وزارة التعليم العـــــالي والبحـــث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي -جيجل-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج بعنوان:

اتجاهات الطلبة الجامعين نحو البرامج الرياضية
برنامج صدى الملاعب -أنموذجا-
دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- قطب تاسوست-جيجل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبين:
- إسحاق زين
- علي لوطماني

إشراف الأستاذة:
سعيدة عباس

اللجنة المناقشة:

1-..... رئيســـــــا
2-سعيدة عباس..... مشرفا ومقررا
3-..... عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017 / 2018

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أعاننا والذي به استعنا وعليه توكلنا

الحمد لله الذي يسر سبيلنا وأنار دربنا

تتحرر من قيدنا عبارات الشكر والإمتنان لتحلق

ثم تحط لتخط قائلة: شكرا على الصبر الجميل والنفس الطويل

لأستاذتنا الكريمة الفاضلة "سعيدة عباس" على سعي

صبرها معنا وعلى توجيهاتها الصائبة وتواضعها الطيب معنا

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

وكل من كان سبب في الوصول إلى مقامنا هذا

فألف شكر وتقدير

علي و إسحاق

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	الصفحة
الشكر	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول والأشكال	
مقدمة	أ– ب
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
تمهيد.....	04
أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.....	05
ثانيا: فرضيات الدراسة.....	07
ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة.....	07
رابعا: أهمية الدراسة.....	08
خامسا: أهداف الدراسة.....	09
سادسا: مفاهيم الدراسة.....	10
سابعا: منهج الدراسة.....	14
ثامنا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....	16
تاسعا: المقاربة النظرية للدراسة.....	20
عاشرا: الدراسات السابقة.....	25
خلاصة الفصل.....	33
الفصل الثاني: الاتجاهات	
تمهيد	35
أولا: الاتجاهات والمصطلحات المشابهة.....	36
ثانيا: خصائص الاتجاهات.....	37
ثالثا: وظائف الاتجاهات.....	40
رابعا: أنواع الاتجاهات وتصنيفاتها.....	42
خامسا: مكونات الاتجاهات ومراحلها.....	45

سادسا: مصادر الاتجاهات ومراحل تغيرها.....	**48**
سابعا: أساليب قياس الاتجاهات ونظرياتها.....	**50**
خلاصة الفصل.....	**55**
الفصل الثالث: الإعلام الرياضي	
تمهيد.....	**57**
أولا: خصائص الإعلام الرياضي.....	**58**
ثانيا: وظائف الإعلام الرياضي.....	**59**
ثالثا: أهداف الإعلام الرياضي.....	**62**
رابعا: أهمية الإعلام الرياضي.....	**63**
خامسا: عناصر الإعلام الرياضي.....	**65**
سادسا: أنواع الإعلام الرياضي.....	**66**
خلاصة الفصل.....	**68**
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة	
أولا: تفريغ ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.....	**70**
ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء الفرضيات.....	**121**
ثالثا: النتائج العامة.....	**124**
الخاتمة.....	**126**
قائمة المراجع	**128**
الملاحق	
ملخص الدراسة	

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح الأوزان والبدائل لاستجابات مقياس ليكرت	53
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	70
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص.	71
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعتهم للإعلام الرياضي حسب متغير التخصص.	72
05	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو عدد الساعات المستغرقة في مشاهدة الإعلام الرياضي يوميا حسب متغير التخصص.	73
06	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو المضامين الإعلامية الرياضية المفضلة حسب متغير التخصص.	74
07	يوضح توزيع المبحوثين مع من يشاهدون المضامين الإعلامية حسب متغير التخصص.	75
08	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو الوسائل المعتمدة في متابعة المضامين الرياضية حسب متغير التخصص.	76
09	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو القنوات الفضائية المفضلة في متابعة البرامج الرياضية حسب متغير التخصص.	77
10	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو نوع البرامج التلفزيونية الرياضية المشاهدة حسب التخصص:	79
11	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو البرامج الرياضية المفضل متابعتها حسب متغير التخصص.	80
12	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو اللغة المفضلة في متابعة البرامج الرياضية حسب متغير التخصص.	81
13	يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى متابعتهم لبرنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	82

14	يوضح توزيع عينة الدراسة والأماكن المفضلة لمشاهدة صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	83
15	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى متابعتهم لبرنامج صدى الملاعب كاملا حسب متغير التخصص.	84
16	يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى ملائمة توقيت عرض برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	85
17	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة نحو أنواع الرياضات المفضل متابعتها حسب متغير التخصص.	86
18	يوضح توزيع عينة الدراسة والمواضيع المطروحة ببرنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	87
19	يوضح توزيع عينة الدراسة والدوري لمفضل لدى برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	88
20	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب العناصر المحفزة لمتابعة برنامج صدى الملاعب ومتغير التخصص.	89
21	يوضح توزيع عينة الدراسة وأسباب متابعة برنامج صدى الملاعب ومتغير التخصص.	91
22	يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى تحقيق الإشباعات من خلال متابعة برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	92
23	يوضح توزيع عينة الدراسة ودرجة الثقة بالمضامين الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	93
24	يوضح توزيع عينة الدراسة ومستوى الرضا عن برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	95
25	يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى إلمام الإعلام الرياضي بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي حسب متغير التخصص.	96

26	يوضح توزيع عينة الدراسة ومواضيع البرامج الرياضية التي يعرضها صدى الملاعب حسب متغير التخصص.	97
1-27	توزيع عينة الدراسة نحو تنوع محتوى البرنامج	98
2-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساعدة مضمون برنامج صدى الملاعب على تنمية الوعي الرّياضي	99
3-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو تركيز برنامج صدى الملاعب على رسائل تربوية هادفة لنشر الرّياضة ومكافحة لعنف في الملاعب	100
4-27	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى توفر المعلومات وتلبية الحاجات من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية برنامج صدى الملاعب	101
5-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساهمة القضايا والمضامين التي يقدمها برنامج صدى الملاعب في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرّياضية لذلك	102
6-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساعدة الأخبار والحقائق الرياضية المقدمة في برنامج صدى الملاعب في تعزيز النظرة حول رياضة معينة.	104
7-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مصداقية وموثوقية المعلومات التي يعرضها برنامج صدى الملاعب.	105
8-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى حدوث تغيير في المعرفة الرياضية من خلال المحتوى الإعلامية للبرامج الرياضية	106
9-27	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى تأثير الرسائل الإعلامية على اتجاهات الطلبة.	107
1-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى الزيادة في التأثير والإقناع من خلال اعتماد مقصود برنامج صدى الملاعب عن الوسائل التقنية.	108
2-28	توزيع عينة الدراسة نحو مدى جاذبية الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب نحو متابعة البرنامج.	110

3-28	توزيع عينة الدراسة نحو مدى امتياز مقدمي برنامج صدى الملاعب بالكفاءة.	111
4-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى أهمية العامل الفكري الرياضي العصري في جذب المشاهدين.	112
5-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساهمة البساطة في عرض الموضوع الرياضي في التوضيح والفهم.	113
6-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى ارتباط المشاهد بحصة صدى الملاعب.	114
7-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مطابقة مواضيع البرنامج مع ما يفضله المشاهد.	115
8-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مدى قدرة مقدمو البرنامج على شرح القواعد والقوانين الخاصة بالرياضة.	116
9-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه نحو امتلاك مقدمي البرنامج للمهارة الكافية لخلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة.	117
10-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه المشاهد نحو حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب.	118
11-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اهتمام مقدمي البرنامج بالتنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.	119
12-28	يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه المشاهد نحو حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب.	120

مقدمة

مقدمة

لم تكن البرامج الرياضية التي تستهدف مختلف فئات المشاهدين، وفي جميع مراحل إنتاجها وعبر أشكال برمجتها بمعزل عن التحولات الاقتصادية والثقافية وأبعادها؛ خاصة وأن الإعلام الرياضي يمثل المرآة العاكسة للحياة الرياضية في مجالاته المختلفة كل هذا جعل الإعلام الرياضي المرتبط عضويا بالحياة الرياضية مضطرا بدوره إلى التخلي عن بساطته القديمة المتمثلة أساسا في التغطية الإخبارية السريعة والموجزة والسطحية ليتماشى مع التطورات الحاصلة بالوسائل وبعادات التلقي وأنماطه.

وللمنظومة الإعلامية الرياضية التلفزيونية مجموعة أهداف ووظائف؛ سواء منها توصيل المعلومات والخبرات وبالتالي تقوم بوظيفة تعليمية، أو تسعى إلى تحريك العواطف والإثارة الانفعالات، أو التنبيه عما يكنه البعض من مشاعر فتقوم بوظيفة سيكولوجية، أو تعمل على إذاعة معلومات من أطراف متعددين في مواقع شتى في وقت واحد مؤديا بذلك وظيفة تنظيمية.

وهنا جاءت دراستنا لتبحث في البرامج الرياضية واتجاهات الطلبة نحوها، وتم اختيار بنامج "صدى الملاعب" كنموذج للدراسة، وذلك بإتباع جملة من الخطوات والمراحل متمثلة في مقدمة وأربعة فصول.

تناولنا في **الفصل الأول** الجانب المنهجي للدراسة حيث تناولنا إشكالية الدراسة التي يعتبر تحديدها من أهم الخطوات، فضلا عن تحديد أسباب اختيار الموضوع والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، وأهمية هذا الموضوع، وكذا تناولنا المفاهيم التي تتعلق بالمتغير المستقل والمتغير التابع، مع إعطاء كل مفهوم اجرائي خاص به، بالإضافة إلى الدراسات السابقة وكذلك مجالات ومنهج الدراسة.

أما **الفصل الثاني** المعنون بالاتجاهات فقد تطرقنا فيه إلى تعريف الاتجاهات والمفاهيم المشابهة، بالإضافة إلى خصائص الاتجاهات ووظائفها، مع ذكر أنواع الاتجاهات ومكوناتها ومصادرها، وأيضا مراحل تكوين الاتجاهات وتصنيفها إضافة إلى قياس الاتجاه وتغييره وأخيرا نظريات الاتجاهات.

أما **الفصل الثالث** والمعنون بالإعلام الرياضي فقد تضمن خصائص الإعلام الرياضي ووظائفه، بالإضافة إلى أهداف الإعلام الرياضي وأهميته وعناصره، مع ذكر أنواع الإعلام الرياضي ومختلف تأثيراته دون أن ننسى سلبيات الإعلام الرياضي والتكنولوجيا المستخدمة.

وبعد التطرق لهذه الفصول النظرية ربطتها الدراسة الحالية بفصلين تطبيقيين متمثلين في الجانب الميداني للدراسة باستخدام أسلوب التحليل الكمي والكيفي.

كما أرفقت الدراسة بخاتمة وملاحق وفهارس للجداول والموضوعات.

الجانب النظري

الفصل الأول

الإطار المنهجي

- **تمهيد.**

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانيا: فرضيات الدراسة

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعا: أهمية الدراسة

خامسا: أهداف الدراسة

سادسا: مفاهيم الدراسة

سابعا: منهج الدراسة

ثامنا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تاسعا: المقاربة النظرية للدراسة

عاشرا: الدراسات السابقة

- **خلاصة الفصل.**

تمهيد

إن الإطار المنهجي هو الأساس الذي تبنى عليه الدراسة، حيث يوجه الدراسة الوجهة الصحيحة أي يقوم مسار الدراسة وهذا لأنه نقوم فيه بتوظيف إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها وأهداف الدراسة وأهميتها، بالإضافة إلى المنهج والعينة وغيرها من العناصر التي تخدم الدراسة من الوصول إلى الهدف من الدراسة.

أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1- إشكالية الدراسة:

في ظل تطور الإعلام والاتصال وبخاصة في مجال التقدم التقني الكبير الذي شهدته وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية وتأثيرها القوي في حياة الفرد اليومية، ومحاولة الناس استغلالها بشكل واسع لغرض الاستفادة منها في توسيع أُفقِهم الثقافي أصبح للقنوات الإعلامية دورا فعالا في نقل ونشر الكثير من المعلومات والآراء والأفكار التي أصبحت جزءا رئيسيا من ثقافة الفرد في المجتمع.

حيث يقوم التلفاز بدور مهم وحيوي في مجال الاتصال الجماهيري، والتأثير في المشاهدين وتكوين وتعديل اتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة، إلا أنه في الوقت نفسه أصبحت العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها تفاعلية ومتبادلة وخاصة في الدول المتقدمة، فقد كان الإعلام قبل عقدين من الزمن يؤدي وظائف تقليدية ومحدودة كالأخبار وغيرها، إلا أنه بفعل النمو والتطور الطبيعي للمجتمعات الإنسانية اتسعت وظائفه وتعددت واختلفت بسبب ظهور العديد من النظريات والبحوث الإعلامية، أين بدأ الاهتمام برأي الجمهور واتجاهاته نحو وسائل الإعلام بهدف تطوير أدائها بما يناسب توجهاته وما يحتاجه منها.

ومع تطور وسائل تكنولوجيا الاتصال وعلى رأسها الأقمار الصناعية ظهر البث التلفزيوني الفضائي الذي تجاوز الحدود الجغرافية ووصل لملايين البشر، وشهدت المحطات التلفزيونية العربية خلال السنوات الماضية ازدياد كبيرا، وملحوظا في عددها ازدحاما على حيز البث التلفزيوني، وقد جاء في موقع (النايل سات) خلال السنوات السابقة أنه هو الأكثر انتشارا ومتابعة حيث يضم أكثر من (400) محطة خلالها، ونظرا للإقبال الشديد من قبل المستثمرين بمجال البث الفضائي على أقمار النايل سات فقد نفدت السعات المتاحة على القمرين الأول والثاني مما دعا إلى وضع خطط لتلبية احتياجات السوق المتزايد.

وقد رافق هذا التطور التقني الكبير مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة شهدتها المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة، في كثير من الجوانب الثقافية والفكرية والاجتماعية وتعد فئة الشباب أكثر فئات المجتمع تعرضا لهذه التغيرات والتحولات الثقافية والاجتماعية، وذلك بحكم وضعهم الاجتماعي من حيث أنهم فئة تعيش مرحلة انتقائية نحو تغيير وضعهم الفكري والاجتماعي من خلال تحصيل العلم والمعرفة، من شتى المنابع المتاحة لهم، والطلاب الجامعيون ليسوا فقط أكثر الفئات تعرضا للتغيير بل إنهم يشكلون أقوى عوامل التغير الثقافي والاجتماعي لما يحملون من رؤى وتصورات تخالف في بعض جوانبها الأجيال السابقة التي عاشت بظروف وتقنيات تختلف تمام عما هو موجود الآن، وعليه سيكون مختلفا أيضا عما سيكون في المستقبل فالشباب هم الأكثر قدرة على فهم التقنية الحديثة وتطبيقاتها وبالتالي هم الأكثر إقبالا على الاستفادة منها والتأثر بها.

ومع ازدياد نسبة المشاهدة التلفزيونية للمجتمع بالعموم ولكل الفئات فقد بات ملحوظا ظهور عدد من المحطات الفضائية المتخصصة غير الشاملة "التقليدية القديمة"، حيث نجد الآن العديد من المحطات الرياضية التي تبث المباريات على الهواء مباشرة، وتقدم النشرات الإخبارية الرياضية على مدار الساعة ومختلف البرامج الرياضية، في حين أن المواد (الإخبارية) التلفزيونية المتعلقة بالرياضة كانت قديما تبث بحدود ساعة أو ساعتين فقط بالأسبوع، الأمر الذي جعل المحطات الفضائية العربية الرياضية التي تبث موادها على مدار الساعة وبهذا فهي تقدم وسائل اتصالية للمشاهد وخاصة الشباب على مدار اليوم سعيا للتواصل الدائم مع جمهورها وترسيخ مضامين رسائلها الاتصالية.

انطلاقا مما سبق يتمحور السؤال الرئيسي حول ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الرياضية؟

2- تساؤلات الدراسة.

ويندرج ضمن السؤال الرئيسي مجموعة أسئلة فرعية كالآتي:

1- ما هي عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي للبرامج الرياضية؟

2- ما هي دوافع مشاهدة الشباب الجامعي لبرنامج صدى الملاعب؟

3- ما هي اتجاهات الشباب الجامعي نحو محتوى برنامج صدى الملاعب؟

4- ما هي اتجاهات الشباب الجامعي نحو مقدمي برنامج صدى الملاعب؟

5- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة.

تستند الدراسة في جانبها الميداني لفرضيات على النحو الآتي:

1- يتعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج الرياضية بصورة مكثفة.

2- يتعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرنامج صدى الملاعب بدوافع معرفية.

3- يتميز محتوى برنامج صدى الملاعب بالثقة لدى عينة الدراسة.

4- يتميز مقدمو برنامج صدى الملاعب بالمصداقية لدى عينة الدراسة.

5- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة.

ثالثا: أسباب اختيار موضوع الدراسة.

اعتمد اختيارنا على الموضوع على عدة أسباب وهي:

1- أسباب ذاتية:

أ- الاهتمام الشخصي بموضوع البحث في مجال اهتمامات الشباب خاصة منهم الطلبة الجامعيين.

ب – الميل الذاتي لمثل هذا النوع من المواضيع الرياضية وأدواتها وأساليب تطويرها ونشرها ومنها الوسائل الإعلامية على شكل برامج رياضية، والرغبة في التوسع أكثر في المجال الرياضي الذي أصبح يفرض نفسه في الوقت الراهن.

ج– تنبع أسباب اختيارنا لوسيلة التلفزيون من رغبتنا في معرفة سر بقاؤه وعدم تراجع أهميته أمام المنافسة الشرسة للإعلام الإلكتروني.

د– حداثة الموضوع وقلة الدراسات المعمقة في مجال الإعلام الرياضي حسب اطلاعنا.

2– أسباب موضوعية:

أ– قابلية الموضوع للدراسة والبحث منهجيا ومعرفيا.

ب– الإدراك والوعي بأن رسالة التلفزيون أسمى مما هي عليه الآن وبالتالي ضرورة العمل على إيجاد مكان لمضمون رياضي يحقق نفع الفرد ويخدم اتجاهاته.

ج– وجود علاقة بين الرياضة والتلفزيون والدور الذي يقوم به هذا الأخير في تكوين الاتجاه.

د– أهمية الموضوع خاصة ونحن نشهد انفتاحا إعلاميا على المجال الرياضي.

هـ– قلة الدراسات والبحوث التي تعالج هذا الموضوع من هذه الزاوية.

رابعا: أهمية الدراسة.

تنبع أهمية الدراسة من ضرورة الاهتمام بالجمهور الذي يعد أحد عناصر العملية الاتصالية فدراسة الجمهور تساعد القائمين على هذه البرامج الرياضية التعرف على حاجاته ورغباته ومقترحاته لتعزيز الإيجابيات وتلاقي السلبيات لتطوير مستوى الأداء في زمن المنافسة والانتشار الواسع للقنوات الفضائية في نفس المجال.

كما تبرز أهمية الدراسة من خلال تركيزها على اتجاهات ودوافع المشاهدين اتجاه البرامج الرياضية التي تقدمها الفضائيات فإن رأي الجمهور فيما تقدمه هذه الفضائيات له أهمية كبيرة لتطوير البرامج وتعديل الخطط البرامجية بما يلبي حاجات ورغبات الجمهور ويجعلهم أكثر ارتباطا بهذه البرامج ومحطاتها.

وتتزامن الدراسة مع تزايد الاهتمام بمدخلات ومخرجات التعليم الأكاديمي والميداني للإعلاميين وكذلك الاهتمام بالمؤسسات الإعلامية وفي مقدمتها التلفزيون، وانعكاس ذلك على المشاهدين فانطلقت الدراسة من المتلقى للرسالة الاتصالية، ومعرفة اتجاهاته تجاه البرامج الرياضية من خلال استجابته.

خامسا: أهداف الدراسة.

تسعى الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

1- الكشف عن العادات الاتصالية لطلبة الجامعة، وأنماط المشاهدة التلفزيونية لهذه البرامج.
2- التعرف على أكثر الدوافع التي تحث الشباب الجامعي على مشاهدة هذه البرامج الرياضية.
3- التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو محتوى البرامج الرياضية.
4- التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو مقدمي البرامج الرياضية.

سادسا: مفاهيم الدراسة.

1/ الاتجاه.

1-1/ الاتجاه لغة: وجه فلان شيء: أداره إلى جهة ما وجه القوم، الطريق: سلكوه، وجه البيت أي جعل وجهته نحو القبلة،اتجه إليه أي أقبل نحوه. [1]

1-2/ الاتجاه اصطلاحا: هو حالة استعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة ويؤثر تأثيرا ديناميكيا على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها[2].

وعند ألبورت الاتجاه هو حالة استعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة، ويؤثر تأثيرا ديناميكيا على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها، أما **بوغاردس فيقول أن الاتجاه** هو ميل الفرد الذي ينحو سلوكه اتجاه بعض عناصر البيئة أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة، تبعا لقربه من هذه أو بعده عنها، ويعرف كامبل الاتجاهات بأنها تعبير عن درجة الاتساق في الاستجابة لموقف أو موضوع ما فإذا لاحظنا فردين ووجدنا أن الأول يسلك سلوك متشابها في كل مرة يواجهه فيها نفس الموقف في حين أن الثاني يسلك سلوك متشابها في كل مرة يواجه فيها نفس الموقف أو الموضوع[3].

1-3/ إجرائيا:يقصد به في هذه الدراسة تنظيم لبعض العمليات النفسية والاستعدادات والميولات فعلية للطلبة الجامعين نحو البرامج الرياضية عموما وبرنامج صدى الملاعب ومقدميه عينة الدراسة من خلال مختلف التجارب التي اكتسبوها والتعبير عنها بمختلف السلوكات والآراء.

---

[1] ليلى حسين،" اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر)"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع، بسكرة،2014/ 2015)، ص9.

[2] نجم الدين بن شعبان، يوسف بوجميعة، "إتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل)، 2017، ص 48.

[3] زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2011، ص 83.

2: البرامج الرياضية.

2-1/ البرنامج اصطلاحا: هو مجموع المقررات المدروسة والمعلومات العلمية المرتبة في شكل محاور هادفة لمادة ما ولمرحلة تعليمية ما. [1]

2-2/ الرياضة اصطلاحا: تعتبر الرياضة أحد الأشكال الراهنة للظاهرة الحركية لدى الإنسان وهي طور متقدم من اللعب وأكثر تنظيما وأرفع مهارة، كما تنمي الرياضة على بقية أشكال النشاط البدني بالإندماج الخالص، كما أنها مؤسسة قائمة على قواعد دقيقة لتنظيم المنافسة بعدالة ونزاهة، كما تتجسد فيها القيم والأخلاق والثقافة والتربية، كما أن الرياضة تتأثر بالعلم والتكنولوجيا. [2]

2-3/ البرنامج الرياضي اصطلاحا.

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يحدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل أو هي ظاهرة الاتصال.

ويعرف بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي[3].

إن وسائل الإعلام باختلاف أنواعها من سمعية وبصرية ومقروءة ثابتة وتنوعها من المخاطية حسب اختصاصها، لم تقتصر على تزويد المستمع والقارئ والمشاهد أخبار ومعلومات وحقائق

---

[1] المفتشية العامة البيداغوجية، (د، ت)، المستندات التربوية الرسمية وكيفية التعامل معها، قراءة تحليلية واقتراح وضعية تعليمية د ب، مفتش التربية الوطنية للعلوم الإسلامية، ص1.

[2] www. Forum. Kooura. Com. 11.40 . 02/06/2018

[3] إبراهيم فؤاد الخصاونة، الصحافة الشخصية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص90.

واضحة وأفكار منطقية في جميع المجالات خاصة الرياضية بل تعدت أكثر من ذلك ويعني هذا الدور إلى صياغة الوعي الرياضي وتشكيل الرأي العام والإسهام في تطوير وتوسيع ما تنتجه وسائل الإعلام الأمر الذي أدى إلى خدمة الثقافة الرياضية وتوسع مجالها وعليه فإن وسائل الأعلام خاصة السمعية وسائل ثقافية تعمل على تزويد الجماهير بزاد ثقافي عن طريق المعارف وتفسيرها والتعليق وبالتالي نلمس وجود علاقة بين وسائل الإعلام والمعارف الرياضية حيث تتحدد هذه العلاقة المكملة وتتحدد من بعض الأحيان لعلاقة الحد والحاجز والإعلام يمثل الجانب التطبيقي من المجال الرياضي وبالتالي يساهم على نشر المعارف الرياضية وتوسيع مجالها[1].

3- الطالب

3-1/ الطالب لغة: هو ذلك الطالب الذي تحصل على شهادة البكالوريا وعلى إثرها إلتحق بالجامعة لدراسة تخصص معين.

الطالب الذي يطلب العلم، ويطلق عرفا على التلميذ في مرحلتين التعليم الثانوي والعالي.[2]

3-2/ الطالب اصطلاحا: هو ذلك الشخص الملتحق بمؤسسة تعليمية ضمن الفئة العمرية المسموح له بالالتحاق في النظام التعليمي ويكون متفرغا لأغراض التعليم من خلال هذا التعريف نجد أن صلاح الزرور التميمي وزملائه قد أطلقوا مصطلح الطالب على كل من إلتحق بمؤسسة تعليمية دون أن يحدد مستوى هذه المؤسسة إن كان ابتدائي أو متوسط أو ثانوي أو جامعي فعبارة النظام التعليمي لا يعني بالضرورة الطور الجامعي كما لا طور محدد من الأطوار المذكورة سالفا ومن

[1] دروازي مصطفى، "تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية"، (مذكرة منشورة، الجزائر 03، 2011/ 2012)، ص29.

[2] http:// www. Almaany. Com. 12 :17. 2/06/2018

ثمة فإن الطالب بإحدى هذه المؤسسات أو أي مؤسسة تعليمية خاصة كانت أو عامة فيما قد حددت بأن من ينتمي إلى فئة الطلبة لا يكون متفرغا إلا لأغراض التعليم[1].

3-3/ الطالب إجرائيا: يقصد بالطالب في هذه الدراسة الطالب الجامعي الذي أتيحت له فرصة متابعة الدراسة بمرحلة التعليم العالي والجامعي والذي يشتغل في البحث العلمي والإنتاج المادي.

4-الإعلام الرياضي.

4-1/ الإعلام الرياضي اصطلاحا: عرف الإعلام في العصر الحديث مكانة كبيرة جعلت مفهومه يتسع إذ لم يقتصر على الأخبار السريعة باعتباره أضحى علما قائما بذاته له أهدافه ونهجه ونظمه وتنوع تعريفاته[2]، والإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية من أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي[3].

4-2/ الإعلام الرياضي إجرائيا:نقصد بالأعلام الرياضي في دراستنا كل الوسائل والأنشطة المستخدمة في المجال الرياضي والتي تعمل على تزويد الجماهير والمتمثلة في الطلبة بمختلف المعلومات والأخبار فيما يخص الرياضة.

[1] صلاح الزرور التميمي وآخرون، مسير مصطلحات، مناهج التعليم والتدريب المهني والتقني مؤسسة التعاون الفني الألماني ctl، سوريا: 2009، ص17.

[2] دروازي مصطفى، مرجع سابق، ص 25.

[3] نفس المرجع، ص 29.

سابعا: منهج الدراسة.

لا يمكن للباحث أن يصل إلى الحقيقة في دراسته وبحثه إلا من خلال إتباع منهج دقيق وتقويم صحيح، فهو الكفيل على ترتيب تفكيرنا بحيث يترابط فيما بينه، والغاية منه هي الإقناع بحقيقة ما.

ويقول "ديكارت" في أهمية المنهج السليم يزيد تدريجيا من معرفة المرء ويرفعها إلى أعلى مستوى يمكن أن تصل إليه خلال بدائية الذهن البشري وقصر العمر الإنساني، وأما الباحث فاضلي إدريس" فيوضح لنا أهمية المنهج في البحث العلمي والتفكير الإنساني الصحيح هو الذي يرتكز على مجموعه[1].

– مفهوم المنهج: المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العام تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة[2]، ويعرف "بيل" المنهج بصفة عامة "أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي تقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها[3].

وبما أن دراستنا هذه تسعى إلى معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو البرامج الرياضية، فإن الدراسة تندرج ضمن الدراسات والبحوث الوصفية الاستكشافية، حيث تعرف بأنها: "كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها[4]، حيث تصف الظاهرة، وتبين خصائصها، من خلال جمع المعلومات

[1] عثمان عبد المالك: مفهوم وأهمية المنهج في البحث العلمي، عدد 26، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2013 ص147.

[2] عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، الكويت: دار النشر وكالة المطبوعات، ط3، 1977، ص50.

[3] عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دمشق: دار التميز، ط1، 2002، ص01.

[4] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص286-287.

والإحصاءات والبيانات وذلك لمعرفة حجم الظاهرة وارتباطها بالظواهر الأخرى، ويقوم بتحليلها وتقديم التفسير لها.

وبما أن المنهج الوصفي من أشهر مناهج البحث وأكثرها استخداما في الدراسات الوصفية خاصة وأنه يوفر الكثير من البيانات والمعلومات عم موضوع الدراسة، حيث أننا بواسطته نجمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف ومعرفة اتجاهات الشباب الجامعي لعينة محددة من الطلاب فإن "المسح بالعينة" هو المنهج الملائم لهذه الدراسة، حيث يعرف بأنه: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطفة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"[1].

كما يعرف أيضا على أنه أسلوب لجمع البيانات نستطيع من خلاله الحصول عن المعلومات مباشرة من الأفراد الذين تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضوع الدراسة[2].

كما يستخدم منهج المسح بالعينة في دراسات الرأي العام، للتعرف على اتجاهات الجمهور وآرائهم في الموضوعات المعتبرة للجدل، كما يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة الوصفية التحليلية في مجال الدراسات الإعلامية.

[1] عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2005، ص282.

[2] محمد الفاتح، حمدي: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال- دروس نظرية وتطبيقية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2017 ص45.

ثامنا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

1- عينة الدراسة.

إن تحديد مجتمع أي دراسة ما يثير على مجموعة من الخطوات المنهجية العامة، وفي هذا الصدد عرف مجتمع الدراسة بأنه المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج ذات الصلة بالمشكلة المدروسة.

ويشمل مجتمع البحث الأصلي في دراستنا في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تاسوست على مستوى ولاية جيجل والتي يتابع أفرادها الإعلام الرياضي ونظرا لصعوبة تطبيق هذه الدراسة على كفالة مفردات مجتمع الدراسة قمنا باللجوء إلى أسلوب المعاينة الذي يكتفي بعدد محدود من أفراد المجتمع الأصلي للدراسة إذ قمنا باختيار العينة غير إجمالية "القصدية"[1].

وهذا لتحقيق أهداف البحث فالعينة القصدية "هي العينة التي يقوم فيها باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمة لا مجال نفيها للصدفة بل يقوم شخصيا باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا[2].

تم اختيار عينة البحث بطريقة مسحية وتم اختيار جميعهم عن قصد وذلك للوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية ومطابقة للواقع، حيث تكونت عينة الدراسة من 80 طالب بجامعة تاسوست وذلك من السنة الأولى والثانية والثالثة والماستر1 والماستر2 لجميع التخصصات المتمثلة في العلوم الإنسانية وعلم اجتماع، وعلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

[1] احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبعة جامعة الجزائر، 2010، ص197.
[2] رشيد زرواتي، تدريسات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، 2008، ص276.

التعريف ببرنامج صدى الملاعب:

هو برنامج تعرضه القناة MBC1 التي يبثها مركز التلفزيون الشرق الأوسط، في البداية كان يقدم المديع محمد الشهري كل جمعة على الساعة الحادية عشر، عن الكرة السعودية، فقد استمر على هذا الحال لمدة 3 سنوات، وبعدها توقف عرض البرنامج بسبب انشغال محمد الشهري بالتحضير لبرنامج حروف وألوف (برنامج رمضاني)، ثم عاد البرنامج بحلة جديدة برنامج رياضي يعرض يوميا لمدة ساعة واحدة من الثانية عشر والنصف إلى الواحدة والنصف صباحا ويقدم البرنامج مصطفى الآغا يعرض جميع الأخبار الرياضية العربية والعالمية، ويناقش العديد من المواضيع الرياضية ويتم من خلالها استضافة عدد كبير من المختصين والمحللين لإثراء البرنامج أكثر.

2- مجالات الدراسة:

2-1/ المجال الزمني:

المجال الزمني هو الوقت المستغرق لإنجاز الدراسة وذلك بعد تحديد عنوان الدراسة أو الموضوع بالإضافة إلى المكان الذي أجرينا فيه دراستنا الميدانية وقد شرعنا بداية فيفري 2017 في البحث عن المعلومات والمعطيات والمراجع المختلفة ثم قمنا بإنجاز الإطار المنهجي للدراسة وذلك لأهميته في الدراسة وكان ذلك خلال الفترة الممتدة ما بين 8- 02- 2018 و18- 02- 2018، وبعد ذلك يأتي الإطار النظري الذي يحتاج لتنويع في المصادر والمراجع حيث قمنا بإنجازه ما بين 20- 02- 2018 و30- 02- 2018.

بعد ذلك أنجزنا الاستمارة النهائية وتحكيمها من قبل الأساتذة[1] خلال الفترة الممتدة ما بين 1- 04 2018 و15- 04- 2018. ومن 17- 04- 2018 إلى 20- 04- 2018 قمنا بتوزيع الاستمارات، ويعد ذلك كتكملة للعمل النهائي للاستمارة وقمنا بتفريغ البيانات وتبويبها في

[1] عبد الحكيم الحامدي، حورية بولعويدات.

جداول والوصول إلى النتائج وتحليلها حيث أخذت هذه المرحلة وقت كبير بحيث امتدت من 21-04- 2018 إلى 30- 05- 2018.

2-2/ الحدود البشرية:

الحدود البشرية هي المجال البشري الخاص بالدراسة وهم كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للقطب الجامعي محمد الصديق بن يحي- تاسوست بحيث بلغ عدد الطلبة بالكلية حوالي 3993 طالب ويشتمل المجال البشري لهذه الدراسة في طلبة قسم الإعلام والاتصال وعدم الاجتماع وعلوم إنسانية وعلم النفس وعلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وقد اخترنا منهم فئة من متتبعي برنامج صدى الملاعب.

2-3/ الحدود المكانية (الجغرافية).

تعتبر الحدود المكانية للدراسة من معايير نجاح الباحث في مهمته، بحيث انه لا بد أن يكون لديه قدر كافي من المعرفة حول المجتمع الذي سوف تجري عليه الدراسة العلمية للتوصل إلى نتائج وتوصيات تساعده في التخطيط للمجتمع وقد حددنا جامعة جيجل –تاسوست- محمد الصديق بن يحي كمجال جغرافي للدراسة..

الحدود المكانية هي المجال البشري الخاص بالدراسة المتمثلة في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية التابعة للقطب الجامعي بتاسوست بجامعة محمد الصديق بن يحي لولاية جيجل- التابعة لبلدية الأمير عبد القادر بالمنطقة العمرانية تاسوست، بحيث يحدها شمالا السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، أما الجهة الجنوبية فتحدها مقبرة تاسوست، كما يحدها غربا مدينة جيجل، وهي تتربع على مساحة تقدر ب39.5 هكتار، وبموجب قرار وزاري مشترك المؤرخ في 24 أوت 2004م، بجامعة جيجل، فتحت أبوابها يوم 22 شعبان 1428هـ.

3/ الأساليب الإحصائية.

تعتبر أساليب المعاجلة الإحصائية أداة الباحث لتحويل المعطيات الكيفية في دراسته إلى معطيات كمية (رقمية) قابلة للقياس والحكم عليها، وعليه فقد تم الاعتماد في الدراسة الراهنة على جملة الأساليب الإحصائية التالية:

1- حساب التكرارات والنسب المئوية: وهي خاصة بجداول المحور الأول والمتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وجداول المحور الثاني المتعلق بعادات وأنماط مشاهدة حصة صدى الملاعب وكذلك بيانات المحور الثالث المتعلق "بدوافع مشاهدة برنامج صدى الملاعب".

2- مقياس التوزيعات التكرارية: ويتعلق الأمر بجداول المحور الرابع "الاتجاه نحو المحتوى الرياضي لحصة صدى الملاعب" وقد استخدم هذا المقياس في اختبار درجة الفرق بين المتغيرات المختلفة أي بين البيانات الفعلية المتحصل عليها في الدراسة وبين البيانات النظرية المفترضة في مرحلة أولى من نفس الدراسة وذلك من خلال الصيغة التالية:

$$\text{كا}^2 \text{ المحسوبة} = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})}{\text{التكرار المتوقع}} = \frac{\text{مج (ش. ت)}^2}{\text{ت}}$$

ثم تمت المقارنة بين كا^2 المحسوبة وكا^2 الجدولية وذلك عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

3- البرنامج الإحصائي spss: ويقوم هذا البرنامج بتحليل البيانات بطريقة آلية وذلك لكثرة المقاييس الإحصائية المطلوبة، حيث أن هذا البرنامج يتسم بالدقة والمرونة الكافية للحصول على مثل هذه المقاييس، وقد استخدم هذا البرنامج لمعالجة أسئلة المحور الرابع المتعلق بالاتجاه نحو المحتوى الرياضي لبرنامج صدى الملاعب.

تاسعا: المقاربة النظرية للدراسة.

تتميز وسائل الإعلام بقدرة كبيرة في تشكيل اتجاهات أفراد المجتمع نحو مختلف القضايا التي تهم قطاعات هذا المجتمع، وذلك من خلال صياغة وبث الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبالنظر إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الشباب، وضمن هذا الإطار فإنه لا بد من الاستناد إلى النظريات التي أحاطت بمسألة دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الناس، وتحديدا تشكيل الاتجاهات وذلك لتفسير نتائج دراستنا.

1-تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات: يعد الياهو كاتزر عالم الاتصال الأمريكي، أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباعات عام1959، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك إلتقى مفهوم قوة رسائل الاتصال التي كانت تنادي بها بعض النظريات كنظرية الرصاصة السحرية.

وتعد عملية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال عملية معقدة وترجع إلى عدة عوامل منها: خلفية أفراد الجمهور الثقافية، سياسات الوسيلة وتوجهاتها: والعوامل الشخصية ومنها: "أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع"، ونوع الإشباع الذي يردي الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الاتصالية.

وظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الاتصال من الإجابة على السؤال (ماذا) إلى الإجابة على السؤال (لماذا)، للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كم أنها تحاول التعرف على الإشباعات التي يحققها التعرض لوسائل الاتصال إلى الجمهور[1].

[1] العبد معمى، أطفالنا والقنوات الفضائية، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2005، ص13.

وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام[1].

2- مفاهيم النظرية.

أ- الاستخدام: مفهوم تلتقي في الاهتمام به التخصصات التي تتقاسم مجال الاتصال، بتنوع هذا المفهوم حسب السياقات التي تم نفيها استخدامه ظهرت كلمة "استخدام" منذ القرن 12 في اللغة الفرنسية، وتعني منذ ذلك الحين واليوم أيضا نشاط اجتماعي يلتقط تكاثره، له طبيعة كاللجوء إلى شيء ما، لاستخدامه لغاية محددة، استعماله لإتباع حاجة.

ومفهوم استخدام وسائل الإعلام ليس حديث، لأنه يفرض نفسه، مند سنوات الستينيات، في الدراسة الإمبريقية في الدورة الناطقة بالانجليزية حيث قلب تيار الاستخدامات والاشباعات نموذج التأثيرات بعدم السؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفران لكن حول ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟

ب- الحاجة: هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإتباع والحاجة قد تكون فيسيولوجية أو نفسية؛ وهي على أنواع:

1- الحاجات المعرفية: congnitive Needs: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة، وفهم البيئة المحيطة، وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع حاجة حب الاستطلاع والاكتشاف.

[1] قرناني ياسين: "استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت"، (قسم الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009- 2010).

2- الحاجات العاطفية: Affective reeds: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعد السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

3- حاجات الإندماج الشخصي: Needs personal integrative: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية، الثقة، الاستقرار ومركز الفرد الاجتماعي، وتنبع هذه الحاجات من رغبة الأفراد في تحقيق الذات.

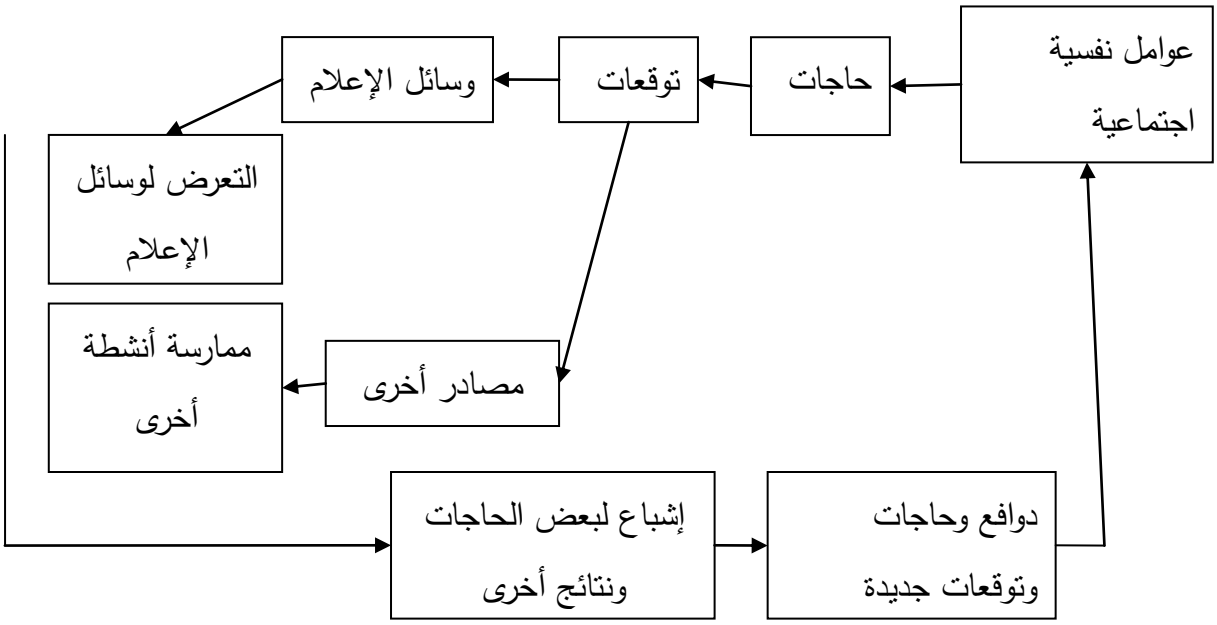
4- **حاجات الاندماج الاجتماعي: Needs social integreative**: وهي الحاجات المرتكبة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء، والعالم، وهي حاجات تبنع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجامعة.

5- الحاجات الهروبية: Escapist Needs: وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار بعيدا عن الآخرين.

ج- الدافع: فهو حالة فيسيولوجية أو نفسية توجه إلى القيام بسلوك معين تقوي استجابته إلى مثيرها أو يرضي حاجة ما، كما يعرف الدافع بأنه ذلك العامل أو قوة الدفع التي تثير السلوك وتواصله وتسهم في توجيهه إلى غايات وأهداف معينة، وتهتم نظريات الدوافع بالوصول إلى إجابات حول مسببات السلوك الإنساني، انطلاقا من فهم الطبيعة الإنسانية يعبر كاتز وزملاؤه عن النظرية في الرسم التخطيطي التالي[1]:

[1] فضة عباس (1)، محمد الفاتح حمدي (2): مدخل لعلوم الاتصال والإعلام والوسائل النماذج والنظريات (ط1)، 2017، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص338- 339.

الشكل رقم (01): يوضح مخطط كاتز



3-فروض النظرية.

وتعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- يعتبر استخدام ووسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يتبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تتبع تلك الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط[1].

4-الانتقادات الموجهة للنظرية.

من الانتقادات الموجهة إليها أولها الإدعاء أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحقق له (المضمون) بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط (هو أمر ربما مبالغ فيه) حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة كما أن عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط الذي يسعى لتحقيق أهداف معينة وإشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار (فليس كل سلوك اتصالي يوجد حافز فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي) يحدده وجود وسيلة اتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض كما أن هناك جدلا وتساؤلا حول قياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أمر بعده وكثافة ومحدودية المشاركة. [2]

كما أن النظرية تفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.

[1] عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، ص9- 10.

2 علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، (ط1)، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ، ص29.

الدراسة في ضوء النظرية:

تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباعات في دراستنا لمعرفة الدوافع والحاجات الحقيقية التي تلبيها البرامج الرياضية للشباب الجامعي، وكذلك محاولة استخلاص مجمل الآثار التي تنتج وتتكون من جراء هذه المشاهدة في اتجاهاتها.

ومن خلال اجابات المبحوثين تبين أن البرامج الرياضية تحقق لمشاهديها اشباعات عديدة سواءا معرفية وغيرها، وهذه الحاجات المعرفية أي الحاجات والدوافع المرتبطة بالحصول على أخبار ومعلومات جديدة حول الرياضة ومختلف مجالاتها.

عاشرا: الدراسات السابقة.

قبل أن ينطلق الباحث بإجراء بحثه وخطواته الأولى لابد أن يستعين بدراسات ومؤلفات ومراجع سابقة من أجل الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه ومعرفة تاريخ تطوره.

ولإجراء دراستنا اعتمدنا على الدراسات الآتية نظرا لوجود تشابه بينها وبين الدراسة الخاصة بذلك:

– **الدراسة الأولى:** "البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي"[1]، وهي مذكرة ليسانس للطالب "عيسى الهادي" خلال الموسم الجامعي 2008/2007 بجامعة الجزائر وحملت الإشكالية التالية « إلى أي مدى تعمل البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري على تنمية الوعي الرياضي لدى الجماهير المشاهدة »؟، وقد تضمنت أسئلة فرعية وجاءت كالتالي:

– هل يساعد أسلوب تقديم هذه البرامج على مشاهدتها؟.

[1] عسيى الهادي،" البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد التربية البدنية والرياضية (سيدي عبد الله)، جامعة الجزائر،2008/2007).

- هل تتلقى البرامج الرياضية الاهتمام الكافي من ناحية عدد ساعات البث؟

كما اعتمد الباحث من أجل دراسته على منهج تحليل المحتوى باعتباره المنهج الأنسب لدراسته، أما الأداة التي استخدمها الطالب في دراسته هي أيضا تحليل المحتوى والإستبانة بالملاحظة كأداة مساعدة.

ووصل الباحث في الأخير إلى مجموعة من النتائج ومن أهمها نذكر:

1- الإعلام الرياضي في بلادنا بعيد كل البعد للوصول إلى مستواه الحقيقي المنوط به في التغطية الإعلامية اللازمة التي تخدم الأبعاد الحقيقية للرياضة العامة والتربية الرياضية خاصة.

2- الاهتمام العملي والفعلي في كيفية خلق هذا الإعلام والتشريع به وتقديمه في أحسن صورة ممكنة لمحاولة إدراك أي فقرة نوعية نريدها لتطوير وترقية وتنمية الإعلام الرياضي التلفزيوني في بلدنا الجزائري.

3- إنتاج وخلق أساليب جديدة في العمل أهمها وضع سياسة واضحة تعتمد على أسس علمية تعطي للبرامج الرياضية المتلفزة قيمتها الحقيقية إضافة إلى الاهتمام بأذواق الجماهير الرياضية.

التعقيب:

تمثلت الدراسة في البرامج الرياضية التفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي وإلى أي مدى تعمل هذه البرامج على تنمية الوعي لدى الجماهير.

وقد اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث الجانب المكاني والزماني للدراسة حيث أجريت هذه الدراسة بجامعة الجزائر سنة 2008، أما دراستنا في جامعة جيجل لسنة 2018 كما اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث المنهج، فالباحث في هذه الدراسة استخدم منهج تحليل المحتوى، أما دراستنا فاعتمدت المنهج الوصفي، كما اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من

حيث المتغير الثاني حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة البرامج الرياضية في نشر الوعي الرياضي أما دراستنا فهدفت إلى معرفة الاتجاهات.

واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث متغير البرامج الرياضية، كما استفدنا من الدراسة في الجانب النظري للدراسة.

الدراسة الثانية: "تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17 سنة)[1] وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر للطالب "راجحي صابر" خلال الموسم الجامعي 2012/2011 بجامعة بسكرة وحملت الإشكالية التالية: « هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟»، كما تضمنت أسئلة فرعية وهي:

- هل يتعرض تلاميذ المرحلة الثانوية لوسيلة التلفاز؟

- هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية؟

- هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي على الجانب المعرفي للتلميذ؟

هذا واعتمد الباحث من أجل دراسته على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم لدراسته واستخدم الإستبانة كأداة مساعدة.

وفي الأخير توصل الباحث إلى نتائج وهي:

1- أن الرياضة مؤسسة اجتماعية ثقافية تربوية، فهي أكثر ثراء واتساعا، لذلك يقال للرياضة أنها مرآة للمجتمع.

[1] راجحي صابر: تأثير الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17)، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة بسكرة، 2012/2011).

2- الإعلام الرياضي يتم من خلاله نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنميتهم وتوعيتهم.

3- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع.

4- الإعلام الرياضي المرئي يؤثر تأثيرا إيجابيا في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية وذلك من خلال سلوكات وعادات التلاميذ ويؤثر أيضا في الجانب المعرفي.

التعقيب:

تمثلت الدراسة في تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية.

وقد اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في كون أن دراستنا هدفت إلى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الرياضية أما هذه الدراسة فهدفت إلى معرفة تأثير الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية، كما اختلفت عن دراستنا من الجانب المكاني والزماني عن دراستنا، واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج والأداة حيث استخدمنا المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، كما اتفقت مع دراستنا من ناحية الإعلام الرياضي أين شمل البرامج الرياضية فاستفدنا منها في بناء الجانب النظري لنا.

الدراسة الثالثة:"تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية"[1] وهي مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجيستر في نظرية ومنهجية التربية البدينة والرياضية، للطالب "مصطفى دروازي" بجامعة الجزائر. للسنة الجامعية 2011– 2012.

وحملت الإشكالية التالية: ما مدى تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الرياضية في الإذاعة المحلية بالجلفة؟ كما نظمت أسئلة فرعية وهي:

– هل يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية.

– كيف يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الرياضية الإذاعية المحلية؟

هذا واعتمد الباحث من أجل دراسته على المنهج الوصفي المسحي وهذا من خلال تقديم بيانات مفصلة وتفسير العوامل المرتبطة عن الواقع الميداني لهذا البحث العلمي واستخدام استمارة لجمع البيانات.

وفي الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج:

– من خلال الدراسة الميدانية اتضح لنا أنه بالفعل يوجد جمهور رياضي يتذوق مواضيع رياضية في حين كانت الحصة الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية وسيلة لاستكشاف هذا الذوق.

– ولذلك فإن معلومات استمارة البحث تبين مدى أهمية الفرضية المطروحة في بداية البحث.

– الإطلاع على دور المنشط وأثر الموضوع الرياضي على مستوى الحصص الرياضية الحوارية في تفعيل الجمهور الرياضي.

[1] دروازي مصطفى، مرجع سابق، ص125.

التعقيب:

تمثلت الدراسة في تفاعل الجمهور مع الحصص الحوارية الرياضية، واختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث أن دراستنا هدفت إلى معرفة اتجاهات الطلبة، أما هذه الدراسة فتهدف إلى معرفة تفاعل الجهور، كما اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من الجانب المكاني والزماني للدراسة.

واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج حيث كلانا استخدم المنهج الوصفي التحليلي واستخدمنا الاستمارة كأداة لجمع البيانات، كما أنها اتفقت مع دراستنا من جانب الحصص الرياضية ودراستنا عن البرامج الرياضية.

الدراسة الرابعة:

دراسة "الزواوي أحمد المهدي" بعنوان: "الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور لحصة من الملاعب"، دراسة استطلاعية بولاية لمسيلة سنة 2008/2007 تمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: هل استطاعت حصة من الملاعب الرياضية بشكلها ومضمونها إرضاء متتبعيها وإطلاعهم على تطورات الساحة الرياضية الوطنية؟ وهل لبت تطلعاتهم؟ أم أن المطلوب يتجاوز أدائها؟

التساؤلات الفرعية:

1- كيف يقيم متتبعو حصة من الملاعب شكل الحصة؟
2- ما هي العوامل الموضوعية التي تسهم في إقبال وتجاوب الجمهور مع حصة من الملاعب؟
3- هل نجحت الحصة في اختيار الأحداث الرياضية وإثرائها حسب آراء جمهور المتتبعين؟
4- كيف يتصور جمهور المتتبعين الحصة الرياضية النموذجية؟

الفرضية الرئيسية:

تحقق حصة من الملاعب الرياضية بشكلها ومضمونها إرضاء متتبعيها بإطلاعهم على تطورات الساحة الرياضية.

الفرضيات الجزئية:

1- تقدم حصة من الملاعب في شكل يقبله الجمهور.

2- يمثل وقت بث الحصة وآنية المواضيع المختارة أهم العوامل المؤثرة على إقبال المشاهدة.

3- يرجع نجاح حصة من الملاعب إلى اختيار الحدث الرياضي الذي يشد إليه اهتمام الجمهور.

4- يتطلع الجمهور الرياضي إلى حصة رياضية منوعة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

– أن نسبة عالية من أفراد العينة هم من مشاهدي التلفزيون الجزائري وأن الحصة الرياضية تأتي في مقدمة البرامج التي يستدلها أكبر عدد من المتتبعين.

– أن المقابلات المبرمجة وتوقيتها وكونها مباشرة هي من أهم محاور لاستقطاب الجمهور.

– أن عدد ضيوف الحصة قليل وتسجيل انطباعات ايجابية للمستجوبين عن المنشط وكذلك التعليق ومواكبة حصة من الملاعب من الأحداث الرياضية على المستوى الوطني.

– ارتباط المشاهدين بقنوات أجنبية ومشاهدتهم لحصص رياضية يجعل المتطلبات النوعية في الشكل والمضمون تتجاوز إمكانيات حصة من الملاعب بالتلفزيون الجزائري.[1]

التعقيب:

تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة كونها تناولت الإعلام الرياضي كما استخدمنا نفس المنهج وهو المنهج الوصفي المسحي، واستخدمنا نفس الأداة وهي الاستمارة.

[1] الزواوي أحمد المهدي، "الإعلام الرياضي في التلفزة الجزائرية من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب"، (دراسة استطلاعية بولاية لمسيلة، 2008).

واختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث أن دراستنا أكثر تدقيقا في المتغيرين ومن الجانب المكاني والزماني للدراسة.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل الذي تناولنا في الإطار المنهجي للدراسة حاولنا فيه طرح الإشكالية وتساؤلاتها وفرضياتها بالإضافة إلى أسباب اختيارنا للموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها من خلال هذه الدراسة بالإضافة إلى منهج الدراسة، عينة الدراسة وحدد الدراسة، الدراسات المشابهة وفي الأخير نظرية الدراسة حتى نتمكن من بعده السير في الدراسة على المنهج الصحيح أو المسار الصحيح.

الفصل الثاني

الاتجاهات

- **تمهيد.**

أولا: الاتجاهات والمصطلحات المشابهة

ثانيا: خصائص الاتجاهات

ثالثا: وظائف الاتجاهات

رابعا: أنواع الاتجاهات وتصنيفاتها

خامسا: مكونات الاتجاهات ومراحلها

سادسا: مصادر الاتجاهات ومراحل تغيرها

سابعا: أساليب قياس الاتجاهات ونظرياتها

-خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر الاتجاهات ترجمة لمختلف استعدادات الأفراد الفطرية نحو مواضيع محددة تتشكل انطلاقا من تجاربهم في البيئة التي يتعايشون معها وتحدد قدرتهم على تقييمهم لتلك المواضيع بالسلب أو الإيجاب، بالرفض أو القبول.

وعليه فسوف يتم في هذا الفصل التعرض إلى متغير الاتجاهات انطلاقا من تعريف الاتجاهات الارتباط بين الاتجاهات والمفاهيم السابقة، وكذلك التطرق إلى خصائص الاتجاهات ووظائف الاتجاهات ثم أنواع ومكونات الاتجاهات، وكذلك مصادر الاتجاهات ومراحل تكوين الاتجاهات وقياسها، وأخيرا تغيير وتصنيف الاتجاهات ونظرياتها.

أولا: الاتجاهات والمصطلحات المشابهة

اختلف العلماء والباحثين في تعريف الاتجاه نظرا لارتباطه المتشعب بعلمي النفس والإجتماع حيث تعتبر الاتجاهات من مواضيع علم النفس الاجتماعي، التي ينظر إليها الباحثون كل حسب رؤيته المعرفية، النفسية، والاجتماعية.

1-القيم: هي مجموعة من الأفكار والاهتمامات التي كونها الفرد من خلال تجاربه المتنوعة والعملية في المجتمع، آخذة صفة المعيارية لتصرفاته، ولها الصفة الإيجابية، الشرعية للحكم في تصرفاته وسلوكه في المجتمع[1].

2- الميول: تعرف الميولات على أنها استعدادات وجدانية وانفعالية مكتسبة تحمل الفرد على أن يقوم أو يته بنشاط أو بعمل معين دون غيره، بحيث تلعب التنشئة الاجتماعية خصوصا الأسرية منها دورا بليغا في تحديد ميولات الفرد المهنية.

3- الاعتقاد: هو الحكم الذي لا يقبل الشك فيه لدى معتقده، والجمع عقائد وتعني ما عقد الإنسان عليه قلبه جازما به من الأفكار والمبادئ، فهو عقيدة سواء كان حقا أو باطلا، وتستخدم الكلمة للإشارة إلى الاعتزاز برأي معين[2].

4- السلوك: إن كلمة سلوك behavior كمصطلح علمي لا تشير إلى السلوك البشري فحسب، يمكن أن تستخدم للدلالة على سلوك مختلف أنواع الأحياء وكذلك الجمادات، فقد يبحث عالم النبات في سلوك النبات أثناء تعرضها لأشعة الشمس، أو لبرودة شديدة وكذلك يبحث الكميائي في كيفية سلوك مادة معينة كالماء عند تعرضه لدرجة الغليان، فالتغيرات التي تحدث على

[1] زروال نصيرة، القيم الاجتماعية كمعيق للمشروع التنموي الصناعي الجزائري، مذكرة منشورة، الجزائر، ص3.

[2] سفيان بوعطيط، دراسة القيم الاقتصادية والسياسية وعلاقتها بالتوافق المهني لدى هيئة التدريس الجامعي، مجلة دراسات نفسية وتربوية، العدد18 جوان 2017، جامعة 20 أوث 1955، سكيكدة، الجزائر.

النبتة وعلى المادة الكيماوية هي تغيرات سلوكية، وبالتالي فالسلوك هو استجابة تغيير أو ردة فعل لمؤثرات قد تكون خارجية أو داخلية.[1]

ثانيا: خصائص الاتجاهات

تتلخص أهم خصائص الاتجاهات النفسية الاجتماعية فيما يلي:

1- الاتجاه علاقة بين الفرد وموضع ما من موضوعات البيئة وقد يكون هذا الموضوع شخصيا أو فكرة أو حادثا أو وضعا أو شيئا.

2- الاتجاهات تكوينات فرضية يستدل عليها من السلوك الظاهري للفرد الطالب الذي يملك اتجاها إيجابيا نحو مادة دراسية معينة بصرف المزيد من الجهد والوقت لدراستها.

3- الاتجاهات متعلمة يكتسبها الفرد عبر عملية التنشئة وقد يتم تعلم بعض الاتجاهات على نحو لا شعوري أو غير قصدي.

4- الاتجاهات تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي نرتبط بها.

5- الاتجاه تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه[2].

6- الاتجاهات تختلف وتتعدد حسب المثيرات التي ترتبط بها.

7- الاتجاهات ذات خصائص فعالة.

8- الاتجاهات قابلة للقياس والتقويم.

9- الاتجاهات تنتج عن الخبرة السابقة وترتبط بالسلوك الحاضر وتشير إلى السلوك في المستقبل.

---

[1] إيمان عبد الكريم ذيب، "السلوك الاجتماعي للطالب الجامعي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية التربية، قسم العلوم التربوية والنفسية)، ص3.

[2] جودة بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط1، الأردن: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004، ص271.

10- الاتجاه مكسب وليس وراثي، بمعنى أن الفرد يكتسب اتجاهات من خلال ممارسته وخبرته في الحياة[1].

كما تتميز الاتجاهات بمجموعة خصائص:

– **الوجهة:** تشير وجهة الاتجاه إلى شعور الفرض نحو مجموعة من الموضوعات قد تكون هذه الوجهة إيجابية أو سلبية.

– **الشدة:** تختلف الاتجاهات من حيث الشدة، إذ نجد لشخص معين اتجاها ضعيفا نحو موضوع ما بينما نجد اتجاها قويا نحو موضوع آخر.

– **الانتشار:** حيث نجد تلميذا لا يحب أو يكره بشدة جانبا واحدا أو جانبين من جوانب المدرسة بينما نجد آخر لا يحب أي شيء يتعلق بالتعليم الخاص أو العام.

– **الاستقرار:** من الملاحظ أن بعض الأفراد يستجيبون لسلم الاتجاه بأسلوب مستقر بينما نجد آخرين يعطون إجابات مرضية وغير مرضية لنفس لموضوع، فقد يقول بأنه يعتقد بأن كل القضاة محايدون وفي نفس الوقت يجادل بأن قاضيا معينا ليس محايدا.

– **البروز:** ويقصد به درجة التلقائية أو التهيؤ للتعبير عن الاتجاه[2].

ويمكن تحديد الاتجاهات أنها:

- مكتسبة وليست وراثية ويتم تعلمها بعدة طرق.

- قابلة للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ.

- تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية ويشترك عدد من الأفراد أو الجماعات فيها.

[1] ليلى حسين، مرجع سابق، ص14.

[2] قدور نوبيات، مرجع سابق، ص ص 22-23.

- يمكن التعبير عنها بعبارات تشير إلى نزعات إنفعالية.

- نزعة فردية لا تشكل جزءا من ثقافة المجتمع.

- يمكن إخفاءها.

- يصعب التعبير عنها باعتبارها نزعات إنسانية وردود الفعل العاطفية للشخص نحو ا لأشياء والأشخاص.

- تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها لها خصائص انفعالية.

- توضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع ا لاتجاه.

- فردية اتجاه مثيرات معينة قد تكون إيجابية أو سلبية أو لا تكون.

- قد تكون محدودة أو عامة.

- تتشكل من بعدين رئيسيين هما: بعد معرفي وآخر انفعالي.

- تتفاوت في وضوحها وجلائها، فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض.

- لها صفة إثبات والاستمرار النسبي ولكن يمكن تعديلها وتفسيرها تحت ظروف معينة.

- قد تكون قوية وتظل قوية على مر الزمان وتقاوم التعديل والتغيير وقد تكون ضعيفة يمكن تعديلها وتغييرها[1].

[1] سامي محمد ملحم، القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، الأردن: دار المسيرة والنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2000، ص 319.

ثالثا: وظائف الاتجاهات

تعد الاتجاهات من المكونات الأساسية للشخصية ويحقق وجودها لدى الشخص مجموعة من الوظائف أهمها ما يلي:

1- الوظيفة التكيفية: تعتبر الاتجاهات موجّهات سلوكية يستطيع الفرد بواسطتها تحقيق الأهداف ذات القيم الاجتماعية التي ينجم عنها الاستحسان من طرف الآخرين من خلال تكوين علاقات تكيفية سوية مع الأفراد والجماعات داخل المجتمع وخارجه.

2- الوظيفة الدفاعية: إن العديد من اتجاهات الفرد ترتبط بحاجاته الشخصية ودوافعه الفردية أكثر من ارتباطه بالخصائص الموضوعية لموضوع الاتجاه لذا يقوم الفرد أحيانا بتكوين بعض الاتجاهات لتبرير فشله أو عدم قدرته على تحقيق أهدافه، فقد يكوّن الطالب اتجاها سلبيا نحو المنهاج والمدرس أو النظام التعليمي بمجمله عندما يفشل في إنجاز المستوى التحصيلي الذي يرغب فيها فيساعده هذا الاتجاه على تبرير فشله وعلى الاحتفاظ بكرامته واعتزازه بنفسه[1].

3- المعرفة: إن الفرد إذ يكون لنفسه اتجاهات مختلفة له بذلك يتمكن أكثر من تنظيم مدركاته وترتيب معلوماته عن الموضوعات المختلفة والخلاصة، إن الاتجاهات تؤثر تأثيرا في السلوك.

4- التأقلم: الاتجاه هو وجهة نظر يكوناه الفرد في محاولته التأقلم مع البيئة المحيطة، فإن تكون يصبح من الأدوات المساعدة على التأقلم وذلك من خلال تنظيم استجابات الفرد للمثيرات المختلفة[2].

5- تساعد في عملية التنبؤ بالسلوك: إن الهدف من وراء دراسة الاتجاهات هو تحديد طبيعة ونوعية الاتجاهات المكنونة لدى الأفراد العاملين، هل هي اتجاهات إيجابية أم سلبية نحو قضية معينة

[1] ليلى حسين، مرجع سابق، ص30.

[2] صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، ط10، الإسكندرية: مكتبة عين الشمس، 2003، ص ص387-388.

تزيد الإدارة العليا اتخاذ قرار بشأنها وعلى ضوء ذلك تقوم باتخاذ الإجراءات اللازمة حتى تضمن قبول أفراد في ذلك القرار وتتجنب المعارضة.

6- إشباع الحاجات والرغبات: تساعد الاتجاهات الفرد على إشباع حاجاته ورغباته المتعددة والمتجددة فالأفراد يسعون إلى تحقيق حاجاتهم الاجتماعية وحاجات الانتماء والتقدير فإذا ما قاموا بعملية التكيف مع اتجاهات المجتمع السائدة فإنهم لن يشبعوا حاجاتهم ورغباتهم[1].

7- وظيفة المنفعة: تعني هذه ا لوظيفة أن الفرد دائما وأبدا يسعى إلى تعظيم الأشياء الإيجابية في عالمه الخارجي وإلى الإقلال إلى الحد الأدنى من الأشياء السلبية عالية من الإشباع أو الرضا، كذلك فإنها تصبح سلبية إذا ما ارتبطت بدرجة عالية من عدم ا لإشباع والاستياء ولا شك أن هذه الوظيفة تفسر اتجاهات العاملين في بعض وحدات القطاع العام والعاملين في وحدات الخدمة المدنية[2].

3- تلعب الاتجاهات دورا هاما في التعلم والأداء.

4- تحقق الرضا المهني للفرد عن طريق تأهيله على نحو يشعره بمتعة العمل الذي يقوم فيه.

5- تساعد على اتساق سلوك الفرد وثباته نسبيا في المواقف المختلفة بحيث يسلك اتجاهها على نحو ثابت مفرد ويتجنب الضياع أو التشتت في متاهات الخبرات الجزئية المنفصلة.

6- تستخدم في العلاج النفسي عن طريق تغيير اتجاهات الفرد نحو ذاته ونحو الآخرين ونحو البيئة التي يعيش فيها[3].

7- يحدد طريق السلوك ويفسره.

[1] محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، د.ن، الأردن: دار وائل للنشر، ، د.س، ص ص95-96.

[2] عبد الرزاق الرحاحلة وزكرياء أحمد العزام، السلوك التنظيمي في المنظمات، د.ط، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ، د.س، ص81.

[3] جودة بني جابر، مرجع سابق، ص269.

8- ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

9- تنعكس في سلوك الفرد وفي أقواله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين في الجماعات المختلفة في الثقافة التي يعيش فيها.

10- تيسر للفرد ا لقدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة في شيء من الاتساق والتوحيد دون تردد أو تفكير في كل موقف وفي كل مرة تفكيرا مستقلا.

11- تبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي.

12- توجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة.

13- تحمل الفرد على أن يحسن ويدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية[1].

رابعا: أنواع الاتجاهات وتصنيفاتها.

1/ أنواع الاتجاهات: تتنوع الاتجاه حسب عدة أسس هي:

1-1 على أساس الموضوع:

- اتجاه عام: ويكون موجها نحو موضوعات متعددة متقاربة مثل: الاتجاه نحو الأجانب من جنسيات متعددة، وهو أكثر ثباتا واستقرارا من الاتجاه الخاص.

- اتجاه خاص: وهو الاتجاه الذي يكون محدودا نحو موضوع نوعي محدد وهو أقل ثباتا من الاتجاه العام.

1-2 على أساس الأفراد:

[1] سامي محمد، مرجع سابق، ص ص319-320.

– **اتجاه جماعي**: هو الاتجاه الذي يشترك فيه جماعة أو عدد كبير من الناس.

– **اتجاه فردي**: وهو الاتجاه الذي يوجد لدى فرد ولا يوجد لدى باقي الأفراد.

1–3 على أساس الهدف:

– **اتجاه موجب**: ويعبر عن الحب وعن التأييد.

– **اتجاه سالب**: ويعبر عن الكره وعن المعارضة.

1–4 على أساس القوة: ويستهدف هذا التقسيم معرفة مدى قوة شعور الرفد نحو موضوع الاتجاه وبالتالي جاء التقسيم كالآتي:

– **الاتجاه القوي**: هو الاتجاه الذي يتضح في السلوك القوي أو الفعلي الذي يعبر عن العزم والتصميم فالاتجاه القوي أكثر ثباتا واستقرار ويصعب تغييره نسبيا.

– **الاتجاه الضعيف**: هو الاتجاه الذي يكمن وراء السلوك المتراخي المتردد والاتجاه الضعيف سهل التغيير والتعديل.

1–5 على أساس الوضوح: ويقصد به مدى إمكانية الفرد للتعبير على الاتجاه بكل تلقائية أو أنه يلجأ إلى السر والكتمان ويقسم الاتجاه حسب هذا الأساس إلى نوعين:

– **الاتجاه العلني**: هو الاتجاه الذي يعلنه الفرد ويجهر به ويعبر عنه سلوكيا دون حرج الاتجاه أو الخوف.

– **الاتجاه السري**: وهو الاتجاه الذي يخفيه الفرد وينكره ويعر عن السلوك المعبر عنه. [1]

[1] جودة بني جابر، مرجع سابق، ص280.

1-6 من حيث درجة الشمولية:

- **اتجاهات جماعية:** وهي تكون على مستوى جميع أفراد المجتمع أو جميع العاملين في المنظمة حول موقف معين وتكون هذه الاتجاهات مهمة لجميع الأفراد ويتميز مثل هذا النوع من الاتجاهات بالقوة والاستمرارية.

- **اتجاهات فردية:** وهي الاتجاهات التي تكون صادرة عن شخص واحد بخصوص قضية معينة.

2/ تصنيف الاتجاهات:

لقد قسم أو صنف علماء النفس والمختصون في دراسة الاتجاهات هذه الأخيرة إلى:

2-1/ الاتجاه العام والاتجاه النوعي: الاتجاهات العامة تلك التي تنصب على الكليات أم الاتجاهات النوعية فهي تنصب على النواحي الذاتية، ودلت الأبحاث التجريبية دلالة صريحة على وجود الاتجاهات العامة، فأثبتت أن الاتجاهات الحزبية السياسية تتسم بصفة العموم، فسأل عدد كبير من المحافظين والأحرار لمعرفة اتجاهاتهم نحو التعصب العنصري القومي والاستعمار والتسلح والسلام العالمي، فاستمر المحافظون في اتجاهاتهم للمحافظة طوال الإجابة على أسئلة الاستفتاء واستمر الأحرار في اتجاهاتهم.

ويلاحظ أن الاتجاهات العامة أكثر ثبوتا واستقرارا من النوعية، وتلك النوعية مسلكا يخضع في جوهره لإطارات الاتجاهات العامة وبذلك تعتمد النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها. [1]

2-2/ الاتجاه الموجب والاتجاه السالب: الاتجاهات التي تنحو بالفرد نحو شيء ما تسمى اتجاهات موجبة، والاتجاهات التي تجنح بالفرد بعيدا عن شيء آخر تسمى اتجاهات سالبة كاتجاه الحب والاحترام فهو اتجاه موجب أما الاتجاه السالب كالكراهية والنفور وغيرها، والاتجاه الإيجابي هو

[1] ليلى حسين، مرجع سابق، ص22.

الذي يجمع شمل الأفراد نحو موضوع معين، ليقربهم منه أما الاتجاه السلبي فهو الذي يفكك الجماعة ببعد أفراها عن ذلك الموضوع.

2-3/ الاتجاه القوي والاتجاه الضعيف: تنقسم الاتجاهات بالنسبة إلى شدتها إلى اتجاهات قوية وأخرى ضعيفة، ويبدو الاتجاه القوي في موقف الفرد من هدف الاتجاه مرتفعا لا رفق فيه ولا هوادة فالذي يرى منكر فيتعصب ويثور ويحاول تحطيمه بيده وبقوله وبتذكيره، وإنما يفعل اتجاها قويا حادا قد ملك عليه شعاب نفسه والذي يقف من هدف الاتجاه موقفا ضعيفا رخوا خانقا مستسلما إنما يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه، كما يشعر بها الفرد السابق، كاتجاهنا بالحب والكراهية نحو موضوع ما بصفة شديدة فهذا اتجاه قوي، والاتجاه الضعيف كأن نحب أو نكره.

د- الاتجاه السري والاتجاه العلني: الاتجاه السري يحاول الفرد إخفاءه عن غيره في بعض المواقف والذي يكون مخالفا لمعايير الجماعة ويحتفظ بها في قرارة نفسه، بل ينكرها أحيانا حيث يسأل عنها مثل الاتجاهات الاشتراكية في الدول الرأسمالية (سابقا)، وهذا الاتجاه عكس الاتجاه العلني حيث أن الفرد يعلن اتجاهه دون خوف أو حرج وهو غالبا ما يتفق مع معايير الجماعة.

2-4/ الاتجاه الفردي والاتجاه الجماعي: فقد يكون الاتجاه جماعيا عندما يكون الوضع مشتركا وواحدا عند كثير من الناس مثل: اتجاه العرب نحو القومية العربية والواحدة واتجاههم نحو "قضية فلسطين"، في وقت مضى وقد يكون الاتجاه فرديا مثل: حب الفرد لأصحابه دون غيرهم من الأفراد[1].

خامسا: مكونات الاتجاهات ومراحلها

اتفقت الآراء على أن الاتجاه مكون من ثلاث عناصر أساسية تتفاعل مع بعضها البعض من أجل إعطاء الشكل النهائي وهي تتمثل في:

[1] محمود سلمان العميان، مرجع سابق، ص93.

1-مكونات الاتجاهات.

1-1/ المكون الانفعالي العاطفي: ويشير هذا المكون إلى مشاعر الحب والكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه ويرتبط بتكوينه العاني فقد يحب موضوعا ما فيندفع نحوه ويستجيب له ويمكننا التعرف على شدة صده المشاعر من خلال تحديد موقع الفرد بين طرفي الاتجاه المتطرفين أي بين التقبل التام لموضوع الاتجاه أو النبذ المطلق له[1].

1-2/ المكون المعرفي العقلي: ينطوي الاتجاه إلى جانب المكون العاطفي عل مكون معرفي يتضمن المعلومات والحقائق الموضوعية المتوفرة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، حتى يمكنه من اتخاذ الاتجاه المناسب، فالطالب الذي يظهر استجابات تقبلية نحو الدراسات الاجتماعية مثلا: قد يملك بعض المعلومات حول طبيعة هذه الدراسات ودورها في الحياة الاجتماعية، وضرورة تطويرها لإنجاز حياة اجتماعية أفضل، وهي أمور تتطلب الفهم والتفكير والمحاكمة والتقويم... إلخ[2].

1-3/ المكون السلوكي أو مكون الأداء أو النزعة للفعل: يشير هذا المكون إلى نزعة الفرد للسلوك وفق الأنماط محددة في أوضاع معينة، إن الاتجاهات تعمل كموجهات للسلوك، حيث تدفع الفرد إلى العمل وفق الاتجاه الذي يتبناه، فالطالب الذي يملك اتجاهات تقبلية نحو العمل المدرسي يساهم في النشاطات المدرسية المختلفة ويثابر على أدائها بشكل جذي وفعال كما أن الشخص الذي لديه اتجاه إيجابي نحو عمل المرأة تراه يقبل على تعليم ابنته ويحث جاره على ذلك أيضا.

ويجب أن نلاحظ أن الاتجاه النفسي نحو أي موضوع هو مزيج من هذه العناصر النفسية الثلاثة.

[1] ليلى حسين، مرجع سابق، ص17.
[2] جودة بن جابر، مرجع سابق، ص268.

2- مراحل تكوين الاتجاهات.

يمر الاتجاه أثناء تكونه بالمراحل الآتية:

2-1/ المرحلة الإدراكية المعرفية: وهي المرحلة التي يدرك فيها الفرد المثيرات التي تحيط به ويتعرف عليها من ثم تتكون لدله الخبرة والمعلومات التي تصبح إطارا معرفيا لهذه المثيرات والعناصر ويكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرّف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية التي تكون من طبيعة الاجتماع الذي يعيش فيه.

وتقوم على تقييم الفرد لكل عنصر من عناصر البيئة ولهذا التقييم جوانب موضوعية وأخرى ذاتية كما تأثر هذه المهارة بعدة عوامل منها:

- **تكامل الخبرة:** من الضروري أن تتكامل خبرة الفرد بعنصر من عناصر الطبيعة مع خبرات أخرى حتى تتحول إلى كل متكامل يمكنه أن يكون اتجاه الفرد بالنسبة لهذا العنصر.
- **تكرار الخبرة:** عندما تتكرر خبرة معينة عدة مرات فإن ذلك يساهم في تكوين الاتجاه وترسيخه فتكرار الخبرات الفشل لذا تلميد معين في امتحان مادة التاريخ يمكن أن يساهم في تكوين اتجاه سلبي نحو مادة التاريخ يمكن أن يساهم في تكوين اتجاه سلبي نحو مادة التاريخ لذا هذا التلميذ.
- **حدة الخبرة:** الخبرة التي يصحبها انفعال حاد تساعد على تكوين الاتجاه أكثر من الخبرة التي لا يصحبها مثل هذا الانفعال[1].

2-2/ مرحلة الثبوت والاستقرار: إن الثبوت والميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي، فالثبوت هو المرحلة الأخيرة في تكوين الاتجاه وتعرف

[1] قدور نويبات، "اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات"، (مذكرة لنيل شهادة الماجيستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2006)، ص 21

هذه المرحلة بالمرحلة التقريرية وهي مرحلة التقرير أو إصدار الحكم بالنسبة لعلاقة الرد مع عنصر من عناصر البيئة، فإذا كان ذلك الحكم موجبا يكون الاتجاه موجب لدى الفرد والعكس صحيح[1].

2-3/ المرحلة التقويمية: وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه عنها فضلا عن الكثير من أحاسيسه ومشاعره التي تتصل بها.

2-3/ المرحلة التقديرية: وفيها يصدر الفرد القرار الخاص بنوعية علاقته بهذه المثيرات وعناصرها فإذا كان القرار موجبا فإن الفرد كون اتجاها إيجابيا نحو ذلك الموضوع، أما إذا كان القرار سالبا فيعني أنه كون اتجاها سلبيا نحوه[2].

سادسا: مصادر الاتجاهات ومراحل تغيرها.

1-مصادر الاتجاهات.

تتكون الاتجاهات بتفاعل عدة مصادر ومؤثرات عبر مراحل حياة الفرد، ويمكن تصنيف هذه المصادر كما يلي:

1-1 القيم: تعد الاتجاهات وسيلة الفرد لترجمة قيمه الشخصية والتعبير عنها في سلوكه تجاه الآخرين، وتجاه المنظمات أو السلع أو الخدمات التي يتعامل معها، من ناحية أخرى تشترك القيمة والاتجاهات في أنهما تتشكلان لدى الفرد من مصادر الثقافة التي ينهل منها، ويمكن أن تتغير بما يطرأ على هذه المصادر من تغيير.

1-2 الأسرة: إن ما تغرسه الأسرة في الطفل من أفكار وقيم تشكل إلى حد كبير اتجاهاته التي تؤثر في سلوكه بمجتمعه أو بيئته.

[1] ليلى حسين، مرجع سابق، ص20.
[2] جودة بني جابر، مرجع سابق، ص273.

1-3- مواقف حياتية: تفرز المواقف التي يوجهها الفرد ويتفاعل معها وخبرات وتجارب تسهم في تكوين اتجاهاته، ونظرا لتعدد واستمرار هذه المواقف مدة الحياة فقد تكون وظيفتها مستمرة في تشكيل الاتجاهات[1].

1-4 المدرسة: تلعب المدرسة دورا هاما في تطوير وتكوين الاتجاهات لدى المتعلمين وذلك من خلال تفاعله مع الأتراب والمعلمين، فالمربيين ينقلون إلى الأطفال عن طريق عمليات التعلم والتقليد والتوحد وتبني ميولهم واتجاهاتهم وتعصبهم ومطامحهم.

1-5 التفاعل الاجتماعي مع الأتراب والأصدقاء والعناصر الاجتماعية الأخرى التي يبدأ الفرد بالاتصال بها والتواصل والتفاعل معها بصور مختلفة (شرطي المرور، البائع، عامل النظافة، ساعي البريد... إلخ)[2].

1-6 المجتمع بعاداته وتقاليده وقيمه السائدة ومؤسساته المختلفة مثل: المؤسسات الدينية والإعلامية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية... إلخ.

2/ تغيير الاتجاهات

صحيح أن الاتجاهات تتغير، إلا أنها تميل بطبيعتها إلى البقاء وتقاوم الضعف لأنها تعمل كموجه للإدراك والتحكم به، ولذلك فلما يتنبه الفرد إلى الأشياء والحقائق المخالفة لتلك الاتجاهات فموضوع الاتجاه عامة يفيد الملاحظة ويحدد الانتقاء حقا قد يجبر الفرد في بعض المواقف على أن يستمع إليه أو مشاهدته، فيحدث التغيير انطلاقا من الشروط التالية:

1- نشاط خاص يقوم به الفرد لأن عملية التعلم عملية نشطة.

[1] أحمد سيد مصطفى، إدارة السلوك التنظيمي،رؤية معاصرة لسلوك الناس في العمل، القاهرة، 2005، ص127.
[2] جودة بني جابر، مرجع سابق، ص273.

2- وجود نوع من الصيغة الانفعالية تشكل الفرد فيميل إلى أشياء وأهدافا خاصة إلى تحقيقها وينصرف عن أشياء أخرى وأهداف أخرى[1].

3- تتغير الاتجاهات حيال موضوع من مؤيد إلى معارض أو من موافق إلى غير موافق وبالعكس.

4- تغيير في درجة وشدة الاتجاه، وهو التأكيد على إيجابية أو سلبية الاتجاه حيال موضوع معين[2].

وتتغير الاتجاهات أحد أو بعض أو كل مكوناتها، حيث تتغير ب:

- ارتقاء المستوى الثقافي التعليمي للفرد.

- تطور شخصية الفرد

- اكتساب خبرات جديدة

- تأثير الجهاز الإداري وتأثير التنظيم غير الرسمي

- تغيير الحقائق والمعلومات حول موضوع الاتجاه

-الإعلام والتقدم التقني وتغيير الظروف[3].

سابعا: أساليب قياس الاتجاهات ونظرياتها.

1/ أساليب قياس الاتجاهات: يمكن قياس الاتجاه بأكثر من طريقة على النحو التالي:

1-1 طريقة بوجاردس: (مقياس البعد الاجتماعي): يحتوي مقياس البعد الاجتماعي على وحدات أو عبارات تمثل بعض مواقف الحياة الحقيقية للتعبير عن مدى البعد الاجتماعي أو المسافة الاجتماعية

[1] صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، مرجع سبق ذكره، ص 393.

[2] حسين حريم، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، ط3، عمان: دار حامد، 2009، ص 90.

[3] عامر عوض، السلوك التنظيمي الإداري، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2007، ص 83.

لقياس تسامح الفرد أو تعصبه أو تقبله أو نفوره وقربه أو بعده بالنسبة لجماعة عنصرية أو جنس أو شعب معين:

2-1 طريقة تيرستون (مقياس الفقرات متساوية الظهور): وهو مقياس يقيس الاتجاهات نحو عدد من الموضوعات اقترح تيرستون طريقة حيث قام بإنشاء عدة مقاييس وحداتها معروفة البعد عن بعضها البعض أو متساوية البعد، ويتكون المقياس من عدد من الوحدات أو العبارات لكل منها وزن خاص وقيمة معبرة عن وضعها بالنسبة للمقياس ككل.

3-1 القياس الاجتماعي Sociometry:

اقترح مورينيو Moreno طريقة لقياس العلاقات الاجتماعية المختلفة وقد سميت هذه الطريقة فيما بعد بعملية القياس الاجتماعي Sociometry وهذه الطريقة تعتمد على قياس مقدار التجاذب أو التنافر بين مختلف الأفراد، وقد كتبت هيلين جننجز Helen genings وصفا لهذه الطريقة، حيث قالت (يمكن وصف طريقة القياس الاجتماعي بأنها وسيلة توضح في بساطة وبمساعدة الرسم التكوين الكامل للعلاقات الكائنة في وقت محدد بين أفراد الجماعة الخاصة. [1]

4-1 مقياس ليكرت likert:

ابتكرت ليكرت سنة (1932) طريقة جديدة لقياس الاتجاهات نحو مختلف الموضوعات، مثل المرأة والتقدم والزنوج (عيد 2000، ص 105) فهذا المقياس هو نوع من أنواع التدرج إذ يعتمد على تدريج العبارة الواحدة، بدلا من استخدام العبارات المتدرجة، وهو من المقاييس الكثيرة الاستخدام في مجال قياس الاتجاهات النفسية، لأنه لا يستهلك الجهد والوقت، كما هو الحال بالنسبة لمقياس ترستون (السيد عبد الرحمن، 1999، ص ص 268-269)، إذن فطريقة ليكرت بسيطة تنحصر في اختيار عدد من العبارات التي تقيس موضوع الاتجاه، حيث يوضح المبحوث استجابة باختيار واحدة

[1] سامي محمد ملحم، مرجع سابق، ص ص 323-324.

من خمسة بدائل تتمثل في الموافقة بشدة أو الموافقة أو أن المبحوث متردد، أو لا يوافق، أو لا يوافق بشدة، وعلى هذا فالدرجة المرتفعة تدل على الاتجاه الموجب والدرجة المنخفضة تدل على الاتجاه السالب.(الأنصاري ومحمود، 2007، ص ص 254-255)، ويمكن تحديد الخطوات التي تستخدم في إعداد هذا النوع من المقاييس بما يأتي:

- تحديد الموضع المراد قياسه، وتحديد عناصره، ووضع تعريف محدد لهن فإن كنا بصدد قياس اتجاهات طلبة الجامعة نحو ممارسة المرأة للعمل خارج البيت مثلا، يجب تعريف محدد لعمل المرأة خارج البيت.

- توجيه استبيان لطلبة الجامعة يطلب منهم الإجابة عن سؤالين أحدهما تبيان الجوانب الإيجابية لعمل المرأة، والآخر تبيان الجوانب السلبية له.

- تحلل هذه الاستجابات وتوضع في صورة فقرات محددة وواضحة المعنى، وقصيرة وتكون إما إيجابية أو سلبية، على حسب السؤالين ويضاف لهذه الفقرات، فقرات أخرى، يتم الحصول عليها من أبيات الدراسة.

- تقدم هذه المجموعة من الفقرات إلى مجموعة من المختصين بالقياس، للحكم على كل فقرة في مدى صلاحها لموضوع القياس.

- يتم الاحتفاظ بالفقرة المتحصلة على الموافقة بالإجماع، أو استخدام كا^2 (مربع كاي) لكل فقرة لاستخراج الفرق بين الموافقة عليها أو عدم الموافقة، فإن كان هناك فرقا بينهم أي النتيجة ذات دلالة معنوية، تبقى الفقرة في المقياس، وإن لم تكن لها دلالة معنوية نستبعدها من المقياس، كما وتدل صياغة بعض الفقرات بناءا على رأي الخبراء. [1]

- ترتب العبارات عشوائيا، وتوضع تعميمات الإجابة على فقرات الاستبيان، ثم يوزع على عينة عشوائية من مجتمع البحث، كالطلبة الجامعيين، ثم يسجل الوقت المستغرق في الإجابة.

[1] طارق كما، أساسيات علم النفس العام، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، د ط، ، 2006، ص 178.

- أما عند التصحيح، تعطى للعبارات الإيجابية أوزان تتراوح من (5-1) وتعكس العبارات السلبية من (1-5)،(sillamy.1983.p 68).

البدائل	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
الفقرات الإيجابية	5	4	3	2	1
الفقرات السلبية	1	2	3	4	5

الجدول (01): يوضح الأوزان والبدائل لاستجابات مقياس ليكرت[1].

2/ نظريات الاتجاه:

أصبح من الواضح في الآونة الأخيرة أن الاتجاه يتم اكتسابه عن طريق الخبرة في مختلف المواقف، ولذلك فإن أسبابه يمكن أن تخضع للدراسة العلمية، وسوف نذكر هنا بعض نظريات تكوين الاتجاهات وهي:

2-1 النظرية الوظيفية للاتجاهات: يقول كل من كاتس Kats وستوتلاند Stotland « أن الأساس الدافعي للاتجاه هو بمثابة منتاج فهم تغير الاتجاه، ومقاومتها للتغيير».

كما أن العوامل الاتصالية والموقفية الموجهة نحو تغيير الاتجاهات لها تأثيرات ومن خلال تعبير الفرد عن ذاته بالاتجاهات، فإنه يستمد الإشباع عندما تكون هذه الاتجاهات متسقة مع مفهومه عن ذاته وقيمه الشخصية.

[1] جبار كنزة، "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية"، دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة 2014)، ص ص 38-40.

2-2 نظرية العوامل الثلاثة: يقول كيلمان Kelman في هذه النظرية « إن الاتجاه من الممكن حدوثه عن طريق التوحد أو التقمص، عندما يتبنى شخص معين السلوك الصادر من شخص آخر أو جماعة ما، لأن هذا السلوك يرتبط بإشباع تحدي الذات»[1].

2-3 نظرية التعرض للمثير: توصل إليها من خلال دراسات تناولت موضوع الاتجاهات، وتقول أن الفرد عند تعرضه لمثير ما وبصورة متتالية ومتكررة تكون هناك استجابة أكثر إيجابية تجاه ذلك المثير.

2-4 نظرية التنافر المعرفي: وتؤكد أن الفرد يتعرض لمثير معين في مواقف مختلفة ومتعددة، فإذا اختلفت هذه المواقف في جوهرها فهذا يجعله يتعلم اتجاهات متعارضة إزاء نفس المثير الذي يعرف ب "التنافر المعرفي" وكما هو معروف ومبين في سائر مواقف الصراع التي يتعرض لها الفرد فنجده يحاول تقليل هذا التنافر المعرفي، وهذا بمحاولة تغيير إحدى الفكرتين التي يعتنقها إزاء المثير الواحد حتى يجعلها تسير في نفس اتجاه الفكرة الأخرى[2].

[1] طارق كمال، أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، ، دط، 2005، ص 209.

[2] عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استوديو الكرة"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008)، ص 39.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل متغير الاتجاهات كمًّا ثم تداوله في التراث النظري لمختلف الباحثين في الموضوع، وعليه ومن خلال ما تم عرضه يمكن القول أن الاتجاهات تعكس وجهة نظر الأفراد حول مواضيع معينة سيما وأنه تتدخل عدة اعتبارات في تشكيل تلك الاتجاهات، والتي بدورها تؤدي وظائف وأدوار محددة للشخصية بشكل عام.

الفصل الثالث

الإعلام الرياضي

- **تمهيد.**

أولا: خصائص الإعلام الرياضي

ثانيا: وظائف الإعلام الرياضي

ثالثا: أهداف الإعلام الرياضي

رابعا: أهمية الإعلام الرياضي

خامسا: عناصر الإعلام الرياضي

سادسا: أنواع الإعلام الرياضي

- **خلاصة الفصل.**

تمهيد:

يعتبر الإعلام الرياضي ذلك الفرع الإعلامي الذي يهتم بتسليط الضوء على الأخبار ذات الطابع الرياضي ووضع الجمهور في سياق الأحداث والمستجدات الرياضية لاسيما وأن الهدف الأساسي له –الإعلام الرياضي– صياغة وعي وثقافة رياضية لدى مختلف الشرائح المجتمعية من جهة ومن جهة أخرى الارتقاء بالرياضة وتوسيع مجالاتها، من خلال التعريف بالمبادئ والقيم والقواعد الرياضية ودعمها، وعليه سوف يتم في هذا الفصل التعرض لبعض من التفاصيل إلى متغير الإعلام الرياضي كما تم تداوله في التراث النظري بداية بتقديم تعريف الإعلام الرياضي وخصائصه ثم وظائف الإعلام الرياضي، كذلك تسليط الضوء على كل من أهمية وأهداف الإعلام الرياضي ثم عناصر الإعلام الرياضي وأنواعه وأنواع تأثيراته وأخيرا سلبيات ونظريات الإعلام الرياضي.

أولا: خصائص الإعلام الرياضي.

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:

1- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الامتياز حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطب ويرغب في الوصول إليه فهذا مثل برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة القدم وهكذا.

2- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير[1].

3- الإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة المجتمع.

4- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها[2].

5- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لا بد له أولا من وسائل إعلامية رياضية تتلاءم مع القيم والعادات السائدة في المجتمع.

6- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور، يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد نم الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعوقين[3].

7- الجماهيرية: فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

[1] ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص ص49-50.
[2] علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص13.
[3] راجحي صابر مرجع سابق، ص24.

8- **الاهتمام بكل قطاعات المجتمع**: فالإعلام الرياضي يهتم بكل قطاعات المجتمع حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعوقين... إلخ.

9- **الإعلام الرياضي مؤسسة اجتماعية**: فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع[1].

ثانيا: وظائف الإعلام الرياضي.

إن التقدم المشهود في وسائل الإعلام أعطى دفعا كثيرا من ترقية المجال الفكري والرياضي للجمهور الرياضي وتحديد منحى ميول اتجاهاتهم ومواقفهم عن طريق تأثير أنواع وسائل الإعلام المختلفة وأن التنوع في وسائل الإعلام الرياضي خلق فكرة جديدة وهي حرية المتلقي في تتبع الوسيلة الإعلامية الملائمة لها، التي تتوافق مع ميوله ورغباته ومن هذا التنوع الإعلامي يضفي لنا وظائف متعددة تختلف باختلاف الظروف الاجتماعية والسياسية والرياضية ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي نجد:

1- الوظيفة الإخبارية.

وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم ومستمر، كما تقدم المعلومات الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائلها المسموعة والمقروءة المرئية، فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل كما أنها تواكب الحياة الرياضية وترصد النشاطات الرياضية وتنشر كل ما هو جديد وافي على الساحة الرياضية.

[1] د. مجدي أحمد ، الإعلام الرياضي، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007م،

2- الوظيفة التثقيفية.

يعني تقديم ثقافة رياضية، فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميق رؤية الجمهور للأحداث الرياضية وللظواهر الرياضية ذات الصلة الوثيقة بالرياضة، فالموضوعات التي يقدمها الإعلام الرياضي بمختلف وسائله يسعى إلى تحقيق مهنة التثقيف في المجال الرياضي[1].

3- وظيفة إعلامية.

يهدف في الإعلام إلى تزويد الناس بالمعلومات النافعة لهم في شتى مجالات الحياة وتزويدهم بالأخبار والمجتمع الذي يعيشون فيه وتعتبر الوظيفة الإعلامية من جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات والحقائق من أهم وظائف الإعلام إذ بواسطتها يتمكن الجمهور من تجديد معلوماته وإثرائها وتوسيع آفاته واتخاذ القرارات الصائبة.

4- وظيفة تربوية.

التربية هي عملية تظم الأفعال والتأثيرات المختلفة التي تستهدف نمو الفرد من جميع جوانب شخصيته وتسييره نحو كمال وظائفه عن طريق التكثيف مع ما يحيط به ومن حيث ما تحتاجه هذه الوظائف من أنماط سلوك وقدرات[2].

وتكمن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي[3].

---

[1] عروي عبلة مونية، "دور الإعلام الرياضي التلفزي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي"، (مذكرة منشورة، ورقلة، 2014)، ص14.

[2] دروازي مصطفى، مرجع سابق، ص45.

[3] د. خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص25.

- نشر الأخبار الرياضية لمختلف الألعاب والفرق والمهرجانات والمنافسات الرياضية.

- تعريف الجمهور بأنواع الألعاب الرياضية وطرق مزاولته ونجومها وإبراز النشاطات الرياضية كأداة لتهذيب النفس وبناء الجسم.

- الحث على ممارسة الرياضة، وتحبيب النفوس فيه، لما له من فوائد وتوجيه الناس لمزاولتها وفق الأسس العلمية السليمة.

- إبراز الجوانب الصحية والثقافية والترويحية للرياضة.

- تقديم وصف نقدي وتحليل للمنافسات الرياضية لمختلف الألعاب وذلك عن طريق نقل وقائع الألعاب الرياضية من على ساحات الملاعب بموضوعية وتجرد.

- رعاية المواهب الرياضية وصقلها وتشجيعها وتقديمها لجمهور الرياضة للتعرف عليها.

- التركيز المستمر على أهداف الرياضة، وذلك في مجال دعم العلاقات بين الشعوب وتقاربها.

- مساندة الجهود الرسمية والشعبية الرامية إلى تطوير الرياضة وتوسيع مجالاتها.

- التعريف بالقوانين وللوائح التي تنظم النشاط الرياضي بصفة عامة وأنواع الرياضات بصفة خاصة.

- الاسهام في تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور عن طريق تعريفه بالنشاطات الرياضية المختلفة وتسليط الضوء على ما يجري فيها من أنشطة وعلاقات رياضية مختلفة بما يؤدي إلى تماسك المجتمع الرياضي[1].

[1] د. مجدي أحمد شدي، مرجع سابق.

ثالثا: أهداف الإعلام الرياضي.

- هناك عدة أهداف للإعلام الرياضي منها:

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

2- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع[1].

3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.

4- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية[2].

5- الهدف من الإعلام الرياضي تكوين رأي صائب للجمهور الرياضي من خلال تقديم وتزويد الجماهير بالأخبار الرياضية الصحيحة والحقائق الثابتة والمعلومات السليمة التي من خلالها يتم إقناعهم بمضمون الرسالة الإعلامية كتقديم أرقام وإحصائيات، وجداول تفسيرية، وأي محاولة في العبث بهذه الأرقام التجريدية أو التلاعب في مضمون الجداول أو تغيير في زمام الأمور فإن هذا لا يخدم أهداف الإعلام الرياضي بل يخدم ذوي النفوس الضعيفة في حين أن رجل الإعلام بالمعنى الصحيح يجب أن يقدم الأرقام والإحصائيات الدقيقة في الموضوع الذي يريد أن ينقله.

[1] د. ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص49.

[2] علي عبد الفاتح كنعان، مرجع سابق، ص13.

6- يهدف إلى إعلام الجماهير عن آخر المنجزات الرياضية التي تمت وتشجيع الجماهير على الانضمام في خدمة المنشآت الرياضية والمحافظة عليها عن طريق التوعية العامة وكسب الرأي العام والعناصر لها[1].

- إحداث التقارب بين الشعوب، وتحقيق الانسجام الوجداني فيما بينها.

- تحقيق عائدات اقتصادية ومالية لدعم الجوانب الأخرى في الإعلام[2].

- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية.

- التعريف بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.

- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.

- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن[3].

رابعا: أهمية الإعلام الرياضي.

تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تأثيرها على كل من الجمهور والعاملين في الحقل الرياضي حيث أن وسائل الإعلام ونصوصا الرياضة منها أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار الرياضية في كل مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار وسائل الإعلام من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى

[1] دروازي مصطفى، مرجع سابق، ص30.

[2] د- مجدي أحمد سندي، مرجع سابق.

[3] سامح كمال عبد القادر، الإعلام وضع القرار في المجال الرياضي، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2012، ص35.

حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون والمحطات الفضائية والانترنت والصحف والمجلات باختلاف وأنواعها واتجاهاتها مم أدى إلى سرعة انتقال المعلومات[1].

– تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الإذاعية أو التلفزيونية أو القارئين لموضوعاته الصحفية، وذلك فيما يرتبط بمفاهيم وأهداف ووسائل التربية البدينة والرياضية بوجه عام.

– تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى جمهور وسائل الاتصال الجماهرية بغرض محو الأهمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد أو الفئات المختلفة في المجتمع، ذلك فيما يتعلق بالتربية البدنية والرياضية.

– مساعدة المواطنين المتابعين للبرامج والفقرات الإعلامية في وسائل الاتصال على التعريف على كل ما هو جديد أو مستحدث في مجال التربية البدنية والرياضية وذلك فيما يرتبط بالحديث عن بمعنى الرياضات الحديثة.

– تدعيم المبادئ والقيم التربوية وترسيخها في المواطنين منذ الصخر من خلال التنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي مع التأكيد على أن كل التربية البدنية والرياضية غنما تنتمي للمجال التربوي والاجتماعي الزاخر بالقيم والمبادئ[2].

للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك احدث الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة واستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية

[1] ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص47.

[2] الزواوي أحمد المهدي، "الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة الجمهور حصة (من الملاعب)"، (مذكرة منشورة، الجزائر، 2008)، ص ص 35، 36.

والذي يعكس بدوره رقى هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة إحاطة الأفراد بالمجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

ومن هنا يتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وعدم قدرة الفرد في ملاحقه ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يحد أمرا صعبا فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات (الانترنت).

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه[1].

خامسا: عناصر الإعلام الرياضي.

للإعلام الرياضي أربعة (04) عناصر:

1- المرسل.

2- المستقبل.

3- الأداة أو الوسيلة.

4- الرسالة (المضمون).

[1] د- خير الدين علي عوبس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي (الجزء الأول)، مصر: مركز الكتاب للنشر (ط1)، ، 1998، ص ص، 22، 23.

1- المرسل:

هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عناصر هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب... إلخ.

2- المستقبل:

هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة[1].

3- الوسيلة أو الأداة:

هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحفية أو إذاعية أو تلفزيون[2].

4- الرسالة أو المضمون:

وهي ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضي التربوي لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي التربوي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبة لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابا أو سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي غن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنيت نظرية الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الإعلام الرياضي.

سادسا: أنواع الإعلام الرياضي.

لقد تمددت أنواع الإعلام الرياضي وتحددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالي:

[1] د- ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص46.

[2] عيسى الصيادي، "دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع"، (مذكرو منشورة، الجلفة)، ص97.

1- الإعلام الرياضي المقروء: وهي التي تمتد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

2- الإعلام الرياضي المسموع: وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء[1].

3- الإعلام الرياضي المرئي: وهي التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الانترنت) وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد[2].

4- الإعلام الرياضي الثابت: وهي التي يتوجه إليها الناس للإطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح[3].

[1] علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص12.

[2] https://masm.ibda3.org

[3] https://m.facbook.com

خلاصة الفصل

من خلال ما تضمنه هذا الفصل يمكن القول أن الإعلام الرياضي ضرورة تمليها رغبات وحاجات الأفراد لكسب وبناء الأفكار وتبادلها مع الآخرين، خاصة وأنه آلية رئيسية لنقل الأحداث الرياضية بكل موضوعية وشمولية، فقد استمدت الرياضة شعبيتها من خلال التغطية الشاملة التي تحظى بها ومن خلال الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي بكل وسائله في دعم الرياضة وإخراجها إلى العالم ككل، حيث أن شعبية الرياضة قد تخطت كل الحدود وتجاوزت كل الانتماءات والثقافات.

الجانب الميداني

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

أولا: تفريغ ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء الفرضيات

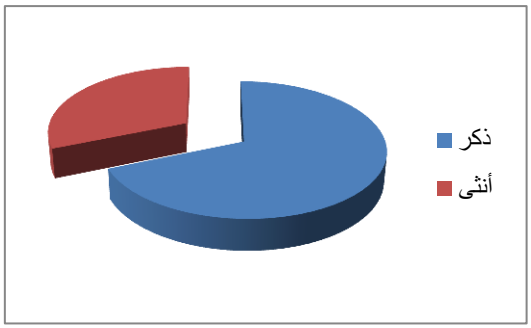
ثالثا: النتائج العامة

أولا/ تفريغ ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (02): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

المتغير / الفئات	التكرار	النسبة%
ذكر	55	68,75
أنثى	25	31,25
المجموع	80	100



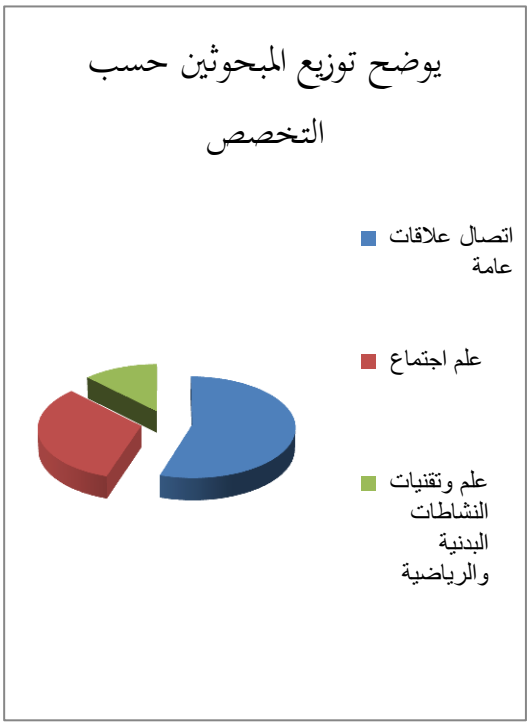
الشكل رقم 02: يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

يبين الجدول رقم(02) أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 68,75% من مجموع أفراد العينة، أما نسبة الإناث فقدرت ب31,25%.

ومن خلال الجدول نلاحظ ارتفاع نسبة الذكور على نظيرها نسبة الإناث ويرجع ذلك لطبيعة البرنامج الإعلامي كون هذا الأخير يجذب انتباه الذكور مقارنة بالعنصر النسوي الذي يميل إلى مشاهدة المسلسلات والحصص الخاصة بالطبخ، بينما يميل الذكور للبرامج الرياضية.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص.

المتغير / الفئات	التكرار	النسبة%
علوم إنسانية	44	55
علم اجتماع	26	32,5
علم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	10	12,5
المجموع	80	100



الشكل رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص

يبين الجدول أن التكرار الأعلى المتمثل في 44 مفردة بنسبة 55% من المبحوثين يدرسون تخصص علوم إنسانية، في حين أن تخصص علم الاجتماع تمثلت بنسبة 32,5 % بتكرار مفردة بالإضافة إلى تخصص علم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بنسبة 12,5% بتكرار10 مفردة.

وذلك يكون أغلبية المبحوثين في اتصال وعلوم إنسانية باعتبارهم الفئة الأكثر متابعة لبرنامج صدى الملاعب بالإضافة إلى التخصص الذي يتماشى مع البرنامج، تليها فئة ثانية من علم الاجتماع بنسبة تقل عليها لكونهم معجبون بالبرنامج والمستوى المقدم، بالإضافة إلى فئة أخيرة من علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية والنشاطات لتوافقه مع التخصص وحب الاطلاع على أهم الأخبار في عالم الرياضة.

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة حصة صدى الملاعب

الجدول رقم(04): يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعتهم للإعلام الرياضي حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
يومي	19	4,18	11	42,30	9	90	39	48,75
أسبوعي	19	43,18	8	30,76	1	10	28	35
شهري	6	13,64	7	26,94	0	0	13	16,24
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم (04)أن المبحوثين يشاهدون الإعلام الرياضي يوميا بنسبة48,75% في حين أن 35%من المبحوثين أجابوا أنهم أسبوعيا، وتليها نسبة 16,25% من الذين يتابعونه شهريا.

نلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن ما نسبة 43,18% من المبحوثين ذوي تخصص إعلام واتصال يشاهدون الإعلام الرياضي يوميا لإشباع رغباتهم في المشاهدة ملء وقت الفراغ بالإضافة إلى الاستمتاع والاسترخاء، تليها نسبة من المبحوثين أسبوعيا لانشغالاتهم واهتمامات أخرى(دراسة عمل...)، وأخيرا فئة من المبحوثين يشاهدون البرنامج شهريا للترفيه والتسلية عند وقت الفراغ.

يعتبر برنامج صدى الملاعب مصدرا مهما للمعلومات الرياضية لعينة الدراسة ما يفسر متابعتهم اليومية خاصة وأنه يبث أخبارا حصرية.

وهذا ما توصلت إليه دراسة راجحي صابر حيث توصل إلى أن الإعلام الرياضي يتم من خلاله نشر الأخبار والحقائق الرياضية.

الجدول رقم(05): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو عدد الساعات المستغرقة في مشاهدة الإعلام الرياضي يوميا حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات والبدنية الرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أقل من ساعة	20	45,45	16	61,53	4	40	40	50
من ساعة إلى ساعتين	22	50	10	38,47	6	60	38	47,5
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	2	4,55	0	0	0	0	2	2,5
أكثر من3 ساعات	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أن عدد الساعات المستغرقة في مشاهدة الإعلام الرياضي في اليوم أقل من ساعة بنسبة 50% بالنسبة لجميع إجابات المبحوثين، في حين أن نسبة 47,5% يستغرقون من ساعة إلى ساعتين، وقد بلغت أدنى إجابة من المبحوثين، حيث تمثلت في نسبة 2,5% من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

ونلاحظ أن علوم إنسانية مثلت أعلى نسبة50% من المبحوثين من ساعة إلى ساعتين وذلك راجع إلى كون البرنامج يجلب انتباههم، وأيضا لملء وقت الفراغ والاسترخاء.

أما تخصص علم الاجتماع فقد تباينت إجاباتهم حيث أن أغلب المبحوثين يستغرقون أقل من ساعة بنسبة 61,53% وذلك لأن البرنامج لا يثير انتباههم بالشكل الكامل، وانشغالاتهم في أمور أخرى كالبحث عن مواضيع دراسية وتطبيقات.

وبالنسبة لتخصص علوم تقنيات والنشاطات الرياضية مثلت أعلى نسبة 60% من ساعة إلى ساعتين وذلك لكون البرنامج يشبع رغباتهم واحتياجاتهم للمشاهدة، بالإضافة إلى المعرفة بكل الأخبار والمستجدات في المجال الرياضي.

الجدول رقم(06): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو المضامين الإعلامية الرياضية المفضلة حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
حصص	6	13,63	2	7,69	3	30	11	75,3
مباريات	28	63,63	11	42,31	6	60	45	56,25
أخبار	10	22,72	13	50	10	10	24	30
أخرى تذكر	00	00	00	0	0	0	0	0
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن56,25% من المبحوثين يفضلون مشاهدة المباريات في المضامين الإعلامية وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 63,60% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 42,31% و60% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها 30% من المبحوثين يفضلون مشاهدة الأخبار في المضامين الإعلامية، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة22,72% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 50% و10% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

ويفسر سبب تفضيل أغلبية المبحوثين مشاهدة المباريات في المضامين الإعلامية الرياضية إلى كون هذه المباريات تشبع رغباتهم واحتياجاتهم، كما ذكرنا سابقا وأيضا لملء الفراغ والترفيه والابتعاد عن الجو الدراسي، في حين يرجع سبب مشاهدة بعض المبحوثين للأخبار عبر المضامين الإعلامية الرياضية إلى بقائهم إلى اطلاع بالأخبار والأحداث في المجال الرياضي.

وهذا ما توصلت إليه دراسة الزواوي أحمد المهدي حيث توصل إلى أن المقابلات المبرمجة وتوقيتها وكونها مباشرة هي من أهم محاور استقطاب الجمهور.[1]

الجدول رقم (07): يوضح توزيع المبحوثين مع من يشاهدون المضامين الإعلامية حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
بمفردك	9	20,45	4	15,38	2	20	15	18,75
مع العائلة	11	25	13	50	2	20	26	32,5
مع الأصدقاء	24	54,55	9	34,61	6	60	39	48,75
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم (07) أن أغلبية المبحوثين يشاهدون المضامين الإعلامية مع الأصدقاء بنسبة 48,75%، في حين أن 32,5% يشاهدون مع العائلة، وانخفضت نسبة 18,75% يشاهدون بمفردهم.

[1] الزواوي أحمد المهدي، "الإعلام الرياضي في التلفزة الجزائرية من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب"، (دراسة استطلاعية بولاية لمسيلة، 2008). ص135

ونلاحظ أن تخصص علوم إنسانية يشاهدون المضامين الإعلامية مع الأصدقاء بنسبة 54,55%وذلك لكونه يتماشى مع التخصص في الجامعة، بالإضافة إلى ميولات المبحوثين ورغبتهم في مشاهدة مضامين البرنامج.

في حين أن تخصص علم الاجتماع أن أغلب المبحوثين أجابوا بنسبة 50% مع العائلة وذلك راجع إلى الجو الذي يضفيه البرنامج على العائلة وأيضا لكون البرنامج يلم أفراد العائلة في جلسة واحدة.

بالنسبة لتخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نسبة60% يشاهدونها مع الأصدقاء وذلك راجع إلى الجو المصاحب للمشاهدة من تعليقات وآراء الأصدقاء حول محتوى البرنامج وما يضفي من حيوية على الجلسة.

الجدول رقم(08) يوضح توزيع عينة الدراسة نحو الوسائل المعتمدة في متابعة المضامين الرياضية حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	**علوم إنسانية**		**علم اجتماع**		**علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية**		**المجموع**	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
تلفاز	34	77.27	16	61.53	7	70	57	71.25
هاتف	8	18.18	07	26.92%	2	20	17	21.25
حاسوب	2	4.55	03	11.53	1	10	06	7.05
راديو	0	00	00	00	0	00	00	00
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم 08 أن أهم الوسائل المعتمدة في متابعة المضامين الإعلامية على شاشة تلفاز بنسبة 71,25% يشاهدون على هواتفهم النقالة، وتمثلت 7,5% على شاشة الحاسوب، في أنه لا يوجد متابعين على الراديو إطلاقا.

ونلاحظ أن أغلبة المبحوثين يفضلون التلفزيون في مشاهدتهم لبرنامج صدى الملاعب كون التلفزيون وسيلة تلم شمل العائلة والأصدقاء، بالإضافة إلى توفرها على آخر التقنيات من صور، طريقة العرض، أيضا على سهولة استخدام هذه التقنية، وتكاليف المشاهدة تناسب المبحوثين.

الجدول رقم (09): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو القنوات الفضائية المفضلة في متابعة البرامج الرياضية حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الهداف	9	20,45	8	30,76	3	30	20	25
mbc1	7	15,90	3	11,53	00	0	10	12,5
بيين سبور	28	63,63	15	57,69	7	70	50	62,5
أبو ظبي سبور	00	0	00	0	00	0	00	0
أورو سبور	00	0	00	0	0	0	00	0
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم09 أن بيان سور بنسبة62,5%من القنوات المفضلة في متابعة البرامج الرياضية، في حين أن نسبة 25% يفضلون قناة الهداف وتمثلت النسبة في 12,5% يفضلون قناة MBC1، أما لقناتي أبو ظبي سبور وأرو سبور لم يجيبوا.

ونلاحظ أن علوم إنسانية بنسبة 63,63% يشاهدون بيين سبور وذلك لأن قناة بيين سبور من أهم القنوات الأكثر استقطابا في العالم لما تقدمه من أخبار ومعلومات وأهم ما يريده المشاهد.

وتخصص علم الاجتماع أغلب المبحوثين يرون نسبة 57,69% يفضلون بيين سبور . وذلك لأن قناة بيين سبور تتيح للمشاهد كل ما يرغب في مشاهدته.

في حين أن تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يفضلون بيين سبور بنسبة 70% وذلك لأن باقة ببين سبور تمتاز برامجها بالجودة، إضافة إلى تغطيتها لكثافة الأحداث الرياضية عبر العالم تقريبا، وكذلك لامتلاكها لترسانة من الإعلاميين والمعلقين الرياضيين البارزين مقارنة بباقي القنوات التي لا تمتلك حقوق بث البطولات الكبرى عكس قنوات بيين سبور وهي شبكة عالمية من القنوات الرياضية المشفرة التابعة لشبكة بي أن الترفيهية وتنقل مجموعة من البطولات العالمية وتبث محتواها وبرامجها في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأندونيسيا والفلبين وهونغ كونغ وتايوان واستراليا وإسبانيا.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو نوع البرامج التلفزيونية الرياضية المشاهدة حسب التخصص:

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
محلية	7	15,90	3	11,53	1	10	11	13,75
وطنية	6	13,63	4	15,38	4	40	41	17,5
دولية	31	70,45	19	73,07	5	50	55	68,75
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم10 أن نسبة 68,75% يفضلون نوع البرامج الدولية، ومثلت نسبة 13,75 في نوع البرامج التلفزيونية الرياضية المحلية.

ونلاحظ بالنسبة لتخصص علوم إنسانية أن أعلى نسبة 70,45% يفضلون نوع البرامج الدولية وذلك لكونها متنوعة وتلم لكل الأحداث والمستجدات في العالم الرياضي الدولي.

وبالنسبة لتخصص علم الاجتماع نلاحظ أن أعلى نسبة أيضا تمثلت في نوع البرامج الدولية وذلك للتغطية الشاملة للبرامج الدولية واحتوائها على كل المعلومات والأخبار في المجال الرياضي.

في حين أن تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية تمثلت أعلى نسبة ب50% للبرامج الرياضية الدولية لتنوعها والشكل الإخراجي للبرامج والموضوعات المطروحة على مستوى الهيئات الدولي.

فالأخبار الدولية تحظى بمتابعة عينة الدراسة نظرا لقوة بطولاتها الرياضية وتألق الناشطين المحليين فيها، أما المحلية فهناك وسائل أخرى تمثل مصادر للعينة البحثية.

وهذا ما توصلت إليه دراسة الزواوي أحمد المهدي حيث توصل إلى أن ارتباط المشاهدين بقنوات أجنبية ومشاهدتهم لحصص رياضية يجعل المتطلبات النوعية في الشكل والمضمون تتجاوز إمكانيات حصة من الملاعب. [1]

الجدول رقم(11): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو البرامج الرياضية المفضل متابعتها حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
بالمكشوف	5	11,36	1	3,84	2	20	8	10
صدى الملاعب	26	59,1	19	73,07	5	50	50	62,5
ألو بيين	3	6,81	2	7,70	1	10	6	7,5
الجزيرة نيوز	10	22,73	4	15,4	2	20	16	20
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 أن 62,5% من المبحوثين يفضلون متابعة برنامج صدى الملاعب وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 59,1% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 73,03% و50% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها نسبة 20% من المبحوثين يفضلون متابعة برنامج الجزيرة نيوز، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 22,73% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 15,4% و20% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

[1] الزواوي أحمد المهدي، مرجع سابق. ص135

ويفسر سبب تفضيل أغلبية المبحوثين متابعة برنامج صدى الملاعب إلى كون هذا البرنامج يقوم بتغطية الأحداث ومتابعة مباريات الهامة، إضافة إلى مختلف الأحداث الرياضية وآخر المستجدات في الميادين الرياضية وأخبار النجوم، في حين يرجع سبب متابعة بعض فئة المبحوثين لبرنامج الجزيرة نيوز إلى بقائهم على إطلاع بكل الأخبار والأحداث في المجال الرياضي، إضافة إلى أن القناتين اللتان يُعرضان عليهما البرنامجين من القنوات الأكثر متابعة عربيا حسب العديد من الدراسات.

الجدول رقم(12): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو اللغة المفضلة في متابعة البرامج الرياضية حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
عربية	2	95,45	23	88,46	10	100	75	93,75
أجنبية	42	4,55	3	11,54	0	0	5	6,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة 93,75% يفضلون اللغة العربية في متابعة البرامج الرياضية، في حين أن نسبة6,25% يفضلون اللغة الأجنبية.

نلاحظ من بيانات الجدول أن أغلب ما يفضلون اللغة العربية في متابعتهم للبرامج الرياضية بنسبة 93,75%، كونها اللغة الرسمية للبلاد ولغة البرامج، بالإضافة إلى كون أغلب المبحوثين تناسبهم ويفهمونها بشكل جيد، كما أنها عادة ما تكون ممزوجة بلهجات محلية تضفي عليها الحيوية وكل مقدمي البرنامج ينتمون للمنطقة العربية فهي لغتهم الأولى والمحكية، ويميل بعض أفراد العينة في

متابعتهم للبرامج الرياضية إلى اللغات الأجنبية كون مستواهم التعليمي عال واتقانهم للغات أخرى غير اللغة العربية.

الجدول رقم (13): يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى متابعتهم لبرنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائما	5	11,36	4	15,38	0	0	9	11,25
أحيانا	34	77,27	21	80,76	2	20	57	71,25
نادرا	5	11,36	1	3,84	8	80	14	17,5
المجموع	44		26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن أعلى نسبة 71,25% من المبحوثين يتابعون برنامج صدى الملاعب أحيانا، في حين أن 17,5% نادرا ما يتابعون البرامج، وتمثل أخفض نسبة 11,25% دائما يتابعون البرامج.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبة 71,25% يتابعون برنامج صدى الملاعب أحيانا كون المبحوثين منشغلون بأمور الدراسة، وتوقيت البرنامج غير مساعد، وأيضا مشاهدة المبحوثين لبرامج ومضامين أخرى تلبي رغباتهم، تليها نسبة 11,25% يشاهدون البرامج دائما لتلبية برامج لرغبة المبحوثين وتناسبهم مع أوقات فراغهم، بالإضافة إلى المحتوى الجذاب.

الجدول رقم(14): يوضح توزيع عينة الدراسة والأماكن المفضلة لمشاهدة صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم إجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		مجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
المنزل	34	77,27	22	84,61	8	80	64	80
المقهى	10	22,72	3	11,53	2	20	51	18,75
مقهى الأنترنت	0	10	1	3,84	0	0	1	1,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين لنا الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين يفضلون مشاهدة برنامج صدى الملاعب في المنزل قد بلغت 80%، أما الذين يفضلون متابعتها في المقهى فقدرت نسبتهم 18,75% من المبحوثين تليها نسبة1,25% من أفراد العينة الذين يفضلون مشاهدتها في مقهى الإعلام الآلي.

ونلاحظ أن في تخصص علوم إنسانية أغلب المبحوثين فيه يفضلون مشاهدة البرامج في المنزل بنسبة 77,27% وذلك راجع لتوقيت البرنامج، بالإضافة إلى الجو المصاحب للمشاهدة والتفاعل مع محتوى المواضيع.

بالنسبة لتخصص علم الاجتماع فأغلب المبحوثين يتابعون البرنامج في المنزل بنسبة 84,61%، ذلك لكون البرنامج يعرض في الفترة الليلية وعدم عرضه في المقاهي ودور العرض تفرض على المبحوثين مشاهدته في المنزل.

أما تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية فيفضلون مشاهدة البرنامج في المنزل بنسبة11,25% لشعورهم بالراحة، وأيضا الاسترخاء والطمأنينة في المنزل.

الجدول رقم (15): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى متابعتهم لبرنامج صدى الملاعب كاملا حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		تربية البدنية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	8	18,18	11	42,30	1	10	20	25
لا	11	25	2	7,69	4	40	17	21,24
أحيانا	25	56,81	13	50	5	50	43	53,75
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أن المبحوثين أحيانا ما يشاهدون برنامج صدى الملاعب كاملا بنسبة 59,75% في حين أن25% منهم أجابوا بنعم، بالإضافة إلى أن نسبة 11,25% أجابوا ب لا.

ومنه نلاحظ أن تخصص علوم إنسانية بنسبة 56,81% أجابوا ب أحيانا وذلك راجع إلى انشغالهم بالدراسة واهتمامات أخرى كالعمل بالإضافة إلى ممارسة الرياضة والترفيه عن النفس.

وبالنسبة لتخصص علم الاجتماع بنسبة 50% أجابوا ب أحيانا وذلك راجع إلى كون المبحوثين لديهم ميولات الدراسة والرغبة في الترفيه والاسترخاء، أيضا البحث عن احتياجات أخرى كالدردشة والتواصل مع الأصدقاء.

بالنسبة لتخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بنسبة50% أجابوا ب أحيانا وذلك راجع إلى كون هذا البرنامج يتناسب مع تخصصهم الدراسي في الجامعة، بالإضافة إلى حب الاطلاع على آخر المستجدات الرياضية، وحسب أيضا أهمية الموضوع المطروح والأخبار المعروضة.

الجدول رقم(16): يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى ملائمة توقيت عرض برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	35	79,54	17	65,38	7	70	59	73,75
لا	9	20,45	9	34,61	3	30	21	26,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين بنسبة73,75% أجابوا بنعم وذلك أن توقيت عرض برنامج صدى الملاعب ملائم، في حين أن نسبة 26,25% أجابوا بلا.

نلاحظ أن تخصص علوم إنسانية بنسبة 79,54% يجدون أن التوقيت مناسب وذلك راجع لكون التوقيت يناسب وقت فراغهم من الدراسة، والفترة تكون للاسترخاء والترفيه.

بالنسبة لتخصص علم الاجتماع بنسبة 65,38% أجابوا بنعم، وذلك راجع إلى تفرغ المبحوثين لمشاهدة البرنامج وليس لديهم اهتمامات.

وتخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بنسبة 70% أجابوا بنعم، وذلك راجع إلى التفرغ التام من انشغالاتهم، أيضا للتسلية والترفيه وملء وقت الفراغ.

الجدول رقم (17): جدول يوضح توزيع عينة الدراسة نحو أنواع الرياضات المفضل متابعتها حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		مجموع كلي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
كرة القدم	39	88,63	9	73,07	9	90	67	83,75
كرة السلة	2	4,54	1	3,84	1	10	4	5
كرة اليد	3	6,81	4	15,38	0	0	7	8,75
ألعاب القوى	0	0	2	7,69	0	0	2	2,5
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 83,25% من المبحوثين يفضلون متابعة كرة القدم من خلال برنامج صدى الملاعب وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة83,63% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 73,07% و90% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ثم تليها نسبة 8,75% من المبحوثين يفضلون متابعة كرة اليد، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 6,81%وطلبة علم الاجتماع بنسبة 15,38%.

وكرة القدم هي اللعبة الرياضية الشعبية الأولى في العالم، والتي سحرت عقول أكثر من مليار متابع حول العالم، لذا سميت بالساحرة المستديرة، فهي الرياضة الأكثر انتشارا على الرغم من الاختلافات الثقافية والاجتماعية وسياسية كبيرة جدا على الفرد والمجتمع.

الجدول رقم(18): يوضح توزيع عينة الدراسة والمواضيع المطروحة ببرنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص:

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
مهمة	43	97,72	25	96,15	9	90	77	96,25
غير مهمة	1	2,27	1	3,84	1	10	3	3,75
المجموع	44		26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن أغلب المواضيع المطروحة ببرنامج صدى الملاعب مهمة بنسبة96,25%، في حين أن 3,75% من المبحوثين يرون أنها غير مهمة.

ونلاحظ أن تخصص علوم إنسانية أن أغلب المبحوثين يرون أن المواضيع مهمة بنسبة97,72% وذلك راجع إلى مضمون الموضوعات المقدمة عبر البرنامج، والشكل والإخراج الذي تقدم عليه، بالإضافة إلى جودة التصوير.

وبالنسبة لتخصص علم اجتماع بنسبة96,15% مهمة، وذلك راجع إلى الإخراج الجيد ومحتوى المواضيع بالإضافة إلى الديكور العصري الذي يجدب انتباه المبحوثين.

وبالنسبة لتخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بنسبة 90% يرون أن المواضيع مهمة وذلك راجع إلى الإخراج والتناول الإعلامي الجيد للمواضيع المطروحة عبر البرنامج، بالإضافة إلى طريقة التقديم.

وتزداد أهمية المواضيع كونها تتناول أخبار الرياضة بكل تخصصاتها وتلتزم بالحصرية وبعض المقابلات مع أهم الرياضيين، وكذا الاستعانة بمحللين لهم شهرة على الساحة الرياضية.

وهذا ما فندته دراسة عيسى الهادي حيث كانت نتيجته عكس ذلك لأن الإعلام الرياضي في بلادنا بعيد كل البعد للوصول إلى مستواه الحقيقي المنوط به.

الجدول رقم(19): يوضح توزيع عينة الدراسة والدوري لمفضل لدى برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم انسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		مجموع كلي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
محلي	1	2,28	2	7,69	1	10	4	5
عربي	7	15,90	5	19,23	0	0	12	15
اسباني	31	70,45	15	57,69	9	90	55	68,57
ايطالي	5	11,36	4	15,38	0	0	9	11,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 أن 68,75% من المبحوثين يفضلون متابعة الدوري الأسباني من خلال برنامج صدى الملاعب، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة70,45% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 57,69% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها نسبة 15% من المبحوثين يفضلون متابعة الدوري العربي، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 15,90% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 19,23%.

ويفسر سبب تفضيل أغلبية المبحوثين متابعة الدوري الأسباني كونه الدوري الأقوى والأكثر إثارة في العالم، وكونه أيضا أنه يوجد فيه أكثر اللاعبين شهرة والأفضل في العالم، في حين يرجع سبب متابعة بعض فئة المبحوثين للدوري العربي كونه يبث على قنوات مجانية ومفتوحة، بالإضافة إلى التوقيت المناسب للمباريات.

الجدول رقم (20): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب العناصر المحفزة لمتابعة برنامج صدى الملاعب ومتغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
التعرف على الشخصيات	7	15,90	3	11,53	1	10	11	13,75
اكتساب ثقافة الرياضة	11	25	4	15,38	5	50	20	25
معرفة الأخبار	24	54,54	18	69,23	3	30	45	56,25
التعريف بقوانين الرياضة	2	4,54	1	3,84	1	10	4	5
المجموع	44	1100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول المبحوثين يتابعون برنامج صدى الملاعب من أجل معرفة الأخبار وذلك بنسبة56,25% في حين أن نسبة 25% من المبحوثين فقد أجابوا بأنهم يتابعون الحصة بغرض اكتساب الثقافة الرياضية، وتليها نسبة13,75% وذلك من أجل التعرف على الشخصيات، كما أجاب نسبة 5% بغرض التعريف بالقوانين الرياضية.

ونلاحظ أن تخصص علوم إنسانية أغلبهم اختار معرفة الأخبار وذلك بنسبة54,54% وذلك كون البرنامج يحتوي على مضامين إخبارية شاملة لكل الرياضات، وهذا ما تؤكده نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال الدافع الذي يدفع بالمشاهدين إلى متابعة برنامج صدى الملاعب.

أما بالنسبة لتخصص علم الاجتماع فقد تمثلت أعلى نسبة في 69,23% بغرض معرفة الأخبار ودلك يعود إلى كون البرنامج يقدم محتويات رياضية مميزة ومتنوعة ملمة بجميع الرياضات ذات الشعبية ومتابعة البرنامج تساعدهم على معرفة مختلف الأحداث الرياضية والنتائج وآخر المستجدات في ميدان الرياضة وأخبار النجوم.

في حين أن تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية فكانت أعلى نسبة 50% بغرض اكتساب الثقافة الرياضية وذلك لاكتساب معلومات من البرامج الرياضية قد تساعدهم في التخصص الدراسي باعتبارهم تخصصهم له علاقة مباشرة بمحتويات هذه البرامج.

الجدول رقم(21): يوضح توزيع عينة الدراسة وأسباب متابعة برنامج صدى الملاعب ومتغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		تربية بنية		مجموع كلي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
التسلية والترفيه	5	11,36	3	11,53	2	20	10	12,5
تمضية الوقت	3	6,81	2	7,69	0	0	5	6,25
الحصول على الأخبار	20	45,45	13	50	4	40	37	46,25
الفضول	1	2,27	2	7,69	0	0	3	3,75
الاهتمام بالمجال	15	34,09	6	23,07	4	40	25	31,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول رقم 21 أن السبب الأهم لمتابعة برنامج صدى الملاعب هو الحصول على الأخبار بنسبة 46,25% بالنسبة لجميع المبحوثين، في حين أن نسبة 31,5% وتمضية الوقت بنسبة 6,25% أما أدنى نسبة فقد بلغت 3,75% وقد كانت إجابتهم أن متابعة البرامج لسبب الفضول.

ونلاحظ أن تخصص علوم إنسانية بلغت أعلى نسبة فيه 45,45% وقد أجابوا بالحصول على الأخبار وذلك لتوفر البرنامج على كم هائل من الأخبار والمعلومات في المجال الرياضي بما يشبع رغبات المشاهدين.

أما تخصص علم الاجتماع فقد بلغت نسبة أعلى 23,07% وكانت إجابتهم بالاهتمام بالمجال الرياضي وذلك لاهتمامهم بما تبثه هذه البرامج وإشباع رغباتهم في الحصول على الأخبار والمعلومات.

وبالنسبة لتخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية فتمثلت أعلى نسبة في 40% وقد أجابوا بالاهتمام بالمجال الرياضي متساوية مع الحصول على الأخبار وذلك لميولاتهم اتجاه المجال الرياضي، بالإضافة إلى كون البرنامج يشتمل على معلومات وفيرة في المجال، وهذا ما تشير إليه نظرية الاستخدامات والاشباعات.

وهذا ما توصلت إليه دراسة راجحي صابر حيث توصل إلى أن الإعلام الرياضي يتم من خلاله نشر الأخبار والحقائق الرياضية.

الجدول رقم(22): يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى تحقيق الإشباعات من خلال متابعة برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		مجموع كلي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	27	61,36	16	61,53	6	60	49	61,25
لا	17	38,63	10	38,46	4	40	31	38,75
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم22 أن61,25% من المبحوثين كانت إجابتهم بنعم وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 61,36%، وطلبة علم الاجتماع بنسبة 61,53% و60% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها النسبة 38,75% من المبحوثين التي كانت إجابتهم بلا، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة38,63% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 38,46%، و40% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

ويفسر سبب تفضيل أغلبية المبحوثين الإجابة ب نعم إلى كونها تحقق إشباعات هم المتمثلة في مختلف ما يقدمه برنامج صدى الملاعب من مباريات وأخبار وأحداث هامة، في حين يرجع سبب تفضيل أقلية من المبحوثين الإجابة بلا إلى كونها لا تحقق اشباعاتهم، وذلك لقلة ما يقدمه البرنامج من أخبار ومعلومات غير كافية لتحقيق رغباتهم من النتائج الموضحة في الجدول رقم21 نستنتج أن أغلبية المبحوثين يحققون إشباعا من خلال متابعة برنامج صدى الملاعب.

الجدول رقم(23): يوضح توزيع عينة الدراسة ودرجة الثقة بالمضامين الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		مجموع كلي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
عالية جدا	4	9,09	4	15,38	0	0	8	10
عالية	20	45,45	12	46,15	6	60	38	47,5
متوسطة	20	45,65	9	34,61	2	20	31	38,75
تحت المتوسط	0	0	1	3,84	0	0	1	1,25
ضعيفة	0	0	0	0	2	20	2	2,5
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين الجدول أعلاه أن درجة الثقة بالمضامين الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب عالية بنسبة 47,5%، في حين أن بعض المبحوثين يرون أنها متوسطة وذلك بنسبة 38.75% و1,25% يرون أنها ضعيفة وتحت المتوسط على التوالي.

نلاحظ من بيانات الجدول أن فئة المبحوثين في العلوم الإنسانية يثقون في محتوى البرامج الإعلامية لكونهم متمرسين إعلاميا وذو خلفية معرفية عن محتوى ما ينشر، تليها نسبة من المبحوثين في تخصص علم اجتماع يثقون في محتوى المضامين الرياضية للمعلومات السابقة عن البرنامج المطروح وكذلك إلى نوعية المضمون الذي يتماشى مع خصوصيات الطلبة، وأخيرا فئة المبحوثين من تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لتناسبه مع التخصص، وطرحه لأهم القضايا والمستجدات في عالم الرياضة ومصداقية المعلومات، ووضوح المصادر المعتمد عليها، ولأنه يعتمد على كوادر إعلامية ذات كفاءة عالية.

الجدول رقم(24): يوضح توزيع عينة الدراسة ومستوى الرضا عن برنامج صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
مرضية جدا	5	11,36	3	11,53	0	0	8	10
مرضية	37	84,09	21	80,76	8	80	66	82,5
غير مرضية	2	4,54	1	3,84	2	20	5	6,25
غير مرضية إطلاقا	0	0	1	3,84	0	0	1	1,25
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم24 أن 82,5% من المبحوثين راضون على مستوى ما يقدمه برنامج صدى الملاعب، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 80,09% وطلبة علم الاجتماع بنسبة 80,76%، ثم 80% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها نسبة 6,25%من المبحوثين غير راضون على مستوى ما يقدمه البرنامج، وهذا ما أكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 4,54% وطلبة علم الاجتماع بنسبة3,84% و5% من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

ويفسر سبب رضا أغلبية المبحوثين لما يقدمه برنامج صدى الملاعب على أنه يشبع رغباتهم وحاجاتهم، فمستوى التحليل للأخبار الرياضية وتحليلها يشد انتباه الجمهور ويجذب انتباههم، إضافة إلى توقيت البرنامج كونه مناسبا للمتابعة، في حين يرجع سبب عدم الرضا لما يقدمه البرنامج من

طرف بعض المبحوثين كونه لا يحقق إشباعاتهم ورغباتهم المرجوة من هذا البرنامج ولإقصائه لبعض البطولات خاصة منها المغاربية.

الجدول رقم(25): يوضح توزيع عينة الدراسة ومدى إلمام الإعلام الرياضي بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائما	11	25	14	53,84	4	40	29	36,25
أحيانا	33	75	12	46,15	4	40	49	61,25
نادرا	0	0	0	0	2	20	2	2,5
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

يبين لنا الجدول رقم25 أن نسبة 61,25%من أفراد عينة الدراسة قد أجابوا ب أحيانا حول إلمام الإعلام الرياضي بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي، وسجل أعلى نسبة جزئية بـ75% من طرف طلبة علوم إنسانية، تليها نسبة 46,15% لطلبة علم الاجتماع.

أما نسبة 36,25% من المبحوثين أكدوا على أن الإعلام الرياضي يلم بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي بصفة دائمة وسجلنا أعلى نسبة جزئية لدى طلبة علم الاجتماع بـ 53,84%، تليها النسبة الجزئية لطلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية والرياضية بـ 40%.

ويمكن تفسير سبب إجابة المبحوثين ب أحيانا حول إلمام الإعلام الرياضي بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي إلى كون المعلومات والأخبار التي يعرضها الإعلام الرياضي بمختلف تقنياته وأدواته تحقق لهم في الأغلب تغطية لاحتياجاتهم من المعلومات والاستفسارات حول المضمون

الرياضي لبعض الأحداث الرياضية والواقع الرياضي بصفة عامة، بينما يرجع سبب إجابة بعض المبحوثين على أن الإعلام الرياضي يلم دائما بكل التطورات الحاصلة في المجال الرياضي إلى كونهم يحققون إشباعا تاما لإحتياجاتهم من معلومات وأخبار حول الأحداث الرياضية.

الجدول رقم(26): يوضح توزيع عينة الدراسة ومواضيع البرامج الرياضية التي يعرضها صدى الملاعب حسب متغير التخصص.

المتغيرات / الفئات	علوم إنسانية		علم اجتماع		علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ملائمة	31	70,45	16	61,53	5	50	52	65
إلى حد ما	12	27,27	10	38,46	4	40	26	32,5
غير ملائمة	1	2,27	0	0	1	10	2	2,5
المجموع	44	100	26	100	10	100	80	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم26 أن 65%من المبحوثين يرون بأن مواضيع البرامج الرياضية التي يعرضها برنامج صدى الملاعب ملائمة، وهذا ما يؤكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 70,45%، وطلبة علم الاجتماع بنسبة 61,53%، و65%من طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم تليها النسبة 2,5% من المبحوثين والتي كانت إجابتهم بغير ملائمة، وهذا ما أكده طلبة علوم إنسانية بنسبة 2,27% وطلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بنسبة 10%.

ويفسر سبب تفضيل أغلبية المبحوثين على ملائمة مواضيع البرامج الرياضي والتي يعرضها برنامج صدى الملاعب في تنوع برامجها، إضافة إلى الحصول على أهم الأخبار والمعلومات والمستجدات من طرف البرنامج المقدم، خاصة وأنه يهتم بالرياضة الأكثر شعبية بالعالم كرة القدم

وبالدوري الأكثر قوة وإثارة ومتابعة الدوري الإسباني، كما أنه يسعى للاهتمام بالجوانب التوجيهية والتربوية والتوعوية خاصة بمجال العنف الرياضي، في حين يرجع سبب تفضيل أقلية من المبحوثين على عدم ملائمة المواضيع المقدمة كونها لا تحقق الغرض المنشود من خلال ما يقدمه إضافة إلى التوقيت غير المناسب.

المحور الرابع:

الجدول (27–1): توزيع عينة الدراسة نحو تنوع محتوى البرنامج:

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	8	10	16	20	31	38.75	55	68.7
أنثى	5	6.25	7	8.75	13	16.25	25	31.3
المجموع	13	16.25	23	28.75	44	57	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.38					الدلالة المحسوبة: كا^2 الجدولية: 0.8			
درجة الحرية: 2					الدلالة المعتمدة مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم(27-1) الذي يمثل تنوع محتوى البرنامج الرياضي صدى الملاعب، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أعلى نسبة هي 55% الموافقين تليها نسبة 28.75% محايدين ثم 16.25% وهي نسبة المعارضين.

وهذا يعتبر أن أغلب أفراد عينة الدراسة موافقين على وجود تنوع في ما يقدمه برنامج صدى الملاعب من مضامين ترويجية، صحية، تعليمية، تربوية، معلومات رياضية.

منه نستنتج أن المبحوثين على إطلاع بما يقدمه برنامج صدى الملاعب من حيث تنوعه.

وباعتماد حساب كا^2 0.38 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن- 1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.8 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-2): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساعدة مضمون برنامج صدى الملاعب على تنمية الوعي الرّياضي:

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	4	5	12	15	39	48.75	55	68.7
أنثى	0	00	5	2.25	20	25	25	31.3
المجموع	4	5	17	21.25	59	73.75	80	100
كا^2 المحسوبة: 2.03							كا^2 الجدولية: 0.36	
درجة الحرية: 2							مستوى الدلالة: 0.05	

نلاحظ من خلال معطيات الجدول(27-2) الذي يمثل مدى مساعدة مضامين برنامج صدى الملاعب على تنمية الوعي الرياضي، وفي قياس تجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أعلى نسبة هي 73.75% للموافقين.

وهذا يفسر أن أغلب أفراد عينة الدراسة موافقين على أن ما يقدمه برنامج صدى الملاعب من مضامين تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى المشاهد من خلال ما تقدمه من أخبار ومعلومات وحقائق.

ومنه نستنتج بأن المبحوثين على إطلاع بما يقدمه مضمون برنامج صدى الملاعب.

وباعتماد حساب كا^2 2.03 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.36 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-3): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو تركيز برنامج صدى الملاعب على رسائل تربوية هادفة لنشر الرّياضة ومكافحة لعنف في الملاعب:

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	6	7.5	17	21.25	32	40	55	68.7
أنثى	2	2.5	7	8.75	16	20	25	31.3
المجموع	8	10	24	30	48	60	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.29							كا^2 الجدولية: 0.86	
درجة الحرية: 2							مستوى الدلالة: 0.05	

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم(27-3) والذي يمثل مدى تركيز برنامج صدى الملاعب على مكافحة العنف في الملاعب على رسائل تربوية هادفة لنشر الرّوح الرّياضية، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أعلى نسبة هي 60% للموافقين، تليها نسبة 30% محايدين، ثم 10% هي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر على أن أغلب أفراد عينة الدراسة موافقين على الفكرة المطروحة في برنامج صدى الملاعب بنشر رسائل تربوية وترويجها من أجل نشر الروح الرياضية وخاصة في الملاعب العربية.

ومنه نستنتج من الجدول رقم(26-3) بأن أغلبية المبحوثين على ثقة تامة ما يقدمه برنامج صدى لملاعب من أجل مكانة العنف في الملاعب.

وباعتماد حساب كا^2 0.29 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.86 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة0.05.

الجدول (27-4): جدول يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى توفر المعلومات وتلبية الحاجات من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية برنامج صدى الملاعب:

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	7	8.75	27	33.75	21	26.25	55	68.7
أنثى	6	7.5	9	11.25	10	12.5	25	31.3
المجموع	13	16.25	36	45	31	38.75	80	100
كا^2 المحسوبة: 2.01						كا^2 الجدولية: 0.36		
درجة الحرية: 2						مستوى الدلالة: 0.05		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه والذي يمثل مدى توفر المعلومات، من خلال الرسائل الإعلامية الرّياضية ببرنامج صدى الملاعب وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أن أعلى نسبة هي 45% للمحايدين، تليها نسبة 38.75% للموافقين، ثم 16.25% هي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر على أن أغلب أفراد عينة الدراسة محايدين حول مدى توفر المعلومات وتلبية الحاجيات ونقص في الحقائق المعروفة إضافة إلى الوقت الغير المناسب في عرض البرنامج.

ومنه نستنتج من خلال الجدول رقم(25-4) بأن المبحوثين يعتبرون بأن ما يوفره برنامج صدى الملاعب من معلومات غير كافي لتلبية الحاجات من خلال الرسائل الإعلامية.

وباعتماد حساب كا^2 2.01 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.36 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة0.05.

الجدول (27-5): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساهمة القضايا والمضامين التي يقدمها برنامج صدى الملاعب في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرّياضية لذلك:

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	5	6.25	20	25	30	37.5	55	68.7
أنثى	3	3.75	12	15	10	12.5	25	31.3
المجموع	8	10	32	40	40	50	80	100
كا^2 المحسوبة: 1.45							كا^2 الجدولية: 0.48	
درجة الحرية: 2							مستوى الدلالة: 0.05	

نلاحظ من خلال الجدول رقم(27-5) والذي يمثل مدى مساهمة القضايا والمضامين في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية من خلال برنامج صدى الملاعب، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أن أغلب نسبة هي 50% للموافقين، تليها 40% نسبة المحايدين، ثم 10% نسبة المعارضين.

ويفسر سبب موافقة أغلب أفراد عينة الدراسة وذلك لما قدمه برنامج صدى الملاعب من مضامين تعزز في نفسية الفرد والمشاهد إقباله الشديد على متابعة البرامج وذلك للمساهمة الفعالة في تعزيز المفاهيم الرياضية، كتضامن العالم بأجمعه مع قضية محمد صلاح والذي تعرض لإصابة في نهائي أبطال دوري أوروبا والتي خرج على إثرها مصابا منعته من إكمال مباراة الحلم بالنسبة إليه.

ونستنتج من النتائج الموضحة في الجدول رقم (26-5) بأن أغلبية المبحوثين يعتبرون بأن القضايا والمضامين المعروفة على برنامج صدى الملاعب يساهم في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية.

وهذا ما توصلت إليه دراسة راجحي صابر والذي توصل إلى أن الإعلام بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع.

وباعتماد حساب كا^2 1.45 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.98 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-6): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساعدة الأخبار والحقائق الرياضية المقدمة في برنامج صدى الملاعب في تعزيز النظرة حول رياضة معينة.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	7	8.75	13	16.25	35	43.75	55	68.7
أنثى	2	2.5	8	10	15	18.75	25	31.3
المجموع	9	10	21	26.25	50	62.5	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.83					كا^2 الجدولية: 0.65			
درجة الحيرة: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

من خلال معطيات الجدول رقم (27-6) والمتمثل في ما يقدمه برنامج صدى الملاعب من أخبار وحقائق رياضية والتي تساعد في تعزيز النظرة حول رياضة معينة، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة

نحو هذا الفرض نجد أن أعلى نسبة 62.5% من المواطنين تم تليها نسبة المحايدين بـ 26.25% وأخيرا 11.25% هي نسبة المعارضين.

ويفسر سبب موافقة أغلبية أفراد عينة الدراسة لما يقدمه برنامج صدى الملاعب وهو كونه برنامج يحقق رغبة المشاهد من خلال ما يعرضه من حقائق ومعلومات تعزز نظرة المشاهد حول رياضته المفضلة، وهذا ما رأيناه في استقالة زين الدين زيدان من تدريب نادي ريال مدريد الاسباني حيث تناول البرنامج هذه القضية من كل جوانبها وذلك بتحليل أسباب رحيل المدرب وآراء الخبراء والمحللين في ذلك.

ومنه نستنتج من النتائج الموضحة في الجدول رقم (26-6) بأن أغلبية المبحوثين يعتبرون بأن ما يقدمه برنامج صدى الملاعب يساعد في تعزيز النظرة حول رياضة معينة.

وباعتماد حساب كا^2 0.83 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.65 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-7): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مصداقية وموثوقية المعلومات التي يعرضها برنامج صدى الملاعب.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	6	7.5	20	25	29	36.25	55	68.7
أنثى	4	5	6	7.5	15	18.75	25	31.3
المجموع	10	12.5	26	32.5	44	55	80	100
كا^2 المحسوبة: 1.33							كا^2 الجدولية: 0.51	
درجة الحرية: 2							مستوى الدلالة: 0.05	

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (27-7) والذي يمثل مدى مصداقية المعلومات المعروضة على برنامج صدى الملاعب، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة هي 55% للموافقين ثم تليها نسبة المحايدين بـ 32.5% أما 12.5% فهي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر على أن أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون على ما يقدمه برنامج صدى الملاعب من معلومات وأخبار وحقائق تساعدهم على معرفة كل ما يرغبون من معرفته خاصة كل ما يخص كرة القدم العالمية. وذلك لأنهم في الغالب يصرحون بمصادرهم كما يُجرون مقابلات مباشرة مع الفاعلين الحقيقيين.

ومنه نستنتج بأن المبحوثين راضون على مصداقية وموثوقية المعلومات التي يعرضها برنامج صدى الملاعب.

وباعتماد حساب كا^2 1.33 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.51 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-8): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى حدوث تغيير في المعرفة الرياضية من خلال المحتوى الإعلامية للبرامج الرياضية.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	10	12.5	18	22.5	27	33.75	55	68.7
أنثى	5	6.25	6	7.5	14	17.5	25	31.3
المجموع	15	18.75	24	30	41	51.25	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.62						كا^2 الجدولية: 0.73		
درجة الحرية: 2						مستوى الدلالة: 0.05		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (27-8) والذي يمثل المحتوى الأعلى للبرنامج الرياضي من خلال حدوث تغيير في المعرفة الرياضية، وفي قياس إيجاد اتجاه عند الدراسة نحو هذا الغرض نجد أعلى نسبة هي 51.25% للموافقين، تليها نسبة 30% محايدين و18.75% من نسبة المعارضين.

وهذا يفسر على أن أغلب أفراد عينة الدراسة موافقين حول ما يقدمه المحتوى الإعلامي من برنامج الرياضة من خلال تقديم أخبار ومعلومات وحقائق تساعد في حدوث تغيير في المعرفة الرياضية وتحقق اشباعات ورغبات المشاهد.

ومنه نستنتج على أن المبحوثين على إطلاع تام بما يقدمه برنامج صدى الملاعب من خلال المحتوى الأعلى من للبرنامج الرياضي.

وباعتماد حساب كا^2 0.62 نلاحظ عدد وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.73 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (27-9): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى تأثير الرسائل الإعلامية على اتجاهات الطلبة.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	13	16.25	23	28.75	19	23.75	55	68.7
أنثى	8	10	10	12.5	7	8.75	25	31.3
المجموع	21	26.25	33	41.25	26	32.5	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.69					كا^2 الجدولية: 0.70			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (27-9) والذي يمثل مدى تأثير الرسائل الإعلامية على اتجاهات الطلبة، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أعلى نسبة هي 41.25% من المحايدين، ثم تليها نسبة 32.5% من الموافقين ثم 26.25% هي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر على أن أغلب أفراد عينة الدراسة محايدين وذلك لعدم التأثير الواضح للرسائل الإعلامية ومدى افتقارها وكيفية وصولها إلى مذكرة الطالب واتجاهه حول ما تقدمه وما توصله إليه الرسائل الإعلامية.

ومنه نستنتج أن الرسالة الإعلامية لا تؤثر على اتجاهات المبحوثين تأثيرا واضحا.

وباعتماد حساب كا^2 0.69 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.70 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

المحور الخامس:

الجدول (28-1): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى الزيادة في التأثير والإقناع من خلال اعتماد مقصود برنامج صدى الملاعب عن الوسائل التقنية.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	5	6.25	20	25	30	37.5	55	68.7
أنثى	3	3.75	12	15	10	12.5	25	31.3
المجموع	8	10	32	40	40	50	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.07							كا^2 الجدولية: 0.96	
درجة الحرية: 2							مستوى الدلالة: 0.05	

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-1) الذي يمثل مدى الزيادة في التأثير والإقناع من خلال اعتماد مقدمو برنامج صدى الملاعب على الوسائل التقنية، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أعلى نسبة هي (58.75%) للموافقين تليها نسبة (30%) محايدين، ثم (11.25%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب أفراد العينة موافقين على أن اعتماد مقدمو برنامج صدى الملاعب على وسائل تقنية لإيضاح يزيد في التأثير والإقناع.

ومنه نستنتج أن المبحوثين على اطلاع تام ببرنامج صدى الملاعب ولهم اهتمام بمقدمي البرنامج، كزاوية التصوير والإضاءة.

وهذا ما توصلت إليه دراسة الزواوي أحمد المهدي حيث توصل إلى أن عدد ضيوف الحصة قليل وتسجيل انطباعات إيجابية للمستجوبين عن المنشط وكذا التعليق ومواكبة حصة من الملاعب للأحداث الرياضية. [1]

وباعتماد حساب كا^2 0.07 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.96 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

[1] الزواوي أحمد المهدي، مرجع سابق، ص135

الجدول (28-2): توزيع عينة الدراسة نحو مدى جاذبية الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب نحو متابعة البرنامج.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	15	18.75	25	25	31.25	18.75	55	68.7
أنثى	4	5	7	15	8.75	17.5	25	31.3
المجموع	19	23.75	32	40	40	36.25	80	100
كا^2 المحسوبة: 6.1					كا^2 الجدولية: 0.04			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-2) الذي يمثل مدى جاذبية الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب نحو متابعة البرنامج وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أعلى نسبة (40%) للمحايدين تليها نسبة (36.25%) موافقين ثم (23.75%) للمعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب المبحوثين محايدين على أن الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب يجذبك نحو متابعة البرنامج.

ومنه نستنتج أن أفراد العينة لهم اهتمام ببرنامج صدى الملاعب.

وهذا ما توصلت إليه دراسة الزواوي أحمد المهدي حيث توصل إلى أن عدد ضيوف الحصة قليل وتسجيل انطباعات إيجابية للمستجوبين عن المنشط وكذا التعليق ومواكبة حصة من الملاعب للأحداث الرياضية. [1]

[1] الزواوي أحمد المهدي، مرجع سابق. ص135

وباعتماد حساب كا^2 6.1 نلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.04 وهي أصغر من درجة الدلالة المعتمدة 0.05.

الجدول (28-3): توزيع عينة الدراسة نحو مدى امتياز مقدمي برنامج صدى الملاعب بالكفاءة.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	6	7.5	19	23.75	30	37.5	55	68.7
أنثى	1	1.25	4	5	20	25	25	31.3
المجموع	7	8.75	23	28.75	50	62.5	80	100
كا^2 المحسوبة: 4.7						كا^2 الجدولية: 0.09		
درجة الحرية: 2						مستوى الدلالة: 0.05		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-3) الذي يمثل مقدمي برنامج صدى الملاعب يتمتعون بكفاءة عالية تجذب المتابعين في قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة هي (62.5%) للموافقين، تليها نسبة (28.75%) وهي نسبة المحايدين ثم (8.75%) للمعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب المبحوثين موافقين على أن امتياز مقدمي برنامج صدى الملاعب بكفاءة عالية تجذب المتابعين، ومن بينهم مصطفى الآغا، حفيظ دراجي، محمد الشهري، أشرف بن عياد.

ومنه نستنتج أن المبحوثين لهم إعجاب بمقدمي برنامج صدى الملاعب.

وباعتماد حساب كا^2 4.7 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.09 وهي أكبر من درجة لدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28-4): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى أهمية العامل الفكري الرياضي العصري في جذب المشاهدين.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	4	5	8	10	43	53.75	55	68.7
أنثى	6	7.5	6	7.5	13	16.25	25	31.3
المجموع	10	12.5	14	17.5	56	70	80	100
كا^2 المحسوبة: 6.4					كا^2 الجدولية: 0.04			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-4) الذي يعتبر الفكر الرياضي العصري عامل مهم لجذب متابعي البرنامج، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أعلى نسبة هي (70%) للموافقين، تليها نسبة (17.5%) للمحايدين، ثم (12.5%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب أفراد العينة موافقين على أن الفكر الرياضي العصري عامل لجذب متابعي البرنامج، من الجماهير الرياضية وغير الرياضية خاصة لما فيه من مزج كبير بين عالم الرياضة وعالم الفن والفنانين، وكذلك لتميزه بخفة الظل.

ومنه نستنتج أن برنامج صدى الملاعب يحتوي على أفكار قيمة.

وباعتماد حساب كا^2 6.4 نلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.04 وهي أصغر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28-5): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مساهمة البساطة في عرض الموضوع الرياضي في التوضيح والفهم.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	5	6.25	20	25	30	37.5	55	68.7
أنثى	3	3.75	12	15	10	12.5	25	31.3
المجموع	8	10	32	40	40	50	80	100
كا^2 المحسوبة: 3.16					كا^{2}الجدولية: 0.20			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-5) الذي يمثل أن القدرة على عرض الموضوع الرياضي ببساطة ووضوح تساعد على الفهم، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة (66.25%) للموافقين تليها نسبة (28.75%) محايدين، ثم (5%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب أفراد العينة موافقين على أن القدرة على غرض الموضوع الرياضي ببساطة ووضوح تساعد على الفهم.

ومنه نستنتج أن برنامج صدى الملاعب قادر على إيصال رسالته إلى المشاهد.

وباعتماد حساب كا^2 3.16 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.20 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28– 6): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى ارتباط المشاهد بحصة صدى الملاعب.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	12	15	18	22.5	25	31.25	55	68.7
أنثى	6	7.5	11	13.75	8	10	25	31.3
المجموع	18	22.5	29	36.25	33	41.25	80	100
كا^2 المحسوبة: 1.39					كا^2 الجدولية: 0.49			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-6) الذي يمثل أن ارتباط المشاهد بحصة صدى الملاعب كبير كونها تعرض مقابلات مباشرة وفي توقيت جيد، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة هي (41.25%) للموافقين تليها نسبة (36.25%) محايدين ثم (22.5%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا يفسر أن أغلب أفراد العينة موافقين على أن ارتباط المشاهد بحصة صدى الملاعب كبير كونها تعرض مقابلات مباشرة وفي توقيت جيد.

ومنه نستنتج أن هناك علاقة ارتباط بين حصة صدى الملاعب مشاهديها نظرا لما تحتويه.

وباعتماد حساب كا^2 1.39 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1)2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.49 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28– 7): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مطابقة مواضيع البرنامج مع ما يفضله المشاهد.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	10	12.5	17	21.25	28	35	55	68.7
أنثى	1	1.25	3	3.75	21	26.25	25	31.3
المجموع	11	13.75	20	25	49	61.25	80	100
كا^2 المحسوبة: 8.04						كا^2 الجدولية: 0.01		
درجة الحرية: 2						مستوى الدلالة: 0.05		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28–7) الذي يمثل أن مواضيع حصة صدى الملاعب تتطابق مع ما يفضله المشاهد، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة هي (61.25%) للموافقين تليها نسبة (25%) محايدين، ثم (13.75%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا ما يفسر أن اغلب أفراد العينة موافقين على أن محتوى مواضيع حصة صدى الملاعب يتطابق مع ما يفضله المشاهد باعتبار رياضة كرة القدم أكثر تفضيلا، والأكثر شعبية، وهي التي تحتل الصدراة في المواضيع المختارة من قبل القائمين على البرنامج من خلال ما تقدمه من أخبار حولها.

ومنه نستنتج أن برنامج حصة صدى الملاعب يحقق إشباعات المشاهدين.

وباعتماد حساب كا^2 8.04 نلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.01 وهي أصغر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28– 8): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى مدى قدرة مقدمو البرنامج على شرح القواعد والقوانين الخاصة بالرياضة.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	9	11.25	23	28.75	23	28.75	55	68.7
أنثى	4	5	13	16.25	8	10	25	31.3
المجموع	13	16.25	36	45	31	38.75	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.66						كا^2 الجدولية: 0.82		
درجة الحرية: 2						مستوى الدلالة: 0.05		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-8) الذي يمثل أن مقدمو برنامج صدى الملاعب لهم قدرة عالية في شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض نجد أن أعلى نسبة هي (45%) للمحايدين، تليها نسبة (38.75%) موافقين، ثم (16.25%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا ما يفسر أن أغلب أفراد العينة لهم موقف حيادي حول قدرة مقدمو برنامج صدى الملاعب في شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، ومنه نستنتج أن المبحوثين ليست لديهم ثقة في قدرة مقدمو برنامج صدى الملاعب بشأن شرحهم للقواعد والقوانين الخاصة بالرياضة، وذلك لأن البرنامج يكز على الأخبار وليس على تقديم القواعد والقوانين.

وباعتماد حساب كا^2 0.66 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.82 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28- 9): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه نحو امتلاك مقدمي البرنامج للمهارة الكافية لخلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	7	8.75	15	18.75	33	41.25	55	68.7
أنثى	3	3.75	6	7.5	16	20	25	31.3
المجموع	10	12.5	21	26.25	49	61.25	80	100
كا^2 المحسوبة: 0.12					كا^2 الجدولية: 0.94			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (27-9) الذي يمثل أن مقدمي برنامج صدى الملاعب لديهم المهارة الكافية لخلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة هي (61.25%) للموافقين تليها نسبة (26.25%) محايدين، ثم (12.5%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا ما يفسر أن أغلب أفراد العينة موافقين على مقدمو برنامج صدى الملاعب يمتلكون المهارة الكافية تساعد في خلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة.

ومنه نستنتج أن المبحوثين لديهم إعجاب وميولات ايجابية تجاه مقدمي برنامج صدى الملاعب.

وهذا ما توصلت إليه دراسة الزواوي أحمد المهدي حيث توصل إلى أن عدد ضيوف الحصة قليل وتسجيل انطباعات إيجابية للمستجوبين عن المنشط وكذا التعليق ومواكبة حصة من الملاعب للأحداث الرياضية. [1]

وباعتماد حساب كا^2 0.12 نلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن–1) 2 وهذا ما يوضحه حساب درجة الدلالة المحسوبة 0.94 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28–10): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه المشاهد نحو حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	10	12.5	23	28.75	22	27.5	55	68.7
أنثى	1	1.25	8	10	16	20	25	31.3
المجموع	11	13.75	31	38.75	38	47.5	80	100
كا^2 المحسوبة: 5.02					كا^2 الجدولية: 0.81			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (27–10) الذي يمثل اتجاه المشاهدين نحو أسلوب الطرح المنتهج في الحوار في برنامج صدى الملاعب، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة (47.5%) للموافقين وتليها (38.75%) محايدين، ثم (13.75%) وهي نسبة المعارضين.

[1] الزواوي أحمد المهدي، مرجع سابق. ص135

وهذا ما يفسر أن اغلب أفراد العينة معجبين بأسلوب الطرح المنتهج في الحوار في برنامج صدى الملاعب.

ومنه نستنتج أن أسلوب الطرح في برنامج صدى الملاعب يستهوي المشاهدين.

وباعتماد حساب كا^2 5.02 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن–1) 2 وهذا ما يوضحه حساب الدلالة المحسوبة 0.81 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

الجدول (28– 11): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اهتمام مقدمي البرنامج بالتنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	9	11.25	18	22.5	28	35	55	68.7
أنثى	1	1.25	6	7.5	18	22.5	25	31.3
المجموع	10	12.5	24	30	46	57.5	80	100
كا^2 المحسوبة: 3.86					كا^2 الجدولية: 0.14			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-11) الذي يمثل مدى اهتمام مقدمي برنامج صدى الملاعب بالتنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الغرض نجد أن أعلى نسبة (57.5%) للموافقين وتليها (30%) محايدين، ثم (12.5%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا ما يفسر أن أغلب المبحوثين موافقين على أن هناك اهتمام كبير من طرف مقدمي برنامج صدى الملاعب بالتنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.

ومنه نستنتج أن برنامج صدى الملاعب له اهتمام بفئة الطلبة الباحثين والأساتذة الجامعيين، وهذا لإشباع حاجاتهم.

وباعتماد حساب كا^2 3.86 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن–1) 2 وهذا ما يوضحه حساب الدلالة المحسوبة 0.14 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05

الجدول (28– 12): يوضح توزيع عينة الدراسة نحو مدى اتجاه المشاهد نحو حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب.

المتغير / الجنس	الاتجاه						المجموع	
	معارض		محايد		موافق			
	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%	ت	ن%
ذكر	10	12.5	16	20	29	36.25	55	68.7
أنثى	6	7.5	9	11.25	10	12.5	25	31.3
المجموع	16	20	25	31.25	39	48.75	80	100
كا^2 المحسوبة: 5.02					كا^2 الجدولية: 0.81			
درجة الحرية: 2					مستوى الدلالة: 0.05			

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (28-12) الذي يمثل اتجاه المشاهدين نحو حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب، وفي قياس اتجاه عينة الدراسة نحو هذا الفرض

نجد أن أعلى نسبة (48.75%) للموافقين وتليها (31.25%) محايدين، ثم (20%) وهي نسبة المعارضين.

وهذا ما يفسر أن أغلب المبحوثين موافقين على أن حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب تزيد من ثقة المشاهد، مثل ما شاهدناه خلال الأزمة الكروية التي حدثت بين الجزائر ومصر سنة 2009 خلال تصفيات كأس العالم.

ومنه نستنتج أن المشاهد لديه ثقة في برنامج صدى الملاعب.

وباعتماد حساب كا^2 1.12 نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وذلك عند درجة حرية (ن-1) 2 وهذا ما يوضحه حساب الدلالة المحسوبة 0.57 وهي أكبر من درجة الدلالة الجدولية المعتمدة 0.05.

ثانيا/ مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء الفرضيات.

بعد التحليل الكمي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستمارة التي وزعت على أفراد عينة الدراسة وفي ضوء ما توصل إليه الباحثان من خلال التحليل التفصيلي لبيانات الجداول السابقة يحاول الباحثان الآن مناقشة هذه النتائج في ضوء فرضيات الدراسة بغية إثباتها أو نفيها وهي كالآتي:

مناقشة الفرضية الفرعية الأولى: والتي مفادها تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامج الرياضية بشكل مكثف، وتبين لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات المدرجة في الجداول السابقة رقم(05) (07) و(10) و(11).

- المبحوثين يفضلون مشاهدة المباريات في المضامين الإعلامية وهذا بنسبة (96,25%).
- أغلبية المبحوثين يشاهدون المضامين الإعلامية مع الأصدقاء بنسبة (48,75%).
- أغلب المبحوثين يفضلون متابعة برنامج صدى الملاعب بنسبة (62,5%).

- أغلب المبحوثين يفضلون اللغة العربية في متابعة البرامج الرياضية بنسبة (93,75%).

نقول أن الفرضية الأولى محققة.

مناقشة الفرضية الفرعية الثانية: والتي مفادها تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرنامج صدى الملاعب بدوافع معرفية، وتبين لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات المدرجة في الجداول السابقة رقم(18) و(19) و(21).

- أقر (70,45%) من المبحوثين بأنهم يفضلون متابعة الدوري الإسباني من خلال برنامج صدى الملاعب.

- يوضح (69,23%) من المبحوثين بأن معرفة الأخبار هو العنصر الذي يحفزهم لمتابعة برنامج صدى الملاعب.

- يوضح (61,53%) من المبحوثين أنهم يحققون إشباعاتهم من خلال برنامج صدى الملاعب.

نقول أن الفرضية الثانية محققة.

مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة: والتي مفادها تميز محتوى برنامج صدى الملاعب بالثقة لدى عينة الدراسة وتبين لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات المدرجة في الجداول السابقة رقم(26) إلى(34).

-وضح (55%) من المبحوثين أنهم موافقون على وجود تنوع في برنامج صدى الملاعب.

-أقر (73,75%) من المبحوثين بأنهم يوافقون على أن برنامج صدى الملاعب يساعد على تنمية الوعي الرياضي.

-وضح (38,75) من المبحوثين أنهم يوافقون على أن برنامج صدى الملاعب يوفر لهم معلومات ويلبي لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية.

-أقر (50%) من المبحوثين أنهم يوافقون على أن برنامج صدى الملاعب يساهم في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية من خلال القضايا والمضامين التي يقدمها.

-وضح (55%) من المبحوثين أنهم يوافقون على أن برنامج صدى الملاعب يتميز بالمصداقية وموثوقية المعلومات التي يعرضها.

-أقر (51,25%) على أنهم يوافقون على حدوث تغيير في المعرفة الرياضية من خلال المحتوى الإعلامي للبرامج الرياضية.

-وضح (58,75%) من المبحوثين أن هناك زيادة في التأثير والإقناع من خلال برنامج صدى الملاعب.

-أقر (40%) من المبحوثين أنهم اتخذوا موقف محايد اتجاه مدى جاذبية الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب نحو متابعة البرنامج.

نقول أن الفرضية محققة.

مناقشة الفرضية الرابعة: والتي مفادها تميز مقدموا برامج صدى الملاعب بالمصداقية لدى عينة الدراسة، وتبين لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات المدرجة في الجداول السابقة(35) و(46).

-أقر (58,75%) من المبحوثين بأنهم يوافقون على زيادة التأثير والإقناع من خلال الإعتماد المقصود لبرنامج صدى الملاعب عن الوسائل التقنية.

-وضح (40%) من المبحوثين أنهم محايدين نحو مدى جاذبية الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب.

-وضح (62,5%) من المبحوثين على أنهم يوافقون على امتياز مقدمي برنامج صدى الملاعب بالكفاءة.

- وضح(70%) بأنهم موافقون على أن الفكر الرياضي العصري عامل لجذب المشاهدين للبرنامج.

-أقر (66,25%) بأنهم موافقون على أن البساطة في عرض الموضوع الرياضي يساهم في التوضيح والفهم.

-وضح (41,25%) بأنهم موافقون على ارتباط المشاهدين بحصة صدى الملاعب.

-أقر (61,25%) بأنهم موافقون على أن محتوى مواضيع البرنامج مطابق مع ما يفضله المشاهد.

-أقر (45%) بأنهم محايدين حول قدرة مقدمي برنامج صدى الملاعب في شرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية.

-أقر (61,25%) بأنهم موافقون على أن مقدمي برنامج صدى الملاعب يمتلكون الكفاءة والمهارة التي تساعد في خلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة.

-وضح (47,5%) بأنهم موافقون على أن أسلوب الطرح المنتهج في الحوار في برنامج صدى الملاعب.

نقول أن الفرضية محققة.

مناقشة الفرضية الخامسة: لم تتحقق الفرضية الخامسة إذ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الدراسة.

ثالثا/ النتائج العامة:

من خلال النتائج المتحصل عليها من ميدان الدراسة بعد معالجتها وتحليلها توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج حول موضوع الدراسة وهي:

- قنوات بيين سبور هي القنوات المفضلة لدى أفراد العينة لمتابعة البرامج الرياضية كما يفضلون اللغة عربية، وهنا يفضلون رياضة كرة القدم من خلال متابعتهم للبرامج.

- يرى أغلبية المبحوثين أن المواضيع المطروحة ببرامج صدى الملاعب لها أهمية كبيرة، كما أنه يحقق لهم اشباعاتهم من خلال الحصول على الأخبار.

- أغلب المبحوثين يثقون في محتوى المضامين الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب، كما أنهم راضون عن البرنامج.

- يرى أغلب المبحوثين أن الإعلام الرياضي يعرض أغلب الأحداث والتطورات والمستجدات الحاصلة في الميدان الرياضي.

- أسلوب الطرح والمناقشة في برنامج صدى الملاعب يثير إعجاب المشاهدين.

- يرى أغلب المبحوثين أن القضايا والمضامين المعروضة في برنامج صدى الملاعب تساهم في تعزيز القيم والمفاهيم الرياضية.

- يرى أغلب المبحوثين أن حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب تزيد من ثقة المشاهد.

- يرى أغلب المبحوثين أن برنامج صدى الملاعب لديه اهتمام بفئة الطلبة الباحثين والأساتذة الجامعيين.

- أغلب المبحوثين لديهم ثقة كبيرة في مقدمي برنامج صدى الملاعب وفي قدرتهم بشأن شرحهم للقواعد والقوانين الرياضية.

الخاتمة

الخاتـمة

حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع الساعة والمتمثل في الإعلام الرياضي التي كثر عليها الجدل والاهتمام من قبل الباحثين والمفكرين، والشعبية التي تحضى بها مختلف شرائح المجتمع الغربي والمجتمع العربي بما فيه المجتمع الجزائري كالطلبة الجزائريين، وقد ركزنا على هذه الفئة قصدا لما تملكه من طاقات وإمكانيات علمية وفكرية وثقافية، حيث لكل فرد أو جماعة نظاما معينا من الإتجاهات التي يتم تعلمها أو اكتسابها من البيئة، ومن خلال هذه الدراسة الموسومة ب: "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الرياضية" – دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحي- كما أخذنا برنامج صدى الملاعب كأنموذج لدراستنا، ومن خلال العمل البحثي الذي توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي كالتالي:

- قنوات بيين سبور هي المفضلة لدى أفراد العينة المتابعة للبرامج الرياضية بالإضافة إلى تفضيلهم للغة العربية.

- أن المواضيع المطروحة في برنامج صدى الملاعب لها أهمية كبيرة وتساعد المبحوثين على تحقيق اشباعاتهم من خلال معرفة الأخبار.

وفي الأخير نأمل أن نكون قد ساهمنا مساهمة متواضعة بهذا البحث المتواضع، وأن يكون تمهيدا لإجراء دراسات وبحوث أكثر شمولية من هذه الدراسة لتغطي البحث العلمي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب:

1)إبراهيم فؤاد الخصاونة، الصحافة الشخصية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012.

2)احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبعة جامعة الجزائر، 2010.

3)احمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

4)أحمد سيد مصطفى، إدارة السلوك التنظيمي،رؤية معاصرة لسلوك الناس في العمل، القاهرة، 2005.

5)جودة بني جابر، علم النفس الاجتماعي، ط1، الأردن: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004.

6)حسين حريم، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، ط3، عمان: دار حامد، 2009.

7)د- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي (الجزء الأول)، مصر: مركز الكتاب للنشر (ط1)، ، 1998.

8)د. مجدي أحمد، الإعلام الرياضي، السعودية: جامعة نايف العربية للعوم الأمنية، 2007م.

9)رشيد زرواتي، تدريسات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، 2008.

10) زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2011.

11) سامح كمال عبد القادر، الإعلام وضع القرار في المجال الرياضي، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2012.

12) سامي محمد ملحم، القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، الأردن: دار المسيرة والنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2000.

13) صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، ط10، الإسكندرية: مكتبة عين الشمس، 2003.

قائمة المراجع:

14) صلاح الزرور التميمي وآخرون، مسير مصطلحات، مناهج التعليم والتدريب المهني والتقني مؤسسة التعاون الفني الألماني ctl، سوريا: 2009.

15) طارق كمال، أساسيات علم النفس العام، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، د ط، 2006.

16) طارق كمال، أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، ، دط، 2005.

17) عامر عوض، السلوك التنظيمي الإداري، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2007.

18) عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية 2005.

19) عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية.

20) عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، الكويت: دار النشر وكالة المطبوعات، ط3، 1977،.

21) عبد الرزاق الرحاحلة وزكرياء أحمد العزام، السلوك التنظيمي في المنظمات، د.ط، الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ، د.س.

22) العبد معمى، أطفالنا والقنوات الفضائية، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2005.

23) عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دمشق: دار التميز، ط1، 2002.

24) عثمان عبد المالك: مفهوم وأهمية المنهج في البحث العلمي، عدد 26، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2013.

25) علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، (ط1)، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.

26) فضة عباسي (1)، محمد الفاتح حمدي (2): مدخل لعلوم الاتصال والإعلام والوسائل النماذج والنظريات (ط1)، 2017، دار أسامة للنشر والتوزيع.

27) محمد الفاتح، حمدي: منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال- دروس نظرية وتطبيقية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2017.

28) محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، د.ن، الأردن: دار وائل للنشر، ، د.س.

29) المفتشية العامة البيداغوجية، (د، ت)، المستندات التربوية الرسمية وكيفية التعامل معها، قراءة تحليلية واقتراح وضعية تعليمية، دون بلد، مفتش التربية الوطنية للعلوم الإسلامية.

30) ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

الرسائل والمذكرات:

31) إيمان عبد الكريم ذيب، "السلوك الاجتماعي للطالب الجامعي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية التربية، قسم العلوم التربوية والنفسية).

32) جبار كنزة، "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية"، دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باتنة 2014).

33) دروازي مصطفى، "تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الرياضية في الإذاعة المحلية بالجلفة"، حصة النقاش الرياضي (نموذجا)، (مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، 2011 جامعة الجزائر 03، 2012).

34) راجحي صابر: تأثير الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17)، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة بسكرة، 2012/2011).

35) زروال نصيرة، القيم الاجتماعية كمعيق للمشروع التنموي الصناعي الجزائري، مذكرة منشورة، الجزائر.

36) الزواوي أحمد المهدي، "الإعلام الرياضي في التلفزة الجزائرية من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب"، (دراسة استطلاعية بولاية لمسيلة، 2008).

37) عروي عبلة مونية، "دور الإعلام الرياضي التلفزي للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي"، (مذكرة منشورة، ورقلة، 2014).

38) عسيي الهادي،" البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، معهد التربية البدنية والرياضية (سيدي عبد الله)، جامعة الجزائر، 2008/2007).

39) عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو حصة "استوديو الكرة"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2008).

40) عيسى الصيادي، "دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع"، (مذكرة منشورة، الجلفة).

41) قدور نويبات، "اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات"، (مذكرة لنيل شهادة الماجيستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2006).

42) قرناني ياسين: "استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت"، (قسم الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009- 2010).

43) ليلى حسين، "اتجاه الطلبة نحو استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر)، دراسة ميدانية على عينة من طرف علم الاجتماع"، (مذكرة ماستر منشورة، جامعة بسكرة) ، 2015/2014.

44) نجم الدين بن شعبان، يوسف بوجميعة، "إتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل)، 2017.

المجلات:

45) سفيان بوعطيط، دراسة القيم الاقتصادية والسياسية وعلاقتها بالتوافق المهني لدى هيئة التدريس الجامعي، مجلة دراسات نفسية وتربوية، العدد18 جوان 2017، جامعة 20 أوث 1955، سكيكدة، الجزائر.

المواقع الإلكترونية:

46) https://masm.ibda3.org

47) https://m.facbook.com

48) www. Forum. Kooura. Com. 11.40 . 02/06/2018

49) http:// www. Almaany. Com. 12 :17. 2/06/2018

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

اتجاهات الطلبة الجامعين نحو الإعلام الرياضي برنامج صدى الملاعب –أنموذجا-

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة تاسوست-جيجل-

- إن هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لغرض علمي ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال.

ملاحظة:

- الرجاء منكم وضع علامة (×) أمام العبارة المناسبة لإجابتكم.
- الرجاء التأكد من الإجابة على الأسئلة.

شكرا على تعاونكم وحسن تفهمكم.

إعداد الطالبين:

- ✓ إسحاق زين.
- ✓ علي لوطماني.

إشراف الأستاذة

- سعيدة عباس.

السنة الجامعية: 2018/2017

المحور الأول: بيانات شخصية

1- الجنس: - ذكر ☐ - أنثى ☐

2- السن: - من 18- 24 سنة ☐ - من 25-31 سنة ☐ - أكثر من 31 سنة ☐

3- المستوى التعليمي:- سنة أولى جامعي ☐ - سنة ثانية جامعي ☐ - سنة ثالثة جامعي ☐

- سنة أولى ماستر ☐ - سنة ثانية ماستر ☐

- التخصص:.....

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة حصة صدى الملاعب.

4- هل تتابع الإعلام الرياضي بشكل؟

- يومي ☐ - أسبوعي ☐ - شهري ☐

5- كم ساعة تستغرق في مشاهدة الإعلام الرياضي في اليوم؟

- أقل من ساعة ☐ - من 1 ساعة إلى ساعتين ☐ - من ساعتين إلى 3 ساعات ☐

- أكثر من 3 ساعات ☐

6- ماهي المضامين الإعلامية الرياضية التي تفضل مشاهدتها؟

- حصص ☐ - مباريات ☐ - أخبار ☐

- أخرى أذكرها .....

7- مع من تفضل مشاهدتها؟

- بمفردك ☐ - مع العائلة ☐ - مع الأصدقاء ☐

8- ما هي الوسيلة التي تستعملها في متابعة المضامين الرياضية؟

- تلفاز ☐ - هاتف ☐ - حاسوب ☐ - الراديو ☐

- أخرى أذكرها .....

9- ماهي القنوات الفضائية التي تفضل متابعة البرامج الرياضية من خلالها؟

- الهداف ☐ - أم بي سي 1 ☐ - بيين سبور ☐

- أبو ظبي سبور ☐ - أورو سبور ☐

- أخرى تذكر:.....

10- ما نوع البرامج الرياضية التي تشاهدها؟

- محلية ☐ - وطنية ☐ - دولية ☐

11- ماهي البرامج الرياضية التي تشاهدها؟

- بالمكشوف ☐ - برنامج صدى الملاعب ☐ - ألو بيين ☐ -الجزيرة نيوز ☐

12- ماهي اللغة المفضلة لمتابعة البرامج الرياضة؟

- اللغة العربية الفصحى ☐ - اللغة الأجنبية ☐

13- هل أنت من متتبعي برنامج صدى الملاعب؟

- دائما ☐ - أحيانا ☐ - نادرا ☐

14- ما هو المكان المفضل لديك لمشاهدة برنامج صدى الملاعب؟

- المنزل ☐ - المقهى ☐ - مقهى الإعلام الآلي ☐

15- هل تشاهد برنامج صدى الملاعب كاملا؟

- نعم ☐ - لا ☐ - أحيانا ☐

16- هل ترى أن توقيت البرنامج مناسب؟

- نعم ☐ - لا ☐

17- ماهي أنواع الرياضات التي تحب متابعتها من خلال حصة صدى الملاعب؟

- كرة القدم ☐ - كرة السلة ☐ - كرة اليد ☐ - ألعاب القوى ☐

- رياضات أخرى تذكر:.....

كيف ترى المواضيع المطروحة ببرنامج صدى الملاعب؟

- مهمة ☐ - غير مهمة ☐

المحور الثالث: دوافع مشاهدة برنامج صدى الملاعب.

18- ماهو الدوري المفضل لديك في برنامج صدى الملاعب؟

- المحلي ☐ - العربي ☐ - الاسباني ☐ - الإيطالي ☐

- أخرى تذكر:.....

- لماذا؟.....

19- ما هو الشيء الذي يحفزك لمتابعة برنامج صدى الملاعب؟(يمكن اختيار أكثر من بديل)

- التعرف على الشخصيات الرياضية المحترفة ☐
- اكتساب الثقافة الرياضية ☐
- معرفة أخبار المباريات أولا بأول ☐
- تسهم في التعريف بقوانين الرياضة ☐
- أخرى أذكرها.....

20- لماذا تتابع برنامج صدى الملاعب؟

- التسلية والترفيه ☐ - تمضية الوقت ☐ - الحصول على الأخبار ☐

- الاهتمام بالمجال الرياضي ☐ - الفضول ☐

- أخرى تذكر:.....

21- هل حققت إشباعك من خلال متابعتك (اهتمامك) لبرنامج صدى الملاعب؟

- نعم ☐ - لا ☐

- إذا كان جوابك ب "نعم" كيف ذلك؟ .....

22- ما درجة ثقتك بالمضامين الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب؟

- عالية جدا ☐ - عالية ☐ - متوسطة ☐

- تحت المتوسط ☐ - ضعيفة ☐

23- ما هو مستوى رضاك برنامج صدى الملاعب؟

- مرضية جدا ☐ - مرضية ☐

- غير مرضية ☐ - غير مرضية إطلاقا ☐

24- الإعلام الرياضي يلم بكل التطورات والأحداث الحاصلة في المجال الرياضي في كل زمان وكل مكان.

- دائما ☐ - أحيانا ☐ - نادرا ☐

25- هل مواضيع البرامج الرياضية التي يعرضها برنامج صدى الملاعب تتلائم مع رغباتك؟

- ملائمة ☐ - إلى حد ما ☐ - غير ملائمة ☐

المحور الرابع: الاتجاه نحو المحتوى الرياضي لحصة صدى الملاعب

الرقم	العبارات	معارض	محايد	موافق
1	- محتوى البرنامج متنوع (ترويجية، صحية، تعليمية، تربوية، معلومات رياضية).			
2	- مضمون برنامج صدى الملاعب يساعدك على تنمية الوعي الرياضي.			
3	- يركز برنامج صدى الملاعب على رسائل تربوية هادفة لنشر الروح الرياضية ومكافحة العنف في الملاعب.			
4	- الرسائل الإعلامية الرياضية ببرنامج صدى الملاعب توفر معلومات تلبي حاجاتك بالدرجة الأولى.			

5	– القضايا والمضامين والأحداث الرياضية التي يقدمها برنامج صدى الملاعب تساهم في تعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية لديك.			
6	– الأخبار والحقائق الرياضية المقدمة في برنامج صدى الملاعب تساعدك في تعزيز نظرتك نحو رياضة معينة.			
7	– مصداقية وموثوقية المعلومات التي يعرضها برنامج صدى الملاعب تحفزك على الاستمرار في تتبع الإعلام الرياضي.			
8	– المحتوى الإعلامي للبرامج الرياضية يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لديك.			
9	– الرسائل الإعلامية الرياضية لها قدرة كبيرة على التأثير على اتجاهاتك.			

المحور الخامس: الاتجاه نحو مقدمي برنامج صدى الملاعب

الرقم	العبارات	معارض	محايد	موافق
1	– اعتماد مقدمو برنامج صدى الملاعب على وسائل تقنية لإيضاح يزيد في التأثير والإقناع.			
2	– الأسلوب الهزلي المستخدم في تقديم برنامج صدى الملاعب يجذبك نحو متابعة البرنامج.			
3	– امتياز مقدمي برنامج صدى الملاعب بكفاءة عالية يجعلك من متابعيه.			
4	– الفكر الرياضي العصري عامل مهم لجذبك نحو مشاهدة البرنامج.			
5	– القدرة على عرض الموضوع الرياضي ببساطة ووضوح تساعدك على الفهم.			
6	– ارتباطك بحصة صدى الملاعب كبير كونها تعرض مقابلات مباشرة وفي توقيت جيد.			
8	– تعتبر كرة القدم الأكثر تفضيلا من طرفك وهو ما يتطابق مع صلب مواضيع حصة صدى الملاعب.			
9	– مقدمو برنامج صدى الملاعب لهم قدرة عالية في شرح القواعد			

	والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية.			
10	– امتلاك مقدمي برنامج صدى الملاعب مهارة كافية لخلق مجال للحوار بين الجمهور وضيوف الحصة.			
11	– أسلوب الطرح المنتهج في الحوار في برنامج صدى الملاعب يستهويك.			
12	– هناك اهتمام كبير من طرف مقدمي برنامج صدى الملاعب بالتنويع في اختيار الضيوف والاهتمام بآراء الإطارات الرياضية الجامعية من أساتذة وطلبة باحثين.			
13	– حرية التعبير والنقد التي يتميز بها ضيوف برنامج صدى الملاعب تزيد من ثقتي به.			

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة :

موضوع دراستنا " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الرياضية " عبارة عن دراسة ميدانية أجريت على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحي بجيجل والتي حاولنا من خلالها التعرف على دور الإعلام الرياضي من خلال برنامج صدى الملاعب والذي يقوم بمختلف الخدمات للجماهير للجماهير ،بحيث فمنا بطرح مجموعة من التساؤلات ممثلة في تساؤل رئيسي "ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الإعلام الرياضي؟

وقد قمنا باستعمال المنهج الوصف للإحاطة بالإعلام الرياضي ومحاولة معرفة توجهات الطلبة نحو برنامج صدى الملاعب ومحتوياته ودلك من خلال عينة تتكون من 80 طالب وطالبة وخلصت الدراسة الى النتائج التالية :

- أغلبية الطلبة يثقون في مضامين هذا البرنامج
- الاعلام الرياضي من خلال هذا البرنامج يقدم مختلف التطورات والأحداث الحاصلة في المجال الرياضي .
- المواضيع المقترحة في هذا البرنامج ترضي متابعيه و تحقق لهم الإشباع والاكتفاء التام من مختلف الأخبار والأحداث الرياضية .

Summary of study:

Our Study " sports programs trends of university students" is a field study conducted on a sample of students of the College of Humanities and Social Sciences at the University of Mohammed al sadik bin Yahya–Jijel-,in which we tried to identify the role of the media sports « sada almla3ib » through it playgrounds and various services that is present it to public, so it put a series of questions and problems, represented in a major question "What are theme disports trends of university student?

We have used the descriptive curriculum in order to identify sports media and to find the student orientations toward the playgrounds and the contents of this program through a sample of 80 male and female students, the study concluded by the following results:

- the majority of students trust in the contents of this program