القدم، ويجب ألا تقتصر الثقافة العامة والمعرفة الواسعة على اللاعبين والجهازين الفني والإداري للنادي أو المنتخب، بل يجب أن تتعدى ذلك وتعم الحركة الثقافية لتصل إلى كل المنظومة التي تعمل في حقل كرة القدم، بل في الرياضة عامة، فإن الرياضة فن تربوي وهي جسر محبة بين شعوب العالم، بها تسقط أوراق الخلافات، وبها تتقارب القلوب متى ما تمتع من يمارسها ويشرف عليها بقدر من تلك الثقافة الرياضية.

ثانياً : دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تنمية ثقافة الطالب

إن التربية الرياضية في جوهرها إنما تمثل عملية تشكيل اجتماعي للفرد وتساعد على استثمار قدراته وإمكاناته، كما أنها عملية تعديل لسلوك الإنسان بقصد التنمية الشاملة للفرد إلى

أقصى حد ممكن من النواحي الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية، ونظراً للأهمية التي لعبها الإعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التنقيف للجمهور الرياضي خاصة الطلبة باعتبارهم من أكثر الفئات مشاهدة للتلفزيون الرياضي،¹ فقد عملت القنوات الفضائية الرياضية بدور مهم في التركيز على هذه الفئة، فهي تعمل على بث القيم الاجتماعية والتربوية الحميدة وما تقدمه البرامج عبر الفضائيات الرياضية والتي تساعد على تنمية الفرد ثقافياً وصحياً.

كما قامت بذلك من خلال الحث المستمر على أهمية الأنشطة الرياضية وتعريف المشاهد بأهم صفات اللاعبين (اللاعب المثالي) الإيجابية وأهداف البطولات وتشجع التنافس الشريف وعلى التعاون والمحبة والسلام، فدور الإعلام الرياضي التلفزيوني يظهر على المستوى الخارجي من خلال تعريف العالم بحضارة الشعوب الرياضية الأمر الذي يعكس رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات.

وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي التلفزيوني في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلاً عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، وهذا بدوره يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه، بالإضافة إلى الدور الفعال والإيجابي للإعلام التلفزيوني الرياضي عبر القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية في المجال الاجتماعي بين الطلبة من خلال غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي لديهم، وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات للجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان، وكذلك توجيهه وتوحيد عواطف المواطنين ومشاعرهم خلال المحافل الدولية والعالمية

1- خالد زيود، مرجع سابق، ص 341.

وزرع محبة الوطن في نفوسهم خاصة بعد انتشار أجهزة التقاط القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية.¹

إن معظم الأشخاص يقضون الكثير من الأوقات أمام الشاشة لمتابعة البرامج والأحداث الرياضية المختلفة التي تعرضها القنوات الرياضية الفضائية، والتي عادةً ما تركز على البطولات والأحداث ذات المتابعة الجماهيرية العريضة، مثل الألعاب الأولمبية ومباريات كأس العالم لكرة القدم والدوريات المحلية في مختلف الدول، لهذا فهي تتمتع بشعبية مشاهدة كبيرة بين أوساط الطلبة الجامعيين من خلال ما تبثه من أحداث رياضية حاضرة في الدورات الأولمبية والبطولات العالمية المنقولة مباشرة على الهواء.²

ثالثاً : العلاقة بين الرياضة والإعلام التلفزيوني الرياضي

إن العلاقة بين الرياضة والتلفزيون تعد من انجح العلاقات، إذ يتزايد الاعتماد المتبادل بين كلتا المؤسستين في شكل تبادل مكثف وباهظ التكاليف وذلك من أجل الحصول على حقوق العرض للرياضة مقابل قيام التلفزيون بتقديم محتوى معين واجتذابهم، وهذا ما قد يدفع مشجعي الرياضة والصحفيون المتخصصون في أخبار الرياضة إلى التحسر على خضوع الرياضة لمصالح الإعلام التلفزيوني، فهو يضع أفضل المباريات وأهمها في النهاية، وليس في البداية. وهذا الأمر يضايق المراهنين الذين يدفعون الأموال، وقد كان من التصرفات المهنية المعتادة للقائمين على شئون الرياضة أحداث توازن بين ما يرضي المراهنين وما يرضي المؤسسة التلفزيونية، ولكن جميع الأحداث الرياضية يجب أن تراعي التوازن بين احتياجات الرياضة

1- خالد زيود، مرجع سابق، ص 341.

2- خالد زيود، مرجع سابق، ص 340

الخالصة وضرورات التجارة، فبدون التجارة لن يكون هناك احتراف، فقد أثبت التلفزيون تفوقه وبشكل كبير في النقل الفوري للأحداث الرياضية في لحظة وقوعها أو بعد وقوعها بوقت قصير، فالكثير من البطولات والسباقات تنقلها محطات التلفزيون من خلال " البث الحي " الذي يعني نقل صورة الحدث في لحظة وقوعه إلى المتلقي وبسرعة تساوي سرعة الضوء، حيث أصبح من المعتاد للمشاهدين في الوقت الحاضر مشاهدة الأرقام القياسية تتهاوى ساعة وقوعها، فضلاً عن امتلاكه القدرة على الاحتفاظ بمواده لتكون أرشيفاً شاملاً للفعاليات الرياضية المختلفة، فمثلاً تسربت تقاليد الرياضة التلفزيونية إلى نسيج البرامج التلفزيونية الدائمة التغير حيث نجد أن البرامج التلفزيونية التي تقدم الأحداث الرياضية على الهواء مباشرة قد بدأت تؤثر على الأنواع الأخرى من البرامج وبدأت بعض عناصرها تتسرب إلى البرامج في سعيها الدائم نحو جذب المزيد من المشاهدين من الطلبة الجامعيين.

إن مجموعات المشاهدين غير المترابطة والتي تتكون وتتغير بشكل مستمر في إطار المنظومة الثقافية لوسائل الإعلام الرياضية والذين يطلق عليهم : " الجمهور يجب الحفاظ عليه وجذبه لأطول فترة ممكنة"، و نظراً للطلبات الملحة لحاملي الأسهم فإنه لا يمكن أن يترك شيء للصدفة ولا يمكن أن تعتمد أي شاشة مقدمة على جاذبيتها الخاصة فقط،¹ فقد ساهم الإعلام التلفزيوني بقدر كبير في التأثير على رياضة الكرة بصفة خاصة والرياضات الأخرى بصفة عامة، وساعد الأولى على تألقها من بين مختلف أنواع الرياضات التي تقدمها الباقية، فجعلها الرياضة الأولى عبر شاشاته، واهتم الإعلام الرياضي بجميع الفئات المكونة داخل اللعبة من لاعبين وجمهور وإداريين وحتى المسيرين لكونهم الركيزة لأي فريق طموح، كما أن فوزه أو

1- عمار طاهر، التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 6-7، 2006، ص153.

انهزامه يرجع إلى طبيعة التأثير الحاصل بينهما، فقد يؤثر عليهم من عدة جوانب كالجانب الأخلاقي.¹

و يتفق رجال الإعلام على أن للإعلام التلفزيوني بشتى أصنافه دوراً هاماً في ترسيخ المبادئ العامة و حمايتها من أية تيارات جارفة، وأن له الفضل في التوعية والإرشاد، ومنه تتضح الرؤية في أن سلوك وحضارة أي مجتمع مرهونان بالدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التوجيه، ثم يأتي الجانب الثقافي وهو ما يسعى الإعلام الرياضي إليه في تنمية العقول رياضياً وإيضاح السلوكيات المتبعة وتعليم الأنشطة الرياضية بشكل مفيد لغرض رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الجمهور باعتبار أن للإعلام تأثيراً ودوراً فعالاً في تحقيق أهداف التربية الرياضية التي تتلخص في التنشئة الاجتماعية والترفيهية والتوجيه للأفراد بشكل إيجابي.²

إن دور التربية الرياضية وهو تنشئة الفرد تنشئة متكاملة من جميع الجوانب يتم عن طريق إتباع ما يوجه له من برامج رياضية هادفة لتحقيق أهداف التربية البدنية والرياضية والتي هي هدف التربية العامة والتي هي تخدم بدورها سياسة الدولة في تنشئة مواطن صالح للوطن والمجتمع.

رابعاً : العلاقة بين الإعلام التلفزيوني الرياضي و ثقافة الطالب

بما أن للتلفزيون، وخاصة قسمه الرياضي أهميته الكبيرة بالنسبة للطلبة الجامعيين باعتبار أن الفئة الأكثر متابعة للرياضة من المشاهدين الشباب، ولما يتميز به التلفزيون من خصائص في مقدمتها أنه وسيلة سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة والمتحركة

1- أديب خضور، مرجع سابق، ص104 .

2- راجحي صابر، مرجع سابق، ص32.

ولا تتطلب مشاهدته استعدادات سابقة، فمن أهدافه التي يسعى دائماً إلى تحقيقها هي توجيهه إلى الأنماط السلوكية المقبولة اجتماعياً؛ ففي الكثير من الأحيان يعطي القسم الرياضي بعض السلوكيات الرياضية التي لا يتقبلها المجتمع وخاصة المجتمع العربي كالعنف في الملاعب، وتراه يحث دائماً عن الابتعاد عن السلوكيات المشينة، و أيضاً من أهدافه تنمية السلوكيات العقلية لدى هذه الفئة، وتنشط مدركاتهم وتنمي معلوماتهم، إضافة إلى ذلك فهو يلعب دوراً كبيراً في تنشيط ذاكرتهم.¹

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للبرامج الرياضية بالنسبة للطلبة الجامعيين، ودورها الكبير في تثقيفهم وإمدادهم بالمعلومات والقيم، إلا أنها ما تزال تعاني من العديد من العوائق والمشكلات، حيث أن تغطية البرامج المقدمة تركز على موضوع كرة القدم لا غير، ما يحصر التغطية الرياضية في هذا المجال دون الالتفات لتغطية الرياضات الأخرى، بحيث تتضاءل الفرص لدى الجمهور في كسب معارف وثقافات حول باقي أنواع الرياضة، فتأثير الإعلام المرئي الرياضي يكمن في التأثير على الطالب من خلال الجانب المعرفي وذلك بإعطائه معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغير وتخلق لديه صوراً ذهنية عن الأحداث أو المواقف أو الأشخاص، كما أنه نجح في تحقيق هدف متعة المشاهد وإشباع رغبته في متابعة البطولات العالمية " كأس العالم لكرة القدم".

ويبقى الإعلام التلفزيوني الرياضي من أدوات التثقيف للجمهور الرياضي وذلك بالإجابة التي يقدمها عن الكثير من الأسئلة وتحقيق المزيد من تبادل الثقافات عبر اللقاءات والمقابلات الكروية خاصة البطولات الأوروبية التي أصبحت حديث العالم، كما ساعد بقدر كبير في التأثير

1- نفس المرجع السابق، ص 32.

على رياضة الكرة بصفة خاصة لدى الطلبة الجامعيين والرياضات الأخرى بصفة عامة وساعد على تألقها من بين مختلف الرياضات، فجعلهما الأولى على شاشاته حسب الطلب.¹

فالإعلام التلفزيوني الرياضي بما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييراً في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده، سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له، وقد أصبحت الرياضة جزءاً من الثقافة وأصبحت الحياة الرياضية جزءاً لا يتجزأ من الحياة الثقافية للطالب، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي، وتعتبر هذه الثقافة البدنية جزءاً متمماً لكل ثقافة حقيقية للإنسان.

إن الثقافة الرياضية هي إحدى فروع الثقافة العامة التي تعتمد على الثقافة العريضة المبنية على مختلف نواحي المعرفة الإنسانية لتساهم في تمكين الفرد من القيام بواجباته ومسؤولياته التربوية والمهنية كشخص في المجتمع، ولكي يقوم بهذا الدور مطلوب منه أن يفكر ويتحدث ويفهم ويعبر عن مهنته ليجعلها قريبة إلى أذهان الناس ويجد لها المؤيدين والراغبين والمشجعين، وهذا لا يتم إلا من خلال ثقافة رياضية تستند وتتربط مع ثقافة عامة يمكن توظيف العام في خدمة الخاص، وبتعبير آخر إن الثقافة الرياضية هي ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي لا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى كالثقافة الصحية والسياسية والفنية والاجتماعية وغيرها، كما إن الثقافة العامة ضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية.

1- راجحي صابر، مرجع سابق، ص32-33

بالإضافة إلى مصطلح الثقافة الرياضية الذي يعبر عن حالة التنمية الفكرية فإن هناك مصطلحاً آخر يقترن به هو (الثقافة البدنية) وهو "مصطلح قديم ظهر في أواخر القرن التاسع عشر يتماشى مع التعبيرات الأخرى المستخدمة والتي منها الثقافة الدينية والثقافة الاجتماعية والثقافة الفكرية، وقد استخدم مصطلح الثقافة كمرادف للتدريب البدني وهو يعني ضمناً ممارسة أوجه النشاط المختلفة لتحسين الصحة".¹

وتجدر الإشارة إلى دور الإعلام الرياضي وأهميته في تنمية الميول والمعارف والاتجاهات لدى الشباب، ويتضمن هذا الدور ما تمارسه وسائل الإعلام من تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب والتأثير الذي تحدثه على ميولهم واتجاهاتهم وخياراتهم للمستقبل سواء نحو تخصصاتهم التي يختارونها للدراسة الجامعية أو نحو الأعمال والوظائف التي يرغبونها ويطمحون إليها، هذا الأثر والذي يعد أمراً مهماً في بناء وتنمية شخصية الشباب الذين هم عماد التنمية الشاملة في المجتمع بما في ذلك التنمية الرياضية، وبناء الشخصية الرياضية.

1- بيوكر، تشارلز، مبادئ التربية البدنية، ترجمة حسن معوض وآخرون، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1964، ص 38

مستويات أو مكونات الإعلام الرياضي التلفزيوني

1- النشرة الإخبارية التلفزيونية الرياضية

يتابع التلفزيون كل نشاط رياضي ويعرض في نشرة خاصة عبر حصص متخصصة مرة أو عدة مرات في اليوم (في بضع دقائق) وتهدف إلى رصد الحركة الرياضية ومتابعة حياتها وتغطيتها الآنية بأقصى سرعة ممكنة، كما تكون هذه البرامج (النشرة) سريعة موجزة تُغطي كل ما هو جديد بتغطية مباشرة وحية فهي بذلك تتمتع بميزات وخصائص وأهمها¹:

1- الطابع الإخباري الممتع.

2- التنوع لكسر الملل في تسلسل الأخبار الرياضية والانتقال من رياضة لأخرى (في مختلف أنواع الرياضة).

3- التصنيف، بمعنى البدء بأخبار الرياضات الأكثر شعبية (وفقاً للعبة، النتائج).

4- بنية النشرة وتشمل:

• مقدمة عامة (عرض سريع وعام لمحتوى النشرة، يقدمه المذيع التلفزيوني).

• فقرات منفصلة ومتتابعة حسب تصنيف المتبع.

• تلخيص سريع للبرامج (الأحداث).

5- التنسيق بين الموضوعات الأكثر أهمية في النشرة.

¹ - ديفيد روي: ترجمة هدى فواد، الرياضة و الثقافة والإعلام الثالث الصعب، ط1، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2006، ص340.

2- الخبر الرياضي في نشرة الاخبار التلفزيونية العامة

تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان أخباراً رياضية في الغالب تكون في آخر النشرة الإخبارية المركزية مما يعكس تزايد الاهتمام بالحدث الرياضي وكذلك دائرة الجمهور المهتم به، كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه جنباً إلى جنب مع الأخبار السياسية والثقافية ويتميز الخبر الرياضي بما يلي:¹

- أ- خبر حركي مصور.
- ب- إيقاعه سريع ومتطور.
- ج- يكون كثيفاً نصاً وصورة.
- د- يستعان به في الأخبار العامة للزيادة من حيويتها وإيقاعها.
- ز- يقدمه مذيع النشرة الرئيسي.
- هـ- يقدم الحدث مصوراً في أجزاء محددة ولقطات معدودة ويتفاصيل أساسية.

3- البرنامج الرياضي التلفزيوني العام

لدى معظم المحطات التلفزيونية برنامج رياضي للجمهور يقدم في العادة مرة في الأسبوع، أي يمتد من نصف ساعة إلى ساعة، ومن أهم ما يقوم به البرنامج الرياضي العام:²

- أ- يقدم حصيلة الأسبوع العام من المنافسات الرياضية المختلفة والمتنوعة، حتى في طريقة العرض الصحفية، وكذا الصحفي الذي يقدم الحصة واهتماماته.

1- بورتسكي، ترجمة: أديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق، 1991، ص 139.
2- عبد الله بوجلال، مرجع سابق، ص 21.

ب- يوضح بنية البرنامج (كالأخبار الرياضية السريعة والموجزة،...).

ج- يتم تحديد آلية وإدارة البرنامج (كاللقاءات الدورية لتحديد مضمون الحصة المقبلة والمخبرون والمحروون والمصورون والفنيون والمخرجون...).

د- تقديم البرنامج بصورة سلسلة، وهذا دور المقدم الرئيسي فهو سيد الجلسة.

ر- طريقة إخراج البرنامج (الشخصية الثانية في الحصة هي المخرج).

ز- تحقيق التوازن في الحصة من خلال تحقيق العدالة (معالج كل قسم من البرنامج وكل مواد الأقسام وفق خصوصية كل قسم في ظل كيان مستقل).

4- الريبورتاج الرياضي

وهو بحث تفصيلي لموضوع رياضي معين يشمل جميع مراحل منذ كان فكرة حتى صار نتائج مدونة ومرتبطة، ويتميز الريبورتاج الرياضي بحيويته وفعاليته فهو يعطي صورة حية وكاملة للحدث، إضافة لصوت المعلق الذي يصف سير الأحداث من مكان وقوعها بطريقة الحكيم أو السرد بلغة سهلة وواضحة وذلك عن شخصية رياضية أو بطولة عالمية من نوع معين¹.

ومن أهم المراحل الأساسية لعملية إنجاز الريبورتاج²:

- مباشرة تحديد الفكرة الأساسية وتجميع المعلومات الرياضية التي يمكن الحصول عليها من عدة مصادر، بما في ذلك الأرشيف وشبكات المعلومات.

¹- شبكة المعلومات الدولية، http://www.1minute1lesson.com/2017/05/blog-post_59.html، تم الاطلاع عليها

بتاريخ 2018/12/19

²- نفس المرجع السابق .

- تحديد زاوية المعالجة، إذ هي الموقع الذي من خلاله يلاحظ مُعد الريبورتاج صيرورة الحدث.
- استعمال الوسائل التعبيرية الثلاثة الرئيسية : الكلمة المنطوقة، الضجيج ثم الموسيقى، إذ ان المشاهد لا يمكنه معايشة الحدث الرياضي الذي يوصف له من قبل المعلق إلا إذا كان الوصف مصحوباً ومثبتاً بصخب وضجيج الحدث نفسه.
- تحليل موضوع الريبورتاج في المقدمة وإظهار عن أي حدث سيتكلم المعلق.
- تقديم الشخصيات الرياضية أو النشاط الرياضي المراد التحدث عنه في الحدث ووصف مكان الحدث.
- تجنب الجمل الطويلة والاعتراضية والجمل المبنية للمجهول.
- التعليق بأسلوب سهل وواضح حتى يفهمه المتلقي بشكل جيد.

5- التقارير الرياضية

وهي عبارة عن مقال رياضي قصير، مكون من 25 سطر كحد أقصى، مدته أقل من دقيقة، يمكن ان يكون مباشراً أو مسجلاً، ويقدم في نشرات الأخبار الرياضية وفي البرامج الرياضية الحوارية والتحليلية بهدف توضيح موضوع رياضي معين.¹

وتكمن أهميته في النقاط الآتية:²

- الاختصار والدقة في توضيح المعلومة الرياضية.

1- شبكة المعلومات الدولية، <https://mawdoo3.com> ، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018/12/19
2- شبكة المعلومات الدولية، <http://www.almofad.com>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018/12/19

• الوضوح وبساطة الكلمات.

• تسلسل الأفكار.

• المصداقية والإقناع.

خامساً : صناعة وسائل الإعلام الرياضية المرئية واقتصاد الإعلام الرياضي

أ - صناعة وسائل الإعلام الرياضي المرئي

إن نشاط وسائل الإعلام التلفزيوني فيما يتعلق بالإنتاج والاستقبال يعتمد بدرجة كبيرة على تكامل الطاقم المهني للقنوات التلفزيونية من مشغلي كاميرات ومؤلفين ومنفذين ومذيعين وغيرهم، ولكن تقييم عملهم غالباً ما يتم على أساس المعايير الجمالية من خلال تأثير الكاتب في وضع الكلمات المناسبة للمذيع، أما أنشطة استقبال وتلقي الموضوع، فإن الرياضة ووسائل الإعلام المرئية لهما أسباب مختلفة للوجود والبقاء مثل العاملين فيها، وأصبح في الوقت الحالي لكلا المجالين ارتباط بينهما لدرجة عدم تخيل رياضة دون استحضار ما توفره وسائل الإعلام المرئية من إمكانيات مثل إعادة اللقطة والتحريك البطيء للصور والصورة المأخوذة من زوايا

متعددة¹

إن إعطاء المزيد من الأهمية والضخامة للحدث الرياضي من خلال التلفزيون وزيادة رغبة مشاهدي التلفزيون في أن يصبحوا عناصر أساسية في الحدث الرياضي يعد جزءاً لا يتجزأ

1- دفيد روي، مرجع سابق، ص90

من ممارسة الرياضة وخيرتها، وقد جعل من الصعب الفصل بين المباريات الرياضية والرياضة نفسها وبين الجو الذي تحدث فيه.¹

وقد بدأت المنظمات الرياضية الرئيسية هي الأخرى في إدراك ما تنطوي عليه مشاهدة الرياضة من إمكانات ضخمة وعديدة، فاتحاد الفيفا FIFA سنة (2000) قام بتقدير العدد الإجمالي لمشاهدي كأس العالم الذي أقيم في كل من كوريا و اليابان (عام 2002) حوالي 28.8 بليون مشاهد، كما قام لأول مرة بتقدير أعداد المشاهدين خارج المنازل، وأضاف اتحاد الفيفا أيضا أن هناك خيارات مستقبلية أخرى يتم تجربتها الآن مثل بث الأحداث الرياضية إلى أجهزة الهاتف المحمول، كما أن هناك تحسينات واضحة قد أدخلت على بعض الصور التلفزيونية الرياضية في الوقت نفسه الذي يمكن أن يتم فيه إرسال صور مصغرة إلى أماكن مختلفة، فقد أصبح جمهور الرياضة بالفعل أكثر تعقيداً ولم يعد يقتصر على مشاهدي الرياضة في المنزل والملاعب فقط، فمن المتوقع أن يزداد هذا الجمهور تنوعاً وتعقيداً خاصة في ظل التقدم التكنولوجي وظهور تقنيات جديدة، وبصرف النظر عن الأشكال المتنوعة لمشاهدة الرياضة، فإنه يجب أولاً جذب المشاهدين للجلوس أمام الشاشة ودفع مقابل لمشاهدة المباراة (بما يعرف بالتشفير أو الاشتراك في القناة الفضائية التي تبثها)، حتى وإن لم تكن هناك فرصة لديهم لمشاهدة كل المباريات، و القنوات التلفزيونية الرياضية غالباً ما تروج لنفسها باعتبارها تقدم برامج أو مواد بالغة الأهمية يجب مشاهدتها مثلها في ذلك مثل باقي أنواع القنوات التلفزيونية.²

وفي صناعة الإعلام المرئي الرياضي الحالي الذي أصبح بالدرجة الأولى يقوم على التشفير الذي أصبح أمراً واقعاً، وأن حقوق البث الفضائي والتلفزيوني تسهم في تطوير الرياضة

1- دفيد روي، مرجع سابق، ص 350
2- نفس المرجع السابق ص 353.

والكرة العربية وانتشارها لفضاءات عالمية، وتعمل على تظافر الجهود وتنسيق المواقف بين الفضائيات العربية والرياضية خدمة للمشهد الإعلامي، والاحتفاظ بحقوق البث والذي يحقق مكاسب اقتصادية هائلة ويسعى لجذب أكبر قدر ممكن من الجمهور، وهذا ما تفعله باقة (Bein sports).

إن المنافسة لم تعد منطقية بين القنوات الرياضية وبخاصة المشفرة منها وبعضها لا ينظر للجانب التجاري ولكنه يرغب فقط بشراء الحقوق دون أي تنسيق بعكس ما يجري في سوق الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا من تنسيق مسبق بين ممثلي الجهات الراغبة بشراء الحقوق، وتقدم (Bein sports) دعماً للدوريات¹، إذ تؤمن بدورها في دعم أنشطة تطوير الكرة العربية وانتشارها لحدود العالمية وأن ما تدفعه على الدوري القطري مثلاً يعادل ما يدفع على الدوري الفرنسي.

إن باقة قنوات (Bein sports) مالكة حقوق بث كأس العالم (2010) تعرض أسعار الاشتراك دون مضاعفة لكن بشرط التقدم لذلك في الفترة المحددة، إلا أن المواطن في عالمنا العربي اعتاد على الاشتراك في آخر أسبوع كما حدث في تجربة نقل كأس العالم لمونديال (2014)، وأن (Bein sports) تتابع عبر قنواتها الرسمية محاولات بعض وكلاء الاشتراكات رفع أسعار البطاقات بطريقة فردية، ومن أجل تحسين جودة النقل للمباريات والبطولات والأحداث الرياضية فإنها تواكب التطور التكنولوجي في هذا الإطار وتتفق مبالغ ضخمة لتحسين الجودة.

إن شبكة (Bein sports) أنفقت مؤخراً قرابة سبعين مليون دولار في سبيل انتشار الكرة العربية؛ وذلك بشراء أحدث سيارات النقل الخارجي، حيث يتم توزيعها على كل من ملاعب

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 300

السعودية، ومصر، والأردن، وهذه الأرقام تعكس حرص (Bein sports) على تلبية احتياجات المشاهد العربي في كل مكان.¹

إن دخول الرياضة العربية عالم الاحتراف يدفعها بالضرورة إلى قبول التعاطي والتعامل مع ظاهرة التشفير وحقوق البث الفضائي، وأن العائد المالي من حقوق البث التلفزيوني والفضائي يشكل مصدر الدخل الأكبر للرياضة والكرة العربية وكذلك العالمية، فمبدأ التشفير في عصر الاحتراف الذي يتطلب إنفاق الملايين في عالم الكرة العربية، فالحصول على البطاقة السنوية لبث قنوات (Bein sports) يخفف الأعباء المالية على الراغبين في حضور المباريات في الملاعب، وهناك تحديات ستواجه الفضائيات العربية والقنوات الرياضية في المرحلة المقبلة، حيث ستكون خلال السنوات القادمة بحاجة إلى إنفاق الملايين لتحديث أجهزة بثها لتواكب التكنولوجيا العالمية الحديثة في هذا المجال.

إن المشاهد العربي في عقد التسعينات وعبر القنوات الأرضية كان يتابع مجاناً الألعاب الأولمبية وكأس العالم والدوريات الأوروبية وغيرها، إلا أن الأمر تغير كثيراً منذ عدة سنوات بعد الانتقال للفضاء العالمي، حيث يتوقع زيادة في أسعار وطاقات الاشتراك للقنوات الفضائية، فإذا لم يكن هناك صوت واحد ينسق الجهود بين ممثلي الفضائيات العربية الراغبة بشراء حقوق بث الأحداث الكبرى،² ويؤكد على أهمية التوافق العربي بين ممثلي الفضائيات والقنوات العربية، فإنه سيصعب عليهم الحد من ظاهرة الاستغلال العلمي للرغبة العربية في هذا المجال مستفيدين من

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 301

2- نفس المرجع السابق، ص 302

تجربة دخول عديد الشركات المتخصصة في عالم البث الفضائي والحصري ما يضاعف من حجم الأعباء المالية على القنوات الرياضية.¹

ب- اقتصاديات وسائل الإعلام الرياضي

تعتبر وسائل الإعلام المرئية القوة الدافعة الاقتصادية والثقافية في الرياضة؛ لأنها تقدم أو تجذب معظم رؤوس الأموال التي تساعد على إنشاء وبث الصور والمعلومات التي تقوم بدورها بتحقيق مزيد من الأرباح والأموال الرياضية، والجدير بالذكر أن الطفرات في تراكم رأس المال تمر من وقت إلى آخر بأزمات وإخفاقات مأسوية قد تصل إلى حد الإفلاس، وأن البرامج الرياضية هي نهر من الذهب بالنسبة للمذيعين، كما يمكن أن تتغير مصائر الرياضات الفردية والشركات الإعلامية تغيراً سريعاً؛ نتيجة دخول الشركات الراعية للرياضة والجمهور الذين يحضرون المباريات، حيث إن التنافس الحاد والاستثمارات التي تصل قيمتها إلى ملايين الدولارات للإنفاق في سبيل الحصول على هذه الحقوق والممتلكات الضخمة الخاصة بوسائل الإعلام التلفزيوني الرياضي، مثل حقوق البث وإذاعة بعض الأحداث الرياضية كدورات الألعاب الأولمبية الصيفية والشتوية والمباريات الرئيسية لدوري كرة القدم الانجليزي، حيث تستثمر فيها مبالغ مالية ضخمة.²

إن القاعدة الاقتصادية تعتمد على التبادل المباشر؛ لأنه ليس هناك حاجة إلى التسويق والترويج الجماهيري الضخم للرياضة، ولأن معظم أرباح المشروعات الرياضية تأتي من الزبائن الذين يدفعون ثمن التذكرة لمشاهدة الرياضة بأنفسهم، تعتبر وسائل الإعلام ذات قيمة كبيرة

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص 303
2- دفيد روي، مرجع سبق ذكره، ص 146

والسبب في ذلك تواجدها في بيئة اقتصادية يتم فيها إنتاج الكثير من السلع بكثرة طبقاً لمعايير

معينة.¹

إن الموضوعات المقدمة عبر وسائل الإعلام التلفزيونية الرياضية هي البداية الرائدة لتحول الثقافة إلى سلعة اقتصادية، فهذه الموضوعات المقدمة ليست بالشيء المادي غير أن ملايين الناس يرغبون في مشاهدة البرامج الرياضية بمختلف أنواعها، والشركات العالمية مستعدة لإنفاق الملايين من المبالغ المالية لتقديم مثل هذه البرامج للمشاهد، فهذه البرامج تعطي فرصة للمعلنين لا تقدر بثمن للوصول إلى الجماهير على نطاق عالمي، وذلك في مقابل مبالغ مالية طائلة على الاتحادات الرياضية، والأندية والمسؤولين واللاعبين، والشركات التلفزيونية وإدارات الأندية، والشركات الراعية للأحداث الرياضية، فالموضوعات المقدمة عبر وسائل الإعلام التلفزيونية الرياضية مصادر قيمة للحصول على الثروات والأرباح بسبب مرونتها. فالحدث الذي تقوم القناة الرياضية بنقله مباشرة وقت وقوعه يمكن أن تتم إذاعته بعد ذلك عدة مرات، ويمكن أن يتم اختصاره في صور ويمكن فصل الصوت عن الصورة بحيث يمكن استغلال كل منهما على حدة وإعادة إنتاجه وتقديمه في أشكال أخرى.²

كما لا يخفى أن الرياضة تحتاج إلى بنية تحتية من الملاعب والخدمات المختلفة، وهذه بدورها تحرك دورة المال وحركة الأعمار والاقتصاد في مختلف البلدان، ولأن أي دولة تتشد التنمية والتطور في الرياضة فإنها لا غنى لها عن البنى التحتية لتطوير ألعابها الرياضية ورفع

1- دفيد روي، مرجع سابق ص 148
2- نفس المرجع السابق ص 155-156

مستوى لاعبيها وصولاً لتحقيق نتائج فنية متقدمة، علاوة على ما تحتاجه الرياضة من مصاريف أخرى على اللاعبين والمدربين والمعسكرات التدريبية وغيرها من مستلزمات الأجهزة الرياضية.¹ إن تسويق كرة القدم يختلف عن تسويق الرياضات الأخرى باعتبارها الأكثر شعبية، فهناك شركات تحرص على دعم هذه الرياضة، لأنها تعتبر أن منتوجها شعبي وجماعي، كما أن هناك شركات تتسابق إلى دعم الفرق الناجحة والمتفوقة وذات الجماهير الواسعة وتدفع من أجل ذلك مبالغ خيالية.²

إن الصراع بين الشبكات التي تحصل على حقوق بث الدورات الأولمبية والأخرى التي تغشل في ذلك يكون له أثر على المؤسسات الرياضية،³ فالصراع حول الرياضة التي يقدمها التلفزيون ليس مجرد صراع للحصول على الأرباح، فهو يظهر القوة الثقافية للرياضة، خاصة في المستويات العليا للشركات التجارية الكبرى، حيث تظهر بجلاء الصفات العدوانية والتنافسية مثل خسارة شبكة سي بي أس CBS لحقوقها في إذاعة مباريات كرة القدم، والتي فازت بها شبكة فوكس FOX التي كانت مستعدة لدفع أكثر مما تدفعه قناة سي بي أس.⁴

إن الرياضة لها جاذبية جماهيرية ملحوظة لدى قطاعات كبيرة من الجمهور، وأن موضوعات القنوات الرياضية التلفزيونية تأخذ أشكالاً عديدة، بدءاً بالتقارير الموضوعية إلى أخبار الشائعات التي تكون لها خلفيات عديدة مثل: اعتزال لاعب، وانتقال لاعب إلى نادي آخر، المشكلات الإدارية في الفريق.. الخ. غير أن المكانة الثقافية البارزة للرياضة والجماهيرية التي يحظى بها مشاهيرها تجعل منها وسيلة مناسبة لحمل القصص الإخبارية خارج نطاقها

1- ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص156

2- دفيد روي، مرجع سبق ذكره، ص164.

3- نفس المرجع السابق، ص159.

4- نفس المرجع السابق، ص154.

وخارج نطاق جمهورها العادي، فبعض القصص إيجابية بطبيعتها ولكن الفضاءات بالذات لها قدرة تنقيفية، لأن قدرتها على الانتقال والذوبان تزيد من احتمال انتشارها بسرعة، فالرياضة تعتبر حاملة صفات كالنبيل والمنافسة الشريفة؛ بسبب صفاتها الذاتية التي لا تنفصل عنها، وفي الوقت نفسه نجد أن الأشخاص الذين لا يشجعون الرياضة يدركون بالضرورة النجاح المادي والوضع الاجتماعي المرتفع لنجوم الرياضة فهذه التجاوزات تعد انتهاكاً لقيم المنافسة الشريفة للرياضة، لتبقي هذه الفضاءات متقدمة باستمرار، خاصة وأن القنوات الرياضية تزيد من حدة طرحها باستمرار.¹

كما أنه من غير الممكن حماية أسطورة البطولة الرياضية من الفضيحة، خاصة عندما تتال منها التصرفات غير الأخلاقية للرياضيين وتشوه سمعتها؛ نتيجة لارتباطهم بها، وتتمثل فضاءات وسائل الإعلام المرئية الرياضية في فضاءات استخدام المنشطات، العدوانية، الميل للعنف، الطبيعة العنصرية بين اللاعبين، مسألة اللجوء إلى أساليب غير أخلاقية سعياً إلى تحقيق الأهداف المنشودة كمحاكمة مايك تايسون لقيامه بقضم أذن خصمه.²

وبالتالي فإن الفضاءات في القنوات الرياضية التي تبثها وسائل الإعلام التلفزيونية الرياضية تخدم الاقتصاد الثقافي، فهي في النهاية مشاهد وحوادث مثيرة في إنتاجها لأنها تحرص على الاستفادة من كل حدث وتحويله إلى مصلحتها وعلى جعل الرياضة دائماً في مقدمة التغطيات الإخبارية الرسمية التي تهتم بأخبار المشاهير والحديث اليومي عنهم، وتجعل الفضاءات الرياضية جزءاً من نظام إنتاجها وليست مجرد حوادث عارضة مزعجة.³

1- دفيد روي، مرجع سابق، ص235
2- نفس المرجع السابق، ص229.
3- نفس المرجع السابق، ص192.

وقد أصبح التلفزيون مستهلكاً كبيراً للعروض الرياضية بإنفاقه للأموال الكثيرة، وأصبحت الشركات الراعية موضع مزايدات من طرف المحطات التلفزيونية العالمية¹، سواء في السياسة أو في القنوات الرياضية، ونظراً لما نعيشه اليوم من ارتباط الرياضة والسياسة ببعضهما البعض بطرق عديدة وأشكال مختلفة من بينها تحديد أولويات الإنفاق العام، مثل المخصصات المالية التي تعطيها الحكومات والدول للمؤسسات الرياضية والأندية، والتسهيلات التي تمنحها الحكومات المحلية للرياضة، ولكي نكون على يقظة للفصل بين الرياضة والسياسة، سوف يكون من الضروري عدم استخدام السياسيين لمصطلحات وتشبيهات مأخوذة من عالم الرياضة كقولهم "لقد قطعنا شوطاً بعيداً"، فهم يستخدمونها كثيراً في لقاءاتهم، من هنا يتضح أن مهمة الفصل مستحيلة، ونتيجة لذلك فإن القنوات التلفزيونية المتداخلة في سياسات الاتصال لا بد أن تكون متداخلة في سياسات الرياضة أيضاً، وفي رياضة السياسة أيضاً.²

ومع ذلك فإن الاقتصاديات المتغيرة لبث الأحداث الرياضية الجماهيرية والتي قد تخضع أحياناً إلى السيطرة من قبل جانب السياسة العامة؛ بسبب رغبة المنظمات الرياضية الرئيسية مثل اللجنة الأولمبية الدولية IOC في ضمان أقصى قدر من المشاهدة التلفزيونية للأحداث الرياضية تعدل دائماً وبشكل مستمر الظروف التي يتم فيها إعداد الموضوعات التي تقدمها القنوات التلفزيونية الرياضية،³ سلباً أو إيجاباً وتعاد عن طريق التلفزيون الرياضي العلاقات بين الدول إذا أردنا استخدام الرياضة إيجاباً، ويمكن استخدامه لإيصال رسائل سياسية أخرى ومواقف يراد توصيلها إلى الجماهير عبر المحافل الرياضية الجماهيرية.⁴

1- دفيد روي، مرجع سابق، ص 236.

2- مزروع السعيد، الرياضة بين الواقع والاحتراف، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، 2010، ص 21

3- دفيد روي، مرجع سابق، ص 176.

4- ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص 155.

الاعلام الرياضي الفضائي

هناك العديد من القنوات الرياضية العربية التي تبث الكثير من الانشطة الرياضية كقناة (On sport) المصرية والتي متخصصة ببث مباريات الدوري المصري وبعض من المباريات الدولية الاخرى كالدوري اليوناني وكأس السوبر الاماراتي، كذلك قناة ابوظبي الرياضية (AD sports) والتي لديها حقوق البث لكأس السوبر الاسباني وكأس السوبر الايطالي ونهائي كأس اسبانيا والدوري الامريكي لكرة القدم والعديد من البطولات الدولية الاخرى، واخيراً القناة الرياضية السعودية (KSA SPORTS) ومن أشهر برامجها بطولة الدوري السعودي وسباقات الخيول.¹

باقعة قنوات Bein sports

تُقدم باقعة قنوات (Bein sports) الرياضية برامجها لعشرات الملايين من المشاهدين حول العالم، حيث تبث المجموعة 21 قناة متخصصة في مجال الرياضة تحت اسم (Bein sports HD) 4 لغات مختلفة (العربية، الإسبانية، الفرنسية، الإنجليزية)، وفي 33 دولة عبر القارات الخمس، وأصبحت من المعالم الرئيسية في الوقت الحاضر لاسيما بعد الانفصال عن شبكة الجزيرة للإعلام، وأصبحت مجموعة Bein الإعلامية، عالمية رائدة ومستقلة، حيث تسعى في المستقبل القريب إلى أن تصبح ذات صيت عالمي واسع، فمهمتهم أن تصبح أفضل شبكة إعلامية عالمية فاعلة في مجالي الإنتاج والتوزيع، ورؤيتهم أن تكون

¹- شبكة المعلومات الدولية، موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018/12/18

مجموعة إعلامية رائدة عالمياً في المجالات الرياضية والترفيهية المتنوعة و إنشاء مجموعة Bein الإعلامية لتصل بشبكة Bein الإعلامية إلى نطاق العالمية وتتوسع في مجالات الترفيه والإعلام.

كما تملك (Bein sports) الحقوق الحصرية في بث المسابقات والبطولات الرياضية في منطقة الشرق الأوسط ومنطقة شمال أفريقيا، فهي تمتلك حق نقل بطولات كرة القدم الكبرى مثل كأس العالم لكرة القدم، دوري أبطال أوروبا، الدوري الإنجليزي، الدوري الإيطالي، الدوري الإسباني، الدوري الألماني وغيرها من بطولات كرة القدم و بطولات التنس والسلة وغيرها من البطولات والألعاب الأخرى.

- **تاريخ القناة** : صدر قرار إنشاء الجزيرة الرياضية من قبل رئيس مجلس إدارة قناة الجزيرة الرياضية في 5 أغسطس (2003)، وبدأ البث التجريبي في 30 أغسطس (2003) من نفس الشهر والسنة، حيث اقتصر البث على مباريات الدوري الإسباني، يومي السبت والأحد فقط من كل أسبوع، وكان يوم السبت 1 نوفمبر (2003) تاريخ بداية البث الرسمي، وقد صادف هذا التاريخ الذكرى السابعة لانطلاق قناة الجزيرة الإعلامية.¹

- **شراء قنوات ART**: في يوم الثلاثاء (24-11-2009) حيث أعلنت الجزيرة الرياضية رسمياً بعد شائعات في مواقع الإنترنت الرياضية عن شرائها لقناة رياضية وعلامتها التجارية، في مؤتمر عقد في فندق ((ريتز كارلتون)) بالعاصمة القطرية في الدوحة، واتضح بالمؤتمر أن المفاوضات أسفرت عن انتقال كافة الحقوق إلى الجزيرة الرياضية بما فيها بطولتي كأس العالم في جنوب

1- شبكة المعلومات الدولية، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2018-12-4

أفريقيا والبرازيل، لتضاف إلى رصيد القناة من البطولات الأخرى كبطولة دوري أبطال أوروبا والدوري الإسباني والدوري الإيطالي.¹

- **شراء حقوق الدوري الإنجليزي** : في 15 يوليو (2013) أعلنت الجزيرة الرياضية أنها حصلت على حقوق بث الدوري الإنجليزي الممتاز في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لمدة ثلاث سنوات تبدأ من موسم (2013-2014) وتنتهي بنهاية موسم (2015-2016)، وفي 1 نوفمبر أعلن ناصر الخليفي رئيس باقة قنوات (Bein sports) عن تجديد حقوق بث الدوري الإنجليزي الممتاز لكرة القدم لثلاث مواسم قادمة حتى نهاية موسم (2018-2019).²

- **توحيد الاسم وإطلاق Bein sports العربية** : أصبحت القناة منذ (2014) تسمى (Bein sports)، وأصبحت توجد 3 شبكات فرعية:

- (Bein sports) العربية.

- (Bein sports) الفرنسية.

- (Bein sports) الإنجليزية

كلا من (Bein sports) العربية والفرنسية تحتويان على قناتين مفتوحتين و12 قناة عادية مشفرة و15 قناة بتقنية عالية الجودة ومشفرة.³

- **البطولات المنقولة** : بطولات كرة القدم العالمية والعربية، بطولات كرة التنس، بطولات كرة السلة، بطولات كرة الطائرة، سباق السيارات، الأولمبياد وألعاب القوى، بطولات كرة اليد، الغولف، الملاكمة، والدرجات الهوائية.

¹ شبكة المعلومات الدولية، مرجع السابق. .

² نفس المرجع السابق.

³ شبكة المعلومات الدولية، موقع ويكيبيديا، تم الاطلاع بتاريخ 2017-5-16

كما أن هناك بطولات للسيدات مثل: بطولات كرة القدم، والتنس، والسباحة وغيرها من الرياضات الأخرى.

- **حقائق عن الباقة :** أطلقت (Bein sports) كعلامة تجارية لأول مرة في يونيو (2012) في فرنسا، وفي 31 ديسمبر (2013) قامت رسمياً بالخروج من شبكة الجزيرة لتصبح اليوم (Bein sports)، حيث أصبحت تتكون من 21 قناة رياضية تحت اسم (Bein sports) ، وتبث في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية وآسيا والمحيط الهادئ. وأصبحت مجموعة Bein الإعلامية تتوسع خارج الرياضة في الترفيه من خلال الإنتاج والتوزيع وكذلك في التكنولوجيا الحديثة.

- **دعم الرياضة النسائية :** تقوم باقة (Bein sports) بزيادة الوعي بدور المرأة في الرياضة كما تقوم مجموعة Bein الإعلامية بشكل منتظم ببث ما لا يقل عن 7 منافسات نسائية مختلفة تضم دوري أبطال أوروبا لكرة القدم، دوري أبطال كرة اليد، بطولة ويمبلدون وعدد من فعاليات الكرة الطائرة الشاطئية، وفي العامين (2014) و (2015) في فرنسا شاركت (Bein sports) في اثنتين من أولى النسخ لمبادرة "24 ساعة من الرياضات النسائية على التلفزيون" التي قام بها التلفزيون الفرنسي ووزارة الرياضة، كما ساهمت (Bein sports) في المؤتمر الذي نظمه مبادرة "Doha GOALS" لتغيير صورة المرأة في الرياضة، وفي عام (2015) واصلت المجموعة دعمها ومشاركاتها وأطلقت برنامجاً خاصاً على شاشتها يغطي نشاطات المرأة الرياضية في مختلف المنافسات.¹

1- شبكة المعلومات الدولية، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تم لاطلاع عليها تاريخ 2017-5-16

- ضد العنصرية : تدعم باقة (Bein sports) الرياضية المبادرات المناهضة للعنصرية في العام (2014)، ودعمًا للحملة التي أطلقها دوري المحترفين لكرة القدم في فرنسا بعنوان "فخورين باختلافاتنا"، قامت كافة الوجوه الإعلامية للمجموعة (Bein sports) بدعم المبادرة وارتداء شعارها الرسمي أثناء ظهورهم على الشاشة، إضافةً إلى ذلك تدعم مجموعة Bein الإعلامية دوري أبطال أوروبا في مناهضة العنصرية عن طريق شراكته مع شبكة " FARE كرة القدم ضد العنصرية في أوروبا"، حيث تقوم المجموعة بتخصيص فترات بث ومساحات على منصاتها الرقمية لتغطية أنشطة شبكة FARE خلال دوري أبطال أوروبا.¹

¹شبكة المعلومات الدولية، مرجع سابق، تم الاطلاع عليها بتاريخ 16-5-2017

الفصل الثالث :

الإجراءات المنهجية للدراسة

- مجتمع الدراسة
- تحديد وسحب عينة الدراسة
- إجراءات سحب العينة
- خصائص العينة
- أدوات جمع البيانات
- اختبار صدق وثبات الاستبيان
- متغيرات الدراسة
- المعالجة الإحصائية

مجتمع الدراسة

جدول رقم 1 إحصائية بأعداد الطلاب في جامعة بنغازي

المجموع	الإناث	الذكور	الكليات
4720	3412	1308	الطب بشري
2051	1665	386	طب الأسنان
2316	1785	531	الصيدلة
5450	1676	3774	العلوم
1692	1410	282	الصحة عامة
2383	1594	789	الحقوق
837	358	479	الإعلام
6442	4670	1772	الأداب
16345	7191	9154	الاقتصاد
6964	1745	5219	الهندسة
594	552	42	التربية
2109	1075	1034	تقنية المعلومات
254	196	58	التمريض
324	194	130	التقنية الطبية
51784	27025	24759	المجموع الكلي

المصدر : مكتب التسجيل والقبول لجامعة بنغازي / الحميضة 2016-2017م.

وقد تم اختيار طلاب جامعة بنغازي مجتمعاً للدراسة لمجموعة من الأسباب تمثل في

مجملاً إطاراً لعينة الدراسة، أهمها :

- أن عددهم يفوق أعداد الطلاب في باقي الجامعات في الشرق الليبي للعام الدراسي

2016-2017.

- أن طلاب الجامعات يعتبرون مجتمعاً متجانساً في الكثير من الخصائص الاجتماعية

والثقافية، وبالتالي نكتفي باختيار جامعة بنغازي لتكون مجتمعاً للدراسة.

- أيضاً يمثل العامل الجغرافي عنصراً مؤثراً في اختيار مجتمع الدراسة؛ وذلك لقربه من الباحث.

تحديد وسحب عينة الدراسة

تم استخدام العينة ذات المراحل في اختيار كليات الجامعة، وذلك بتقسيم عملية سحب الكليات التي أصبحت ضمن العينة إلى مراحل متعددة، حيث تمثل ذلك في المراحل التالية :

المرحلة الأولى، تم تقسيم كليات جامعة بنغازي إلى نوعين من الكليات، كليات أدبية وأخرى علمية، بعدها تم سحب عينة من الكليات التي تمثل التخصصين.

المرحلة الثانية، تم تقسيم الطلاب حسب النوع (ذكوراً وإناثاً)، وتم تحديد أعدادهم،

المرحلة الثالثة، تم اختيار عينة من طلاب الكليات التي وقع عليها الاختيار باستخدام السحب وفق إجراءات العينة العشوائية (بالنسبة للكليات)، والعينة العشوائية المنتظمة (بالنسبة للطلاب).

إجراءات سحب العينة

يمكن توضيح هذه الإجراءات فيما يلي :

1. كتابة أسماء الكليات على قصاصات ورقية صغيرة، باعتبار أن عدد كليات جامعة بنغازي (14) كلية من الكليات ذات التخصصات الأدبية والعلمية، كما يشير جدول رقم (1).

2. فرز الأوراق الصغيرة إلى مجموعتين (أوراق الكليات العلمية وأوراق الكليات الأدبية).

3. الاختيار من كلا المجموعتين أوراق وبشكل عشوائي عدد (5 كليات علمية وكليتين

أدبية)، وذلك لأن عدد طلاب الكليات العلمية أكبر من عدد طلاب الكليات الأدبية،

حيث بلغ إجمالي عدد الكليات التي تم اختيارها (7) كليات مستهدفة بالدراسة أي نصف عدد كليات جامعة بنغازي، ووقع الاختيار العشوائي على الكليات الموضحة في الجدول الآتي :

جدول رقم 2 يوضح أعداد الطلاب والعينات وأوزانها النسبية في كل كلية

الكليات	ذكور	إناث	المجموع	الوزن النسبي	حجم العينة	الوزن النسبي	
						ذكور	إناث
الطب بشري	1308	3412	4720	24.2	97	27.7	72.2
طب الأسنان	386	1665	2051	10.5	42	18.8	81.8
الصيدلة	531	1785	2316	11.9	48	22.9	77
العلوم	3774	1676	5450	28	112	69.2	30.7
الصحة عامة	282	1410	1692	8.7	35	16.6	83.3
الحقوق	789	1594	2383	12.2	49	33.1	66.8
الإعلام	479	358	837	4.3	17	57.2	42.7
المجموع	7549	11900	19449		400		

ويمكن تفصيل خطوات حساب عدد أفراد العينة ونسبهم المئوية وطريقة سحبهم في

الخطوات التالية :

1. الوزن النسبي = $4720 \div 19449 \times 100$ ، (حيث إن 4720 يمثل مجموع الكلية

من الذكور والإناث، وأن 19449 يمثل مجموع الكليات السبع المستهدفة بالدراسة).

2. حجم العينة = $الوزن النسبي \div 100 \times 400$.

3. الوزن النسبي لطلاب كلية الطب البشري (الذكور) = $1308 \div 4720 \times 100 = 27.7$.

4. الوزن النسبي لطالبات كلية الطب البشري (الإناث) = $3412 \div 4720 \times 100 =$

72.2.

5. عدد أفراد العينة من الذكور = $الوزن النسبي للذكور \times حجم العينة \div 100$.

6. عدد أفراد العينة من الإناث = $الوزن النسبي للإناث \times حجم العينة \div 100$.

وعلى هذا النحو تم تقسيم عينة الدراسة من الذكور والإناث حسب عدد الكليات السبع

المستهدفة في جامعة بنغازي.

جدول رقم 3 يوضح الأعداد والنسب المئوية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	عدد أفراد العينة	النوع	الكلية
%6.7	$27 = 100 \div 400 \times 27.7$	ذكور	الطب البشري
%17.5	$70 = 100 \div 400 \times 72.2$	إناث	
%2.7	$11 = 100 \div 400 \times 22.9$	ذكور	الصيدلة
%9.2	$37 = 100 \div 400 \times 77$	إناث	
%19.5	$78 = 100 \div 400 \times 69.2$	ذكور	العلوم
%8.5	$34 = 100 \div 400 \times 30.7$	إناث	
% 1.5	$6 = 100 \div 400 \times 16.6$	ذكور	الصحة العامة
%7.2	$29 = 100 \div 400 \times 83.3$	إناث	
%2	$8 = 100 \div 400 \times 18.8$	ذكور	طب الأسنان
%8.5	$34 = 100 \div 400 \times 81.8$	إناث	
%4	$16 = 100 \div 400 \times 33.1$	ذكور	الحقوق
%8.2	$33 = 100 \div 400 \times 66.8$	إناث	
%2.5	$10 = 100 \div 400 \times 57.2$	ذكور	الإعلام
%1.7	$7 = 100 \div 400 \times 42.7$	إناث	
%100	400		المجموع

خصائص عينة الدراسة

جدول رقم 4 يوضح خصائص عينة الدراسة

المجموع	النوع				خصائص العينة	
	إناث		ذكور			
	%	ت	%	ت		
97	17.5	70	6.7	27	الطب البشري	الكلية
42	8.5	34	2	8	طب الأسنان	
48	9.2	37	2.7	11	الصيدلة	
35	7.2	29	1.5	6	الصحة العامة	
112	8.5	34	19	76	العلوم	
17	1.7	7	2.5	10	إعلام	
49	8.2	33	4	16	الحقوق	
332	83.4	202	83.3	130	علمي	التخصص
66	16.5	40	16.6	26	أدبي	
367	92.9	225	91	142	أعزب/ة	الحالة الاجتماعية
25	6.1	15	6.4	10	متزوج/ة	
2	0	0	1.2	2	أرمل/ة	
4	0.8	2	1.2	2	مطلق/ة	
49	8.2	33	4	16	الحقوق	النظام السنوي
97	17.5	70	6.7	27	الطب البشري	
33	6.6	16	10.8	17	الصيدلة	
42	8.5	34	2	8	الأسنان	
35	7.2	29	1.5	6	الصحة العامة	
17	1.7	7	2.5	10	الإعلام	النظام الفصلي
112	8.5	34	19	76	العلوم	
50	8.2	20	19.2	30	أقل من 20 سنة	الفئة العمرية
99	25.6	62	23.7	37	من 20 إلى أقل من 22 سنة	
108	29.3	71	23.7	37	من 22 إلى أقل من 24 سنة	
141	36.7	89	33.3	52	24 سنة فما فوق	
110	28.5	69	26.2	41	أكثر من 100 دينار	متوسط الدخل الشهري للأسرة بالدينار الليبي
284	70.2	170	73	114	4300-101	
3	0.8	2	0.6	1	8500-4301	
1	0.4	1	0	0	8501+	
322	74.4	180	91	142	يشاهد	هل تشاهد باقة قنوات Bein sports
76	25.6	62	9.1	14	لا يشاهد	

ملاحظات على عينة الدراسة

- تتراوح أغلب أعمار أفراد العينة ما بين 18 إلى 25 سنة .
- تمثل حالة (أعزب) الأغلبية الكبرى بالنسبة لأفراد العينة .
- تم استهداف الطلاب من الكليات العلمية أكثر من طلاب الكليات الأدبية؛ نظراً لأن طلاب الكليات العلمية هم الأكثر عدداً من الكليات الأدبية .
- تم توزيع الاستبيان على الذكور والإناث حسب التقسيمة العلمية، حيث تحصل الإناث على (244) نسخة بينما تحصل الذكور على (156) كما هو موضح في جدول رقم (2)، وذلك لأن عدد الإناث في جامعة بنغازي يتفوق على عدد الذكور .
- عدد المشاهدين لباقة (Bein sports) الرياضية بالنسبة لأفراد العينة من الذكور بلغوا (140) مُشاهداً، بينما بلغ عدد الإناث (180) مُشاهدة ، في حين أن عدد الذكور غير المشاهدين لباقة (Bein sports) الرياضية بلغ (14) طالب، وبلغ عدد الإناث غير المشاهدات للباقة (62) طالبة، كما هو موضح في جدول رقم (4) .

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبيان بوصفه أداة أساسية لجمع البيانات والمقابلة الشخصية، حيث يتكون الاستبيان من خمسة محاور، تركز على جمع البيانات اللازمة لوصف الظاهرة وتحليلها، إذ يهتم المحور الأول بجمع البيانات العامة حول المتغيرات الديموغرافية للطلبة مثل: النوع، والسنة الدراسية، والعمر، والدخل الشهري، والحالة الاجتماعية، ثم يأتي المحور الثاني الذي يهتم بجمع بيانات تتعلق بمشاهدة البرامج الرياضية، وبعد ذلك المحور الثالث المختص بالتعرف على البيانات المتعلقة بدوافع مشاهدة البرامج الرياضية، وبعد ذلك يأتي المحور الرابع والذي يهدف إلى معرفة مستوى الوعي بالبرامج الرياضية، وأخيراً محور علاقة متابعة الباقة

بمجموعة من المتغيرات المتعلقة بنظرية الدراسة مثل: دوافع المشاهدة، ومستوى الاعتماد، والضغوطات النفسية والاجتماعية، بهدف قياس مستوى حاجة أفراد العينة للباقة في ظل الأوضاع الراهنة والظروف الصعبة التي تشهدها ليبيا.

كما أن أسئلة الاستبيان قد وضعت على أساس جمع بيانات للحصول على إجابات حول تساؤلات الدراسة، وللتحقق من فرضياتها والوصول إلى أهدافها، حيث تمت الاستفادة أيضاً من الدراسات السابقة، والنظرية المفسرة لموضوع الدراسة، وبعض المراجع ذات العلاقة بموضوع الدراسة؛ من أجل تقويم استبيان يغطي كل محاور الدراسة قدر الإمكان.

وفيما يتعلق بإجراء الدراسة الميدانية، تم توزيع (400) نسخة استبيان على (7) كليات، كل كلية مقسمة إلى ذكور وإناث، كما يوضح في الجدول رقم (2)، وقد تم استبعاد استمارتين؛ لعدم إعادتهما من قبل المبحوثين، وتم الإبقاء على عدد (76) استمارة أجاب الطلاب عنها بأنهم لا يشاهدون باقة (Bein sports) الرياضية؛ وذلك لمعرفة مصادر حصولهم على المعلومات الرياضية واستخدامها للمقارنة إذا لزم الأمر، وقد تم استبعاد الغير مشاهدين من عينة الدراسة.

اختبار صدق الأداة

للتحقق من صدق الاستبيان تم عرضه على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص،*

وتمثلت الاستفادة من آراء المحكمين في الجوانب التالية :

- الحصول على ملاحظات وتوصيات قيمة أفادت في تطوير الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة.
- تعديل بعض الأسئلة واستبعاد أخرى أشار إليها أغلب المحكمين.
- الصياغة النهائية لأسئلة الاستمارة.
- بعد ذلك تم استخدام عينة استطلاعية صغيرة من طلاب جامعة بنغازي (بلغ عددهم 40 طالب وطالبة) وزعت عليهم النسخة المبدئية من الاستبيان بعد تحكيمه؛ وذلك بغرض التعرف على مستوى ثباته، وبعد جمع بيانات العينة الاستطلاعية وإجراء اختبار الثبات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) Cronbach,s Alpha تم التحقق من وجود ثبات يعول عليه في البحث العلمي، حيث بلغت قيمته 84% وهو مستوى مناسب من الثبات يمكن الركون إليه في تحليل نتائج الدراسة، بعدها تم اعتماد الاستمارة في صيغتها النهائية.

* - محكمو الاستبيان :

- الدكتور عبد الغفار المنفي / دكتور بكلية العلوم / قسم الإحصاء / جامعة بنغازي
- الدكتورة سليمة حسن زيدان / دكتورة بكلية الإعلام / جامعة بنغازي
- الدكتور جاب الله موسى العبيدي / دكتور بكلية الإعلام / جامعة بنغازي
- الأستاذة أمنة الصوصاع / عضو هيئة تدريس بكلية الإعلام / جامعة بنغازي
- الأستاذة مبروكة عجاج / عضو هيئة تدريس بكلية الإعلام / جامعة بنغازي

كما تم حساب معاملات الارتباط بين محاور الدراسة للتأكد من وجود اتساق داخلي بين المحاور والعبارات التي تم استخدامها لقياس المتغيرات التي تهتم الدراسة بتحليلها والتثبت من الفرضيات التي تمت صياغتها لمعرفة العلاقة بينها.

ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول أدناه

محاور الدراسة	دوافع المشاهدة	الضغوط	مستوى الثقافة الرياضية	مهارات التواصل	نمط التعرض
دوافع المشاهدة	1.000	.511	.654	.573	.273
	322	322	322	322	322
الضغوط	.511	1.000	.675	.652	.323
	322	322	322	322	322
مستوى الثقافة الرياضية	.654	.675	1.000	.924	.294
	322	322	322	322	322
مهارات التواصل	.573	.652	.924	1.000	.226
	322	322	322	322	322
نمط التعرض	.273	.323	.294	.226	1.000
	322	322	322	322	322

كما تم التحقق من تبعية البيانات للتوزيع الطبيعي باستخدام اختبار (Test of

Normality)، لذا تم الاعتماد على التحليلات الإحصائية البارامترية في تحليل بيانات الدراسة

من الناحية الإحصائية.

متغيرات الدراسة

تنقسم متغيرات الدراسة إلى :

أ- المتغيرات المستقلة : (المتغيرات الديموغرافية، المشاهدة، نمط وعادات وحجم التعرض،

الباقة وقنواتها)

ب- المتغيرات التابعة: (الوعي الرياضي، الاعتماد، الدوافع، العادات الرياضية، الضغوط

الاجتماعية والنفسية، تنمية الثقافة الرياضية)

المعالجة الإحصائية

لدراسة متغيرات الدراسة ومعرفة أشكال العلاقة بين هذه المتغيرات (المستقلة والتابعة)،

فإننا اعتمدنا على الحزمة الإحصائية الخاصة بتحليل بيانات العلوم الاجتماعية باستخدام برنامج

SPSS، حيث تم استخدام مجموعة من المعاملات الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة، مثل:

التكرارات، والنسب المئوية، ومربع كاي²، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار

التوزيع الطبيعي، واختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة، ومعامل ارتباط سبيرمان للرتب،

واختبار ليفيني للتحقق من جودة التجانس، واختبار T لعينتين مستقلتين.

الفصل الرابع :

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

- عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

- عرض النتائج المتعلقة بالفرضيات

أولاً : عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

نتناول من خلال هذا العنوان عرض التكرارات والنسب المئوية لأسئلة الاستبيان وعرضها

في جداول توضيحية نفس من خلالها الجوانب المرتبطة بمتغيرات الدراسة وأهدافها، ويمكن

تفصيل ذلك وفق الطرح أدناه :

جدول رقم 5 يوضح مشاهدة أفراد العينة للباقة حسب متغير النوع

النسبة		التكرار		الفئة		
80.9		322		يشاهد	هل تشاهد باقة قنوات Bein sports الرياضية	
19.1		76		لا يشاهد		
%100		398		المجموع		
	النسبة	إناث	النسبة	ذكور	المتغير	مشاهدة الباقة حسب متغير النوع
%74		180	%91	142	يشاهد	
%26		62	%9	14	لا يشاهد	
%100		242	%100	156	المجموع	
81.4		262		علمي	مشاهدة الباقة حسب متغير التخصص	
18.6		60		أدبي		
%100		322		المجموع		

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (5) أن نسبة 80.9% من أفراد العينة يشاهدون

باقة (Bein sports) الرياضية، في حين أن نسبة ضئيلة من أفراد العينة تبلغ 19.1% لا

يشاهدون الباقة، ومن هذه النسبة يتضح أن عدد المشاهدين للباقة يمثل الأغلبية، وهذا قد يشير

إلى أن أغلب طلاب الجامعة يشاهدون الباقة باعتبار أنها تهتم بعرض برامج رياضية كثيرة

ومتنوعة عن جميع أنواع الرياضات والبطولات العربية والعالمية، ويمكن توقع أن النسبة القليلة

ممن لا يشاهدون قد يكون بسبب عدم توافر الميل أو الدافع لديهم لمشاهدة برامج هذه الباقة

الرياضة أو البرامج الرياضية بشكل عام.

جدول رقم 6 يبين مدى اعتماد أفراد العينة على باقة قنوات (Bein sports) الرياضية في الحصول على المعلومات الرياضية

النسبة	التكرار	ما مدى اعتمادك على القنوات أدناه في الحصول على المعلومات الرياضية؟	
32.0	103	لا أتعتمد مطلقاً	باقة قنوات Bein sports الرياضية
13.7	44	إلى حد ما	
26.4	85	أتعتمد عليها	
28.0	90	أتعتمد عليها بقوة	
%100	322	المجموع	
11.5	37	لا أتعتمد مطلقاً	أبو ظبي الرياضية
24.2	78	لا أتعتمد	
44.4	143	إلى حد ما	
15.5	50	أتعتمد عليها	
4.3	14	أتعتمد عليها بقوة	
%100	322	المجموع	
16.5	53	لا أتعتمد مطلقاً	قنوات المصرية الرياضية
45.7	147	لا أتعتمد	
32.0	103	إلى حد ما	
5.3	17	أتعتمد عليها	
.6	2	أتعتمد عليها بقوة	
%100	322	المجموع	
15.2	49	لا أتعتمد مطلقاً	القنوات الأوروبية الرياضية
32.0	103	لا أتعتمد	
28.6	92	إلى حد ما	
11.2	36	أتعتمد عليها	
13.0	42	أتعتمد عليها بقوة	
%100	322	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن أغلب الطلاب يعتمدون بقوة على باقة (Bein sports) الرياضية في الحصول على المعلومات الرياضية وبلغت نسبتهم 28%، بينما يعتمد أفراد العينة على قناة (أبو ظبي الرياضية) في الحصول على المعلومات الرياضية بنسبة 15.5%، ويمكن تفسير اعتماد أفراد العينة في الحصول على المعلومات الرياضية على باقة

(Bein sports) وقناة (أبوظبي الرياضية) بسبب اهتمام الباقية بالبطولات العالمية حيث إنها متحصلة على النقل الحصري لها، أما بالنسبة لقناة (أبوظبي الرياضية) فهي متحصلة على نقل مباريات كأس إيطاليا لكرة القدم وبعض البطولات الحصرية الأخرى.

جدول رقم 7 يوضح نمط مشاهدة باقة (Bein sports)

النسبة	التكرار	الفئة
0	0	لا أشاهد مطلقاً
23.3	75	نادرًا
46.6	150	أحياناً
18.6	60	غالباً
11.5	37	دائماً
%100	322	المجموع
أفضل مشاهدة باقة Bein sports بشكل مفرد		
33.9	109	لا أشاهد مطلقاً
16.8	54	نادرًا
20.5	66	أحياناً
15.8	51	غالباً
13.0	42	دائماً
%100	322	المجموع
أفضل مشاهدة باقة Bein sports مع الأصدقاء في المنزل		
7.1	23	لا أشاهد مطلقاً
12.7	41	نادرًا
25.2	81	أحياناً
26.7	86	غالباً
28.3	91	دائماً
%100	322	المجموع
أفضل مشاهدة باقة Bein sports مع العائلة في المنزل		
56.8	183	لا أشاهد مطلقاً
7.1	23	نادرًا
18.6	60	أحياناً
9.3	30	غالباً
8.1	26	دائماً
%100	322	المجموع
أفضل مشاهدة باقة Bein sports في المقهى مع عامة الناس		
53.7	173	لا أشاهد مطلقاً
8.1	26	نادرًا
17.1	55	أحياناً
9.9	32	غالباً
11.2	36	دائماً
78.4	322	المجموع
أفضل مشاهدة باقة Bein sports مع الأصدقاء في المقاهي		

45.3	146	لا أشاهد مطلقاً	أفضل مشاهدة باقة Bein sports مع الأقارب
21.1	68	نادراً	
18.6	60	أحياناً	
10.2	33	غالباً	
4.7	15	دائماً	
%100	322	المجموع	

يبين الجدول رقم (7) أن أفراد العينة الذين يشاهدون باقة (Bein sports) أحياناً مع العائلة بلغت نسبتهم 25.2%، بينما الذين لا يشاهدونها مطلقاً في المقهى مع عامة الناس بنسبة 56.8%، ويليهما نسبة غير المشاهدين في المقهى مع الأصدقاء بـ 53.7%، وبعد ذلك نسبة غير المشاهدين للباقة مع الأقارب بنسبة 45.3%، ونستنتج من خلال ذلك أن أغلب الطلاب لا يفضلون مشاهدة الباقة في المقاهي، ويليهما نسبة غير المشاهدين للباقة في المقاهي مع عامة الناس، ولذلك يمكن أن يكون عدم الرغبة في الاختلاط مع الناس وأنهم يفضلون مشاهدة المباريات في المنزل، وبالنسبة للإناث فإن عدم تفضيلهن مشاهدة الباقة في المقاهي قد يكون نتيجة عادات وتقاليد المجتمع التي تمنعهن من ارتياد المقاهي لهذا الغرض، كما أن باقة (Bein sports) أصبحت متوفرة على البث الأرضي مجاناً في كل منزل، لذا تحصلت مشاهدة الباقة مع العائلة دائماً على نسبة أعلى من مشاهدتها مع الأصدقاء في المنزل غالباً.

وقد ينطبق هذا أيضاً على أفراد الأسرة إضافة إلى الأصدقاء، فالاهتمام المشترك بين أفراد الأسرة في نوع معين من الرياضات أو في متابعة منافسات رياضية معينة قد يحقق لهم حاجات اجتماعية كالاتجاه والحوار والتعاون، وقد يحقق لهم حاجات أو إشباعات نفسية كالتنافس أو التنفيس عن الغضب والتوتر وغير ذلك من الحاجات النفسية التي يمكن تفرغها

والتعبير عنها عن طريق المشاهدة والمناصرة لفريق أو للاعب ضد آخر، بدل أن يجري التعبير عنها بطرق أكثر عنفاً.

جدول رقم 8 يوضح عدد ساعات مشاهدة باقة (Bein sports)

النسبة	التكرار	كم عدد ساعات مشاهدتك لباقة (Bein sports) الرياضية
64.9	209	أقل من ساعتين
15.8	51	من ساعتين إلى 3 ساعات
8.4	27	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
4.7	15	من 4 ساعات إلى 5 ساعات
6.2	20	أكثر من 5 ساعات
%100	322	المجموع

الملاحظ من الجدول رقم (8) أن معدل عدد ساعات مشاهدة أفراد العينة للباقة لمدة أقل من ساعتين قد بلغت نسبتهم 64.9%، يليهم الذين يشاهدونها بمعدل مشاهدة من ساعتين إلى 3 ساعات بنسبة 15.8%، بينما الأقل نسبة تحصل عليها من يشاهد الباقة بمعدل من 4 ساعات إلى 5 ساعات بنسبة 4.7%، ويتضح من خلال بيانات الجدول السابق أن أعلى معدل مشاهدة ينحصر في المدة من ساعتين إلى 3 ساعات، وهم الأكثر معدل مشاهدة، ثم يليهم الذين يشاهدونها بمعدل 3 ساعات إلى 4 ساعات، ويتوقع أن الطلاب المشاهدين للباقة بهذا المعدل من الساعات قد يكونون من المتابعين لمباريات كرة القدم حيث يكون توقيت المباراة من ساعة ونصف فأكثر، أما بخصوص الطلاب الذين يشاهدون 3 ساعات إلى 4 ساعات فيتوقع أنهم يشاهدون مبارتين متتاليتين زمن كل مباراة ساعة ونصف أي أن مجموع المبارتين يصل إلى ساعات بما فيها من أشواط إضافية.

جدول رقم 9 يوضح مدى انتظام مشاهدة باقة (Bein sports)

النسبة	التكرار	ما مدى انتظام مشاهدتك لباقة (Bein sports) الرياضية
13.0	42	بشكل يومي
38.2	123	حسب مواعيد المباريات
13.9	45	النشرات فقط
30.7	99	حسب مواعيد البطولات فقط
4.0	13	كل ما سبق
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (9) أن الطلاب المشاهدين لباقة (Bein sports) منتظمون على مشاهدتها حسب مواعيد المباريات تبلغ نسبتهم 38.2%، ويليهم المنتظمين على مشاهدتها حسب مواعيد البطولات بنسبة 30.7%، ومن بين كل المواعيد السابقة كانت الأقل نسبة مقدرة بـ 4% من أفراد العينة من المنتظمين على مشاهدتها في ظروف متعددة تشمل كل الفئات التي تسبقها، ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أغلب الطلاب يشاهدون المباريات والبطولات فقط مثل البطولات الأوروبية وكأس العالم وغيرها من البطولات الأخرى، باعتبار أنهم طلاب جامعة ومرتبطنون بمناهج دراسية فنجد أن القليل من الطلاب عادة ما تكون معدل مشاهدتهم 3 ساعات.

جدول رقم 10 يوضح البرامج الرياضية المفضلة حسب اختيار المبحوثين

الترتيب	النسبة	التكرار	ترتيب البرامج الرياضية المفضلة
1	65.5	211	كرة القدم
2	8.1	26	السباحة
3	2.2	7	الأخبار الرياضية
4	5.0	16	الالعاب الأولمبية
5	1.2	4	برامج التحليلات الرياضية
6	7.1	23	كرة التنس
7	2.5	8	برامج الحوارية الرياضية
8	2.5	8	كرة اليد
9	6.2	20	كرة السلة
	%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (10) أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة كرة القدم بنسبة كبيرة بلغت 65.5% وهي بذلك تتفوق على باقي الرياضات الأخرى من حيث تفضيل أفراد العينة لها، وبذلك فإن بيانات الجدول السابق توضح أن أكثر رياضة يفضل الطلاب مشاهدتها هي رياضة كرة القدم، لاحتمال أنها تزودهم بالمتعة كما تشير إلى ذلك بعض الدراسات والتي توصلت إلى أن رياضة كرة القدم تحتل المرتبة الأولى في المشاهدة، تلتها برامج تفاعلات الجماهير مع الأحداث الرياضية، ثم البرامج المباشرة. 1

1- شبكة المعلومات الدولية، <https://al3arabi.com>، الموقع العربي، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2018-4-29

جدول رقم 11 يوضح ميول واهتمامات المبحوثين نحو باقة (Bein sports)

النسبة	التكرار	تتوافق البرامج الرياضية في باقة (Bein sports) مع ميولي واهتماماتي
1.9	6	غير موافق بشدة
7.1	23	غير موافق
25.8	83	محايد
39.4	127	موافق
25.8	83	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح الجدول رقم (11) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالحياد على ما إذا كانت برامج الباقة تتوافق مع ميولهم واهتماماتهم قد بلغت 25.8%، وأن مجموع الموافقين تحصلوا على نسبة بلغت 65.2%*، في حين أن الأقل نسبة هم ممن أجابوا بأنهم غير موافقين، حيث بلغت نسبتهم 7.1% من نسبة أفراد العينة، وهذا قد يشير إلى أن الطلاب يميلون لمشاهدة الباقة الرياضية لوجود الميل والاهتمام لديهم نحو متابعة البرامج الرياضية بشكل كبير.

* - تم جمع أعداد الموافقين والموافقون بشدة معاً، وجمع أعداد غير الموافقين وغير الموافقين بشدة معاً.

جدول رقم 12 يوضح دوافع أفراد العينة نحو إشباع حاجاتهم من البرامج الرياضية

النسبة	التكرار	تقوم باقة (Bein sports) الرياضية بإشباع حاجاتي من البرامج الرياضية
3.1	10	غير موافق بشدة
9.3	30	غير موافق
23.6	76	محايد
41.6	134	موافق
22.4	72	موافق بشدة
%100	322	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (12) أن نسبة أفراد العينة الموافقين على أن الباقة تقوم بإشباع حاجاتهم من البرامج الرياضية قد بلغت 64%، وهي تمثل أغلبية أفراد العينة، بينما مجموع من أجابوا بأنهم غير موافقين كانوا الأقل بنسبة 12.4%، وتدعم هذه النتيجة (ممن أجابوا بالموافقة على أن الباقة تشبع رغباتهم الرياضية)، أن باقة (Bein sports) تهتم بعرض البرامج الرياضية العالمية المنوعة؛ وذلك لتفردها بامتلاك حقوق البث للكثير من البرامج والبطولات الرياضية، أضف إلى ذلك ما تدعمه نتائج البحوث العلمية من أن التلفزيون الرياضي قادر على إحداث تأثير كبير في إشباع حاجات الشباب الرياضية والثقافية لما يمتلكه من مقومات تجعله وسيلة مهمة في هذا المجال. 1

1- الزبيد، مرجع سابق، ص 343.

جدول رقم 13 يبين مستوى المعلومات والثقافة الرياضية لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	تقوم هذه الباقية برفع وتنمية مستوى معلوماتي وثقافتي الرياضية
1.6	5	غير موافق بشدة
4.7	15	غير موافق
15.5	50	محايد
50.9	164	موافق
27.3	88	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) أن نسبة أفراد العينة الموافقين على أن الباقية تقوم برفع وتنمية مستوى معلوماتهم وثقافتهم الرياضية قد بلغت 78.2%، وهذه نسبة تمثل الأغلبية لأفراد العينة، بينما من أجابوا بأنهم غير موافقين قد بلغت نسبتهم 6.3%، وهي نسبة ضعيفة جداً، و قد تشير هذه النتيجة إلى أن للباقية علاقة بقدرتها على الرفع من مستوى الثقافة الرياضية لدى المبحوثين كما أشارت إلى هذا المعنى دراسة ميساء نديم أحمد ومحمد إسماعيل مهدي بأن التعرض للبرامج الرياضية يرفع من مستوى المعرفة الرياضية بشكل كبير. 1

1- نديم، ميساء أحمد، محمد، إسماعيل مهدي، الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين - ديالي، مجلة علوم التربية، العدد الثالث، المجلد الخامس، 2012، ص 22.

جدول رقم 14 يشير إلى مدى جاذبية تقديم الباقة للبرامج الرياضية

النسبة	التكرار	هناك عناصر جذب إعلامي في تقديم هذه البرامج
1.9	6	غير موافق بشدة
7.1	23	غير موافق
22.4	72	محايد
45.0	145	موافق
23.6	76	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح جدول رقم (14) أن مجموع نسب الموافقين تتحصل على 68.6% وهي الأعلى نسبة في الجدول، بينما تتحصل مجموع نسب غير موافقين على 9% وهي الأقل نسبة من أفراد العينة، وعليه فإننا نجد أن أغلب الطلاب يميلون إلى الموافقة على أن هناك جذباً إعلامياً في تقديم البرامج الرياضية في باقة (Bein sports) الرياضية، وذلك بسبب ما تقدمه الباقة من إمكانيات متطورة من حيث جودة الصورة والأداء والتحليلات وعرض البرامج بكل إبداع وحرفية.

جدول رقم 15 يوضح دوافع أفراد العينة نحو متابعة بعض الشخصيات الرياضية

النسبة	التكرار	أحب متابعة بعض الشخصيات الرياضية
3.4	11	غير موافق بشدة
4.7	15	غير موافق
18.6	60	محايد
41.3	133	موافق
32.0	103	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (15) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا أنهم موافقون على مشاهدة الباقية بدافع متابعة بعض الشخصيات الرياضية قد بلغت 73.3%، وهي النسبة الأعلى في الجدول، بينما من أجابوا بأنهم غير موافقين بلغت نسبتهم 8.1% من نسبة أفراد العينة، ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أغلب المبحوثين يرغبون في مشاهدة الشخصيات الرياضية حيث تعرض الباقية أبرز أنواع الرياضات لشخصيات رياضية بارزة في العالم.

جدول رقم 16 يوضح دور الباقفة في تكوين الشخصية الرياضية لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	تمكنني من تكوين شخصيتي الرياضية المستقلة من خلال متابعتي لباقة (Bein sports) الرياضية
8.1	26	غير موافق بشدة
17.4	56	غير موافق
26.7	86	محايد
30.7	99	موافق
17.1	55	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (16) أن أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم غير موافقين على قيام الباقفة بدور في تكوين شخصيتهم الرياضية قد بلغت 25.5%، بينما تصل نسبة من أجابوا بالموافقة إلى 47.8% وهي تمثل أعلى نسبة من بين الإجابات، أما بالنسبة لمن أجابوا بالحياد قد بلغت 26.7% من أفراد العينة، وهذا يشير إلى أن معظم الطلاب يفضلون متابعة الباقفة الرياضية لتكوين شخصيتهم الرياضية، وذلك من خلال كثرة التعرض للباقة وما تبثه من بطولات متنوعة تؤثر في شخصية الجمهور، وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة أحمد محمد عبد الفتاح محمد من أن لوسائل الإعلام دوراً مؤثراً في اكتساب الجمهور للسلوك الرياضي.1

1- أحمد محمد عبدالفتاح محمد، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات طلاب جامعة بنها نحو الرياضة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنها- قسم تربية بدنية، 2014، ص166.

جدول رقم 17 يبين لجوء أفراد العينة إلى باقة (Bein sports) للهروب من الضغوط التي تسببها الأوضاع الراهنة

النسبة	التكرار	أتابع باقة قنوات (Bein sports) من أجل الهروب من الضغوط التي تسببها الأوضاع الراهنة
7.5	24	غير موافق بشدة
21.4	69	غير موافق
19.9	64	محايد
29.5	95	موافق
21.7	70	موافق بشدة
%100	322	المجموع

نلاحظ من خلال عرض بيانات الجدول رقم (17) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم غير موافقين على أنهم يشاهدون الباقة بغرض الهروب من الضغوط التي تسببها لهم الأوضاع الراهنة قد بلغت 28.9%، بينما بلغت نسبة من أجابوا بالموافقة 51.2%، وعليه فإن بيانات الجدول السابق تشير إلى أن أغلب المبحوثين قد يلجؤون إلى متابعة المباريات والبطولات من أجل الترفيه عن النفس، وفي مقابل ذلك فإن غير الموافقين يرفضون اللجوء إلى الباقة من أجل الهروب من الأوضاع الراهنة.

جدول رقم 18 يوضح استخدام باقة (Bein sports) للتشويق في عرض منافسات الألعاب الرياضية

النسبة	التكرار	يعجبني التشويق في منافسات الألعاب الرياضية في هذه الباقة
2.2	7	غير موافق بشدة
5.3	17	غير موافق
14.3	46	محايد
44.7	144	موافق
33.5	108	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح الجدول رقم (18) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم معجبون بالتشويق الذي تستخدمه الباقة في عرض المنافسات والألعاب الرياضية قد بلغت 78.2% وهي الأكبر نسبة بين الإجابات، كما يشير ذلك أيضاً إلى أن أغلبية أفراد العينة يعجبهم عنصر التشويق الذي تستخدمه الباقة في عرض منافسات الألعاب الرياضية، وقد يعود ذلك إلى كثرة ما تقدمه الباقة من بطولات ومباريات تهم الجمهور الرياضي بالدرجة الأولى، وبالإضافة إلى ما أشرنا إليه سابقاً فإن باقة (Bein sports) متحصلة على حقوق النقل الحصري في الوطن العربي للكثير من البطولات والألعاب الرياضية، وبالتالي فإن نقل المباريات البارزة من اختصاصها، وعلى هذا النحو كان الموافقون هم الأكثر حسب إجاباتهم المقدمة في الجدول.

جدول رقم 19 يوضح درجة ثقافة المبحوثين بالقوانين والتشريعات المنظمة للألعاب من متابعتهم لباقة (Bein sports)

النسبة	التكرار	زادت معرفتي بالقوانين والتشريعات المنظمة للعبة من متابعة باقة قنوات (Bein sports)
2.2	7	غير موافق بشدة
5.3	17	غير موافق
14.3	46	محايد
44.7	144	موافق
33.5	108	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (19) أن نسبة أفراد العينة الموافقين على أن الباقة ساهمت في تنمية ثقافتهم بالقوانين والتشريعات المنظمة للألعاب الرياضية قد بلغت 78.2% وهم يمثلون النسبة الأعلى بين الإجابات، بينما بلغت نسبة من أجابوا بأنهم غير موافقين إلى 7.5% وهي الأقل نسبةً بين الإجابات، عليه يتضح أن أغلب الطلاب يعتمدون بشكل كبير على باقة (Bein sports) من أجل التطوير من معرفتهم الرياضية بالقوانين والتشريعات المنظمة للألعاب الرياضية، وهذا يدفعنا للقول بأن احتمال كثرة تعرض الجمهور للتلفزيون قد يعطيهم المزيد من المعلومات بخصوص القوانين الرياضية بجميع أنواع الرياضة.

جدول رقم 20 يوضح مستوى الثقافة الرياضية بمعرفة الشخصيات الرياضية لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	زادت معرفتي بالشخصيات الرياضية من متابعة باقة قنوات (Bein sports)
1.6	5	غير موافق بشدة
4.7	15	غير موافق
20.8	67	محايد
48.4	156	موافق
24.5	79	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (20) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم موافقون بأن مستوى ثقافتهم بالشخصيات الرياضية قد زاد بمتابعة الباقة قد بلغت 72.9%، أما أقل نسبة كانت لمن أجابوا بأنهم غير موافقين حيث بلغت 6.3%، ويشير هذا إلى أن الطلاب الموافقون يمثلون الأغلبية، حيث إنهم موافقون على أن متابعة الباقة يعطيهم المزيد من المعلومات حول الشخصيات الرياضية البارزة بجميع أنواع الرياضة، وأن كثرة التعرض تزيد من المعلومات بحسب دراسة نشوى إمام إبراهيم التي توصلت إلى أن كثرة تعرض الطلاب للتلفزيون يزيد من المعلومات المعروضة على الشاشة،¹ وهذا الأمر قد ينطبق أيضاً على المحتوى الرياضي الذي يقدمه التلفزيون.

1- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيون، دار الفكر العربي، ط2 مصر، 1995، ص109 .

جدول رقم 21 يوضح مستوى ثقافة أفراد العينة بالتواريخ والأحداث الرياضية

النسبة	التكرار	زادت معرفتي بتاريخ الأحداث الرياضية التي وقعت في الماضي فيما يتعلق بتنظيم البطولات والدول المنظمة من متابعة باقة قنوات (Bein sports)
1.9	6	غير موافق بشدة
7.0	20	غير موافق
25.8	83	محايد
40.7	131	موافق
25.5	82	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (21) أن نسبة من أجابوا بأنهم موافقون على أن الباقة ساهمت في زيادة تنمية ثقافتهم بالتواريخ والأحداث الرياضية بلغت 66.2% وهم يمثلون الأغلبية، بينما تمثلت أقل نسبة إجابات بين غير الموافقين على ذلك، ويتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة يعتمدون على باقة (Bein sports) لمعرفة المزيد عن التواريخ والأحداث الرياضية بشأن بتنظيم البطولات، وباعتبار أن الباقة تعرض لقطات تاريخية بخصوص البطولات التي حدثت في السابق، وتستعرض معلومات خاصة بالتنظيمات والتواريخ فيما يتعلق بجميع البطولات السابقة وحتى الحالية، وعليه فإن فرص مساهمتها في زيادة معرفة أفراد العينة بكل ما يتعلق بالرياضة تتعاظم.

جدول رقم 22 يوضح مستوى ثقافة أفراد العينة بمعرفة آراء الخبراء والمختصين في مختلف قضايا الرياضة

النسبة	التكرار	زادت معرفتي بآراء الخبراء والمختصين الرياضيين في مختلف قضايا الرياضة من متابعة باقة قنوات (Bein sports)
2.2	7	غير موافق بشدة
8.1	26	غير موافق
27.3	88	محايد
43.5	140	موافق
18.9	61	موافق بشدة
%100	322	المجموع

من خلال البيانات التي يعرضها الجدول رقم (22) نلاحظ أن نسبة أفراد العينة الموافقين على أن الباقة ساهمت في الرفع من مستوى ثقافتهم بالآراء التي يقدمها الخبراء والمختصين في الشأن الرياضي قد بلغت 62.4% وهي تمثل أعلى نسبة بين الإجابات، بينما تتمثل أقل نسبة إجابات في من هم غير موافقين والبالغة نسبتهم 10.3% من أفراد العينة، ويتبين لنا من ذلك أن البرامج التحليلية وآراء المختصين التي تعرض في باقة (Bein sports) الرياضية تنعكس إيجابياً على وعي المبحوثين بشكل كبير، حيث تعرض الباقة البرامج المختصة بقضايا الرياضة والتحليلات الرياضية التي قد يكون لها تأثير عليهم، وبمقارنة هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الحاجة والبدن نجدها تتفق معها في أن البرامج الرياضية التي تنشر الوعي الرياضي كان لها دور كبير في تنمية الوعي الرياضي لدى المتلقي نتيجة للتعرض للقنوات المستهدفة. 1

1- الحاجة والبدن، حول دور الإعلام البحريني في نشر الوعي الرياضي الأولمبي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين، 1995، ص131.

جدول رقم 23 يوضح مستوى ثقافة أفراد العينة بمضار المنشطات

النسبة	التكرار	زادت معرفتي بمضار المنشطات من خلال متابعتي لباقه قنوات Bein sports
2.5	8	غير موافق بشدة
9.9	32	غير موافق
31.1	100	محايد
39.1	126	موافق
17.4	56	موافق بشدة
%100	322	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (23) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم على معرفة بمضار المنشطات الرياضية بلغت 56.5%، مما يعني أن الباقه تساعد في تنمية الثقافة الرياضية لدى المبحوثين بمثل هذه الأمور، وقد يتوافق ذلك مع نتيجة دراسة كل من شمروخ وكراسنة التي أظهرت أن البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تلعب دوراً متوسطاً في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة، وتزيد من وعيهم الرياضي كلما زادت المشاهدة. 1

1- شمروخ وكراسنة ، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اربد، 2011، ص124.

جدول رقم 24 يوضح مستوى ثقافة أفراد العينة بأنواع الإصابات وطرق علاجها

النسبة	التكرار	زادت متابعتي لبقاة قنوات (Bein sports) من معرفتي بأنواع الإصابات الرياضية وطرق علاجها
2.2	7	غير موافق بشدة
19.3	62	غير موافق
31.1	100	محايد
30.1	97	موافق
17.4	56	موافق بشدة
100.0	322	المجموع

يبين الجدول رقم (24) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم على وعي بأنواع الإصابات الرياضية وطرق علاجها قد بلغت 47.5%، بينما بلغت نسبة إجابات غير الموافقين 21.5% وهي أقل نسبة في إجابات المبحوثين، وتوضح لنا بيانات الجدول السابق أن أغلب أفراد العينة لديهم وعي رياضي بأنواع الإصابات الرياضية ومعرفة طرق علاجها، مما يعني أن الباقية تقدم للمبحوثين العديد من المعلومات حول الإصابات وطرق علاجها وهذا ما ينمي الوعي الرياضي لديهم.

جدول رقم 25 يوضح دور باقة (Bein sports) في تشجيع الطلاب للاشتراك في الأندية والمؤسسات الرياضية

النسبة	التكرار	مشاهدي لبرامج (Bein sports) تشجعي على الاشتراك في الأندية والمؤسسات الرياضية الشبابية
3.4	11	غير موافق بشدة
17.1	55	غير موافق
33.9	109	محايد
28.9	93	موافق
16.8	54	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (25) أن أغلب أفراد العينة قدموا إجابات محايدة بخصوص قيام الباقة بتشجيعهم على الاشتراك في الأندية الرياضية حيث بلغت نسبتهم 33.9%، ويليهم من قدموا إجابات بأنهم موافقون وبلغت نسبتهم 45.7%، وكانت النسبة الأقل ممن قدموا إجابات بأنهم غير موافقين، ومن الملاحظ أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على أن البرامج المعروضة في باقة (Bein sports) تشجعهم على الاشتراك في الأندية الرياضية من خلال ما يبث في الباقة من أنشطة رياضية تقدمها الأندية العالمية، وهذا قد يدفع الطلاب إلى تبني سلوك رياضي بعينه، مثلما تشير دراسة يحي حسين الهندي فايز التي توصلت إلى أن للإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على تعديل الاتجاهات،¹ وهذا الأمر قد ينطبق أيضاً على القنوات الرياضية العامة.

¹ يحي حسين الهندي فايز، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب المدارس بالجمهورية اليمنية، مجلة الإبداع الرياضي، العدد الثالث، المجلد الرابع، 2011-2012م، ص 52-61.

جدول رقم 26 يوضح تحديد أهداف الشخصية لأفراد العينة من متابعة الباقية

النسبة	التكرار	ساعدتني مشاهدتي للبرامج BeIn sports في تحديد أهدافي الشخصية بشكل مفيد
3.7	12	غير موافق بشدة
21.7	70	غير موافق
32.9	106	محايد
26.7	86	موافق
14.9	48	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يشير الجدول رقم (26) إلى أن أفراد العينة الذين أجابوا بالحياد بأن الباقية شجعتهم في تحقيق أهدافهم الشخصية بلغت نسبتهم 32.9% وهي الأعلى بين إجابات أفراد العينة، ويليها نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة على أن الباقية تشجع في تحقيق أهدافهم الشخصية، حيث بلغت نسبتهم 41.6%، وبناءً عليه فإن الذين أجابوا بالموافقة نسبتهم قريبة من نسبة المحايدون، وعلى هذا النحو نرى أن من أجاب بالحياد تجاه هذا الموضوع يمثلون النسبة الأعلى، مما قد يعني أنهم يميلون إلى الحياد في هذه المسألة المتعلقة بدور الباقية في تشجيعهم على تحقيق الأهداف الشخصية أو ليس لها أي علاقة.

جدول رقم 27 يبين دور الباقية في تشجيع أفراد العينة على زيارة المعالم والمؤسسات الرياضية

النسبة	التكرار	شجعتني مشاهدتي للبرامج (Bein sports) على زيارة المعالم والمؤسسات الرياضية
1.6	5	غير موافق بشدة
12.7	41	غير موافق
26.7	86	محايد
37.9	122	موافق
21.1	68	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (27) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة على أن متابعتهم للباقة قد شجعتهم على زيارة المعالم والمؤسسات الرياضية قد بلغت 59% وهي تمثل أغلبية أفراد العينة، بينما نجد نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم غير موافقين على ذلك كانت ضعيفة جداً حيث بلغت 14.3% وهي تمثل الأقلية من المبحوثين، لذا يمكن القول بأن أغلب أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على تشجيع الباقية لهم للقيام بزيارة المعالم والمؤسسات من خلال البرامج التي تحتوي على إبراز الأماكن السياحية الرياضية، والأندية العالمية، مما يخلق لدى المتلقي الرغبة في زيارة هذه المعالم السياحية وهذا ما لاحظناه من بيانات الجدول أعلاه.

جدول رقم 28 يوضح دور الباقية في مساعدة أفراد العينة على تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة الرياضة

النسبة	التكرار	ساعدتني مشاهدتي للبرامج (Bein sports) في تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارستي للرياضة
2.8	9	غير موافق بشدة
13.4	43	غير موافق
28.9	93	محايد
34.2	110	موافق
20.8	67	موافق بشدة
%100	322	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (28) أن النسب متقاربة بين الموافقين وبين المحايدين، حيث بلغت نسبة الموافقين على أن الباقية ساعدتهم في تجنب العادات الرياضية الخاطئة 55%، بينما بلغت نسبة المحايدين 28.9%، في حين أن من أجابوا بأنهم غير موافقين قد بلغت نسبتهم 16.2% وهي أقل نسبة بين الإجابات، ويبدو من النتائج السابقة أن مشاهدة أفراد العينة للباقية قد ساعدتهم في تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة الرياضة، وهذا قد يترك انعكاساً إيجابياً على معارف الجمهور المُشاهد للباقية كما أشارت دراسة فاطمة عباس إلى أن للفنوات الفضائية الرياضية تأثيراً على النواحي المعرفية بشكل كبير.1

1- فاطمة عباس، التلفزيون وأثاره الإيجابية والسلبية على الشباب، مجلة بشرى، العدد 77، 2003م، ص22.

جدول رقم 29 يوضح مساهمة الباقية في وعي أفراد العينة بالتعصب الرياضي

النسبة	التكرار	ساهمت في توعيتي فيما يخص بترك سلوك التعصب الرياضي
4.0	13	غير موافق بشدة
13.7	44	غير موافق
27.3	88	محايد
35.1	113	موافق
19.9	64	موافق بشدة
%100	322	المجموع

من بيانات الجدول رقم (29) نجد أن إجابات أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة على مساهمة الباقية في توعيتهم بضرورة ترك سلوك التعصب الرياضي قد بلغت نسبتهم 55%، بينما بلغت نسبة إجابات غير الموافقين إلى 17.7% وهي أقل نسبة إجابات، ومن هنا يمكن ملاحظة أن أفراد العينة يدركون ما قامت به الباقية من دور تجاههم يتعلق بالمساهمة في ترك سلوك التعصب الرياضي، فمن المتوقع أن مشاهدتهم للباقية قد أثرت في وعيهم الرياضي، وفي هذا المعنى تشير دراسة ميساء نديم أحمد ومحمد إسماعيل مهدي إلى أن هناك علاقة بين مشاهدة القنوات الرياضية وبين التوافق النفسي والاجتماعي لدى المبحوثين، حيث إن التعرض للقنوات الرياضية يساهم في تحقيق التوازن النفسي ويزيد من وعيهم الرياضي. 1

1 - ميساء نديم أحمد ومحمد إسماعيل مهدي، مرجع سابق، ص23.

جدول رقم 30 يبين دور الباقفة في التخفيف من مستوى القلق والتوتر لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	متابعتي لباقة Bein sports تساعدني في التخفيف من مستوى القلق والتوتر
3.1	10	غير موافق بشدة
13.0	42	غير موافق
31.1	100	محايد
28.9	93	موافق
23.9	77	موافق بشدة
%100	322	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (30) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم محايدون تجاه دور الباقفة في مساعدتهم على التخفيف من مستوى القلق والتوتر لديهم قد بلغت 31.1%، بينما بلغت نسبة من أجابوا بالموافقة إلى 52.8%، حيث نلاحظ أن الموافقين يمثلون الأغلبية مما يشير إلى أن مشاهدتهم للباقة له دور مهم في التخفيف من مستوى القلق والتوتر لديهم، وبحسب دراسة الزعبي التي درست أحد البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني إلى أن أغلب الطلاب اتجهوا إلى مشاهدة هذا البرنامج للتخفيف من الضغوطات والتوتر والقلق النفسي لديهم. 1

1- الزعبي، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 1992 م، ص 114.

جدول رقم 31 يوضح مساهمة الباقية في إخراج أفراد العينة من حالات الاكتئاب

النسبة	التكرار	تخرجني متابعتي لباقة (Bein sports) من حالات الاكتئاب
5.9	19	غير موافق بشدة
19.9	64	غير موافق
30.7	99	محايد
28.3	91	موافق
15.2	49	موافق بشدة
%100	322	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (31) أن النسب متقاربة جداً بين من يوافق على قدرة الباقية في إخراجهم من حالات الاكتئاب وبين غير الموافقين على ذلك، حيث بلغت نسبة من يوافق على ذلك 43.5%، بينما بلغت نسبة المحايدون إلى 30.7%، وهنا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يميلون إلى الحياد تجاه هذا الأمر.

جدول رقم 32 يوضح دور الباقية في رفع حالات الإحباط لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	تلعب متابعتي للباقية دور مهم في رفع حالات الإحباط لدي
5.0	16	غير موافق بشدة
22.7	73	غير موافق
34.5	111	محايد
23.9	77	موافق
14.0	45	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يبين الجدول رقم (32) أن أغلب أفراد العينة أجابوا بأنهم محايدون تجاه دور الباقية في رفع حالات الإحباط لديهم حيث بلغت نسبتهم 34.5%، يليها نسبة من أجابوا بالموافقة التي بلغت 37.9%، بينما بلغت نسبة غير الموافقين إلى 27.7% من أفراد العينة، وعليه فإننا نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة اتخذوا موقف الحياد من دور الباقية تجاه هذا الأمر، وعلى هذا النحو يمكن القول بأن حالات الإحباط لدى أفراد العينة تحتاج أكثر من مشاهدة برامج تلفزيونية رياضية للخروج منها.

جدول رقم 33 يبين مساهمة الباقية في إيقاظ الحس الجماعي والحضاري لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	متابعتي للباقية ساهمت في إيقاظ الحس الجماعي والحضاري لدي
1.6	5	غير موافق بشدة
15.5	50	غير موافق
36.6	118	محايد
33.2	107	موافق
13.0	42	موافق بشدة
%100	322	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (33) أن 46.2% من أفراد العينة يوافقون على دور الباقية في إيقاظ الحس الجماعي والحضاري لديهم، بينما تمثل نسبة إجابات المحايدين 36.6% وهي أعلى نسبة بين الإجابات، وعليه نلاحظ أن المحايدين تجاه هذا الدور يمثلون الأغلبية من أفراد العينة مما قد يعني أن للباقية دور في إيقاظ الحس الحضاري والجماعي لدى الطلاب، وهذا المعنى يمثل ما أشارت إليه دراسة أحمد فاروق أحمد محمد أبو عايد من أن للإعلام الرياضي دوراً كبيراً في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للمنتخب الوطني لكرة القدم مما يؤدي لإقالتها، وتأثير ما يبث في التلفزيون الرياضي بصفة عامة على قرارات الاتحاد المصري لكرة القدم، وبصفة خاصة على قرارات إقالة الأجهزة الفنية للمنتخب الوطني لكرة القدم. 1

1- احمد فاروق أحمد محمد أبو عايد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني في الفترة (1995م-2000م)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، 2002م، ص 136

جدول رقم 34 يشير إلى دور الباقية في تعزيز إنتماء أفراد العينة للجماعة والوطن

النسبة	التكرار	مشاهدتي للبرامج الرياضية في باقة (Bein sports) تعزز انتمائي للجماعة والوطن
3.1	10	غير موافق بشدة
10.9	35	غير موافق
39.1	126	محايد
35.4	114	موافق
11.5	37	موافق بشدة
%100	322	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (34) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة حول دور الباقية في تعزيز انتمائهم للجماعة والوطن لديهم بلغت 46.9% وهم يمثلون أغلبية أفراد العينة، يليها نسبة الحياد حيث بلغت نسبتهم 39.1%، وهنا نلاحظ ان لموقف العينة المحايد رأي ويمكن الإشارة إلى أن هذا الموقف قد يشير إلى أنهم غير متأكدين مما إذا كان للباقية دور في تعزيز انتمائهم للجماعة والوطن، غير أن كثرة متابعة هذه القنوات الرياضية يمكن أن يقود أفراد العينة مستقبلاً إلى تكوين موقف إيجابي تجاه هذه المسألة بحسب ما أشارت إليه دراسة أبو حسان من أن للتلفزيون الأردني دوراً في تعزيز الانتماء في خدمة الوطن بشكل إيجابي. 1

1- أبو حسان، دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط - عمان، 2008م، ص 141.

جدول رقم 35 يبين دور الباقية في تقريب العلاقة بين الطلاب وأفراد أسرهم

النسبة	التكرار	قربت البرامج الرياضية في باقية (Bein sports) بيني وبين أسرتي
5.3	17	غير موافق بشدة
16.1	52	غير موافق
33.5	108	محايد
28.9	93	موافق
16.1	52	موافق بشدة
%100	322	المجموع

من بيانات الجدول رقم (35) نلاحظ أن أفراد العينة الموافقين على أن للباقية دوراً في التقريب بينهم وبين أسرهم قد بلغت نسبتهم 45%، وكانت نسبة إجابات المحايدين 33.5%، حيث يمكن ملاحظة أن نسب الإجابات متقاربة جداً، وعند دمج مواقف المحايدين والموافقين على هذه المسألة يمكن الاطمئنان إلى القول بوجود دور أو مساهمة بسيطة للباقية في توطيد العلاقة بين أفراد العينة وأسرهم مما قد يحدث من مناقشة ما تقدمه الباقية من برامج مع أسرهم.

جدول رقم 36 يوضح دور الباقية في توطيد علاقة المبحوثين بأصدقائهم

النسبة	التكرار	مشاهدة باقية (Bein sports) مع أصدقائي وطدت علاقتي معهم
5.0	16	غير موافق بشدة
14.9	48	غير موافق
39.4	127	محايد
28.0	90	موافق
12.7	41	موافق بشدة
%100	322	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (36) أنه لدى أفراد العينة موقف إيجابي من دور الباقية في توطيد علاقتهم بالأصدقاء حيث يوافق ما نسبته 40.7% على قيام الباقية بهذا الدور معهم، بينما يتخذ موقف الحياد نسبة 39.4% من أفراد العينة، وهي أعلى نسبة بين الإجابات، إلا أن النسبة الأقل يمثلها أفراد العينة ممن لديهم موقف غير موافق 19.9%، ونلاحظ من النتائج السابقة أن من يوافق على هذا الدور للباقية يمكن أن يكون قد كونه نتيجة انخراطه مع أصدقائه في مشاهدة برامج الباقية عبر تردهم مع بعضهم البعض في المنازل أو المقاهي، وهذا بالطبع قد يقودهم إلى تكوين علاقات مترابطة تنتج عن مناقشة القضايا الرياضية ومشاهدة المباريات مع بعضهم البعض، والتحاور معاً في القضايا الرياضية ومناقشة كل ما يتعلق بالمباريات والشخصيات الرياضية، وهذا ما يزيد من أواصر الصداقة بين المشاهدين للباقية.

جدول رقم 37 يوضح دور الباقية في زيادة ترابط أفراد العينة بمحيطهم الاجتماعي

النسبة	التكرار	ساعدتني مشاهدتي للباقية في زيادة ترابطي مع محيطي الاجتماعي
3.1	10	غير موافق بشدة
13.7	44	غير موافق
33.9	109	محايد
36.3	117	موافق
13.0	42	موافق بشدة
%100	322	المجموع

نلاحظ في الجدول رقم (37) أن نسبة الموافقين من أفراد العينة على دور الباقية في زيادة ترابطهم مع محيطهم الاجتماعي وصلت 49.3%، يليها نسبة أفراد العينة المحايدون التي تصل إلى 33.9%، وقد بلغت نسبة من أجابوا بأنهم غير موافقين إلى 16.8% من أفراد العينة، وتشير هذه البيانات أن الموافقين على هذا الدور يمثلون أغلبية أفراد العينة، مما قد يعني أن مشاهدتهم للباقية تساعد على تحقيق ترابطهم مع المحيط الاجتماعي، وبالتالي فإن مشاهدة الباقية في منازل الأصدقاء والمقاهي وعند الأقارب تخلق عنصر الحوار حول القضايا الرياضية، كما سبق و أشرنا إلى ذلك في الجدول رقم (7).

جدول رقم 38 يوضح دور الباقية في إبعاد أفراد العينة عن الخوض في المشاركات السياسية

النسبة	التكرار	سأهمت متابعتي الباقية في ابتعادي عن الخوض في المشاركات السياسية
3.1	10	غير موافق بشدة
10.2	33	غير موافق
35.1	113	محايد
28.3	91	موافق
23.3	75	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح الجدول رقم (38) أن أقل نسبة إجابات كانت لأفراد العينة الذين أجابوا بعدم الموافقة على أن للباقية دوراً في إبعادهم عن الخوض في المشاركات السياسية، حيث بلغت 13.3%، بينما بلغت نسبة الموافقين إلى 51.6% من أفراد العينة، وهي الأعلى نسبة بين أفراد العينة، ويلاحظ من النتائج أن أغلب أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على هذا الدور للباقية، وذلك باعتبار أن مشاهدة البرامج الرياضية في باقية (Bein sports) قد تخلق لديهم أجواءً مناسبةً للحديث الرياضي حول أجواء المباريات والبطولات والقضايا الرياضية، ويبعادهم عن أجواء التعصب والمشاركات السياسية الناتج عن مناقشة القضايا السياسية، حيث تدعم النتيجة التي توصلت إليها دراسة شهاب أحمد عكاب هذا الرأي، فهي قد أشارت إلى أن مشاهدة البرامج الرياضية تخلق جو التوافق الذي هو عملية تقوم على التسامح مع الآخرين والمصالحة والتوفيق بين الرغبات المختلفة على أساس الأخذ والعطاء الودي، ويتم ذلك من خلال إيقاف الصراع وجعل العلاقات أكثر اتساعاً والعمل على زيادة مظاهر التوحد والانسجام في الأفكار والقيم والاتجاهات. 1

1-شهاب أحمد عكاب، أثر التمرينات والألعاب في التوافق النفسي والاجتماعي للتلاميذ بطيئي التعلم للصف الرابع الابتدائي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الأساسية، جامعة ديالى 2004، ص 23

جدول رقم 39 يوضح مساهمة الباقية في زيادة روح التعاون لدى أفراد العينة

النسبة	التكرار	ساهمت متابعتي للباقية في زيادة روح التعاون والتماسك لدي مع الآخرين
5.3	17	غير موافق بشدة
11.8	38	غير موافق
39.1	126	محايد
28.9	93	موافق
14.9	48	موافق بشدة
%100	322	المجموع

يوضح الجدول رقم (39) أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم غير موافقين على دور الباقية في زيادة روح التعاون لديهم قد بلغت 17.1%، وهم يمثلون الأقل نسبة في الجدول، بينما بلغت نسبة الموافقين 43.8%، ويتضح من ذلك أن المحايدين تجاه هذا الدور يمثلون الأغلبية من بين الطلاب، وذلك لأنهم غير متأكدين من كون الباقية لها دور في زيادة روح التعاون والتماسك مع الآخرين، يليهما مجموع الموافقين والذين يرون أن للباقية دوراً في زيادة روح التماسك والتعاون لديهم.

جدول رقم 40 يوضح مساهمة الباقية في زيادة مستوى الفهم والاتفاق بين الاصدقاء

النسبة	التكرار	ساهمت متابعتي للباقية في زيادة مستوى فهمي واتفاقي مع الأصدقاء
2.8	9	غير موافق بشدة
14.3	46	غير موافق
33.5	108	محايد
31.1	100	موافق
18.3	59	موافق بشدة
%100	322	المجموع

من خلال عرض البيانات الجدول رقم (40) نجد أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة على دور الباقية في زيادة مستوى فهمهم واتفاقهم مع الأصدقاء قد بلغت 49.4%، يليها 33.5% وهم من يمثل موقف الحياد من هذا الدور، ومن خلال عرض هذه النتائج نلاحظ أن المبحوثين يميلون إلى تبني موقف الموافقة على قيام الباقية بهذا الدور، مما يعني أن للباقية دوراً في زيادة مستوى فهمهم لأصدقائهم، وهذا ينسجم مع ما أشارت دراسة عبيدات التي توصلت إلى أن مشاهدة البرامج الرياضية مع الأصدقاء يعزز من مستوى الفهم بينهم. 1

1- عبيدات، شيرين محمد، دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير بجامعة اليرموك، 2005، ص 146.

ثانياً : عرض النتائج المتعلقة بالفرضيات *

التحقق من الفرضية الأولى :

جدول رقم 41 يوضح قيمة مربع كاي لمستوى العلاقة بين اعتماد أفراد العينة على الباقة وبين متغير النوع

المجموع		لا اعتمد عليها		إلى حد ما		اعتمد عليها		اعتمد عليها بقوة		النوع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
44.0	142	10.5	34	4.9	16	9.6	31	18.9	61	ذكور
56.0	180	21.4	69	8.7	28	16.9	54	9.0	29	إناث
100	322	31.9	103	13.6	44	26.4	85	27.9	90	المجموع

مستوى المعنوية 0.05 درجة الحرية = 3 قيمة كا² = 28.682 القيمة الاحتمالية 0.000
قيمة معامل ارتباط Eta بين متغير رتبي وآخر أسمى = 0.30

تبين بيانات الجدول رقم (41) أن قيمة اختبار مربع كاي لمستوى العلاقة بين اعتماد أفراد العينة على باقة (Bein sports) الرياضية ومتغير النوع قد بلغت (28.682) وقد بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي (0.000) عند مستوى معنوية (0.05)، وبما أن القيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية المحدد فإننا نرفض الفرضية، وعليه يمكن الإشارة إلى وجود علاقة متوسطة تقترب من الضعيفة بين المتغيرين لذا فإن متغير الاعتماد على الباقة في الحصول على المعلومات الرياضية غير مستقل عن متغير النوع، ويدعم هذه النتيجة قيمة معامل ارتباط Eta التي بلغت (0.30)، وبالنظر إلى الجدول رقم (5) في جداول النسب والتكرارات نجد أن نسبة الذكور الذين يشاهدون الباقة بالمقارنة إلى مجموعهم تتفوق على نسبة الإناث وبذلك يمكن القول إن متغير الاعتماد لصالح الذكور أكثر من الإناث.

* - تم التحقق من فرضيات الدراسة من خلال الجداول التي تم عرضها في هذه الجزئية من الدراسة حيث يمثل كل جدول رقم الفرضية المتعلقة به في منهجية الدراسة.

التحقق من الفرضية الثانية :

جدول رقم 42 قيمة اختبار مربع كاي لمستوى العلاقة بين دوافع المشاهدة واعتماد أفراد العينة على باقة (Bein sports) كمصدر للمعلومات الرياضية

قيمة ارتباط Spearman	القيمة الاحتمالية	قيمة كاي ²	درجة الحرية	مستوى المعنوية
0.544	0.000	164.998	45	0.05

يوضح الجدول رقم (42) أن قيمة اختبار مربع كاي لمستوى العلاقة بين دوافع المشاهدة واعتماد المبحوثين على باقة (Bein sports) كمصدر للمعلومات الرياضية قد بلغت (164.998)، وبلغت القيمة الاحتمالية للاختبار (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المحدد، وعليه فإننا نرفض الفرضية، وبالتالي يمكن الإشارة إلى وجود علاقة بين المتغيرين لذا فإن متغير الدوافع غير مستقل عن متغير الاعتماد على الباقة كمصدر للمعلومات الرياضية، وبالنظر إلى الجداول التكرارية أرقام (11-12-13-14-15-16-17-18) فإننا نجد أن مجموع الموافقين الخاص بمحور الدوافع يتفوق على مجموع غير الموافقين، ولهذا يمكن القول إن للدوافع علاقة باعتماد أفراد العينة على الباقة كمصدر للمعلومات الرياضية.

التحقق من الفرضية الثالثة:

جدول رقم 43 يبين قيمة مربع كاي للعلاقة بين مدى اعتماد أفراد العينة لباقة قنوات (Bein sports) ومستوى الضغوطات النفسية والاجتماعية لديهم

قيمة ارتباط Spearman	القيمة الاحتمالية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى المعنوية
0.327	0.002	166.104	117	0.05

يوضح الجدول رقم (43) أن قيمة مربع كاي لمستوى العلاقة بين حجم متابعة أفراد العينة للباقة ومستوى الضغوطات النفسية والاجتماعية لديهم قد بلغت (166.104) والقيمة الاحتمالية (0.002) عند مستوى معنوية (0.05)، مما يشير إلى وجود علاقة بين حجم متابعة المبحوثين للباقة وبين مستوى الضغوطات النفسية والاجتماعية لديهم، وبالنظر إلى جداول النسب والتكرارات نجد في جدول أرقام (8-9) إن حجم المتابعة يتحصل على نسبة عالية مقارنة بغير المشاهدين، وبالتالي يمكن القول بأنه يوجد علاقة بين حجم متابعة الباقة وبين مستوى الضغوطات النفسية والاجتماعية لدى أفراد العينة، غير أن قيمة ارتباط Spearman لا تدعم هذه النتيجة.

التحقق من الفرضية الرابعة :

جدول رقم 44 يوضح قيمة مربع كاي للعلاقة بين مدى اعتماد أفراد العينة لباقة فنون (Bein sports) ومستوى الوعي الرياضي لديهم

قيمة ارتباط Spearman	القيمة الاحتمالية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى المعنوية
0.427	0.000	174.831	111	0.05

يوضح الجدول رقم (44) قيمة مربع كاي للعلاقة بين حجم متابعة أفراد العينة للباقة ومستوى الوعي الرياضي لديهم البالغة (174.831)، ونجد أن القيمة الاحتمالية للاختبار قد بلغت (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05)، ما يعني رفض الفرضية والقول أنه توجد علاقة بين حجم متابعة أفراد العينة للباقة وبين مستوى الوعي الرياضي لديهم، كما نلاحظ من الدراسة الميدانية إن نسب المشاهدة عالية ويمكن ربطها بمستوي الوعي الرياضي الذي تحصل على أعلى نسبة من إجابات أفراد العينة الذين أجابوا بالموافقة كما توضح الجداول أرقام (19-20-21-22-23-24) بالنسبة لمستوى الوعي الرياضي لدى المبحوثين.

التحقق من الفرضية الخامسة:

جدول رقم 45 يوضح قيمة مربع كاي للعلاقة بين مدى اعتماد أفراد العينة لباقة (Bein sports) ومستوى اكتسابهم لمهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي

قيمة ارتباط Spearman	القيمة الاحتمالية	قيمة كا ²	درجة الحرية	مستوى المعنوية
0.337	0.003	102.532	66	0.05

يظهر الجدول رقم (45) قيمة مربع كاي للعلاقة بين حجم متابعة أفراد العينة للباقة ومستوى اكتسابهم لمهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي البالغة (131.173)، وأن القيمة الاحتمالية للاختبار بلغت (0.003)، وهي اقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهنا نرفض الفرضية ويمكن القول بأنه توجد علاقة بين حجم متابعة أفراد العينة للباقة ومستوى اكتسابهم لمهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي، وتدعم قيمة ارتباط Spearman البالغة (0.337) هذه النتيجة حيث كانت قيمته ضعيفة جداً.

التحقق من الفرضية السادسة :

جدول رقم 46 يوضح قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين نوع التخصص في حجم مشاهدة البرامج الرياضية التي تقدمها باقة قنوات (Bein sports)

الانحراف المعياري	Levene's Test اختبار التجانس	الفرق بين المتوسطين	المتوسط الحسابي	التكرار	الفئة
1.640	0.000	6.4	3.16	262	علمي
1.557			3.24	60	أدبي
المتوسط الافتراضي = 3، مستوى المعنوية = 0.05، درجة الحرية = 319، قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين = 0.312، -، القيمة الاحتمالية = 0.755					

من بيانات الجدول رقم (46) تشير قيمة الاختبار القبلي (Levene's Test) لمعرفة مدى جودة تباين عيني الاختبار إلى أن تباينهما متجانس،* عليه تمت المباشرة في التحقق من وجود فروق باستخدام اختبار t لعينتين مستقلتين، وبما أن القيمة الاحتمالية للاختبار البالغة (0.755) أكبر من مستوى المعنوية المحدد بـ (0.05)، فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص العلمي والأدبي في حجم مشاهدتهم للباقة.

* إلا أننا يجب التنبيه إلى أن ضعف جودة التباين قد تخفض من فاعلية ودقة المتوسطات الحسابية التي تم الاعتماد عليها في المقارنة بين المجموعتين.

التحقق من الفرضية السابعة:

جدول رقم 47 قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في مستوى وعيهم بالقضايا الرياضية

الانحراف المعياري	Levene's Test اختبار التجانس	الفرق بين المتوسطين	المتوسط الحسابي	التكرار	الفئة
0.68563	0.909	0.19850	3.5396	262	علمي
0.69442			3.7381	60	أدبي
المتوسط الافتراضي = 3، مستوى المعنوية = 0.05، درجة الحرية = 319، قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين = 2.004، القيمة الاحتمالية = 0.046					

من بيانات الجدول رقم (47) تشير الاختبار القبلي (Levene's Test) لمعرفة مدى جودة تباين عيني الاختبار إلى أن تباينهما متجانس، عليه تم التحقق من اختبار t لعينتين مستقلتين، حيث بلغت القيمة الاحتمالية للاختبار (0.046) وهي أكبر من مستوى المعنوية المحدد بـ (0.05)، فإنه لا توجد فروق بين التخصص العلمي والأدبي في مستوى وعيهم بالقضايا الرياضية.

التحقق من الفرضية الثامنة:

جدول رقم 48 يوضح قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في نمط تعرضهم للبرامج الرياضية

الانحراف المعياري	Levene's Test اختبار التجانس	الفرق بين المتوسطين	المتوسط الحسابي	التكرار	الفئة
0.93424	* 0.383	0.00602	2.5992	262	علمي
0.63349			2.5932	60	أدبي
المتوسط الافتراضي = 3، مستوى المعنوية = 0.05، درجة الحرية = 319، قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين = 0.051، القيمة الاحتمالية = 0.959					

من خلال بيانات الجدول رقم (48) توضح قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لفروق بين متغير التخصص في نمط تعرضهم للبرامج الرياضية، حيث تشير القيمة الاحتمالية للاختبار وهي (0.959) ولأنها أكبر من مستوى المعنوية (0.05) عليه نقبل الفرضية ونقرر بأنه لا توجد فروق دالة إحصائياً بين التخصص العلمي والأدبي في نمط تعرضهم للبرامج الرياضية.

* يجب التنبيه إلى أن ضعف جودة التباين قد تخفض من فاعلية ودقة المتوسطات الحسابية التي تم الاعتماد عليها في المقارنة بين المجموعتين.

التحقق من الفرضية التاسعة :

جدول رقم 49 قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين لحساب الفروق بين متغير التخصص في مستوى دوافعهم لمتابعة برامج باقة قنوات (Bein sports) الرياضية

الانحراف المعياري	Levene's Test اختبار التجانس	الفرق بين المتوسطين	المتوسط الحسابي	التكرار	الفئة
0.700	0.097	-0.018	3.79	262	علمي
0.574			3.81	60	أدبي

المتوسط الافتراضي = 3، مستوى المعنوية = 0.05، درجة الحرية = 319، قيمة اختبار t لعينتين مستقلتين = 0.182، القيمة الاحتمالية = 0.856

يوضح الجدول رقم (49) قيمة اختبار t لحساب الفروق بين متغير التخصص في مستوى دوافعهم لمتابعة برامج باقة قنوات (Bein sports) الرياضية، وبما أن القيمة الاحتمالية للاختبار قد بلغت (0.856) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، وعليه فإننا نقبل الفرضية ونرى أنه توجد لا فروق بين الذكور والإناث في مستوى دوافعهم لمتابعة الباقة الرياضية، ومن خلال ملاحظة قيمة المتوسط الحسابي والذي بلغ (3.79) بالنسبة للتخصص العلمي، بينما التخصص الأدبي يتحصل على (3.81) حيث نلاحظ أن القيمة متقاربة جداً.

النتائج والتوصيات

- النتائج العامة
- التوصيات
- المقترحات
- المراجع
- الملاحق

ثالثاً : نتائج وتوصيات الدراسة

أ- النتائج العامة للدراسة

في ضوء عرض البيانات والنتائج المتعلقة بموضوع الدراسة يمكن صياغة الاستنتاجات

العامة للدراسة في النقاط التالية :

1- جاءت لعبة كرة القدم في المرتبة الأولى كأكثر الرياضات شعبية بين الطلاب حيث تحصلت

على أعلى نسبة مشاهدة بلغت 64.9%، وجاءت السباحة في المرتبة الثانية بنسبة 8%،

وأما المرتبة الثالثة فتحصلت عليها رياضة كرة التنس 7.1%، وجاءت في المرتبة الرابعة كرة

السلة بنسبة 6.4%، والمرتبة الخامسة جاءت برامج الألعاب الأولمبية بنسبة 4.6%.

2- يلجأ أغلب الطلاب لمشاهدة باقة قنوات (Bein sports) الرياضية؛ لأنها تتوافق مع

دوافعهم في تقديم برامج متطابقة مع اهتماماتهم وميولهم الرياضية.

3- للباقة دور مهم في إشباع الميول الذاتية لأغلب طلاب من البرامج الرياضية، بالإضافة إلى

أن أغلب الطلاب يتفوقون على أن الباقة تقدم المنافسات والبطولات الرياضية عبر شاشاتها

بمهارة وإبداع وهذا ما يشبع دوافعهم.

4- اتفق أغلب الطلاب على أن الباقة تقدم البرامج الرياضية بشكل مميز وجذاب، ومن ناحية

أخرى فإن غالبية أفراد العينة يتابعون الباقة من أجل إعجابهم الشديد ببعض الشخصيات

الرياضية البارزة في العالم.

5- هناك فروق لصالح الذكور في حجم المشاهدة البرامج الرياضية بوجه عام وعلى باقة (Bein

sports) الرياضية بوجه خاص.

- 6- تقوم باقة (Bein sports) الرياضية دور مهم في تنمية الثقافة الرياضية للطلاب، حيث تشير النتائج أن لها علاقة بزيادة الوعي الرياضي لدى غالبية أفراد العينة، بالإضافة إلى أهميتها في زيادة مستوى الوعي الرياضي لدى أفراد العينة بنسبة 73% وهذه نسبة قوية وإيجابية، وهنا يمكن القول إن المتابعين لباقة (Bein sports) لديهم مستوى من الوعي الرياضي أكثر من غير المتابعين لها، حيث تساهم الباقة في تعريفهم بالقوانين والتشريعات المنظمة للعبة، وتزودهم بالمعلومات الرياضية التاريخية الخاصة بالأحداث السابقة، وتزيد من وعي أفراد العينة بمضار المنشطات وتزودهم بأنواع الإصابات الرياضية وطرق علاجها وهذا ما يجعل أفراد العينة معتمدين على الباقة بشكل كبير.
- 7- إن أغلب أفراد العينة يلجؤون إلى مشاهدة باقة (Bein sports)، وحيث إن برامجها تتمتع بالتشويق والجاذبية فإن ذلك يجعل من مشاهدتها طريقة مناسبة يستخدمونها للهروب من الضغوط التي تفرضها عليهم الأوضاع الراهنة في ليبيا.
- 8- كشفت النتائج بأنه لا توجد علاقة بين مشاهدة الطلاب للباقة الرياضية وبين ممارسة الطلاب للرياضة.
- 9- تساهم متابعة الطلاب لباقة قنوات (Bein sports) في مساعدتهم على تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة الرياضة لدى أغلب أفراد العينة.
- 10- أن للباقة الرياضية دوراً هاماً في تنمية السلوك والعادات الرياضية لغالبية الطلاب.
- 11- للباقة دور إيجابي في التخفيف من حدة الضغوط النفسية والاجتماعية أثناء مشاهدة المسابقات والبطولات التي تبثها باقة (Bein sports).

12- ليس للباقة علاقة بمساعدة الطلاب باكتساب مهارات التواصل مع محيطهم الاجتماعي.

ب- التوصيات

1- ضرورة اهتمام الإعلام الليبي بتطوير القنوات الفضائية الرياضية والتركيز على استضافة المحللين والخبراء واللاعبين المميزين في مختلف الأنشطة الرياضية وفي مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في تنمية الثقافة لدى الشباب الليبي.

2- زيادة الاهتمام من قبل القنوات الفضائية الرياضية الليبية بالبرامج الرياضية الموجهة إلى فئة الطلبة من كلا الجنسين لنشر الثقافة الرياضية.

3- التركيز على توجيه الطلبة إلى دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية الأكاديمية والاشتراك فيها من قبل الفضائيات الليبية الرياضية .

4- دعوة الجهات الليبية المسؤولة عن المؤسسات الإعلامية الرياضية إلى الاهتمام بالمضامين المعرفية والاجتماعية والتربوية والصحية وعدم الاقتصار على التغطية الإخبارية الرياضية.

5- الاهتمام بالقنوات الرياضية المحلية والاستفادة من باقة bein sports باعتبار ان لها دوراً مؤثراً في الجمهور واستغلال هذا التأثير بشكل إيجابي في تنمية العقل وزيادة المعرفة الرياضية.

6- الحث على الاهتمام بالأنشطة الرياضية في ليبيا بوجه عام من قبل المؤسسات الإعلامية، وعلى الاهتمام بالأنشطة الرياضية الجامعية على وجه الخصوص، حيث من المهم خلق روح التنافس الرياضي داخل الحرم الجامعي، كما يفضل القيام بخلق أجواء الترفيه للطلاب؛

من أجل كسر الروتين والخروج من الضغوطات الدراسية، وذلك من خلال التنوع في الأنشطة الرياضية في الجامعة بتنظيم البطولات بأكثر من رياضة واحدة ككرة القدم والتنس والسلة الخ.

7- إطلاق عدة قنوات رياضية ليبية والاهتمام بالإعلام الرياضي تحديداً، وتشجيع الشباب على ممارسة الرياضة من خلال هذه القنوات، باعتبار أن للإعلام الرياضي دوراً فعالاً في تنمية الثقافة الرياضية وتعديل السلوك الرياضي لدى الجمهور.

8- إنشاء فرق متعددة خاصة بالجامعة للمشاركة في منافسات رياضية مع فرق الجامعات الأخرى من قبل المسؤولين عن الأنشطة الرياضية داخل الحرم الجامعي وذلك مثل: (فريق كرة القدم- فريق كرة سلة- لاعبين تنس الخ...)، ومن هنا يأتي دور الإعلام الرياضي الليبي في نقل هذه المباريات، حيث إنه سيساهم في تحقيق مردود جيد ومقبول من باقي الطلبة، وهذا ما يشجع باقي الطلبة في المشاركة مع زملائهم في كافة الأنشطة الرياضية.

ج- المقترحات

1- إجراء المزيد من الدراسات العلمية المشابهة حول القنوات الفضائية الليبية الرياضية ونشرها للرفع من مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة، وبالتالي الاستفادة منها في تحسين المخزون الثقافي الرياضي لديهم.

2- تشجيع طلبة الجامعات الليبية من قبل المسؤولين على القنوات الرياضية الليبية لمتابعة هذه القنوات، واستغلال أوقات فراغهم في ممارسة الأنشطة الرياضية من خلال توفير إمكانيات كافية لذلك.

3- إجراء دراسات حول أهم البرامج الرياضية التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد النفسية
والمعرفية والصحية والاجتماعية من خلال معرفة قيمة النشاط الرياضي وفوائد الأنشطة
الرياضية على طلبة الجامعات الليبية.

المراجع

أولاً: الكتب العربية

1. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيون، دار الفكر العربي ط2، مصر 1995 .
2. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بال جماهير مكتبة الأنجلو مصرية - القاهرة ، الطبعة الأولى، 1969 م.
3. أبو الفصل جمال الدين ابن منظور: لسان العرب، دار الطباعة والنشر، لبنان، 1997.
4. إحسان أحمد الشافعي، الإعلام الرياضي كحق من حقوق الإنسان في التربية البدنية والرياضية، ط1 ، الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2007 .
5. إحسان أحمد الشافعي، الاتصال في التربية البدنية والرياضية، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء للنشر والتوزيع، 2007 .
6. أديب خضور، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية للنشر، دمشق، الطبعة الثانية، 2005.
7. أديب خضور، الإعلام الرياضي، الإسكندرية، دار الوفاء للنشر والتوزيع، 1989 .
8. تيسير أبو عرجة، الإعلام والثقافة العربية - الموقف والرسالة، دار مجداوي، عمان، 2003 .
9. حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003 م.
10. خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
11. خير الدين عويس، مقدمة في علم الاجتماع الرياضي، دار الفكر العربي، القاهرة 1989.

12. الشافعي، حسين احمد، التربية الرياضية وقانون البيئة، ط1 ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2001.
13. سامي نبيان ، الصحافة اليومية والإعلام الحديث في النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر - بيروت / الطبعة الثانية 1987 م .
14. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط2 ، الدار المصرية، القاهرة، 1986.
15. صالح إبر أصبع، تحديات الإعلام العربي، دار الشروق، عمان 1999.
16. عبد العزيز شرف؛ مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة 1989، ط1.
17. عبدالله بو جلال، الأخبار التلفزيونية للجمهور والمشاهدين، الجزائر، 1992.
18. على طاهر إسحاق إبراهيم، العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية فى الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري، (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2004).
19. عيسى الهادي، دراسات في الإعلام الرياضي التربوي، ط1 - القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012 م.
20. ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، طبعة مزيدة الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.

ثانياً : الكتب المترجمة :

1. بورتسكي، ترجمة : أديب خضور، الصحافة التلفزيونية، دمشق، 1991.
2. بيوكر، تشارلز، ترجمة : حسن معوض وآخرون، مبادئ التربية البدنية ، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1964.
3. ديفيد روي: ترجمة هدى فؤاد، الرياضة والثقافة والإعلام الثالث الصعب، ط1، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2006.

ثالثاً : الرسائل العلمية

1. أبو حسان، دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط - عمان، 2008م.
2. أحمد محمد عبدالفتاح محمد، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات طلاب جامعة بنها نحو الرياضة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنها - قسم تربية بدنية، 2014.
3. احمد فاروق أحمد محمد أبو عايد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني في الفترة (1995م- 2000م)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، 2002م.
4. حسام الدين رफी عبد الخالق، وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير، رسالة ماجستير غير منشورة، 1983م.
5. الحاجة والبدن، 1995" حول دور الإعلام البحريني في نشر الوعي الرياضي الأولمبي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البحرين.

6. رجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012.
7. الزعبي، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 1992 م.
8. شمروخ وكراسنة، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اربد، 2011م.
9. شهاب أحمد عكاب، أثر التمرينات والألعاب في التوافق النفسي والاجتماعي للتلاميذ بطيئي التعلم للصف الرابع الابتدائي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الأساسية، جامعة ديالى 2004.
10. عبيدات، شيرين محمد، دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير بجامعة اليرموك، 2005 م.
11. عثمان محمود شحادة، أثر القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالى - العراق، 2009.
12. عروي عبلة مونية، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، شعبة التربية الحركية، جامعة ورقلة، 2013-2014.

13. فتحي البخاري، مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة مستغانم، 2012-2013.
14. فواز بن جار الله القحطاني، دوافع استخدامات الشباب السعودي للقنوات الرياضية و إشباعاتها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضي للبنين، الرياض - 1429-1430.

رابعاً : المجالات العلمية :

1. خالد زيود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك"مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد الرابع، 2013.
2. الزيود خالد، دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، عام 2013، دولة الإمارات.
3. شاكر نبيل محمود وشحادة عثمان محمود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح، العدد الثالث والأربعون، كلية التربية الرياضية | جامعة ديالي، كانون الأول 2009.
4. شمروخ نبيل وكراسنة دراء، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، مجلة بحوث التربية الشاملة، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الزقايق، سنة 2011، المجلد الأول.
5. العبادي جلال عبد : أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب، مجلة التربية الرياضية، العدد12، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 1996.

6. عمار طاهر، التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 6-7، 2006.

7. فاطمة عباس، التلفزيون وآثاره الإيجابية والسلبية على الشباب، مجلة بشرى، العدد 77، 2003م

8. محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت 1998، العدد 2.

9. د. محمود شمال حسن، نحن والبنث الفضائي - دراسة الآثار النفسية والاجتماعية المحتملة للبنث الوافد من الفضاء في المجتمع العربي، مجلة الدراسات الاجتماعية، العدد 2، السنة الأولى، بيت الحكمة، بغداد، 2000م.

10. مزروع السعيد، الرياضة بين الواقع و الاحتراف، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 7 ، 2010 .

11. نديم، ميساء أحمد، محمد، اسماعيل مهدي، 2012 : الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين - ديالى، مجلة علوم التربية، العدد الثالث، المجلد الخامس

12. يحي حسين الهندي فايز، تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب المدارس بالجمهورية اليمنية، مجلة الإبداع الرياضي، العدد الثالث، المجلد الرابع، 2011-2012م.

خامساً : شبكة المعلومات الدولية :

1. شبكة المعلومات الدولية، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تم لاطلاع عليها تاريخ

2017-5-16

2. شبكة المعلومات الدولية، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تم الاطلاع بتاريخ 16-5-

2017

3. شبكة المعلومات الدولية <http://mawdoo3.com> ، تم الاطلاع عليها في تاريخ

2016\6\22

4. شبكة المعلومات الدولية <http://mawdoo3.com> ، تم الاطلاع عليها في تاريخ

2016\6\22

5. شبكة المعلومات الدولية <https://ar.wikipedia.org/wiki> تم الاطلاع عليها في تاريخ

2016\6\22

6. شبكة المعلومات الدولية <https://ar.wikipedia.org/wiki> تم الاطلاع عليها في تاريخ

2016\6\22

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (1) :

الكلية

التخصص

السنة الدراسية أو الفصل الدراسي

تعليمات الاستبيان

ضع إشارة (✓) فقط داخل المكان المخصص للإجابة التي تناسبك.

أولاً : البيانات العامة

س1

الإجابة	الجنس	ت
	ذكر	1
	أنثى	2

س2

الإجابة	فئة العمر	ت
	أقل من 20 سنة	1
	من 20 إلى أقل من 22 سنة	2
	من 22 إلى أقل من 24 سنة	3
	24 سنة فما فوق	4

س3

ت	الحالة الاجتماعية	الإجابة
1	اعزب	
2	متزوج / ة	
3	أرمل/ة	
4	مطلق/ة	

س4

ما متوسط دخلك أو دخل أسرتك الشهري بالدينار الليبي؟ (اكتب الإجابة بالأرقام)
--

ثانياً : محور مشاهدة البرامج الرياضية

س5

كيف تصف مشاهدتك لباقة قنوات Bein Sports	لا اشاهد غيرها	غالباً	أحياناً	نادراً	لا أشاهدها مطلقاً
?					

س6

ما مدى اعتمادك على القنوات الرياضية الآتية في الحصول على المعلومات الرياضية:-	اعتمد عليها بقوة	اعتمد عليها	إلى حد ما	لا اعتمد	لا اعتمد مطلقاً
1- باقة قنوات Bein sports الرياضية					
2- أبوظبي الرياضية					
3- قنوات المصرية الرياضية					
4- قنوات الأوروبية الرياضية					
5- قنوات اخرى اذكرها					

س7 حدد اجابة واحدة فقط من كل فقرة

أفضل مشاهدة باقة Bein sports في الحالات التالية :	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	لا اشاهد مطلقاً
1- بشكل مفرد					
2- مع الأصدقاء في المنزل					
3- مع العائلة في المنزل					

					4- وسط الحضور في المقهى
					5- مع الأصدقاء في المقهى
					6- مع الأقارب

س8 حدد إجابة واحدة فقط

أكثر من 5 ساعات	من 4 ساعات الي 5 ساعات	من 3 ساعات إلى 4 ساعات	من ساعتان إلى 3 ساعات	اقل من ساعتان	كم عدد ساعات مشاهدتك لباقة Bein sports

س9 حدد إجابة واحدة فقط

كل ما سبق	حسب مواعيد البطولات فقط	النشرات فقط	حسب مواعيد المباريات	بشكل يومي	ما مدى انتظام مشاهدتك لباقة Bein sports

س10 رتب البرامج التي تشاهدها في باقة bein sports حسب الأفضلية بالأرقام من 1 إلى 9 في المكان المخصص للإجابة .

رقم الأفضلية	رتب بالأرقام البرامج الرياضية التي تشاهدها في باقة Bein sports حسب الأفضلية	ت
	برامج كرة القدم	1
	برامج كرة السلة	2
	برامج كرة التنس	3
	البرامج الحوارية الرياضية	4
	برامج التحليلات الرياضية	5
	السياحة	6
	الأخبار الرياضية	7
	حصاد الاسبوع	8
	برامج الالعاب الاولمبية	9

تالماً : محور دوافع مشاهدة البرامج الرياضية

س11 نأمل الإجابة عن كل فقرة من الفقرات الآتية بوضع علامة (✓) على الإجابة التي تتوافق مع رأيك

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1- تتوافق البرامج الرياضية في باقة Bein sports مع ميولي واهتماماتي
					2- باقة Bein sports تقوم بإشباع حاجاتي من البرامج الرياضية
					3- تقوم هذه الباقة برفع وتنمية مستوى معلوماتي وثقافتي الرياضية

					4- هناك عناصر جذب إعلامي في تقديم هذه البرامج
					5- احب متابعة بعض الشخصيات الرياضية
					6- يمكنني تكوين شخصيتي الرياضية المستقلة من خلال متابعتي لباقة Bein sports
					7- أتابع باقة قنوات Bein sports من أجل الهروب من الضغوط التي تسببها لي الأوضاع الراهنة
					8- يعجبني التشويق في منافسات الألعاب الرياضية في هذه الباقة

رابعاً : محور المتعلق بتنمية الثقافة الرياضية

س12

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1- زادت معرفتي بالقوانين والتشريعات المنظمة للعبة من متابعة باقة قنوات Bein sports
					2- زادت معرفتي بالشخصيات الرياضية من متابعة باقة قنوات Bein sports
					3- زادت معرفتي بتاريخ الاحداث الرياضية وحتى التي وقعت في الماضي فيما يتعلق بتنظيم البطولات والدول المنظمة من متابعة باقة قنوات Bein sports
					4- زادت معرفتي بأراء الخبراء والمختصين الرياضيين في مختلف قضايا الرياضة من متابعة باقة قنوات Bein sports
					5- زاد وعي بمضار المنشطات من خلال متابعتي لباقة قنوات Bein sports .
					6- اعرف اغلب الشخصيات الرياضية البارزة في العالم
					7- زادت متابعتي لباقة قنوات Bein sports من معرفتي بأنواع الإصابات الرياضية وطرق علاجها
					8- مشاهدتي لبرامج Bein sports تشجعتني على الاشتراك في الأندية والمؤسسات الرياضية الشبابية
					9- ساعدتني مشاهدتي للبرامج Bein sports في تحديد أهدافي الشخصية بشكل مفيد
					10- شجعتني مشاهدتي للبرامج Bein sports على زيارة المعالم والمؤسسات الرياضية
					11- ساعدتني مشاهدتي للبرامج Bein sports في تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارستي للرياضة
					12- ساهمت في توعيتي فيما يخص بالتعصب الرياضي

خامساً : محور علاقة متابعة الباقية بالضغوطات النفسية والاجتماعية

س13 ضع علامة (✓) على الإجابة التي تناسبك

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1-متابعتي لباقة Bein sports تساعدني في التخفيف من مستوى القلق والتوتر
					2- تخرجني متابعتي لباقة Bein sports من حالات الاكتئاب
					3- تلعب متابعتي للباقة دور مهم في رفع حالات الإحباط لدي
					4- متابعتي للباقة ساهمت في إيقاظ الحس الجماعي والحضاري لدي
					5- متابعتي للبرامج الرياضية في باقة Bein sports تنمي لدي سلوك التسامح وتبعدني عن التعصب
					6- مشاهدتي للبرامج الرياضية في باقة Bein sports تنمي لدي مفهوم الانتماء للجماعة والوطن
					7- قربت البرامج الرياضية في باقة Bein sports بيني وبين أفراد أسرتي
					8- مشاهدة باقة Bein sports مع أصدقائي وطدت علاقتي معهم
					9- ساعدتني مشاهدتي للباقة في زيادة ترابطني مع محيطي الاجتماعي
					10- ساهمت متابعتي للباقة في ابتعادي عن الخوض في المشادات السياسية
					11- ساهمت متابعتي للباقة في زيادة روح التعاون والتماسك لدي مع الآخرين
					12- ساهمت متابعتي للباقة في زيادة مستوى فهمي و اتفاقي مع الأصدقاء

انتهي الاستبيان وشكراً على حسن تعاونكم

الملحق رقم (3) :

احصائية بعدد الطلبة الدارسين بالكليات جامعة بنغازي للعام الجامعي

2017 / 2016 م.



مجموع الكلي	غير لبييون			لبييون			الكليات
	مجموع	اناث	ذكور	مجموع	اناث	ذكور	
6570	128	93	35	6442	4670	1772	الآداب
16589	244	101	143	16345	7191	9154	الاقتصاد
2389	6	4	2	2383	1594	789	الحقوق
5524	74	43	31	5450	1676	3774	العلوم
7238	274	84	190	6964	1745	5219	الهندسة
4827	107	64	43	4720	3412	1308	طب بشري
2051	0	0	0	2051	1665	386	طب اسنان
2371	55	33	22	2316	1785	531	الصيدلة
1758	66	53	13	1692	1410	282	صحة العامة
617	23	14	9	594	552	42	التربية
2143	34	15	19	2109	1075	1034	تقنية المعلومات
260	6	3	3	254	196	58	التمريض
873	36	24	12	837	358	479	الاعلام
324	0	0	0	324	194	130	العلوم التقنية الطبية
5354	1008	531	509	51784	27025	24759	المجموع العام

قسم التسجيل والقبول



**role of Bein Sports channels in the development of sports culture
from the perspective of university students**

By

Abdullah soliman mdegish

supervised

Dr. Khaled said asbita

abstract

The aim of this study is to learn about the role of Bein sports in the development of sports culture among the students of Benghazi University. The problem of the study is that there is an imbalance in the sports knowledge among the university students . There is also a problem with the behavior and habits of some college students because they don't watch much sports on the television and much young people suffer from psychological stress because of the bad situations in Libya, and those are the roles of the (bein sports) channels in reducing the high .pressure on the students

The goals of the study are:

- to Find out the reason why students watch this sports channel**
- Follow up the size, pattern and habits of the university students to watch the sports programs in general and the Bein sports in particular.**
- To understand how the Bein sports channels contributed to make changes in the sports culture of the university students in general. This goal is divided into the following sub-goals:**
 - *To know the university students level of the knowledge and the awareness of sports in s various types and laws.**
 - *Detect the relationship between students' viewing of this package and their level of sports awareness.**
 - *Detect the relationship between watching this package and the students' regular exercise.**
- Knowing the role that is played by the Bein sports channel in developing students' sports habits.**

-Knowing the role that can be played by the coverage of the Bein sports channel in alleviating the pressures that imposed by the current situations in Libya on the university students.

-To know the reflection of students' view of the Bein sports channel (sports) to provide them with the communication skills to communicate with their social environment.

The researcher used the theory of "reliance on the media" in his study. The descriptive approach was also used in this study. In addition, the questionnaire was used mainly. It is divided into several axes according to the objectives of the study. (400) students from all the literary and scientific schools. The results showed that sports package has a positive role in providing sports culture, that there are differences in favor of males in the size of sports knowledge and the size of the viewing. And That made them subscribe in sport clubs and to show them the exercise behaviors and the laws of the game in the right way.

The most important recommendations of this study are:

-The importance of attention to the channels of Libyan sports satellite channels specialized in sports, and focus on hosting analysts, experts and players distinguished in various sports activities in the areas of health, fitness and other areas.

-Increase interest by Libyan sports channels in sports programs Directed to the category of students in both sexes to spread the sports culture.

-Focusing on directing students to the sports satellite channels to spread sports culture and participation in it by Libyan sports satellite channels.

-Invite sports media institutions to pay attention to the contents of knowledge, social, educational and health, not only limited to sports news coverage.

-Pay attention on local sports channels, as they have an influential role in the public, and the use of this influence positively develops the mind and increases the knowledge of sports.



**role of Bein Sports channels in the
development of sports culture from the
perspective of university students**

By

Abdullah soliman mdegish

Supervised

Dr. Khaled said asbita

**This Thesis was submitted in partial fulfillment of the
requirements for master's degree in radio and Television.**

University of Benghazi

faculty of media

December 2018