

دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير بعض الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة

***د. محمد فتحى الشويل**

***منسق التدريب الإداري بالمركز الجامعي للتطوير المهني بجامعة المنصورة**

مقدمة ومشكلة البحث:

يشكل الاعلام الرياضي غسراً أساسياً من عناصر المجتمع الرياضي مهما كُت درجة تطوره، فالعلاقة بين الاعلام والرياضة علاقة جلية المعالم، فقد أسهم الاعلام الرياضي في تطور وانتشار الرياضة واشباع حاجات الرئى العام، ذلك ان الرياضة نظام اجتماعي يكمل عمل المؤسسات التربوية.

وينكر عصام بدوي (٢٠٠٢) ان الاعلام له ضرورة هامة في لي مجتمع حيث يعد تقدم العلم والمعرفة وتطبيق النظريات العلمية في سائر نواحي الانسانية وكلما زاد المجتمع تعقيدا بفضل التقدم التكنولوجي اصبح الاعلام اشد اهمية واكثر ضرورة فلا يرجى للمجتمع نفسه ليصيب من الخير مالم تتوافق عناصره وتتكيف جماهيره مع منظمات الاهلية والحكومية والإعلامية ولإعلام ليس الا احدى هذه الوسائل الهامة التي يتم من خلالها التفاهم والانسجام عن طريق المشاركة في الخبرة (١٢: ٣٥)

يعد الإعلام الرياضي من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الأعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم ، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وان اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور لى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي ، والذي له ادوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها شو وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية. (٢١: ٢١)

وللتقافة دور بارز في مساعدة الفرد على التنبؤ بالسلوك الانساني، اذ ان معرفتنا بتقافة مجتمع ما تسهل علينا ما يمكن ان يصدر افراد تلك المجتمع من سلوكيات في احتكاكهم مع غيرهم من الافراد . او تفاعلهم او بناء علاقات اجتماعية معهم ، سواء كان ذلك ضمن اطار المجتمع الواحد او خارجه وان السلوك الثقافي لا ينتقل بالوراثة ، وانما يكتسب من طريق الاسرة والرفاق والمدرسة والمجتمع على النحو عام. (١٤ : ٢٠٣)

يتعين على الفرد الرياضي ممارساً أو مشاهداً أن يفهم ويستوعب قدرًا ملائمًا من الثقافة الرياضية فهناك أمور و موضوعات للثقافة الرياضية لها طبيعة ثقافية عامة كالتاريخ المتصل بالإنجازات الاولمبية أو الدولية للرياضة خاصة تلك المتصلة ببلده. (٣ : ٨٥)

وللتقافة الرياضية دور متميز في نشر الوعي الثقافي الرياضي بين المجتمعات، ووسائل نشر الثقافة الرياضية عديدة وكثيرة ومهمة في الوقت نفسه. وان الأثر للثقافة الرياضية لا يقتصر على تربية الفرد جسمياً وإنما يمتد التأثير ليشمل النواحي النفسية والسلوكية والفكرية واكتساب المهارات المفيدة للحياة العملية ، هذا من جانب ومن جانب آخر فان تأثيرها لا يقتصر على من يمارسها وإنما على من يشاهدها كذلك ، ولهذا فمن الممكن القول أن الثقافة الرياضية ذات اثر تربوي لأفراد المجتمع (١٥ : ١٠٨).

ويعد الأعلام شريكاً أساسياً في تطور المنظومة الرياضية وان الرياضة من المواد الشديدة الأهمية للبرامج الاعلامية تضافي عليه رونقاً وجمالاً وأصبح هذا الدور يتعدى حد المتعة والترفيه إلى التأثير في قضايا المجتمع ومن تلك القضايا التعصب والشغب وغيرها من القضايا المهمة التي تشغل الرأي العام، وتعد ظاهرة شغب الملاعب من الظواهر السلبية التي باتت تهدد الاستقرار الرياضي في المجتمعات المختلفة.

ويوضح محمود خالد الزيود (٢٠١٣) أن للإعلام دور هام، في تغير القيم والمعايير السائدة لسائدة في المجتمع، فالإعلام في الحقيقة مهنة ورسالة، وليس مجرد شعارات تتغير وتبديل بتغير الأهواء، بل هو عقل مفكر له هدف وغاية، وصوت يطلب عقول الرأي العام المسؤول، فهو فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه و التقويم بما يعود بالنفع و الفائدة على المجتمع، وقد تزامن تطور مخلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة. كان انتشار الرياضة أساساً بسبب بسبب دور الإعلام التي ساهم بأجهزته المقروءة و المسموعة و المرئية في التعريف بالرياضة ونشر ونشر الثقافة الرياضية بين الناس، ومن هذا المنطلق فيشكل الإعلام الرياضي أهمية في حياة الإنسان

الإنسان ويعتبر الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية حضارية هامة في المجتمعات الحديثة ولقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام المختلفة وتظهر أهمية الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات و البيانات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة. (١٧ : ٢٦٤)

الإعلام الرياضي ما هو الا عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأشطة الرياضية للجمهور قصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي، ويعد الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤتي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها بمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي وله وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة (٢٠ : ٣٠٥).

و العصر التي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد حدث هذا التطور طلبات جديدة من لجمهور الرياضي التي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية، وتعد الفضائيات من وسائل الاتصال لجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت الفضائيات الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم (١٩ : ٢٤٣)

وتعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل وتعبر عن عن مستوى تطور و تقدم الأمم ومجتمعاتها، لذلك فأن من لعب التميز بين الرياضة ووسائل الإعلام 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 ووضع الرياضي الرياضي ومفهوم الرياضة كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى، إذ استغلت الفضائيات من خلال احتكارها بث الأحداث الرياضية والترويج والترويج للرياضة أو بطل ما وسيلة لتحقيق الربح في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاهلبي أو كجزء من الثقافة العامة والبناء الوطني والقومي، ووسيلة لبناء الإنسان القوي المتوازن نفسياً وجسدياً، وهناك أنظمة

نُظْمة تستخدم المضائيات الرياضية لتحقيق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين لطابع الثقافي الثقافي والتربوي وطابعها الاقصلي والتجاري. (٢٣ : ٣٤٠)

في كل مجتمع من المجتمعات هناك مؤسسات معينة تقوم بتنشئة الطلاب وتنشئهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، إضافة إلى تلقيهم المعارف والعقائد الرياضية التي شكل بيئتهم الثقافية وللضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة والجامعة بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومركز الشباب.

وتظهر الإثارة الجماعية جلية وواضحة لدى طلاب الجامعات باعتبارهم أوسع شريحة مجتمعية متابعة للمباريات والبطولات الرياضية وأحيانا تبرز من خلال المتابعة علامات السخط والسلوك السلبي بعد المباريات نتيجة هزيمة الفرق الرياضية التي يشجعون وأحيانا تتطور إلى شغب الملاعب، وتعتبر هذه السلوكيات سمه وضحة يبرزها الإعلام الرياضي وتدور حولها نقاشات إعلامية في آليات التعامل والتعاطي من هذه الأزمات، وتلجا وسائل الإعلام المرئية في كثير من الأحيان إلى استضافة المعنيين بالمتابعة سواء كانوا من لطلاب أنفسهم (المشجعين) أو من يطلع بأمر الرياضة المحلية .

وهنا يدخل هنا دور الإعلام في إدارة الأزمات وقدرته على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة من خلال دعوة لطلاب الجامعيين إلى حسن التصرف في أوقات الأزمة (١٨ : ٢١٧).

إن المتابع للقنوات الرياضية المضائية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتعطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جلية للمشاهدين على امتداد قارات العالم ونظرا لما تقدمه هذه المضائيات من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون لطلاب في المرحلة الجامعية من لشرائح المهمة التي يعول عليها عملية النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد. (١٧ : ٢٥٥)

ومن خلال عمل البحث بجامعة القصورة وملاحظة عن كّب لدرجة اهتمام لطلاب في البرامج في البرامج الرياضية المتنوعة والتي لا ترقى إلى الحد المأمول وقد عززت هذه النظرة توجهي لتناول هذه الدراسة (ضمنون المشكلة)، كما وجد البحث ضرورة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في

الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة الضورة باعتبارهم لشريحة الأكبر من جماهير جماهير ومشجعي الألعاب المختلفة.

ومن أجل الاطلاع على دور وسائل الإعلام والبرامج الرياضية التي تتناولها هذه الوسائل في نشر الثقافة الرياضية والاطلاع على مجمل الأنشطة الرياضية المحلية والعالمية بين صفوف لطلاب كان لابد من إجراء هذه الدراسة للوقوف على حقيقة المشكلة ودرجة انتشارها .

وكون هذه الدراسة تتناول الواقع المبني على طبيعة المشكلة وحجم نسبتها بين لطلاب فان حيثيات النتائج المتوقعة تعطي فرصة للقائمين على البرامج الإعلامية الرياضية لتعزيز الثقافة الرياضية لدى جماهير عض الاندية المصرية من طلاب الجامعات.

هدف البحث:

التعرف على الدور التي يؤديه الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير بعض الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة.

فرض البحث:

وجود فرق ذات دلالة إحصائية للإعلام الرياضي وعلاقته لنشر الثقافة الرياضية لدى جماهير بعض الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة

مصطلحات البحث:

الاعلام الرياضي:

يعرف الاعلام الرياضي بأنه نشاط رياضي يقدم فيه معلومات ثقافية ، ويزود الجمهور بالمعلومات والمعارف والحقائق الرياضية عن طريق الوسائل المختلفة سواء المرئية او المقروءة او المسموعة وذلك بهدف نشر المعرفة والثقافة الرياضية بين افراد المجتمع (١ : ٣٣).

الثقافة الرياضية:

وتعرف الثقافة بأنها مجموعة من العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون للأنشطة الرياضية المختلفة والتي يكتسبها من البيئة ويتزود من طريق خبراته الخاصة سواء بالمشاهدة او الممارسة او القراءة لتلك الانشطة الرياضية. (٨ : ١١)

الدراسات المرجعية:

١ - دراسة الطيب حاج إبراهيم عبدالله (٢٠١٥) هفت إلى التعرف على دور لمحف الرياضية في الرياضية في تعزيز الاتجاهات الموجبة نحو الرياضة، واشتلت عينة الدراسة على (١٠١)

(١٠١) فردا" من هم المعنيون بحكم وظائفهم ومسؤولياتهم الأكاديمية والرقابية، وأظهرت نتائج نتائج الدراسة لوجود ضعف في الأداء المهني في لمف الرياضية، ولا يوجد اهتمام في لجولب لجولب الثقافية لى لمف الرياضية كمكونات فكرية ووجدانية، وأوصت إلى السعي للإعداد للإعداد العلمي التصبي بمجالات الإعلام الرياضي.(١٠)

٢- دراسة جاسم خليل ميرزا (٢٠١٤) هفت إلى التعرف الى اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لى الجمهور الرياضي، وكلت عينة الدراسة مكونة من (٨٨٤) فردا" تم اختيارهم عشوائيا" بواقع (٥٤٧) من الذكور و (٣٣٧) من الإناث، وأظهرت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نوعية الألعاب الرياضية التي يهتم بها لجمهور تبعا" لمتغيرات (الجس، الفئة العمرية، المهنة، الجنسية ومدى ممارستهم للنشاط الرياضي)، وأظهرت النتائج أن برنامج الإعلام الرياضي في دولة الإمارات العربية المتحدة تساهم مساهمة فعالة وبدرجة تأثير عالية في ترسيخ القيم الرياضية لى لجمهور الرياضي وأظهرت أن هناك دور سلبي للإعلام الرياضي من وجهة نظر لجمهور الرياضي، وبشكل خاص فيما يتعلق بتأثيره الكبير على زيادة مستوى لشن الإعلامي بدفع الجماهير الى اتخاذ سلوك مضاد للمجتمع.(٦)

٣- دراسة محمود خالد الزبيد (٢٠١٣) دراسة هفت إلى التعرف إلى مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، وتحقيق أهداف الدراسة قام بالبحث بتصميم استبانة تكونت من (٤٢) فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال التنافسي والمهني و الترويحي و لصحي)، ثم توزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها (٣٩) امرأة أردنية، وأظهرت النتائج وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كلفت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيراً لصحي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل). وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنوعية القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء ولاعين مميزين في مخف الأنشطة الرياضية في مجالات لصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في رقي الشعوب.(١٧)

٤ - قام وينسج و بروس (Wenning&Broce, ٢٠٠٣) بدراسة بعنوان " تمثيل وسائل الإعلام للجنس خلال الأحداث الرياضية العالمية" هفت الى هس ظروف التي تخرج فيها لصحافة من المألوف من حيث تعاملها مع المرأة وهذه لظروف في الأحداث الرياضية الكبيرة، مثل الألعاب الاولمبية، أي هل تختفي الفروق الجنسية والعرقية عند التركيز على الأحداث الرياضية الكبيرة من حيث تعمل لصحافة مع المرأة الرياضية الناجحة. وقام الباحثان بتحليل حول العداء الاسترالية كاتي فريمان لحائزة على الميدالية الذهبية في سباق (٤٠٠م) عدو للسيدات ضمن منافسات الألعاب الاولمبية في سيدني عام (٢٠٠٠)، حيث شمل التحليل هس صف استرالية. أظهرت نتائج الدراسة ان التغطية الإعلامية للرياضة النسوية لا تعد للجنس عاملا هاما في تحديد الهوية، وان للجنس لا ينال أية أهمية في التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية الكبيرة، مثل الألعاب الاولمبية خصوصا بالنسبة للمرأة. (٢٤)

٥ - أجرى مارتن (Martin, ٢٠٠٠) دراسة بعنوان "أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية"، هفت التعرف إلى دور الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية وكلفت عينة الدراسة مقصورة على أربع نساء مشاركات بالرياضيات المشتركة مع الذكور حيث استخدم أسلوب المقابلة حيث تناولت الحديث عن تاريخهن الرياضي وصعوبات التي تواجههن ونظرة المجتمع لرياضة المرأة. وأظهرت الدراسة من خلال أراء الفقرات الأربعة عدم الاهتمام بالرياضة النسائية، وأن الإعلام لم يغط تلك الرياضة بشكل صحيح، وأن الذكور هم المسيطرون، ويجب العناية بالرياضة النسائية. وأوصت الدراسة بإجراء دراسات حول أسباب هس التغطية الإعلامية وعدم الاهتمام بالرياضة النسوية. (٢٢)

منهج البحث

أستخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب (المسحي بطريقة الدراسات الارتباطية) لحل مشكلة البحث بوصفه أكثر المناهج ملائمة للوصول إلى أهداف البحث.

مجتمع البحث

يتحدد مجتمع البحث الحالي في جماهير بعض الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة.

عينة البحث

تم اختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية من جماهير جـ الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة وبلغ اجمالي العينة ١٥٠٠ مفردة، كما تم اختيار عينة اخري استطلاعية وبلغت ١٣٠ مفردة من نفس مجتمع البحث وخارج العينة الأساسية ويوضح جدول (١) بيان عددي ونسبي لعينة البحث.

جدول (١)

بيان عددي ونسبي للعينة قيد البحث

م	الاندية	الاساسية	الاستطلاعية	المجموع
١	الاهلي	٤٩٦	٤٣	٥٣٩
٢	الزمالك	٤٥٣	٤١	٤٩٤
٣	الاسماعيلي	٢٨٨	٢٦	٣١٤
٤	الاتحاد	٢٦٣	٢٠	٢٨٣
	الإجمالي	١٥٠٠	١٣٠	١٦٣٠

مجالات البحث

- المجال المكاني: وتتضمن في بعض محافظات جمهورية مصر العربية.
- المجال الزمني: تم تطبيق البحث في الفترة من ٧ / ٥ / ٢٠٢٢ حتى ٢٣ / ٦ / ٢٠٢٢ .

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث في جمع البيانات المتعلقة بهذا البحث على مجموعة من الأدوات، وهي:

- مقياس الثقافة الرياضية (أعداد الباحث).
- المقابلات الشخصية.
- المصادر والمراجع العلمية والدراسات والبحوث المرتبطة.

مقياس الثقافة الرياضية:

إجراءات بناء مقياس الثقافة الرياضية:

١ - الهدف من بناء المقياس:

إن الهدف من بناء المقياس هو تحديد الغرض منه تحديداً واضحاً وأن أحد أهداف البحث الحالي هو بناء مقياس الثقافة الرياضية وتطبيقه على عينة البحث من جماهير جـ الاندية الرياضية من طلاب جامعة المنصورة لغرض التعرف على ما يمتلكونه من ثقافة رياضية.

٢ - مكونات مقياس الثقافة الرياضية:

قام الباحث بالاطلاع على البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الثقافة الرياضية ، وقد اسفر علي أن مفهوم الثقافة الرياضية هو نمط محدد من التوجيهات والاتجاهات إزاء النشاط الرياضي وإزاء النظام الرياضي بأجزائه المختلفة والاتجاهات إزاء دور الذات في النظام وفي نمط الاتجاهات والتوجهات الفردية تجاه الرياضة، والتي يشترك فيها أفراد النظام الرياضي، إنها العالم الشخصي الذي يكون أساس للأفعال الرياضية والذي يعطيها معنى وهي تتضمن التوجهات المعرفية والتوجهات العاطفية والتوجهات التقييمية، إن الثقافة الرياضية تشمل القيم والاتجاهات المتصلة بالظاهرة الرياضية، وأنها تتكون من أنماط لسلوك المتعلمة بالنسبة إلى لُضاء أو محبي رياضة ما، وقد توصل الباحث الي ست مجالات رئيسية وهم:

- | | |
|---|-----------------|
| ١ | المعرفي |
| ٢ | الاجتماعي |
| ٣ | لصحي |
| ٤ | التنافسي |
| ٥ | الثقافي |
| ٦ | الانتماء الوطني |

٣ - اعداد العبارات الاولية لمحاوَر المقياس:

تعد عملية تكوين عبارات المقياس من اهم الخطوات، فعملية إعداد عبارات المقياس تتطلب توفر شروط معينة ليصمم المقياس، وهي التمكن من المادة العلمية المتخصصة والمتعلقة بالموضوع المراد قياسه، فضلاً عن معرفة لطرق المختلفة بكتابة المفردات حتي يستطيع ان يختار منها ما يناسب هدف المقياس، والطلاقة اللغوية وسهولة التعبير بلغة بسيطة، وان تكون لديه القدرة علي تطوير وابتكار المواقف التي يمكن من خلالها قياس القدرة او السمة المراد قياسها، ومن ثم، فقد صيغت العبارات تحت كل بعد، راعى فيها البحث مقومات لسياغة الملائمة، وتم تصنيفها بحيث تنتظم المعالم والمظاهر المختلفة لكل محور على حدة.

وقد تكون المقياس من (٤٨) فقرة إيجابية لصياغة موزعة علي ست مجالات لكل مجال (٨) عبارات، والتي تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية من كليات التربية الرياضية (١٣) خبيراً في الادارة الرياضية لغرض الحكم عليها من حيث صياغة الفقرات او صلاحيتها في قياس مفهوم الشغب، وقد ترك للخبراء حرية إجراء أي تعديل علي فقرات المقياس وبدائل الاجابة، وتحليل آراء السادة الخبراء إحصائياً استخدم البلث اختبار (Chi Square) وكلفت ملاحظة لسادة الخبراء علي النحو التالي:

جدول (٢)

قيم (كا ٢) المصوبة ودلالاتها لاتفاق لسادة الخبراء حول مقياس لشغب

مستوى الدلالة	الخبراء			ت المحور الاول
	فيه ك المحسوبه	لا يصلح	يصلح	
معنوي	١٣	صفر	١٣	٠.١
معنوي	١٣	صفر	١٣	٠.٢
معنوي	١٣	صفر	١٣	٠.٣
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٠.٤
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٠.٥
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٠.٦
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	٠.٧
معنوي	١٣	صفر	١٣	٠.٨
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٠.٩
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	١.٠
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	١.١
معنوي	٧,١	٣	١٠	١.٢
معنوي	١٣	صفر	١٣	١.٣
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	١.٤
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	١.٥
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	١.٦
معنوي	١٣	صفر	١٣	١.٧
معنوي	٤,٨٦	٤	٩	١.٨
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	١.٩
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٢.٠
معنوي	١٣	صفر	١٣	٢.١
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	٢.٢
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٢.٣
معنوي	١٣	صفر	١٣	٢.٤
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٢.٥
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٢.٦
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٢.٧
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	٢.٨
معنوي	٧,١	٣	١٠	٢.٩
معنوي	٧,١	٣	١٠	٣.٠
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	٣.١
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٣.٢
معنوي	١٣	صفر	١٣	٣.٣
معنوي	١٣	صفر	١٣	٣.٤
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٣.٥
معنوي	١٣	صفر	١٣	٣.٦
معنوي	١٣	صفر	١٣	٣.٧
معنوي	١٣	صفر	١٣	٣.٨
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٣.٩
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٤.٠
معنوي	١٣,٢٢	١	١٢	٤.١
معنوي	٧,١	٣	١٠	٤.٢
معنوي	١٣	صفر	١٣	٤.٣
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٤.٤
معنوي	٧,١	٣	١٠	٤.٥
معنوي	٤,٧٦	٤	٩	٤.٦
معنوي	٩,٩٤	٢	١١	٤.٧
معنوي	١٣	صفر	١٣	٤.٨

قيمة كا ٢= (٣.٨٤) تحت درجة حرية (١) ومستوى دلالة (٠.٠٥)

٤ - اعداد تعليمات المقياس: تعد تعليمات المقياس بمثابة الدليل التي يسترشد به المستحيب لفقرات المقياس لذا روعي أن تكون التعليمات سهلة ومفهومة وكذلك إخفاء الغرض الحقيقي من المقياس ويجب اتخاذ جز الإجراءات والتدابير الإدارية والتنظيمية التي تكفل تنفيذ برنامج القياس بسرعة.

٥ - مفتاح صحيح المقياس:

اعتمد البحث في صحيح المقياس علي الميزان خماسي في ضوء آراء الخبراء كون هذه لطريقة تعطي درجة ثبات عالية وتبين بدقة درجة اتجاه الأفراد نحو الموضوع المراد قياسه، وصحيح المقياس اتبع البحث علي جمع الاستمارات والتي بها استجابات عينة البحث وتم صحيح إجابات عينة البحث باستخدام مفتاح الصحيح، وكلت بدائل الإجابة تتكون من خمس بدائل هي (موفق بشدة ، موفق، محايد ، غير موفق، غير موفق بشدة) حيث يعطى البديل (موفق بشدة) (٥) درجات و(موفق) (٤) ومحايد (٣) درجات البديل (غير موفق) يمنح (٢) (غير موفق بشدة) يمنح درجة واحدة فقط ، وتهب الدرجات الكلية للمقياس من خلال جمع درجات البدائل التي يؤشر عليها الفرد في جميع فقرات المقياس.

الدراسة الاستطلاعية لمقياس الثقافة الرياضية:

قد لا تكون فقرات المقياس واضحة للمختبرين مثلما هي واضحة لى الباحث لذا يقوم مصمم المقياس بإجراء تجربة استطلاعية على مجموعة من المختبرين ليتعرف من خلالها على:

- رأي المختبرين في التعليمات والكف عن جوفب الضعف فيها من حيث الصياغة والمضمون وملائمة اللغة.
- الوقت الذي يستغرقه المقياس .
- كفاءة فريق العمل المساعد .
- اجراء الصدق والثبات للمقياس.
- شخيز الفقرات الغلضة أو لصعبة أو عدم وضوح الطباعة لغرض إعادة طبعها أو صياغتها.

وتم إجراء التجربة الاستطلاعية على عينة قوامها (١٣٠) من جماهير جز الاندية للصربية، وتم اختيارهم بصورة عشوائية بتاريخ (٢٨ / ٣ / ٢٠٢٢) حتي (٤ / ٤ / ٢٠٢٢) ، وكان الغرض من التجربة الاستطلاعية ما هو:-

١ - التأكد من مدى وضوح تعليمات المقياس .

- ٢ - التأكد من وضوح فقرات المقياس وعدم وجود أخطاء فيها .
- ٣ - التعرف على مدى تفهم عينة البحث لإستمارة (المقياس) .
- ٤ - شخيص المعوقات والسلبات التي قد تحدث أثناء التجربة الرئيسية .
- ٥ - التأكد من واجبات فريق العمل المساعد وكيفية تنظيم عمل ملء الإستمارة وتوزيعها .

المعاملات العلمية لمقياس الثقافة الرياضية :

أ - صدق المحتوى:

وقد أستخدم البحث هنا صدق المحتوى فصدق المحتوى هو الإشارة إلى مدى ما يبدو إن المقياس يقيسه وهو ليس صدقاً حقيقياً بالمعنى العلمي لكلمة الصدق ولكنه ببساطة إن المقياس يبدو صادقاً في صورته الظاهرية. وقد تم تحديد لصدق الظاهري للمقياس بأعتماد آراء الخبراء والمختصين وأستخدم إختبار مربع (كا ٢) حيث تم عرضه على ١٣ خبيراً في مجال البحث لتحديد صلاحية الفقرات في تمثيل المجالات التي تنتمي إليها .

ب - معامل الاتساق الداخلي :

يعد الإتساق الداخلي النوع الأكثر شيوعاً في مجال التربية الرياضية، فهو يتحقق عندما تكون القدرة أو لصفة المراد قياسها تشتمل على اختبارات متعددة وحاصل جمع درجات هذه المقياسات الفرعية تعطي صورة عن درجة المقياس ككل وكلما كان معامل ارتباط درجات المقياسات الفرعية بالدرجة الكلية للمقياس عالياً كلما دل على توافر الإتساق الداخلي للمقياس ككل.

وقد تحقق صدق الإتساق الداخلي من خلال المؤشرات الآتية:

• معامل الارتباط بين درجة الفقرة والمجموع الكلي للمقياس:

لإيجاد صدق الاتساق الداخلي تم إستخدام صيغة معامل الارتباط البسيط بيرسون بين درجة الفقرة والدرجة الكلية للمقياس ولأفراد مجتمع البناء جميعهم والبالغ عددهم (١٣٠) من لجامهير ولمعرفة نوع الدلالة الإحصائية استخدم الباحث معادلة بيرسون لمعامل الارتباط التي أظهرت معنوية معاملات الارتباط.

جدول رقم (٣)

يبين تساق درجة الفقرة بالدرجة الكلية لتكيف مقياس الثقافة الرياضية

جدول ارتباط العبارة بالدرجة الكلية للاستمارة

الاتساق الداخلي						العبارات
معامل ارتباط بيرسون	دلالة العبارة	العبارات	معامل ارتباط بيرسون	دلالة العبارة	معامل ارتباط بيرسون	
١	٠.٣٦٤*	٢٥	٠.٤٧٧*	٠.٤٤٧*	دالة	
٢	٠.٤٣٥*	٢٦	٠.٣٤٤*	٠.٣٧٦*	دالة	
٣	٠.٣١٩*	٢٧	٠.٤٣١*	٠.٣٢٨*	دالة	
٤	٠.٣٠٣*	٢٨	٠.٣٥١*	٠.٣٤٦*	دالة	
٥	٠.٤٣٠*	٢٩	٠.٥٩٠*	٠.٤٨٥*	دالة	
٦	٠.٤٨٤*	٣٠	٠.٦١٨*	٠.٦٨٣*	دالة	
٧	٠.٦٢٣*	٣١	٠.٣٩٨*	٠.٣٩١*	دالة	
٨	٠.٣٩٤*	٣٢	٠.٥١٣*	٠.٣٩٩*	دالة	
٩	٠.٥٤٤*	٣٣	٠.٣٦٦*	٠.٤٠١**	دالة	
١٠	٠.٤٢٩*	٣٤	٠.٤١٧*	٠.٣٦٤*	دالة	
١١	٠.٣٣٦*	٣٥	٠.٣٠٨*	٠.٤٢٠*	دالة	
١٢	٠.٣٥٩*	٣٦	٠.٤٥٦*	٠.٣٥٠*	دالة	
١٣	٠.٣٨٠*	٣٧	٠.٤٦٤*	٠.٤٣٣*	دالة	
١٤	٠.٣٦٦*	٣٨	٠.٢٠٢*	٠.٣٠٨*	دالة	
١٥	٠.٥٩٧*	٣٩	٠.٦٤٨*	٠.٧٠٧*	دالة	
١٦	٠.٤٢٦*	٤٠	٠.٣٧٠*	٠.٤٦٨*	دالة	
١٧	٠.٣٠٠*	٤١	٠.٤٧٩*	٠.٥٩٦*	دالة	
١٨	٠.٤٧٤*	٤٢	٠.٥٣٦*	٠.٤٠٣*	دالة	
١٩	٠.٣٩٨*	٤٣	٠.٣٨٢*	٠.٥٦٩*	دالة	
٢٠	٠.٥٦٩*	٤٤	٠.٤٥٦*	٠.٣٩٢*	دالة	
٢١	٠.٥٨٤*	٤٥	٠.٤٨٥*	٠.٣٩٤*	دالة	
٢٢	٠.٦٤٨*	٤٦	٠.٣٩٧*	٠.٣٨٢*	دالة	
٢٣	٠.٣٧٩*	٤٧	٠.٤٦٢*	٠.٣٥٩*	دالة	
٢٤	٠.٤٦٩*	٤٨	٠.٥٥٠*	٠.٤٨١*	دالة	

• قيمة (ر) الجدولية تحت مستوى دلالة (٠.٠٥) تساوي (٠.٠٢).

ثبات المقياس:

إستخدم البلث طريقة (ألفا كرونباخ) ويمثل معامل ألفا متوسط المعاملات الناتجة عن تجزئة المقياس إلى أجزاء بطرق مختلفة ، وبذلك فانه يمثل معامل الارتباط بين أي جزئين في أجزاء المقياس أي أن فكرة هذه لطريقة تقوم على حساب الارتباطات بين العلامات لمجموعة الثبات على جميع الفقرات في المقياس ، ولإيجاد الثبات إعتد الباحث على بيانات عينة البناء قومها (١٣٠) من جماهير جض الاندية للصربية ، كما هو موضح بالجدول (٤).

جدول (٤)

يبين ثبات مقياس الثقافة الرياضية

الرقم	المجال	عدد الفقرات	كرونباخ الفا
١	المعرفي	٨	٠.٧٣٣
٢	الاجتماعي	٨	٠.٧٦٣
٣	الصحي	٨	٠.٧٧٤
٤	التنافسي	٨	٠.٧٤١
٥	الثقافي	٨	٠.٧٨١
٦	الوطني والانتماء	٨	٠.٧٩٢
	الدرجة الكلية	٤٨	٠.٩٣٦

الدراسة الأساسية:

تم تطبيق مقياسي الثقافة الرياضية على عينة البحث وقوامها (١٥٠٠) من جماهير جنس الاندية المصرية من قبل البحث، وقد امتدت فترة تطبيق المقياس من (٢٠٢٢/٥/٧ الي ٢٠٢٢/٦/٢٣) ، وقد تم التأكيد من البحث على ضرورة قراءة تعليمات وفقرات المقياس بدقة والإجابة عن جميع فقراتها بصدق وأمانة.

الوسائل الإحصائية:

أعتمد البحث على نظام (s p s s) statistical package for social sciences في استعمال القوانين الإحصائية ضمن مسمياتها الآتية :-

١. المتوسط لحسابي .
٢. الانحراف المعياري .
٣. معامل الالتواء .
٤. مربع كلي (كا^٢) (Chi Square).
٥. معامل الفا لكرونباخ .
٦. معامل الارتباط البسيط (Pearson).

عرض ومنقشة فرض البحث:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية للإعلام الرياضي وعلاقته نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير جنس الاندية المصرية من طلاب جامعة الخضرة

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة والمجال التي تنتمي إليه وللدرجة الكلية لأداة البحث، ولتفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الآتية:

- أقل من (٢.٣٣) دور منخفض
 - (٢.٣٣ - ٣.٦٦) دور متوسط
 - أكبر من (٣.٦٦) دور مرتفع.
- ١ - المجال المعرفي

لجدول رقم (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال المعرفي (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تهتم الوسائل الإعلامية المصرية بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة المصرية.	٣.٤٨	١.٠٨	متوسط
٢	تثري الوسائل الإعلامية الرياضة المصرية بالدراسات والأبحاث.	٣.٢٤	١.٠١	متوسط
٣	تتناول الوسائل الإعلامية القوانين المستجدة في الألعاب الرياضية.	٣.٣١	١.٠٦	متوسط
٤	تنشر الوسائل الإعلامية الزمان والمكان المحدد لإقامة البطولات والفعاليات الرياضية.	٣.٦٤	١.٠١	متوسط
٥	تسلط الوسائل الإعلامية الضوء على الألعاب الرياضية لكلا الجنسين .	٢.٩١	١.١٣	متوسط
٦	تزود الوسائل الإعلامية المستجندات الإدارية وهيكلية الاتحادات والمراكز الرياضية.	٣.١٤	١.٠٥	متوسط
٧	تركز الوسائل الإعلامية على الرياضة المصرية أكثر من غيرها.	٢.٨٩	١.١٣	متوسط
٨	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر نتائج المسابقات الرياضية.	٣.٥٥	١.٠٣	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال المعرفي	٣.٢٦	٠.٦٣	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يوضح من نتائج الجدول رقم (٥) أن دور وسائل في شئ الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الغضوة لفقرات المجال المعرفي كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٢.٨٩ - ٣.٥٥).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال المعرفي لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الغضوة كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٢٦).

٢ - المجال الاجتماعي

لجدول رقم (٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الاجتماعي (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية الأحداث الرياضية.	٣.٦٨	١.٠٦	مرتفع
٢	تؤرشف الوسائل الإعلامية سيرة الفرق واللاعبين.	٣.٢٩	١.٠٣	متوسط
٣	تنشئ الوسائل الإعلامية مواقع الكترونية للرياضة المصرية.	٣.٣٣	١.١٠	متوسط
٤	تغطي الوسائل الإعلامية دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية.	٣.٢٦	١.١٥	متوسط
٥	تعزز الوسائل الإعلامية رساله المجتمع للرياضة المصرية.	٣.٦١	١.٠٦	متوسط
٦	تتفاعل الوسائل الإعلامية مع الأحداث الرياضية.	٣.٦٣	٠.٩٢	متوسط
٧	الوسائل الإعلامية لها دور في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.	٣.٥٠	١.٠٣	متوسط
٨	تقوم الوسائل الإعلامية بدورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين.	٣.٠٨	١.١١	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الاجتماعي	٣.٤٢	٠.٩٥	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يوضح من نتائج الجدول رقم (٦) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الغضرة لفقرات المجال الاجتماعي كان مرتفعاً على الفقرة (١)، حيث بلغ متوسط الاستجابة عليها (٣.٦٨)، بينما جاء دور وسائل الإعلام متوسطاً على جميع الفقرات المتبقية، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٣.٠٨ - ٣.٦٣). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الاجتماعي لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الغضرة كالت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٤٢).

٣ - المجال لصحي

لجدول رقم (٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال لصحي (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تواكب الوسائل الإعلامية كل جديد على صعيد الصحة البدنية للرياضيين.	٣.٢٨	١.١٢	متوسط
٢	تصدر الوسائل الإعلامية منشورات ثقافية وتوعوية عن الصحة والرياضة.	٣.٤٠	١.٠٣	متوسط
٣	تهتم الوسائل الإعلامية في التوعية بخطورة الممارسات الرياضية الخاطئة.	٣.٢٥	١.٠٧	متوسط
٤	تركز الوسائل الإعلامية بنشرها لمفاهيم التغذية السليمة للرياضيين.	٣.٣٥	١.١٧	متوسط
٥	تتابع وسائل الإعلام الحالات الصحية والبدنية للاعبين.	٣.٢١	١.١٣	متوسط
٦	تخصص الوسائل الإعلامية إعلامياً رياضياً متخصصاً لمتابعة الصحة والسلامة الرياضية.	٣.٢٢	١.١٢	متوسط
٧	تتواصل الوسائل الإعلامية مع جهات صحية رسمية لتقديم الإرشادات والنصائح الصحية المتعلقة بالرياضة.	٣.٢٧	١.٠١	متوسط
٨	تتفاعل وسائل الإعلام مع الأحداث المحلية والدولية المرتبطة بالصحة الرياضية.	٣.٢١	١.١٢	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الصحي	٣.٢٧	٠.٩٨	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يُضح من نتائج الجدول رقم (٧) أن دور وسائل في شو الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة القصورة لفقرات المجال لمحي كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٣.٢١ - ٣.٤٠).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال لمحي لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة القصورة كلت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٢٧).

٤ - المجال التنافسي

لجدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال التنافسي (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تعزز الوسائل الإعلامية من الدور التنافسي للرياضيين.	٣.٩٥	٠.٩٦	مرتفع
٢	تغطي الوسائل الإعلامية نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.	٣.٧٣	٠.٩٤	مرتفع
٣	تهتم وسائل الإعلام بإظهار وإبراز الآراء والرأي الآخر في المجال الرياضي.	٣.٤١	٠.٩٩	متوسط
٤	تثير الوسائل الإعلامية روح التحدي والتنافس بين المشاركين	٣.٣١	١.٠٤	متوسط
٥	تلتزم الوسائل الإعلامية الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية.	٣.٣٢	١.٠٩	متوسط
٦	تقدم الوسائل الإعلامية معلومات دقيقة للحدث الرياضي	٣.٢٠	٠.٩٨	متوسط
٧	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر مبادئ التنافس الحر والنزاهة كقيمة تربوية.	٣.٣٠	١.١٧	متوسط
٨	تهتم الوسائل الإعلامية بالموضوعية في المقابلات وتنويع الأرقام والأشخاص.	٣.٤٣	١.٠٤	متوسط
الدرجة الكلية للمجال التنافسي		٣.٤٦	٠.٦١	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يُضح من نتائج الجدول رقم (٨) أن دور وسائل في شو الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة القصورة لفقرات المجال التنافسي كان مرتفعاً على الفقرتين (١، ٢)، حيث كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (٣.٩٥، ٣.٧٣)، وجاء دور وسائل الإعلام متوسطاً على الفقرات (٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨) حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٣.٢٠ - ٣.٤٣). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال التنافسي لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة القصورة كلت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٤٦).

٥ - المجال الثقافي

لجدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الثقافي (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تهتم وسائل الإعلام بتغطية الأنشطة الثقافية للمراكز والأندية الرياضية.	٣.٦٨	١.٠٣	مرتفع
٢	تتصف وسائل الإعلام بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية.	٣.٤٣	١.٠٢	متوسط
٣	تهتم السياقات الإعلامية بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة	٣.٣١	١.٠٦	متوسط
٤	تهتم وسائل الإعلام بدقة العناوين وتتأسق الموضوعات الرياضية.	٣.٣٠	١.١٤	متوسط
٥	تهتم وسائل الإعلام بإبراز الثقافة المصرية من خلال المشاركات الدولية للرياضة المصرية.	٣.٣٧	١.٠٩	متوسط
٦	تدعم وسائل الإعلام استضافة محاضرين متخصصين بعلم التربية الرياضية.	٣.٦٩	١.٠٥	مرتفع
٧	تعزز وسائل الإعلام دور المرأة في المشاركة بالفعاليات والندوات العلمية الرياضية.	٣.٢٥	١.٠٨	متوسط
٨	تعمل وسائل الإعلام على تقبل النتائج والابتعاد عن ظاهرة التعصب المناطقي والعنف.	٣.٣١	١.١٨	متوسط
الدرجة الكلية للمجال الثقافي		٣.٤١	٠.٦٨	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يوضح من نتائج الجدول رقم (٨) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب الجامعات المصرية لفقرات المجال الثقافي كان مرتفعاً على الفقرتين (١، ٦)، حيث كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (٣.٦٨، ٣.٦٩)، وجاء دور وسائل الإعلام متوسطاً على الفقرات (٢، ٣، ٤، ٥، ٧، ٨) حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٣.٢٥ - ٣.٤٣). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الثقافي لدى طلاب الجامعات المصرية كمتوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٤١).

٦- مجال الانتماء الوطني:

لجدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجال الانتماء الوطني (ن=١٥٠٠)

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
١	تعزز الوسائل الإعلامية قيم الانتماء الوطني من خلال الأنشطة الرياضية.	٣.٦٥	١.١١	متوسط
٢	تساهم الوسائل الإعلامية بإبراز الرياضة المصرية كثابت وطني.	٣.٤٠	١.٠٧	متوسط
٣	تتابع الوسائل الإعلامية مسيرة الفرق المصرية في كافة مشاركتها.	٣.٢٩	١.١٣	متوسط
٤	تسهم وسائل الإعلام بإبراز دور الرياضة المصرية في تعزيز الوجود الفلسطيني على خارطة العالم.	٣.٤٦	١.٠٧	متوسط
٥	تبرز وسائل الإعلام دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية.	٣.٤٥	١.٠٤	متوسط
٦	تبرز وسائل الإعلام دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة المصرية.	٣.٤٥	١.٠٥	متوسط
٧	تبرز وسائل الإعلام المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة المصرية.	٣.٤٠	١.١٢	متوسط
٨	تسهم وسائل الإعلام في نشر دور المؤسسات الخاصة والعامة في دعم الرياضة الوطنية.	٣.٣٦	١.٠٨	متوسط
الدرجة الكلية للمجال الوطني والانتماء		٣.٤٣	٠.٦٩	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (٩) أن دور وسائل في شو الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الفصورة لفقرات المجال الوطني والانتماء كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (٣.٢٩ - ٣.٦٥).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الوطني والانتماء لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الفصورة كملت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٤٣).

نتائج البحث

الجدول رقم (١٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمجالات والدرجة الكلية دور الاعلام الرياضي
في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير جى الاندية المصرية
من طلاب جامعة الفصورة (ن=١٥٠٠)

الرقم	المجالات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
١	المعرفي	٣.٢٦	٠.٦٣	الأخير	متوسط
٢	الاجتماعي	٣.٤٢	٠.٦٥	الثالث	متوسط
٣	الصحي	٣.٢٧	٠.٦٧	الخامس	متوسط
٤	التنافسي	٣.٤٦	٠.٦١	الأول	متوسط
٥	الثقافي	٣.٤١	٠.٦٨	الرابع	متوسط
٦	الوطني والانتماء	٣.٤٣	٠.٦٩	الثاني	متوسط
	الدرجة الكلية	٣.٣٨	٠.٥٣		متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (٥) درجات.

يضح من نتائج الجدول رقم (١٠) أن الدرجة الكلية لدور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الفصورة كالت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٣٨)، وكان دور وسائل الإعلام متوسطا على جميع المجالات، حيث جاء المجال التنافسي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٣.٤٦)، ويليه المجال الوطني والانتماء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٣.٤٣)، ويليه المجال الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٣.٤٢)، ويليه المجال الثقافي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (٣.٤١)، ويليه المجال الصحي في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (٣.٢٧)، بينما جاء المجال المعرفي في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (٣.٢٦).

ويرى الباحث أن الدرجة الكلية لوسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية جاء متوسطا لقللة الاهتمام في نشر الوعي الثقافي الرياضي على المستوى المحلي وعلى مستوى طلاب الجامعات بشكل خاص، وقللة الكفاءات العلمية والبرامج التثقيفية التي بدورها تحفز على نشر الثقافة الرياضية التي لها اثر ايجابي في الارتقاء بالثقافة الرياضية وترسيخ القيم .

وجاءت هذه الدراسة متفقة مع كل من دراسة لطيب حاج إبراهيم عبدالله (٢٠١٥)، لوجود لوجود ضعف في الأداء المهني في لصف الرياضية، ودراسة محمود خالد الزيود (٢٠١٣) بان وجود بان وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

بينما جاءت نتائج هذه الدراسة غير متفقة مع دراسة مارتن (٢٠٠٠) بعدم الاهتمام بالرياضة النسائية وان الاعلام لم يغطي تلك الرياضة بشكل صحيح وان الكور هم المسيطرون.

ويبي (علاء السوقي، ٢٠٠٤) أن الثقافة الرياضية هي مجموعة المعلومات الرياضية لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والموقف والآراء التي ترتبط بالمجال الرياضي والنشاط القصي وهذا يعني أن الثقافة الرياضية جزء من الثقافة العامة وتضمن خلاصة ما توصل إليه المجتمع من خبرات للوصول إلى النمو البدني لسليم لأعضاء المجتمع، وتشمل الثقافة الرياضية الكثير من العناصر مثل السلوكيات لصحية لسليمة والعادات والقيم الرياضية وكذلك المعلومات والمعارف التي تتعلق بالنشاط الرياضي العام والنشاط الرياضي القصي. (١٣ : ٥٩)

وتعتبر الثقافة الرياضية في عصرنا الحديث من متطلبات التقدم العلمي والتكنولوجي الدال على رقى الأمم وقضرها، لما لها من دور فعال في إعداد الفرد كمواطن صالح، الأمر الذي يفرض علينا إعادة النظر في طرائق بناء الإنسان من جديد ليسهم بفاعلية في تحقيق التنمية الشاملة وتذليل المشكلات التي تعوق المجتمع في سباقه مع الدول المتقدمة. وهي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير فضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد انفسهم جزءا منها. (١٦ : ٢٣)

فالثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنساني والضاري، وتحتل مركزا أساسيا في الخطط الوطنية. والقومية والدولية، وترتبط ارتباطا عضويا بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم دول العالم، وتتصل جد جذورها بحياة الأفراد ممارسة ومشاهدة، تربية وترويحاً، هواية واحترفاً، ثقافة وصحة للدرجة التي يستحيل معها بان نقرر اليوم بأن هناك من لا يقدر أهميتها. (١٦ : ٢٤)

ويشير سمير عبد الحميد (٢٠٠٦م) أن الثقافة الرياضية يعتبر جزء من النشاط الاصالي فهي الهيئة المكملة التي تساند عمل المؤسسات الرياضية من خلال ما ينشر من معلومات وخبرات وقيم وتقاليد رياضية سليمة عبر المواد الاعلامية التليفزيونية المختلفة التي تعد معالجة تعكس التكيف مع المواقف الرياضية المختلفة. (٩ : ٦٣)

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من أحمد لطيب (٢٠٠٦) أيمن الهنداوي (٢٠٠١) تم التأكيد على أن الخدمة الثقافية التي يقدمها المجال الرياضي ترتبط بالأداة الإعلامية التي تعبر عنه والتي ترصد أنماط السلوك الرياضي والروح الرياضية الذي تتباين مظاهره ودرجاته لدى جميع المشاركين فيه لارتباطها بعوامل الفوز والهزيمة الأمر الذي يوضح أهمية اتخاذ إجراءات فنية عالية الدقة في نشر الثقافة الرياضية، وفي ضوء ذلك فقد تحددت مشكلة الدراسة في أن الثقافة الرياضية له دور بارز وحيوي في المجتمع كأداة ووسيلة لدعم القيم وتقويم السلوك ونشر الوعي الرياضي واتصلي لمظاهر الشغب والعنف الرياضي، ولكنه من الممكن أن يكون سلبياً في التصدي لبعض القضايا والمشكلات التي تواجه الرياضة.

ومن هنا يجب أن يتعين على الفرد الرياضي والجمهور الرياضي ممارسا ومشاهداً أن يفهم ويستوعب قدراً ملائماً من الثقافة الرياضية فهناك أمور وموضوعات للثقافة الرياضية ولها طبقة ثقافية عامة كما التاريخ المتصل بالإنجازات الأولمبية والدولية الرياضية خاصة تلك المتصلة بيده البدنية والتغذية لصحية وبعض قواعد اللعبة، كما إن هناك ما يمكن أن تطبق عليه الثقافة الرياضية والخاصة والتنوعية وهي تلك الثقافة العقلية بالرياضة وقواعد المنافسات التي تنظمها وتديرها الخطط والاستراتيجيات الخاصة كما أن للثقافة الرياضية دور مؤثر وفعال في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين والجمهور وكذلك نشر الوعي وحجب السلوك الغير مرغوب به من جهة أخرى (٣: ٨٥)

ويتفق ذلك مع ما ذكره كلاً من إيناس محمد عليمات (٢٠١١م) ، محمود يعقوب محمود (٢٠١١) ، عبد اليمين بوداود (٢٠١١) إن انعدام الثقافة الرياضية و المعرفة الحقيقية والتامة بطبيعة الرياضة وأهدافها مما يقود إلي تجاهل أهميتها واعتبارها سلوكيات تقف فقط عند حدود التسلية والترفيه عن النفس فينعدم نتيجة ذلك حب المعرفة لهذا النشاط بكافة صوره والآثار التي قد يحدثها فيما لو توفرت له كل الظروف الملائمة والمساعدة مما يساعد علي زيادة ظاهرة شغب الملاعب. (٥٣: ٥) (١٨: ٦٧) (٤٨: ١١)

ومن خلال ما سبق يري الباحث إن من أهم الطرق والأساليب التي يمكن أن تساعد في القضاء على ظاهرة الشغب داخل الملاعب الرياضية هي نشر الثقافة الرياضية لى جماهير كرة القدم المصرية لما لها من دور فعال في تحسيس وتوعية المجتمع

الاستنتاجات

في ضوء نتائج البحث ومنقشتها أستنتج البحث ما يلي:

- ١- ان دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية عند جماهير جس الأندية الرياضية من طلاب جامعة الفصورة كان متوسطا.
- ٢- جاءت الدرجة الكلية لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير الأندية الرياضية من طلاب جامعة الفصورة كلفت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (٣.٣٨)
- ٣- بلغ دور وسائل الإعلام متوسطا على المجال التنافسي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (٣.٤٦)، ويليه المجال الوطني والانتماء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (٣.٤٣)، ويليه المجال الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (٣.٤٢)، ويليه المجال الثقافي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (٣.٤١)، ويليه المجال لصحي في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (٣.٢٧)، بينما جاء المجال المعرفي في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (٣.٢٦).

التوصيات

- في ضوء اهداف الدراسة ونتائجها توصلت الباحثون الى التوصيات الاتية:
- ١- ضرورة النهوض بالبرامج الاعلامية كما وكيفا وتطويرها.
 - ٢- ضرورة الاهتمام بنوعية البرامج في القنوات الرياضية واستدعاء الخبراء والمحللين المميزين للبرامج والتركيز على جميع مجالات البحث.
 - ٣- التاكيد على عمل برامج ثقافية رياضية في الاعلام الرياضي وليس فقط على الاخبار الرياضية.
 - ٤- التاكيد على عقد دورات مستمرة للعاملين في المجال الرياضي من اجل الارتقاء في اداء الاعلام الرياضي.
 - ٥- ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الجامعات المصرية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياه الاجتماعية والثقافية وصحية وخلق الروح الوطنية.
 - ٦- اجراء ابحاث ودراسات تحليلية ميدانية لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة والوعي الرياضي في المجتمعات المصرية على مخلف أماكن لسكن.

المراجع

اولاً : المراجع باللغة العربية

١. احمد جلاله عجلله (٢٠١٨م): الاعلام الرياضي في مواجهة التعصب والعنف ،مؤسسة عالم الرياضة ،ط١ ، الاسكندرية . ص٣٣.
٢. أحمد ماهر الخطيب (٢٠٠٦م) : تقويم البرامج الرياضية بالقناة السادسة بتلفزيون وسط الدلتا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا .
٣. أمين الخولي، محمود عدنان(١٩٩٦م) : الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ٨٥.
٤. أيمن محمد الهنداوي (٢٠٠١م): تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا .
٥. إيناس محمد عليمات (٢٠١١م): شغب الملاعب الرياضية، التجربة الأوربية في الحد من شغب الملاعب الرياضية، الأردن، الجامعة الهاشمية.
٦. جاسم خليل ميزرا (٢٠١٤م): اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة- الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة بدبي، ع(١)، دبي، الإمارات.
٧. حسين احمد الشافعي (٢٠٠١م): التربية الرياضية وقانون البيئة، الإسكندرية، مكتبة الإشعاع الفنية ص ٢٠٣.
٨. راجحي صابر (٢٠١٢م) : تأثير الاعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ الرحلة الثانوية ،رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر- بسكرة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،ص ١١
٩. سمير عبد الحميد علي(٢٠٠٦م) : الإعلام والعلاقات العامة في المجال الرياضي، ماهي لخدمات الكمبيوتر، الطبعة الأولى، الإسكندرية . ص ٦٣.
١٠. لطيف حاج إبراهيم عجلله (٢٠١٥م): دور صف الرياضية في تعزيز الاتجاهات الموجبه نحو الرياضة، مجلة العلوم الإنسانية، م(١٦)، ع(٢)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

١١. عبد اليمين بوداود (٢٠١١): اسباب شغب الملاعب وطرق معالجته في النشاط البدني الرياضي، مجلة جامعة الجزائر، العدد (٣٥).
١٢. عصام بدوي (٢٠٠٣) : موسوعة التنظيم والادارة في التربية البدنية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ص ٣٥، ٢٠٠٣
١٣. علاء الدين الدسوقي (٢٠٠٤): الثقافة الرياضية، القاهرة؛ دار الفكر العربي ص ٥٩.
١٤. عمر احمد هشوي (٢٠١٣م) : التنشئة الاجتماعية للطفل، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع
١٥. غسان محمد صادق (٢٠٠٠م): مبادئ التربية والتربية الرياضية: (بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر. ص ١٠٨-١٠٩.
١٦. محمد شحاتة (٢٠٠٤): الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية.
١٧. محمود خالد الزبود (٢٠١٣): دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة اليرموك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، م (٢١)، ع (٤)، كلية التربية الرياضية، جامعة اليرموك، عمان، الأردن
١٨. محمود يعقوب محمود (٢٠١١): مظاهر واسباب شغب ملاعب كرة القدم في دوري الجامعات السودانية ، جامعة النيلين ، كلية التربية.
١٩. معز لدين الله شفتير، عبد اللطيف علي الرباع (٢٠٠٩): اثر صحافة الرياضة المحلية في تعميق الوعي الرياضي لدى الشباب، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضية، جامعه السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى
٢٠. نبيل شاكر، وعثمان شحادة (٢٠٠٩): دور مشاهدو القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب جامعة ديالي، مجلة الفتح، ع (٤٣)، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، السودان.
٢١. ياسين فضل ياسين (٢٠١٥م): الاعلام الرياضي، دار اسامه للنشر والتوزيع الاردن ، عمان

ثانياً : المراجع باللغة الاجنبية:

٢٢. Martine, Mary Terasa. (٢٠٠٠): Learning to Competei Media and Other Influences Froming the Self-Concepts of Four Female College Athletes, DAL-A, Vol. ٦٠, No. ٠٩.
٢٣. Stamirs, G (٢٠٠٠): Sociology of Sport. Second Renewed Publication. Athens. Publication Zita. Greece.
٢٤. Wensing, E. And Broce, T.(٢٠٠٣). Bending the principles Media Representations of Gender a worldwide Sport Event, International Review for the science of Sport, Vol. ٣٨, No. ٤

ملص البحث

دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير بعض الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة

قام محمد فتحي الشويل باعداد دراسة بعنوان دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير جن الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة بهدف التعرف على دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير جن الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة ، و استخدم الباحث المنهج الوصفي بالاسلوب (المسحي بطريقة الدراسات الارتباطية) ، وتم اختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية من جماهير جن الاندية المصرية من طلاب جامعة المنصورة وبلغ اجمالي العينة ١٥٠٠ مفردة، وظهرت النتائج ان في دور وسائل الاعلام لنشر الثقافة الرياضية لدى جماهير جن الاندية الرياضية من طلاب جامعة المنصورة كان متوسطه وجاءت الدرجة الكلية لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى جماهير الاندية الرياضية من طلاب جامعة المنصورة كانت متوسطة ، وأوصي الباحث بضرورة الاهتمام بنوعية البرامج في القنوات الرياضية واستدعاء الخبراء والمحللين المميزين للبرامج والتركيز على جميع مجالات البحث، ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الجامعات المصرية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياه الاجتماعية والثقافية والصحية وخلق روح الوطنية.

Abstract

The role of sports media in spreading sports culture among the fans of some Egyptian clubs from Mansoura University students

Mohamed Fathi Al-Shweil prepared a study entitled The Role of Sports Media in Spreading Sports Culture among the Fans of Some Egyptian Clubs from Mansoura University Students to identify the role of sports media in spreading sports culture among the fans of some Egyptian clubs from Mansoura University students. The method of correlative studies), and the basic research sample was chosen randomly from the fans of some Egyptian clubs from Mansoura University students, and the total sample amounted to ١٥٠٠ individuals. The total degree of the role of the media in spreading sports culture among the masses of sports clubs from Mansoura University students was average, and the researcher recommended the need to pay attention to the quality of programs in sports channels and to summon distinguished experts and analysts for programs and focus on all areas of research, the need to hold programs and special work seminars within Egyptian universities Regarding the importance of sport and its impact on improving social, cultural and health life and creating patriotic spirit.