

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية

في الضفة الغربية

إعداد

سما وليد محمد لحوح

إشراف

أ. د. عماد صالح عبد الحق

د. بدر رفعت سلمان

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية الرياضية،

بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس- فلسطين.

2017

دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية

في الضفة الغربية

إعداد

سما وليد محمد لعلوح

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 3/ 7 / 2017، وأجيزت.

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة

1. أ. د. عماد عبدالحق / مشرفاً ورئيساً
.....
2. د. بدر رفعت / مشرفاً ثانياً
.....
3. د. جمال أبو بشارة / ممتحناً خارجياً
.....
4. د. جمال شاكر / ممتحناً داخلياً
.....

الإهداء

إلى قناديل الكون .. الأكرم منا جميعا..

شهداء فلسطين

إلى من يقبلون شمس الحرية بأمعانهم ..

أسرى فلسطين

إلى الحالمين بالعودة والديار رغم طول الانتظار ..

لاجئو فلسطين.

إلى اللذين غرسا في نفسي فضيلة الكفاح ونقشا في مشواري قلائد الإلهام.

والديّ (أبي وأمي)

إلى فصول الرواية التي صيغت بسياقات الحب والوفاء .

أخوتي

إلى كل من قدم وأعطى من الأحبة والأصدقاء

أهدي هذا الجهد من العطاء

الشكر والتقدير

أحمد الله تعالى وأشكره إذ أعانني على إتمام دراستي هذه لتكون منهلًا آخر لكل من استزاد في العلم والبحث والارتقاء.

وانه ليسعدني أن اكلل بالشكر والتقدير ونياشين الوفاء هامات من هم أهل لذلك أستاذي القديرين المشرفين على دراستي، الأستاذ الدكتور عماد عبد الحق والدكتور بدر دويكات، اللذين منحاني كل معاني الرعاية والمتابعة والاهتمام، وسجلا في سفر مشواري أروع صور الدعم وأجمل سياقات النصح والإرشاد ومكنا لدراستي هذه أن تخرج إلى حيز النور. فلهما أزجي كل المحبة والتقدير والثناء.

والشكر بهذه المعاني موصول لمن تشرفت أن يكونا ضمن فريق لجنة المناقشة، فلهما أيضا أقدم باقات الاحترام والشكر والتقدير.

ولا يفوتني إلا أن أسطر بكلمات شكري أجمل المعاني لمن قدموا لي المساعدة في كل محطات وتفصيل دراستي أساتذتي ذوي الهامات العالية الذين تركوا أجمل الأثر ما سيبقى الشاهد الأروع لصنيعهم المبدع، وزملاء الدراسة طلبة التخصص الذين منحوني العزم والارادة.

والشكر المرسوم بشامات الفخر والاعتزاز لأسرتي السينية أبي وأمي اللذين نسجا لي من أهداف عيونهم بساط الجد والمثابرة وانتظرا لحظة القطاف بالسنة لاهجة بالدعاء لي وأخي الحبيب الودود سامي وأخواتي الرائعات سامية وسهى وسناء وسمر وسوار ومن اكتفت في كنفهم بالدفاء والحب ولأسرتي الرائعة وزملائي في مديرية التربية والتعليم في طوباس وخص بالذكر الأستاذ سائد قباها مدير التربية والتعليم الذي قدم لي كل الدعم والتيسير لإتمام مشاوري التعليمي.

ولا أنسى أولئك الجنود الأوفياء الذين قدموا لي المساعدة في توزيع استبانة الدراسة في صروح العلم والعطاء في الجامعات الفلسطينية أيا كانوا. فلهم محبتي وتقديري.

شكري الذي لا ينقطع لكل من قدم لي الدعم والمساعدة، والتعزيز والتحفيز، والدعاء والتوفيق، وللجميع عظيم الاحترام والتقدير.

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة تحمل العنوان:

مستوى الأداء الإداري لدى أعضاء الهيئات الإدارية في الأندية الرياضية من وجهة نظر الجهاز
الفني في الضفة الغربية

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه
حيث ان هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو
بحث لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the
researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other
degree or qualification.

Student's Name:

اسم الطالبة:

Signature:

التوقيع:

Date:

التاريخ:

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإهداء
د	شكر وتقدير
هـ	الإقرار
ح	فهرس الجداول
ي	فهرس الأشكال
ك	فهرس الملاحق
ل	الملخص
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة وأهميتها
2	مقدمة الدراسة
5	مشكلة الدراسة
7	أهمية الدراسة
7	أهداف الدراسة
8	تساؤلات الدراسة
8	محددات الدراسة
9	مصطلحات الدراسة
10	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
11	الإطار النظري
11	مفهوم الإعلام
12	دور الإعلام في نشر الثقافات
13	مفهوم الإعلام الرياضي
14	أهمية الإعلام الرياضي
15	خصائص الإعلام الرياضي
16	وظيفة الإعلام الرياضي
16	أهداف الإعلام الرياضي
17	مفهوم وسائل الإعلام
17	تقسيم وسائل الإعلام
18	أنواع تأثير الإعلام الرياضي

19	شروط تأثير الإعلام الرياضي
28	الدراسات السابقة
33	التعليق على الدراسات السابقة
36	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
37	منهج الدراسة
37	مجتمع الدراسة
37	عينة الدراسة
38	أداة الدراسة
38	صدق الأداة
39	ثبات الأداة
40	متغيرات الدراسة
40	إجراءات الدراسة
41	المعالجات الإحصائية
42	الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة
43	النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول
51	النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني
52	النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث
59	النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع
61	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والاستنتاجات والتوصيات
62	مناقشة النتائج
66	الاستنتاجات
66	التوصيات
68	المراجع
72	الملاحق
b	Abstract

فهرس الجداول

الصفحة	الموضوع	الجدول
37	خصائص مجتمع الدراسة	1
38	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها المستقلة	2
39	معامل الثبات لمجالات الدراسة	3
44	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال المعرفي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	4
45	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الاجتماعي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	5
46	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الصحي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	6
47	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال التنافسي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	7
48	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الثقافي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	8
49	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الوطني والانتماء لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	9
50	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيار والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية	10
51	نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجنس	11

52	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	12
53	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	13
54	نتائج اختبار سيداك (Sidak) للمقارنة البعديه الثنائية بين المتوسطات للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	14
60	نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الكلية	15

فهرس الأشكال

الصفحة	الموضوع	الرقم
56	متوسط الإستجابة على المجال المعرفي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	1
56	متوسط الإستجابة على المجال الإجتماعي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	2
57	متوسط الإستجابة على المجال الصحي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	3
57	متوسط الإستجابة على المجال التنافسي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	4
58	متوسط الإستجابة على المجال الثقافي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	5
58	متوسط الإستجابة على المجال الوطني لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	6
59	متوسط الإستجابة للدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة	7
60	متوسط الإستجابة للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الكلية	8

فهرس الملاحق

الصفحة	الموضوع	الرقم
73	الاستبانة بصورتها الأولى	1
79	الاستبانة بصورتها النهائية	2
84	أسماء المحكمين وتخصصاتهم ورتبهم العلمية ومكان عملهم	3

دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية

إعداد

سما وليد محمد لطلوح

إشراف

أ.د. عماد صالح عبد الحق

د. بدر رفعت دويكات

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (611) طالب وطالبة من طلبة الكليات العلمية والإنسانية في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي لملاءمته طبيعة وأهداف الدراسة، لغاية جمع البيانات تم إعداد أداة الدراسة وتم التأكد من صدقها وثباتها بعد ان خضعت للتحكيم، وبعد جمع البيانات تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) لتحليل النتائج.

أظهرت نتائج الدراسة أن الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38%)، وأظهرت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس، بينما أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة، وأظهرت أيضا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الكلية الإنسانية والعلمية ولصالح الكلية الإنسانية.

وأوصت الباحثة بعدة توصيات أهمها ضرورة النهوض بالبرامج الإعلامية كما وكيفا وتطويرها، ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الجامعات الفلسطينية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياة الاجتماعية والصحية والثقافية وخلق روح الوطنية، إنشاء وحدات تخصص في الإعلام الرياضي في كليات التربية الرياضية.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة وأهميتها

- المقدمة
- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- محددات الدراسة
- مصطلحات الدراسة

مقدمة الدراسة

تعتبر الأنشطة الرياضية ركيزة أساسية من ركائز الحضارات والثقافات المتنوعة وهي وسيلة لتربية النشء بجوانب تربية متوازنة سواء كانت الوجدانية أو الاجتماعية أو البدنية أو العقلية، وتعتبر وسائل الإعلام المتنوعة واحدة من الأدوات التي دأبت على نشر الثقافة الرياضية بغض النظر عن مدى إتقان هذه المجتمعات الأنماط الرياضية المتنوعة والتي تتفاوت بين مجتمع وآخر، وبسبب التسارع التكنولوجي متعدد الوسائل أصبح الاطلاع على هذه الأنماط الرياضية أكثر رواجاً بحيث تلعب وسائل الإعلام المبنية على هذا التطور دوراً رئيساً في تنمية المواهب الرياضية وإبراز قصص النجاح وإطلاع الشرائح والفئات المختلفة على آخر المستجدات الرياضية على المستوى المحلي والعالمي على حد سواء، لذا يجب استثمار البرامج الرياضية لإبراز صور الأنشطة الرياضية بحيث يلمون بالمعارف والقوانين والمعلومات الرياضية وفوائد الرياضة بالنسبة لهم، وتوظيف البرامج الرياضية في توصيل الخبر الرياضي الهادف والمفيد للطلاب لتوعيتهم وتنقيفهم رياضياً وتحفيزهم باستثارة دوافعهم لمزاولة الأنشطة الرياضية.

ويوضح الزيود (2013/أ) أن للإعلام دور هام، في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع، فالإعلام في الحقيقة مهنة ورسالة، وليس مجرد شعارات تتغير وتتبدل بتغير الأهواء، بل هو عقل مفكر له هدف وغاية، وصوت يخاطب عقول الرأي العام المسؤول، فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع، وقد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة. كان انتشار الرياضة أساساً بسبب دور الإعلام الذي ساهم بأجهزته المقروءة والمسموعة والمرئية في التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس، ومن هذا المنطلق فيشكل الإعلام الرياضي أهمية في حياة الإنسان ويعتبر الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية هامة في المجتمعات الحديثة ولقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام المختلفة وتظهر أهمية الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات والبيانات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة.

ويعرف خير الدين وعطا(1998) الإعلام الرياضي بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. ويعد الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها بمراحلها المختلفة، ولإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي وله وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.(شاطر وشحادة، 2009).

وكذلك تبرز أهمية الإعلام الرياضي والفضائيات الرياضية في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلاً عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية نتيجة التقدم التكنولوجي في عالم الإعلام مثل الأقمار الصناعية وانتشار للشبكة العنكبوتية (الانترنت) (فاروق، أحمد) (2002).

والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد حدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية، وتعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسب بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم. (شاطر وشحادة، 2009).

ويشير عصام الدين(2000) أن الإعلام من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وإن اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي، والذي له أدوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت

ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلاً عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب أثناء ممارسة المسابقات الرياضية.

ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تضم جميع وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية التي تتفرد باختصاصها بالمجال الرياضي ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضاً على إمكاناته المادية والبشرية وفرص الاستثمار بهذا المجال. (القضاة، 1997).

وتعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل وتعبير عن مستوى تطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها، لذلك فإن من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية، إذ إن مشاهدة الرياضة والإحساس بها موجود في كل مكان. وقد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية ووضع الرياضي ومفهوم الرياضة كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى، إذ استغلت بعض الفضائيات من خلال احتكارها لبث الأحداث الرياضية والترويج للرياضة أو بطل ما وسيلة لتحقيق الربح في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من الثقافة العامة والبناء الوطني والقومي، ووسيلة لبناء الإنسان الكفاء المتوازن نفسياً وجسدياً، وهناك أنظمة تستخدم الفضائيات الرياضية لتحقيق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي وطابعها الاقتصادي والتجاري، ستاميريس (Stamiris, 2000).

ويشير عبد الحق، وآخرون (2012) أن في كل مجتمع من المجتمعات هناك مؤسسات معينة تقوم بتنشئة الطلبة وتنقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً ورياضياً، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة والجامعة بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية.

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

وهنا يدخل هنا دور الإعلام في إدارة الأزمات وقدرته على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة من خلال دعوة الطلبة الجامعيين إلى حسن التصرف في أوقات الأزمة (عبد الحق، وآخرون، 2012) .

تعد وسائل الاتصال الالكترونية بما فيها المواقع المحلية والمجلات الالكترونية والوسائط المتعددة التي تتوفر بأيدي فئة الشباب وخاصة الطلبة الجامعيين وأهم مسوغات اطلاق وتفاعل هذه الفئة مع مجريات الحركة الرياضية والبطولات والمنافسات المختلفة المحلية والعالمية، وأصبح تأثيرها واضحا في توجيه المواقف والاتجاهات التفاعلية كما يبرز بشكل واضح بين مؤيدي أو معارضي الأندية الرياضية العالمية مثل (ريال مدريد، برشلونه) ومن خلال متابعتي كباحثة وناشطة رياضية فقد بدا واضحا ما للإعلام من دور رئيس في توجيه رأي الطلبة الجامعيين أي الطلبة الجامعيين وما ينتج خلاله من سلوكيات تعد وجبة دسمة يتناولها الإعلام بثتى أشكاله.

مشكلة الدراسة:

إن المتابع للفتوات الرياضية الفضائية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جلية للمشاهدين على امتداد قارات العالم ونظرا لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون الطلبة في المرحلة الجامعية من الشرائح المهمة

التي يعول عليها عملية النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد (الزيود،2013).

ومن خلال عمل الباحثة كمشرفة للتربية الرياضية ومعلمة سابقا وفي الأصل طالبة في قسم التربية الرياضية في الجامعة وملاحظتي عن كثب لدرجة اهتمام الطلبة في البرامج الرياضية المتنوعة والتي لا ترقى إلى الحد المأمول وقد عززت هذه النظرة توجهي لتناول هذه الدراسة (مضمون المشكلة) إضافة إلى عملي كعضو في اتحاد كرة القدم فرع الشمال وحكم في الكرة الطائرة، لذا وجدت ضرورة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغيرات (الجنس، الجامعة، الكلية).

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

وكون هذه الدراسة تتناول الواقع المبني على طبيعة المشكلة وحجم نسبتها بين الطلبة الجامعيين فان حيثيات النتائج المتوقعة تعطي فرصة للقائمين على البرامج الإعلامية الرياضية وكذلك الجامعات الفلسطينية للتفكير بالوسائل الممكنة لتعزيز ثقافة الاطلاع لدى طلبة الجامعات على الأنشطة الرياضية وخاصة المحلية منها كوعي وطني واهتمام فلسطيني محلي لتعزيز الوجود الفلسطيني على خارطة العالم.

أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية هذه الدراسة كونها الدراسة الأولى في حدود علم الباحثة في فلسطين والتي تهتم بدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.

1- تمكن هذه الدراسة وسائل الإعلام من الاطلاع على الأدوات والوسائل التي تعزز نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات لبناء برامج قادرة على جذب اهتمام هؤلاء الطلبة ونشر ثقافة المعرفة بالمعارف الرياضية المتنوعة.

2- تعد هذه الدراسة بوصلة للجامعات الفلسطينية لتنفيذ البرامج والأنشطة التي تعزز الوعي الذاتي لدى طلبة الجامعات لتمكينهم من الاطلاع على الثقافات الرياضية المتنوعة خاصة الرياضة الفلسطينية لما فيها من بواعث الشعور بالفخر كواجب وطني بين مكونات الرياضة العالمية.

3- تعد هذه الدراسة مسانداً للقائمين على الرياضة الفلسطينية بشكل عام لاتخاذ خطوات تشبيكية مع الجهات الرياضية والإعلامية لبناء خطط تنقيفية تفيد الطلبة الجامعيين في تعزيز الشعور بالوعي الرياضي سواء كان المحلي أو العالمي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية للتعرف إلى:

- دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.

- الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجنس.

- الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجامعة.

- الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الكلية.

تساؤلات الدراسة

سعت الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى لمتغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى لمتغير الجامعة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى لمتغير الكلية؟

محددات الدراسة

التزمت الباحثة بالحدود التالية:

- (1) **الحد البشري** : طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.
- (2) **الحد المكاني** : الجامعات الفلسطينية بالضفة الغربية (جامعه النجاح الوطنية، جامعة بير زيت، جامعة القدس، الجامعة العربية الأمريكية، جامعة فلسطين التقنية "خضوري").
- (3) **الحد الزمني** : الفصل الدراسي الأول للعام الأكاديمي (2016/2017) في الفترة ما بين (2016/11/15-2016/12/15).

مصطلحات الدراسة

- وسائل الإعلام: هي عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع. (عويس وعطا 1998).
- الإعلام الرياضي: عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي العامة. (شاكر وشحادة، 2009).
- الثقافة الرياضية: هي جزء من الثقافة العامة وهي حصيلة المعلومات الرياضية التي تكون لدى الفرد، والتي من خلالها يستطيع أن يكون فكرة عن الألعاب الرياضية التي من شأنها تكوين وتطوير الشخصية المتكاملة والشاملة، فهي تساعد على تثبيت النواحي السياسية وتنمية النواحي الصحية والخلفية وتحسين العلاقات الاجتماعية للفرد. (إجرائي).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

- الإطار النظري
- الدراسات السابقة
- التعليق على الدراسات السابقة

الإطار النظري

مفهوم الإعلام

يشير مطر (2003) إلى أن الإعلام هو: " العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصرحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيفهم لا تخديريهم وخداعهم".

وعرفته رشتي (1994) بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام سواء أكان صحفياً أو إذاعياً أو مشتغلاً بالسينما أو التلفزيون.

والإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات، ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس "دوراً مؤثراً بهذا الاتجاه. (عويس وعطا، 1998).

ويشير عصام الدين (2000) أن الإعلام من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولا سيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع.

ويمكن تعريف الإعلام بأنه كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يساعد على تنوير الرأي العام تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولهم. (المعلا، 2006).

وعرفه ختاتنة وعبد اللطيف (2010) بأنه عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محدده وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادرها خدمة للصالح العام.

دور الاعلام في نشر الثقافات

لما تحدثه وسائل الاعلام في الجماهير وتأثر عليها، فقد أصبحت مصدرا معرفيا وثقافيا، وتجمع الإعلاميين بالعالم وتؤثر بشكل كبير في المجال الثقافي، فهي تقوم على نقل الثقافات بين الدول، وتعمل على دعم المواقف والتأثير فيها، وتحفيز الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها، ويحقق التكامل الاجتماعي، ولها دور مهم في تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة.

ويشير الحضيف (1998) إن هناك مجموعة من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمعات وتم إبرازها على شكل نقاط وهي:

1- تغيير الموقف أو الاتجاه: لا يقتصر على الأشخاص والقضايا، بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك.

2- التغيير المعرفي: يكون أكبر تأثيرا من تغيير الاتجاه حيث يغير طبيعة فهم الأشخاص للحياة من حولهم.

3- التنشئة الاجتماعية: تسعى جميع الوسائل الإعلامية إلى إزالة قيمة وتثبيت أخرى.

4- الاستثارة العاطفية: تعتمد وسائل الإعلام على استثارة مشاعر الكراهية والولاء، من خلال تركيزها على إثارة الغرائز، التي تتسم بتحكم بأفكار الأفراد.

5- الضبط الاجتماعي: يحدث ذلك من خلال تشكيل رأي عام واتجاهات موحدة، نحو موقف أو قيمة أو سلوك بحيث تكون جزءا من ثقافة المجتمع.

6- صياغة الواقع: حيث تعتمد وسائل الإعلام بإبراز جوانب من الواقع واغفال أخرى، بحيث يلاحظ أن ما يظهر معبر عن الحقيقة.

7- تكريس الواقع: يحدث من خلال تمجيد وتزكية أوضاع قائمة أو أفكار سائدة أو نماذج وشخصيات معينة.

مفهوم الإعلام الرياضي

أشار شومان (2002) بأن الإعلام الرياضي هو نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الافراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم.

ويعرف الإعلام الرياضي: عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي .عويس، وعطا حسين (1998).

ويعرفه موسى وعطا(1999) الإعلام الرياضي بأنه " أحد أشكال الإعلام المتخصص الذي يهتم بالموضوعات الرياضية والفعاليات المرتبطة بها من خلال نشر المعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي .

ويعد الإعلام الرياضي كما يشير كل من شاكر وشحادة (2009) وستميرس (Stamiris, 2000) قديما وحديثا بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب، بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، ولإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ويظهر بجلاء في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة وعيه الرياضي، وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

ويقصد عبد الحميد (2014) بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد، وتنمية الوعي الرياضي بينهم.

اهمية الاعلام الرياضي

تتبع أهمية الإعلام الرياضي من أهمية الرياضة، على مختلف مستوياتها للفرد والمجتمع، ذلك إن ممارسة الرياضة أو المعرفة بها، يعمل على تعميق الوعي الرياضي لذا الافراد والمجتمعات، بما يعود بالنفع على الجميع، الأمر الذي دفع إلى زيادة الاهتمام بالإعلام الرياضي، حيث صارت له جماهيرية عريضة في كل انحاء العالم، وقد اسهمت وسائل الاعلام الجماهيرية في تغيير عالم الرياضة بشكل كبير، حيث حولته من مجرد منافسات ترفيهية للهواة في القرن التاسع عشر الى تكنولوجيا واعمال تركز على المشاهد في القرن العشرين، وبداية القرن الحادي والعشرين، حتى صار للأعلام الرياضي ادوار متميزة وكبيرة، ومن ضمنها نشر الوقائع الرياضية بأسرع وقت ممكن، اضافة الى نشر الثقافة الرياضية، واصبح الاعلام الرياضي جزءا مهما من عملية خلق الوعي، ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير، من خلال ايجاد العلاقات الايجابية بين الافراد والمجتمع مع التربية الرياضية، بصفتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع.(عبدالحميد، 2014).

وتتضح أهمية الإعلام الرياضي، في انه بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، مثل الاندية ومراكز الشباب، والمؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها، فتقرب الفروق بين الناس، عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات، تعدل بين سلوكهم كبارا أو صغارا، بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة، كما تبرز أهمية الدور الذي يقوم به الاعلام الرياضي في التغلب على صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والايخبار الرياضية، بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجارب معه، ويساهم الاعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة وعيه الرياضي، وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة، كما يساعد الجمهور في التعرف على ما يدور في المجتمع من احداث وتطورات في المجالات الرياضية المختلفة. (خير الدين وعطا، 1998).

ويشير عبد الحميد(2014) نقلا عن عويس وعطا (1998) يمكن تحديد أهمية الإعلام الرياضي في النقاط التالية:

1- للإعلام الرياضي اثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي، وخاصة في الموضوعات التي يتبلور عندها الرأي العام عن بعد.

2- يساهم في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من احداث وتطورات في المجال الرياضي.

3- يساعد في تعريف العالم الخارجي في تطورات الشعوب وحضارتها، بما ينقله من فعاليات الاحداث الرياضية العالمية.

4- القيام بدور مؤثر في عملية التنشئة الاجتماعية الرياضية، وكذلك العنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية.

5- المساعدة في السيطرة على الجمهور الرياضي، وتوجيه مشاعرهم في اتجاهات معينة.

6- يساهم في رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي بين الافراد، وتعريفهم بأهمية الرياضة ودورها في حياتهم العامة والخاصة، ويعمل على تغيير المعرفة الرياضية لدى الجمهور.

خصائص الاعلام الرياضي

الاعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج اذاعية وتلفزيونية رياضية يؤثر بشكل كبير في هذا الوقت خاصة على جوانب النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع.

ويشير يعقوب (2008) بأن الاعلام الرياضي يتميز بعدة خصائص وابرزها بالنقاط التالية:

1- الاعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه.

2- الاعلام الرياضي يتميز بانه جماهيري، حيث انه يتمتع بالقدرة على تغطية مساحات واسعة وقطاعات كبيرة كالدورات الأولمبية.

3- الاعلام الرياضي يسعى لاجتذاب اكبر عدد من الجماهير غالبا ما يختار نقطة متوسطة افتراضية ليجمع حولها اكبر عدد من الجماهير .

4- الاعلام الرياضي يستجيب للبيئة التي يعمل بها، ولا بد من فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من وسائل اعلامية رياضية ومع القيم والعادات في داخل المجتمع.

وظيفة الإعلام الرياضي

أشار يعقوب (2008) أن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية تكمن في إحاطة الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام صحيح في أي موضوع يتعلق بالشأن الرياضي ويضيف الباحثان ان الإعلام الرياضي غني بوسائله وغالبا ما تكون المشكلة في الطريقة والتي تتطلب تأهيلا وتدريباً من مؤسسات تربوية وإعلامية رياضية.

أهداف الإعلام الرياضي

إن الاعلام الرياضي لا يحقق اهدافه ما لم يقم على الحقائق، والمعلومات الصادقة والدقيقة، ويرمي الى ايقاظ الجماهير وتوسيع مداركهم ونموهم الحضاري، وان هدف الاعلام هو كسب ثقة الجماهير بجميع اشكالها وتحسين صورة المؤسسات الرياضية في اذهان الجماهير .

ويشير أبو حليلة (2004) الى الاعلام الرياضي يقوم على أساس تحقيق عدة أهداف وهي:

- 1- التأثير في الجماهير وتعديل سلوكهم والعمل على تكوين رأي عام حول قضية او فكرة.
- 2- ان يسهم في تثقيف الجماهير واطلاعها على تطورات الاحداث المحلية والدولية.
- 3- توجيه القراء (المستقبلين) بالعمل على تقديم بيانات وتحليلات لتلك الاحداث بما يحقق زيادة فرص التعبير وحرية الرأي.
- 4- اظهار احترام العادات والتقاليد السائدة، وربط القضايا الوطنية والسياسات الداخلية بقضايا اشمل واوسع.

5- الترويج عن المواطن وتوفير فرص التسلية والمتعة وتنمية روح المشاهدة.

6- تزويد الجماهير بخبرات جديدة (مهارات، إنجازات، تعديل قوانين، تحليل فني للأنشطة، البرامج العالمية).

مفهوم وسائل الإعلام :

ما نقصده بوسائل الإعلام حسب ما أشارت محمد (2010) هي: الوسائل التي تزود المجتمع بالمعلومات والحقائق والأخبار الصادقة لمساعدتهم على تكوين رأي سليم حول قضية ما أو مسألة معينة على الأخص وسائل الإعلام الجماهيري ذات القدرة على الوصول إلى جماهير متعددة في التوقيت ذاته والمتمثلة في (الصحف، الجرائد، المجلات) والإذاعة والتلفزيون (إذاعات وتلفزيونات محلية وإقليمية- فضائيات) بالإضافة إلى الانترنت وهي احدث وسيلة إعلامية وربنا أخطرها على الإطلاق.

وعرفها يعقوب (2008) بأنها الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية تؤدي إلى الاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر يهدف تنمية الوعي الرياضي أو الترويج أو غير ذلك.

تقسيم وسائل الإعلام

وقسم صابر (2012) وسائل الإعلام إلى عدة أقسام على النحو التالي :

أ- الوسائل السمعية: وتشمل الإذاعة - التسجيلات الصوتية - وغيرها من الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت. تعتبر الإذاعة من أهم الوسائط حيث نجدها تتضمن برامجها موضوعات متنوعة وفي جميع الميادين التربوية والعلمية والثقافية والرياضية والترويحية، وتعمل الإذاعة على ربط الفرد في مجتمعه والعالم من حوله ونشر الثقافة والمعرفة وكل ما يخص الجانب التربوي، وأصبح المذيع بذلك أهم سمات الحضارة.

ب- الوسائل البصرية : ظهرت الصحافة المرئية كوسيلة اتصال إنسانية وأداة مثالية لنقل المعلومات وللتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العليا للجميع على الصعيد العالمي كله وذلك من خلال جيل واحد.

وعندما ظهر التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري فآخذ عن السينما الصورة والحركة، وعن الإذاعة الصوت ومن الصحافة الصوت المكتوب، فأطلق عليه في بداية عهده "إذاعة مرئية وسينما منزلية" وتشمل الأعلام اللافتات، المعارض وغيرها من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها مثل:

- الوسائل السمعية البصرية: وتشمل التلفزيون و المسرح والسينما.
- الصحف والمجلات.
- الاتصال الموجه: بين شخص وآخر أو بين شخص ومجموعة من الناس بشكل موج.

أنواع تأثير الإعلام الرياضي

يحدث الإعلام الرياضي عدة أنواع من التأثيرات في الجمهور وأشار ياسين(2011) لذلك:

- 1- تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي.
- 2- تغيير المعرفة الرياضية.
- 3- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.
- 4- الإثارة الجماعية في المجال الرياضي.
- 5- الاستثارة العاطفية في المجال الرياضي.
- 6- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي.
- 7- صياغة الواقع في المجال الرياضي.

شروط تأثير الإعلام الرياضي

لكي يتمكن الإعلام الرياضي من إحداث التأثير الذي اشرنا إليه وفقا لنظريات وأنواعها لا بد من توافر العوامل والشروط التي يمكن في ظلها أن يحقق التأثير المطلوب في الجمهور الرياضي.

ويؤكد ياسين(2011) إلى وجود شروط تؤثر في الإعلام وهي على النحو التالي:

1- الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية

أ- خبرة المصدر:

تضفي الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الرياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة نقصد بها مدى معرفة صاحب الرسالة (المرسل) بالموضوع الذي يتحدث عنه فكلما كان المرسل ملما بموضوع الرسالة الإعلامية التي يوجهها كلما كان تأثيره أو تأثير(المستقبل) اكبر والعكس صحيح.

ب-المصداقية:

تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ على ثقة الجمهور بمصداقيته ويقبل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة أو المصداقية إلى أن تتلاشى تماما.

ج- وسيلة الإعلام الرياضي:

تتفاوت وسائل الإعلام الرياضي في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقا لقدرات وإمكانيات كل وسيلة منها فالإذاعة غير الصحافة وغير التلفزيون.

د- احتكار وسيلة الإعلام الرياضي:

يؤدي احتكار وسيلة الإعلام الرياضي إلى أحادية في مصدر التلقي، تؤثر هذه الأحادية في الفرد من حيث أنها لا تلقى التنوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذي على أساسه يستطيع الفرد أن يشكل تصورا محايدا من خلال الاختيار بين عدة بدائل. (سنو، مي، 1999).

2- الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة (المحيط الاجتماعي)

تمثل البيئة التي يعيش فيها الإنسان عاملا مساعدا للإعلام الرياضي لكي يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق:

أ- قادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضي:

يقيم معظم الناس في محيطهم الاجتماعي اعتبارا لرأي بعض الأفراد الذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع الرياضي، قد تكون هذه المكانة بسبب تفوقهم الرياضي أو العلمي في المجال الرياضي أو شهرتهم كلاعبي كرة القدم، وإذا حدث أن هؤلاء الأفراد وبعضهم استحسنوا شيئا مما يعرض أو ينشر في الإعلام الرياضي فإنه من المتوقع أن رأيهم هذا قبولاً لدى الآخرين، وهذا يعل قيام الشركات بالاستعانة بلاعبى الكرة المشهورين في الدعاية والإعلان عن منتجاتهم.

ب- حالة المجتمع:

تؤثر حالة المجتمع الرياضية في قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في الجمهور لان مضمون الرسالة الإعلامية لابد أن يعكس واقع المجتمع بشكل او بأخر لكي يحقق التأثير المطلوب.

فالرياضات التي لها شعبية كبيرة في مجتمعات معينة لا يكون لها نفس الشعبية او الاهتمام بها في مجتمعات أخرى، لذا فالرسالة الإعلامية الرياضية التي تتحدث عن رياضة البيسبول في أمريكا ومصارعه الثيران في اسبانيا تجد صداها وتأثيرها لدى جمهور كلا من هاتين الدولتين مقارنة بجمهور البلاد الأخرى التي قد لا تجد هذه الرسالة أي صدى يذكر، فالرسالة الإعلامية هي انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبير اهتماماتهم. (مكاوي، عماد2000).

3- الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية

أ- ان يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية متعلقا بقضية رياضية تشغل الرأي العام الرياضي، فالقضايا الرياضية التي يعيشها الجمهور في حياتهم العامة والخاصة التي تشد انتباههم وتفاعلهم معها، فإذا ما تبنى الإعلام الرياضي قضية من هذه القضايا الرياضية المعاصرة والتي

تمس نبض الشارع الرياضي ستستحوذ على اهتمامهم وسيتابعون تفاصيلها وسيتأثرون بالمعلومات التي تقدم لهم حول هذه القضية خصوصا إذا كان الإعلام الرياضي المصدر الوحيد والأساسي لهذه الحالة سينصرف عن متابعة ما يقدمه الإعلام الرياضي.

ولكي يمكن لرسالة الإعلام الرياضية أن تحقق التأثير الايجابي في نفوس الجماهير يجب أن يقوم الإعلام الرياضي بتناول ومعالجة القضايا والمشكلات الرياضية في حينها وذلك أثناء استحوادها على اهتمامات الجماهير ولا ينظر حتى تخرج من دائرة اهتمام الجماهير بها وبالتالي لا تحقق أذى تأثير على هذه الجماهير.

ب-تكرار عرض الرسالة الإعلامية الرياضية، أظهرت الدراسات أن الإنسان يتأثر بالرسالة الإعلامية من خلال أربع مراحل متسلسلة وهي كالتالي:

(1) التعرف.

(2) التفسير.

(3) الحفظ.

(4) الاسترجاع.

فعندما يتعرض الشخص معلومة فانه يسعى إلى التعرف عليها ثم تفسيرها من خلال مقارنتها بما لديه من خبرات سابقة ثم يحفظها في ذاكرته وبالتالي يمكن استرجاعها حينما يحتاج إليها.

وتكرار تعرض الفرد للرسالة الإعلامية (المعلومات) لمرات عديدة تجعله ينتبه إليها وبعد المرور بالمرحل السابقة الذكر يكتسبها كمعلومة ومن ثم يمكنه التأثر بها، ويمكن للإعلام الرياضي بالتالي من استثمار هذه الخاصية في التأكيد على السلوكيات الايجابية في الملاعب الرياضية من خلال تكراره عرض المباريات التي يتحلى فيها اللاعبين بالروح الرياضية كالالتزام بقرارات الحكام وتميز اللاعبين باللعب النظيف والتزام الجمهور بالتشجيع المثالي وغيرها من السلوكيات الطيبة او الحميدة

سواء كانت هذه المباريات محلية أو دولية هذا من شأنه يعمل على اكتساب اللاعبين والجمهور لكثير من هذه السلوكيات الطيبة والتي تتمشى مع الهدف من الرياضة.

ج- طريقة عرض الرسالة الإعلامية الرياضية، حيث تضاعفت التأثيرات التي تحدثها الرسائل الإعلامية في الجمهور من خلال طريقة عرضها لمرات عديدة نتيجة للتطورات الهائلة التي شهدتها الإعلام الرياضي ودخوله المجال التكنولوجي الحديث، فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية مجردة وبشكل مباشر، فالرسالة الإعلامية أصبحت تأتيه محفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية وأصبحت طريقة العرض (الإخراج) فنا قائما بذاته له مجالاته العلمية والفنية والأكاديمية وله أقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما أعطى الفرصة للعقول لان تبذل فيه أعمالا خلاقية.

ففي الإعلام الرياضي الصحفي تم توظيف الصورة والألوان وحجم الخطوط والرسوم التوضيحية والخلفية المظلمة ومكان النشر في الصحيفة أو المجلة الرياضية وغيرها من عناصر الإخراج لدعم التأثير في الرسالة الإعلامية الرياضية إما في البرامج التلفزيونية الرياضية فقد كان التقدم في استخدام التكنولوجيا الحديثة المتطورة وتوظيفها في عرض الرسالة الإعلامية الرياضية مذهلا، لقد خرجت عدسة تصوير البرامج الرياضية التلفزيونية من الاستوديوهات إلى الفضاء الرحب لتغطية الأحداث الرياضية في حينها، والاختلاط بال جماهير في الشوارع وأماكن العمل لقياس نبض هذه الجماهير تجاه هذه الأحداث والقضايا الرياضية المثارة أو المعاصرة بل وتطير معهم عبر الفضاء لتغطية الأحداث الرياضية العالمية في حينها أيضا فأصبح كل شيء حيا، حقيقة فأصوات الجماهير واللاعبين وتعبيرات الوجه وغيرها من المشاهد يتفاعل مع الرسالة الإعلامية الرياضية كما لو كان جزء منها يعيشها لحظة بلحظة كمل لو كانت تحدث في بيته.

لقد أصبح الواقع النفسي على الإنسان شديدا حيث لم تعد الرسالة الإعلامية تأتيه بريئة مباشرة بل صارت تأتيه ضمن حشد ضخم من المؤثرات التي تستهدف عقله وسمعه وبصرة وعواطفه فتحرك كوامن نفسه وكوامن غريزته وتجعل الواقع الصعب قريب المنال والمستحيل ممكنا.

د- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية، من العوامل المهمة التي تسهم في تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية، فإذا كان العامل السابق طريقة عرض الرسالة الإعلامية يتعامل مع حس المستقبل أي مع ما هو ظاهر وسموع تبصره العين وتسمعه الأذن فان عامل صياغة الرسالة الإعلامية يخاطب العقل والفكر والخيال.

والمقصود بصياغة الرسالة الإعلامية الطريقة التي تقدم من خلالها الفكرة التي تقوم عليها الرسالة الإعلامية نفسها، أو القالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث ويطلق عليه الصحافة الرياضية اسم الأسلوب وفي البرامج التلفزيونية اسم السيناريو. (عويس وعطا، 1998).

فيجب أن يكون عرض الرسالة الإعلامية الرياضية بطريقة جذابة ومؤثرة، فو كانت الصياغة رديئة فانه يضعف من فرصة تأثيرها في الجمهور .

فالرسالة الإعلامية إذا كانت صياغتها رديئة أو غير مناسبة من أعراف عكسية، لذلك يجب صياغتها بطريقة تؤثر في المستقبل بشكل غير مباشر بحيث يفهمها كل شخص بالطريقة التي تناسبه وان يفهم منها ما يناسبه، وهذا ما يطلق عليه بالإزاحة العقلية والتي تخرجها عن الدائرة اهتمامات الفرد بالتالي تحقق الرسالة الإعلامية من خلال هذه الصياغة التأثير المرغوب فيه وبما يتوافق مع أهداف هذه الرسالة. (أبو إصبع، صالح، 1995).

4- الشروط التي لها علاقة بالجمهور (المستقبل)

الجمهور خليط متباين من الأفراد يختلف فيه كل فرد عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يحقق التأثير المتوقع عن الإعلام الرياضي وهذه العوامل هي:

أ- نوع الجمهور

إذا كان الاتصال الجماهيري يخاطب مجموعات من الناس، فهو يخاطب جماعات معينة أو حشود أو غير ذلك من هذه التسميات التي تحمل معنى الكثرة، ومصطلح الجمهور يحمل معنى الجماعات من الناس كثيرة العدد نسبيا يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام واحد بحيث إن هذا الاشتراك في تلك المصلحة يجعلهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحد والتي تتفاوت بين جمهور لأخر.

ومن الطبيعي أن يختلف الجمهور العام عن الجمهور النوعي، فالأول يعني جميع المواطنين كانوا داخل المؤسسة أو خارجها، أما الثاني فيحمل معنى الشريحة أو الفئة مثل جمهور العمال أو شريحة العمال وجمهور القطاع العام أو جمهور المتبرعين أو جمهور المحتاجين.

ويختلف تأثير الرسالة الإعلامية باختلاف المتلقي أو المستقل لها والناشئين يتأثرون أكثر من الكبار والمراهقين أكثر من الراشدين، كما يختلف أيضا الرجال عن النساء بالكيفية التي يتلقون بها هذه الرسالة نظرا لوجود الكثير من المتغيرات الفسيولوجية والنفسية التي تميز كل مرحلة عن الأخرى وكل جنس عن الآخر.

كما تؤثر طول تجربة الفرد وسعتها تأثيرا كبيرا في طريقة تعامله مع المعلومات الرياضية التي تقدمها له الرسالة الإعلامية الرياضية لذلك نجد أن الأطفال أو الناشئين هم أكثر الفئات تأثرا بوسائل الإعلام بسبب عدم نضج قدراتهم العقلية والعضلية وقلة خبرتهم في الحياة بالقياس للإنسان البالغ.

فنوع الجمهور متغير جوهري في عملية التأثير لان الرسائل الإعلامية مختلفة فما يصلح لهم لا يصلح لغيرهم والرسائل التي تخاطب النساء لا تناسب الرجال ومخاطبة المتخصصين في المجال الرياضي تختلف عن مخاطبة الرجل العادي.

لهذا نجد أن هناك بعض الرسائل الإعلامية التي وجهت لم تحقق الهدف المنشود منها لأنها وجهت إلى جمهور لم يفهمها، ولكي يمكن للرسالة الإعلامية أن تحقق التأثير المطلوب على

الجمهور المخاطبين لابد من مراعاة الخصائص والسمات النفسية والمزاجية والفسولوجية لكل مرحلة سنيه معينة ومتطلبات كل مرحلة وكذلك الخصائص التي تميز كل مرحلة وكل جنس عن الآخر وتقديهما للجمهور بشكل متوازن وليس لحساب فئة على فئة أخرى.

ب_ الموقع الاجتماعي للفرد:

للمكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه تأثير كبير على درة تكيفه وتفاعله مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي، ويأتي هذا التأثير من كون أن الإعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل المجتمع حيث تقوم هذه المؤسسة بتوزيع الأدوار الاجتماعية التي تعرضها على أفراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة (الإعلام الرياضي) ويتقمص شخصياتها.

فالرسالة الإعلامية التي تتحدث عن كفاح لاعب كرة مثلاً نشأ في بيئة فقيرة وواجه التحديات الكبيرة حتى استطاع أن يحتل مكانة بارزة داخل فريقه والمنتخب القومي لبلده بعرقه وكفاحه ومواصلته التدريب تؤثر مثل تلك الرسالة في ذلك الشاب الفقير الذي يطمح إلى تحقيق دور أفضل في مجتمعه أكثر مما تؤثر بآبن الأسرة الثرية ذات النفوذ، فالموقع الاجتماعي للفرد هنا كان عاملاً في تحقيق التأثير المتوقع من الرسالة الإعلامية الرياضية أو جزء منه.

وتعتبر عملياً التقمص والمحاكاة جوهر عملية التأثير التي يقوم بها الإعلام الرياضي حينما يستهدف التأثير في منظومة القيم أسلوب الحياة السائد في الوسط الرياضي بغرض إحلال مكانها، هذا الأسلوب الضمني يلجأ إليه الإعلام الرياضي في الحالات التي لا يجدي الأسلوب المباشر في إيقاع التأثير المرغوب فيه لأن الإنسان يقوم برفض ومقاومة كل ما يستهدف تغيير قناعاته وما اعتاد عليه.

لذلك على الإعلام الرياضي إن يحرص على تقديم النماذج المناسبة في المجال الرياضي لكي يقتدي بها الشباب والتي تحثه على بذل الجهد والتسلح بالكفاح للوصول إلى مستوى البطولة

في الرياضة التي يتخصص بها، وبالتالي تكون مثل هذه النماذج محل تقليد لمثل هؤلاء الشباب ودفعهم إلى الأمام، فتحقق الرسالة الإعلامية الرياضية التأثير المرغوب فيه نحو هؤلاء الشباب.

ج- معتقدات الجمهور:

يتوقف تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية الرياضية على قرب مضمونها من القناعات والمعتقدات الخاصة به، فكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمة مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه ادعى وتأثيره فيه اشد.

وبالمقابل فان قدرة تلك الرسالة الإعلامية على التأثير في الجمهور وتضعف عندما يتباين مضمونها أو يختلف مع ما يعتقد هذا الجمهور انه الصواب، وهذا لا يعني إن التأثير لا يحدث إلا إذا توفر هذا الشرط ولكنه يفيد في أن الرسالة الإعلامية الرياضية لابد أن تتوافق مع القاعدة النفسية التي تحث على عدم الاصطدام بالقناعات القائمة للجمهور.

فعندما يتناول الإعلام الرياضي سلوكا اجتماعيا يحدث في المجال الرياضي كالتعصب مثلا بهدف معالجته فانه لا ينقد هذا السلوك بشكل صريح وبأسلوب خطابي مباشر، فهو في سعيه لتغيير العقائد والمواقف والاتجاهات الرياضية السلبية وإبدالها بأخري في المجتمعات المحافظة وغير المحافظة فانه يلجأ في سبيل تحقيق ذلك إلى استخدام أساليب غير مباشرة يحرص فيها أن لا تتعرض الرسائل الإعلامية الرياضية بشكل مباشر لقناعات الجمهور.

فحين تلجأ الرسائل الإعلامية إلى هذا الأسلوب فإنها قد تستطيع أن تغير الكثير من المعتقدات والقناعات الخاصة بجمهورها من غير أن تصدم بها بل تبدو وكأنها تقف في صفه أحيانا حينما تغطية الخيار ليختار من بين عدد من البدائل دون ان تتدخل فتحدد له ما يصلح.

لذلك يجب على القائمين بعملية الاتصال في الإعلام الرياضي تجنب تقديم الرسائل الإعلامية الأجنبية التي قد لا يتفق مضمونها مع العادات والقيم الرياضية السائدة في مجتمعنا العربي والتي قد تتعارض أيضا مع الحياة الواقعية التي يعيشها الشباب والتي قد تؤدي إلى اصطدام هؤلاء الشباب بالواقع مما قد يصيبهم بالتشتت وفقدان الهوية نتيجة لتمردهم على هذا المجتمع.

د- إدراك المتلقي للرسالة الإعلامية:

يختلف إدراك الأفراد فيما بينهم كما يختلف فهمهم للأفكار والقضايا والمشكلات الرياضية التي تقدم لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية، وباعتبار تلك الرسائل احد المثيرات الذهنية التي يتعرض لها الإنسان فيستجيب لها ويتفاعل معها ويفهمها بطريقة تختلف عن الآخرين، هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والفسيولوجية والتي تميز كل مرحلة عن أخرى وكذلك التكوين الثقافي في وسائل التربية التي يمر بها الأفراد وبالتالي يختلف أيضا حكمهم عليها اختلافا واضحا.

فقد يفسر احدهم موقفا ما عرضة الإعلام الرياضي على انه انحرافا عن السلوك الرياضي العام والقيم الرياضية السائدة بينما يفسره آخر خطأ بسيطا، كذلك تؤثر السمات النفسية والمزاجية التي يتحلّى بها الفرد على حكمة على المواقف والقضايا الرياضية التي يسمعها أو يشاهدها في الإذاعة والتلفزيون أو يقرأ عنها في الصحف، فقد يرى الشخص ذو الطبيعة المسالمة مشاهدة العنف في الملاعب الرياضية خطرا على أبنائه المراهقين بينما قد يراها الشخص ذو الشخصية المحبة لمشاهدة العنف والمطاردات مشاهدة ممتعة من الإثارة.

كما تؤثر المصالح الشخصية في إدراك الفرد لما يعرضه الإعلام الرياضي، فالتاجر التي يتاجر بالسجائر يعارض الفكرة القائلة بان ظهور بعض اللاعبين المشهورين وهم يدخنون يشجع المراهقين على التدخين.

لذلك يتوجب على القائمين على الإعلام الرياضي مراعاة الدقة في انتقاء ما يقدموه الجمهور من رسائل إعلامية بما لا يتعارض مع القيم والتقاليد والأعراف الرياضية السائدة، متبعين الأسلوب العلمي ومن خلال الدراسات العلمية التي أجريت وتجري في مجال الإعلام الرياضي ومن خلال تحليل المضمون بالإضافة إلى الدراسات الميدانية لاستطلاع آراء الجمهور وبالتالي يمكن للإعلام الرياضي أن يحقق رسالته المنشودة في خدمة المجتمع الرياضي.(عجوة، علي، 1984).

الدراسات السابقة

دراسة عبدالله (2015) هدفت إلى التعرف على دور الصحف الرياضية في تعزيز اتجاهات الموجبة نحو الرياضة، واشتملت عينة الدراسة على (101) فرداً من هم المعنيون بحكم وظائفهم ومسؤولياتهم الأكاديمية والرقابية، وأظهرت نتائج الدراسة لوجود ضعف في الأداء المهني في الصحف الرياضية، ولا يوجد اهتمام في الجوانب الثقافية لدى الصحف الرياضية كمكونات فكرية ووجدانية، وأوصت إلى السعي للإعداد العلمي التخصصي بمجالات الأعلام الرياضي.

دراسة ميرزا (2014) هدفت إلى التعرف إلى اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، وكانت عينة الدراسة مكونة من (884) فرداً تم اختيارهم عشوائياً بواقع (547) من الذكور و(337) من الإناث، وأظهرت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نوعية الألعاب الرياضية التي يهتم بها الجمهور تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المهنة، الجنسية ومدى ممارستهم للنشاط الرياضي)، وأظهرت النتائج أن برنامج الإعلام الرياضي في دولة الإمارات العربية المتحدة تساهم مساهمة فعالة وبدرجة تأثير عالية في ترسيخ القيم الرياضية لدى الجمهور الرياضي وأظهرت أن هناك دور سلبي للأعلام الرياضي من وجهة نظر الجمهور الرياضي، وبشكل خاص فيما يتعلق بتأثيره الكبير على زيادة مستوى الشحن الإعلامي بدفع الجماهير إلى اتخاذ سلوك مضاد للمجتمع.

وأجرى آلاو (Alao, 2014) دراسة حول دور وسائل الإعلام المقروءة "الصحف المحلية اليومية" في تطوير الرياضة في نيجيريا. وتكونت عينة الدراسة من (366) شخصاً تم اختيارهم بالطريقة القصدية ممن يقرأون نوعاً خاصاً من الصحف المحلية يومياً. واستخدم الباحث المنهج الوصفي والاستنباط كإداة لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن (59%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن للصحف المحلية اليومية دوراً هاماً في تطوير الرياضة في نيجيريا، وكذلك تعمل هذه الصحف على تطوير الثقافة الرياضية والجوانب المعرفية والاجتماعية والصحية والانتماء الوطني للأشخاص المتصفحين. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بجميع وسائل الإعلام وخاصة الصحف المحلية لأهميتها في تطوير الرياضة وخلق الثقافة لدى المتصفحين من خلال عرض المواضيع

المختلفة التي تتناسب مع رغباتهم واحتياجاتهم، وكذلك الاهتمام بتطوير المواقع الالكترونية للصحف لسهولة وسرعة وصول المعلومات وتغطيتها لأكبر عدد من المتصفحين.

أجرى الزبيد (2013/أ) دراسة هدفت إلى التعرف إلى مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من (42) فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال التنافسي والمهني والترويحي والصحي)، ثم توزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها (39) امرأة أردنية، وأظهرت النتائج وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيراً الصحي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فوارق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل). وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنوعية القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء وللاعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في رقي الشعوب.

وأجرى الزبيد (2013/ب) دراسة حول دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية في جامعة اليرموك. وقد تكونت عينة الدراسة من (327) طالباً وطالبة من جميع كليات الجامعة باستثناء كلية التربية الرياضية. واستخدم الباحث الاستبانة في جمع البيانات والتي تشمل على المجالات المعرفي والاجتماعي والترويحي والصحي. وأظهرت نتائج الدراسة أن للقنوات الرياضية دوراً هاماً في نشر الثقافة الرياضية وحقق المجالين المعرفي والاجتماعي أعلى المجالات في متوسط الاستجابة من الطلبة، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجال المعرفي بين الذكور والإناث ولصالح الذكور وكذلك وجود فروق دالة إحصائية بين الكليات العلمية والأدبية ولصالح الكليات العلمية. وأوصى الباحث بضرورة الاهتمام بنوعية البرامج في القنوات الرياضية استدعاء الخبراء والمحللين واللاعبين المميزين للبرامج والتركيز على الجانب الصحي.

وقام مورادي وآخرون (Moradi, et at, 2012) بدراسة هدفت التعرف إلى علاقة دور وسائل الإعلام الرياضي في الجوانب المعرفية والثقافية والتربوية والاجتماعية بتطور المنافسات الرياضية. ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (120) خبيراً وإعلامياً رياضياً في إيران. واستخدم الباحثون المنهج الوصفي "الدراسة الارتباطية" والاستبيان لجمع البيانات بعد استيفائها للشروط العلمية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية بين دور وسائل الإعلام الرياضي في الجوانب (المعرفية والثقافية والتربوية والاجتماعية) وتطور المنافسات الرياضية. وأوصت الدراسة بضرورة وجود برامج إعلامية رياضية محلية تعمل على تطوير الجوانب الثقافية والاجتماعية والتربوية للمتابعين لما لها من دور مؤثر باستمرار على تطوير المنافسات الرياضية، وكذلك إن تطوير المنافسات الرياضية يركز على التعاون المستمر بين الإعلام والخبراء الرياضيين.

وأجرى صابر (2012) دراسة هدفت التعرف إلى تأثير الإعلام الرياضي المرئي على الثقافة الرياضية لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدينة بسكرة في الجزائر، وقد تكونت عينة الدراسة من (160) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال الأسئلة المغلقة والمفتوحة في الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى الدور الإيجابي للإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية والتغيير في سلوك وعادات الطلبة والتأثير على الجانب المعرفي لديهم. وأوصى الباحث بالنهوض بالبرامج الإعلامية كماً وكيفاً وتطويرها في الجزائر.

دراسة مجوم والقلالي (2009) هدفت الى التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية، واشتملت عينة الدراسة على (1265) طالباً من المرحلة الثانوية بمدينة الزاوية الليبية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائته لطبيعة الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة الى أن هناك تأثير ايجابي من خلال الإعلام المرئي والمسموع في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية وأظهرت أيضاً " إلى عدم وجود تأثير ايجابي من خلال الصحافة الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية.

دراسة أبو خطوة ومتولي (2009) هدفت إلى التعرف على تأثير الإعلام الرياضي على ممارسة الرياضة من أجل الصحة، واشتملت عينة الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (200) فرداً من الممارسين للرياضة، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام لها دور كبير في التأثير على الجمهور ولها القدرة الفائقة على نشر الوعي الرياضي، كما أظهرت أن وسائل الإعلام لا تقدم القدر الكافي من المعلومات الثقافية والمعرفية عن أهمية الرياضة ودورها في الصحة العامة، وأظهرت أن وسائل الإعلام لا تقدم التوعية والإرشاد بقدر كافي عن فوائد الرياضة وأهمية الرياضة من أجل الصحة.

دراسة شفتنر والرباع (2009) هدفت إلى التعرف على أثر الصحافة الرياضية في تعميق الوعي الرياضي لدى الشباب، اشتملت عينة الدراسة من (400) فرداً من الجنسين، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لعينة الدراسة وأظهرت النتائج بأن هناك تأثير للصحافة الرياضية على سلوك القراء وأهمها زيادة المعلومات وأن القراء يتعلمون اتجاهات جديدة عند متابعتهم للصحافة الرياضية.

وقام شاكر وشحادة (2009) بدراسة هدفت التعرف إلى دور الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين الطلبة في جامعة ديالى، وقد تكونت عينة الدراسة من (1086) طالباً وطالبة تم اختيارهم عشوائياً من جميع الكليات ما عدا كلية التربية الرياضية. واستخدم الباحثان مقياس الثقافة الرياضية المكونة من 25 فقرة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن لمشاهدة القنوات الرياضية دوراً إيجابياً في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة، بالإضافة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث، وأن الإعلام الرياضي عمل على تنمية الجانب المعرفي والاجتماعي بشكل أفضل من الجانب الصحي و التربوي. وأوصى الباحثان بضرورة الاهتمام بالقنوات الفضائية الرياضية في العراق وتوسيعها لتصل إلى أماكن أكثر في العالم.

دراسة يعقوب (2008) والتي هدفت إلى مبررات إدخال تخصص الإعلام الرياضي في كليه التربية الرياضية وفقاً للمتغيرات الحديثة، وتكونت عينة الدراسة من (50) فرداً من العاملين في مجال الإعلام وأساتذة كليات التربية الرياضية، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة

الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة إلى ضرورة إدخال تخصص الإعلام الرياضي إلى كليات التربية الرياضية، وأظهرت أيضا إلى ضرورة تأهيل العاملين في المجال الرياضي ووضع شروط عمل للإعلام الرياضي.

دراسة وينسج و بروس (Wenning & Broce, 2003) بدراسة بعنوان " تمثيل وسائل الإعلام للجنس خلال الأحداث الرياضية العالمية" هدفت إلى تفحص الظروف التي تخرج فيها الصحافة من المؤلف من حيث تعاملها مع المرأة وهذه الظروف في الأحداث الرياضية الكبيرة، مثل الألعاب الاولمبية، أي هل تختفي الفروق الجنسية والعرقية عند التركيز على الأحداث الرياضية الكبيرة من حيث تعامل الصحافة مع المرأة الرياضية الناجحة. وقام الباحثان بتحليل حول العداة الاسترالية كاتي فريمان الحائزة على الميدالية الذهبية في سباق (400 م) عدو للسيدات ضمن منافسات الألعاب الاولمبية في سيدني عام (2000)، حيث شمل التحليل خمس صحف استرالية. أظهرت نتائج الدراسة إن التغطية الإعلامية للرياضة النسوية لا تعد الجنس عاملا هاما في تحديد الهوية، وان الجنس لا ينال أية أهمية في التغطية الإعلامية للأحداث الرياضية الكبيرة، مثل الألعاب الاولمبية خصوصا بالنسبة للمرأة.

كما أجرى مارتن (Martin, 2000) دراسة بعنوان "أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية"، هدفت التعرف إلى دور الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية وكانت عينة الدراسة مقتصرة على أربع نساء مشاركات بالرياضيات المشتركة مع الذكور حيث استخدم أسلوب المقابلة حيث تناولت الحديث عن تاريخهن الرياضي والصعوبات التي تواجههن ونظرة المجتمع لرياضة المرأة. وأظهرت الدراسة من خلال آراء الفترات الأربعة عدم الاهتمام بالرياضة النسائية، وأن الإعلام لم يغط تلك الرياضة بشكل صحيح، وأن الذكور هم المسيطرون، ويجب العناية بالرياضة النسائية. وأوصت الدراسة بإجراء دراسات حول أسباب نقص التغطية الإعلامية وعدم الاهتمام بالرياضة النسوية.

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

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال دراسة الأدب التربوي بخصوص الإعلام الرياضي استنتجت الباحثة من الدراسات السابقة إنها تناولت موضوع دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة الجامعات وفيما يلي توضيح لنقاط التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة.

من حيث العينة نلاحظ ان معظم الدراسات السابقة اعتمدت في دراستها على العينة مثل دراسة كل من : عبدالله (2015)، ميرزا (2014)، ألاو (2014)، زيود (2013/أ)، زيود (2013/ب)، صابر (2012)، مورادي وآخرون (2012)، أبو خطوة ومتولي (2009)، شفتنر والرباع (2009)، شاكر وشحادة (2009)، العبادي (1996).

واختلفت مع دراسة كل من مجموعم والقلالي (2009)، وقد شملت على مجتمع الدراسة جميعه، ويعقوب(2008)، وقد شملت العاملين في مجال الإعلام، ودراسة مارتن (2000)، والتي اقتصرت

على أربع نساء مشاركات بالرياضات المختلفة، وينسينج، بروس (2003)، والتي اقتصررت على لاعبة العداة الاسترالية الاولمبية.

أما من حيث المنهج لاحظت الباحثة ان معظم الدراسات السابقة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي مثل دراسة كل من: دراسة ألاو (2014)، زيود (2013/ب)، صابر (2012)، مورادي وأخرون (2012)، جمجوم والقلالي (2009)، أبو خطوة ومتولي (2009)، شفتن والرباع (2009)، يعقوب (2008)، دراسة العبادي (1996)، والدراسة الحالية استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وذلك لملائمتها لطبيعة وأهداف الدراسة.

بينما اختلفت مع دراسة كل من: دراسة عبدالله (2015)، حيث استخدم نظام المجموعات البؤرية، دراسة زيود (2013/أ)، وقد قام بتصميم مقياس تقييمي، ودراسة شاكر وشحادة (2009)، حيث قاموا باستخدام مقياس الثقافة الرياضية، دراسة مارتن (2000)، وقام استخدام أسلوب المقابلة، وينسينج وبروس (2003)، حيث استخدم نظام تحليل الصحف والمجلات.

أما من حيث الأداة المستخدمة استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات، مثل دراسة كل من: دراسة عبدالله (2015)، ميرزا (2014)، ألاو (2014)، زيود (2013/أ)، زيود (2013/ب)، صابر (2012)، مورادي وأخرون (2012)، جمجوم والقلالي (2009)، أبو خطوة (2009)، شفتن والرباع (2009)، شاكر وشحادة (2009)، يعقوب (2008)، العبادي (1996)، والدراسة الحالية استخدمت بها استبيان خاص بطلبة الجامعات لملائمته مع طبيعة وأهداف الدراسة.

بينما اختلفت مع دراسة مارتن (2000)، الذي اعتمد على أسلوب المقابلة في جمع البيانات وتحليلها، وينسينج وبروس (2003)، والذي اعتمد أسلوب التحليل الميداني في جمع البيانات والمعلومات.

الاستفادة من الدراسات السابقة

- اختيار منهج الدراسة.
- الاطلاع على التجارب الحديثة لتطوير الإعلام الرياضي مما يمهد الطريق للباحثة في دراستها للوصول إلى الجودة العالية في الإعلام الرياضي في جميع أشكاله بهدف خلق ثقافة مميزة في الإعلام الرياضي الفلسطيني نحو التحسين والتطوير المميز والمستمر الذي يلبي حاجات المجتمع.
- الاطلاع على الأدوات المستخدمة في هذه الدراسات والانتقاء منها ما يتناسب مع موضوع البحث.
- بناء بعض فقرات الاستبانة، كذلك الاستفادة في بعض مواضيع الإطار النظري.

وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية ومدى توافر الجودة الإعلامية في نشر الثقافة الإعلامية.
- سعت هذه الدراسة الحالية إلى التعرف على وسائل الإعلام التي تعزز وتجذب اهتمام الطلبة في الجامعات الفلسطينية ونشر المعرفة والمعارف الرياضية المتنوعة.
- سعت الدراسة الحالية لتنفيذ البرامج والأنشطة التي تعزز الوعي الذاتي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لتمكينهم للإطلاع على الثقافات الرياضية المتنوعة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

- منهج مستخدم
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- أداة الدراسة
- صدق الأداة
- ثبات الأداة
- متغيرات الدراسة
- إجراءات الدراسة
- المعالجات الإحصائية

منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي المسحي الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاجتماعية وخاصة في البحوث الوصفية نظراً لملائمة لهدف الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية والبالغ عددهم (54000)، وذلك حسب سجلات الجامعات الفلسطينية بالضفة الغربية للعام الأكاديمي (2016/2017)، والجدول رقم (1) يوضح خصائص مجتمع الدراسة.

جدول رقم (1): خصائص مجتمع الدراسة

اسم الجامعة	العدد	طلاب	طالبات
جامعة النجاح الوطنية	20000	9500	10500
جامعة بيرزيت	9000	4300	4700
جامعة القدس	10000	4700	5300
الجامعة العربية الامريكية	9500	3000	6500
جامعة فلسطين التقنية(خضوري)	5500	2800	2700
المجموع	54000	24300	29700

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية والبالغ عددهم (611) طالب وطالبة بالطريقة العمدية من طلبة الكليات العلمية والإنسانية، والجدول رقم (2) يوضح خصائص عينة الدراسة.

الجدول رقم (2): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغيراتها المستقلة (ن=611).

المتغيرات	مستوى المتغير	العدد	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	284	46.5
	إناث	327	53.5
الجامعة	النجاح الوطنية	200	32.7
	ببر زيت	87	14.2
	القدس	82	13.4
	العربية- الأمريكية	98	16
	خضوري	144	23.6
الكلية	إنسانية	330	54
	علمية	281	46

أداة الدراسة:

تم تصميم استبانة خاصة كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة بعد إجراء الموصفات العلمية من الصدق والثبات والموضوعية.

بعد مراجعة الأدب التربوي في ثقافة الرياضة تم تصميم استبانة خاصة بالموضوع، وتم عرضها على لجنة من المحكمين في المجال التخصصي الدقيق، وتم التوصل إلى الاستبانة النهائية في الوضع الحالي بعد إجراء التعديلات المطلوبة من قبل أعضاء لجنة المحكمين والملحق رقم (1) يوضح الاستبانة بصورتها الأولية قبل التحكيم، والملحق رقم (2) يوضح الاستبانة بصورتها النهائية بعد التحكيم.

صدق الاداة:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال التربية الرياضية من كليات التربية الرياضية في الجامعات الفلسطينية والبالغ عددهم (10) متخصصين، والملحق رقم (3) يوضح أسمائهم، ورتبهم العلمية، وتخصصاتهم، ومكان عملهم، وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم في مدى انتماء كل فقرة من الفقرات إلى مجال الاستبانة وكذلك وضوح صياغتها اللغوية وإعادة صياغة بعض الفقرات وتعديل وحذف بعضها لعدم ملائمتها أو

أهميتها، وتم الأخذ بآراء المحكمين في عملية تحكيم فقرات الاستبانة، بحيث أصبحت بصورتها النهائية مكونة من (6) مجالات وموزعة على (48) فقرة، والملحق رقم (3) يوضح أسماء لجنة المحكمين ورتبهم العلمية وتخصصاتهم ومكان عملهم.

ثبات الاداة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم تطبيق معادلة كرونباخ الفا على أفراد عينة الدراسة، حيث وصل معامل الثبات للدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية إلى (0.936)، وهي قيمة جيدة لتحقيق أهداف الدراسة، وكان معامل الثبات لمجالات الدراسة كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (3): معامل الثبات لمجالات الدراسة.

الرقم	المجال	عدد الفقرات	كرونباخ الفا
1	المعرفي	8	0.733
2	الاجتماعي	8	0.763
3	الصحي	8	0.774
4	التنافسي	8	0.741
5	الثقافي	8	0.781
6	الوطني والانتماء	8	0.792
	الدرجة الكلية	48	0.936

يتضح من نتائج الجدول رقم (3) أن قيم معاملات الثبات لمجالات الدراسة تراوحت ما بين

(0.733 - 0.792)، وتعد هذه القيم جيدة لأغراض الدراسة.

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: تشمل

- متغير الجامعة وله (5) مستويات هي:
(جامعة النجاح الوطنية، جامعة بير زيت، جامعة القدس، الجامعة العربية الأمريكية، جامعة فلسطين التقنية "خضوري").
- متغير الجنس وله مستويان:
(ذكر، أنثى).
- متغير الكلية وله مستويان وهي:
(الإنسانية، العلمية).

المتغير التابع:

ويشتمل على استجابة أفراد عينة الدراسة على الاستبانة.

إجراءات الدراسة:

تم إجراء الدراسة وفقا للخطوات التالية:

- جمع المعلومات والبيانات لتصميم أداة الدراسة بصورتها الأولية.
- توزيع أداة الدراسة على الخبراء في الجامعات الفلسطينية.
- عمل التعديلات المناسبة لأداة الدراسة وفقا لآراء الخبراء.
- إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد مجتمع الدراسة.
- توزيع الاستبانة حيث تم توزيع (650) استبانة على الجامعات الفلسطينية.

- تم استلام (611) استبانة.

- جمع الاستبانات من افراد العينة وترميزها وإدخالها الى الحاسب ومعالجتها إحصائيا باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

المعالجات الإحصائية:

من اجل الإجابة عن تساؤلات الدراسة تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل النتائج. حيث تم استخدام ما يلي.

- ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مجالات الدراسة لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.

- تم استخدام اختبار (T) لمجموعتين مستقلتين (Indebendent-Samples-T-Test) لمعرفة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس، وتبعا لمتغير الكلية.

- تم استخدام اختبار التباين الأحادي (One way Anova) لمعرفة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.

- تم استخدام اختبار سيداك (Sidak) للمقارنة البعديه الثنائية بين المتوسطات للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.

الفصل الرابع عرض النتائج

- أولاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الاول
- ثانياً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني
- ثالثاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث
- رابعاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع

أولاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل بالأول:

ما دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية؟

للإجابة عن هذا التساؤل تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة والمجال التي تنتمي إليه وللدرجة الكلية لأداة الدراسة، ونتائج الجداول رقم (4،5،6،7،8،9) تبين ذلك، والجدول رقم (10) يبين خلاصة النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول، ولتفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الآتية:

- أقل من (2.33) دور منخفض.
- (3.66 - 2.33) دور متوسط.
- أكبر من (3.66) دور مرتفع.

1- المجال المعرفي

الجدول رقم (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال المعرفي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تهتم الوسائل الإعلامية الفلسطينية بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة الفلسطينية.	3.48	1.08	متوسط
2	تثري الوسائل الإعلامية الرياضة الفلسطينية بالدراسات والأبحاث.	3.24	1.01	متوسط
3	تتناول الوسائل الإعلامية القوانين المستجدة في الألعاب الرياضية.	3.31	1.06	متوسط
4	تنتشر الوسائل الإعلامية الزمان والمكان المحدد لإقامة البطولات والفعاليات الرياضية.	3.64	1.01	متوسط
5	تسلط الوسائل الإعلامية الضوء على الألعاب الرياضية لكلا الجنسين .	2.91	1.13	متوسط
6	تزود الوسائل الإعلامية المستجندات الإدارية وهيكليات الاتحادات والمراكز الرياضية.	3.14	1.05	متوسط
7	تركز الوسائل الإعلامية على الرياضة الفلسطينية أكثر من غيرها.	2.89	1.13	متوسط
8	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر نتائج المسابقات الرياضية.	3.55	1.03	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال المعرفي	3.26	0.63	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (4) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال المعرفي كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت المتوسطات الاستجابة عليها ما بين (2.89 - 3.55).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال المعرفي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.26).

2- المجال الاجتماعي

الجدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الاجتماعي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية الأحداث الرياضية.	3.68	1.06	مرتفع
2	تؤرشف الوسائل الإعلامية سيرة الفرق واللاعبين.	3.29	1.03	متوسط
3	تنشئ الوسائل الإعلامية مواقع الكترونية للرياضة الفلسطينية.	3.33	1.10	متوسط
4	تغطي الوسائل الإعلامية دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية.	3.26	1.15	متوسط
5	تعزز الوسائل الإعلامية الرسالة المجتمعية للرياضة الفلسطينية	3.61	1.06	متوسط
6	تتفاعل الوسائل الإعلامية مع الأحداث الرياضية.	3.63	0.92	متوسط
7	الوسائل الإعلامية لها دور في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع.	3.50	1.03	متوسط
8	تقوم الوسائل الإعلامية بدورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين.	3.08	1.11	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الاجتماعي	3.42	0.65	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (5) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال الاجتماعي كان مرتفعا على الفقرة (1)، حيث بلغ متوسط الاستجابة عليها (3.68)، بينما جاء دور وسائل الإعلام متوسطا على جميع الفقرات المتبقية، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.08 - 3.63).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.42).

3- المجال الصحي

الجدول رقم (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الصحي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تواكب الوسائل الإعلامية كل جديد على صعيد الصحة البدنية للرياضيين.	3.28	1.12	متوسط
2	تصدر الوسائل الإعلامية منشورات ثقافية وتوعوية عن الصحة والرياضة.	3.40	1.03	متوسط
3	تهتم الوسائل الإعلامية في التوعية بخطورة الممارسات الرياضية الخاطئة.	3.25	1.07	متوسط
4	تركز الوسائل الإعلامية بنشرها لمفاهيم التغذية السليمة للرياضيين.	3.35	1.17	متوسط
5	تتابع وسائل الإعلام الحالات الصحية والبدنية للاعبين.	3.21	1.13	متوسط
6	تخصص الوسائل الإعلامية إعلامياً رياضياً متخصصاً لمتابعة الصحة والسلامة الرياضية.	3.22	1.12	متوسط
7	تتواصل الوسائل الإعلامية مع جهات صحية رسمية لتقديم الإرشادات والنصائح الصحية المتعلقة بالرياضة.	3.27	1.01	متوسط
8	تتفاعل وسائل الإعلام مع الأحداث المحلية والدولية المرتبطة بالصحة الرياضية.	3.21	1.12	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الصحي	3.27	0.68	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (6) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال الصحي كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.21- 3.40).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الصحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.27).

4- المجال التنافسي

الجدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال التنافسي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تعزز الوسائل الإعلامية من الدور التنافسي للرياضيين.	3.95	0.96	مرتفع
2	تغطي الوسائل الإعلامية نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية.	3.73	0.94	مرتفع
3	تهتم وسائل الإعلام بإظهار وإبراز الآراء والرأي الآخر في المجال الرياضي.	3.41	0.99	متوسط
4	تثير الوسائل الإعلامية روح التحدي والتنافس بين المشاركين	3.31	1.04	متوسط
5	تلتزم الوسائل الإعلامية الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية.	3.32	1.09	متوسط
6	تقدم الوسائل الإعلامية معلومات دقيقة للحدث الرياضي	3.20	0.98	متوسط
7	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر مبادئ التنافس الحر والنزيه كقيمة تربوية ⁰	3.30	1.17	متوسط
8	تهتم الوسائل الإعلامية بالموضوعية في المقابلات وتوزيع الأرقام والأشخاص.	3.43	1.04	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال التنافسي	3.46	0.61	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (7) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال التنافسي كان مرتفعاً على الفقرتين (1، 2)، حيث كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (3.95، 3.73)، وجاء دور وسائل الإعلام متوسطاً على الفقرات (3، 4، 5، 6، 7، 8) حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.20-3.43). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال التنافسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.46).

5- المجال الثقافي

الجدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الثقافي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تهتم وسائل الإعلام بتغطية الأنشطة الثقافية للمراكز والأندية الرياضية.	3.68	1.03	مرتفع
2	تتصف وسائل الإعلام بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية.	3.43	1.02	متوسط
3	تهتم السياقات الإعلامية بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة	3.31	1.06	متوسط
4	تهتم وسائل الإعلام بدقة العناوين وتتناسق الموضوعات الرياضية.	3.30	1.14	متوسط
5	تهتم وسائل الإعلام بإبراز الثقافة الفلسطينية من خلال المشاركات الدولية للرياضة الفلسطينية.	3.37	1.09	متوسط
6	تدعم وسائل الإعلام استضافة محاضرين متخصصين بعلوم التربية الرياضية.	3.69	1.05	مرتفع
7	تعزز وسائل الإعلام دور المرأة في المشاركة بالفعاليات والندوات العلمية الرياضية.	3.25	1.08	متوسط
8	تعمل وسائل الإعلام على تقبل النتائج والابتعاد عن ظاهرة التعصب المناطقي والعنف.	3.31	1.18	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الثقافي	3.41	0.68	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (8) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال الثقافي كان مرتفعاً على الفئتين (1، 6)، حيث كان متوسط الاستجابة عليهما على التوالي (3.68، 3.69)، وجاء دور وسائل الإعلام متوسطاً على الفقرات (2، 3، 4، 5، 7، 8) حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.25-3.43). وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الثقافي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.41).

6- المجال الوطني والانتماء

الجدول رقم (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال الوطني والانتماء لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	الفقرات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	التقدير
1	تعزز الوسائل الإعلامية قيم الانتماء الوطني من خلال الأنشطة الرياضية.	3.65	1.11	متوسط
2	تساهم الوسائل الإعلامية بإبراز الرياضة الفلسطينية كثابت وطني.	3.40	1.07	متوسط
3	تتابع الوسائل الإعلامية مسيرة الفرق الفلسطينية في كافة مشاركتها.	3.29	1.13	متوسط
4	تسهم وسائل الإعلام بإبراز دور الرياضة الفلسطينية في تعزيز الوجود الفلسطيني على خارطة العالم.	3.46	1.07	متوسط
5	تبرز وسائل الإعلام دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية.	3.45	1.04	متوسط
6	تبرز وسائل الإعلام دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية.	3.45	1.05	متوسط
7	تبرز وسائل الإعلام المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية.	3.40	1.12	متوسط
8	تسهم وسائل الإعلام في نشر دور المؤسسات الخاصة والعامة في دعم الرياضة الوطنية.	3.36	1.08	متوسط
	الدرجة الكلية للمجال الوطني والانتماء	3.43	0.69	متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (9) أن دور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية لفقرات المجال الوطني والانتماء كان متوسطا على جميع الفقرات، حيث تراوحت متوسطات الاستجابة عليها ما بين (3.29 - 3.65).

وفيما يتعلق بالدرجة الكلية للمجال الوطني والانتماء لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.43).

7- خلاصة النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول

الجدول رقم (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية (ن=611).

الرقم	المجالات	متوسط الاستجابة*	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	المعرفي	3.26	0.63	الأخير	متوسط
2	الاجتماعي	3.42	0.65	الثالث	متوسط
3	الصحي	3.27	0.67	الخامس	متوسط
4	التنافسي	3.46	0.61	الأول	متوسط
5	الثقافي	3.41	0.68	الرابع	متوسط
6	الوطني والانتماء	3.43	0.69	الثاني	متوسط
	الدرجة الكلية	3.38	0.53		متوسط

* أقصى درجة للاستجابة (5) درجات.

يتضح من نتائج الجدول رقم (10) أن الدرجة الكلية لدور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38)، وكان دور وسائل الإعلام متوسطا على جميع المجالات، حيث جاء المجال التنافسي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.46)، ويليه المجال الوطني والانتماء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.43)، ويليه المجال الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (3.42)، ويليه المجال الثقافي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (3.41)، ويليه المجال الصحي في الترتيب الخامس

بمتوسط حسابي (3.27)، بينما جاء المجال المعرفي في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.26).

ثانياً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الجنس؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم تطبيق اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent- Samples- T- Test)، ونتائج الجدول رقم (11) تبين ذلك.

الجدول رقم (11): نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس (ن=611).

مستوى الدلالة*	قيمة (ت)	إناث (ن=327)		ذكور (ن=284)		الجنس المجالات
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.687	0.404	0.57	3.26	0.68	3.28	المعرفي
0.414	0.817	0.58	3.40	0.71	3.45	الاجتماعي
0.763	0.302 -	0.65	3.28	0.71	3.27	الصحي
0.173	1.363	0.60	3.42	0.66	3.49	التنافسي
0.774	0.287 -	0.63	3.42	0.73	3.41	الثقافي
0.993	0.009	0.66	3.43	0.72	3.43	الوطني والانتماء
0.702	0.383	0.50	3.37	0.57	3.39	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ ، درجات الحرية (609).

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الجامعة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، ونتائج الجداول (12،13،14) تبين ذلك.

الجدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة (ن=611).

الجامعة		النجاح الوطنية (ن=200)		بير زيت (ن=87)		القدس (ن=82)		العربية-الأمريكية (ن=98)		خضوري (ن=144)	
المجالات		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط
المعرفي		0.50	3.43	0.65	2.94	0.61	3.23	0.68	2.93	0.55	3.48
الاجتماعي		0.60	3.57	0.67	3.22	0.63	3.32	0.67	3.08	0.52	3.65
الصحي		0.67	3.26	0.75	3.06	0.68	3.25	0.58	3.07	0.61	3.57
التنافسي		0.52	3.50	0.66	3.35	0.74	3.33	0.51	3.28	0.62	3.63
الثقافي		0.63	3.50	0.70	3.20	0.71	3.18	0.67	3.26	0.61	3.66
الوطني والانتماء		0.70	3.48	0.68	3.31	0.74	3.24	0.64	3.26	0.69	3.66
الدرجة الكلية		0.51	3.46	0.56	3.18	0.54	3.26	0.41	3.15	0.47	3.61

الجدول رقم (13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة (ن=611).

المجالات	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط المربعات	(ف)	مستوى الدلالة *
المعرفي	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	32.738 207.979 240.717	4 606 610	8.145 0.343	23.848	*0.000
الاجتماعي	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	27.387 230.609 257.996	4 606 610	6.847 0.381	17.997	*0.000
الصحي	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	20.243 263.233 283.466	4 606 610	5.061 0.434	11.651	*0.000
التنافسي	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	9.741 219.847 229.588	4 606 610	2.435 0.363	6.712	*0.000
الثقافي	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	21.120 260.852 281.972	4 606 610	5.280 0.430	12.266	*0.000
الوطني والانتماء	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	15.187 277.049 292.236	4 606 610	3.797 0.457	8.305	*0.000
الدرجة الكلية	بين المجموعات داخل المجموعات المجموع	18.615 155.052 173.666	4 606 610	4.654 0.256	18.189	*0.000

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$).

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.

وللتعرف إلى مصادر الفروق تم تطبيق اختبار سيداك (Sidak) للمقارنة البعدية الثنائية بين المتوسطات الحسابية، ونتائج الجدول رقم (14) توضح ذلك.

الجدول رقم (14): نتائج اختبار سيداك (Sidak) للمقارنة البعدية الثنائية بين المتوسطات للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة (ن = 611).

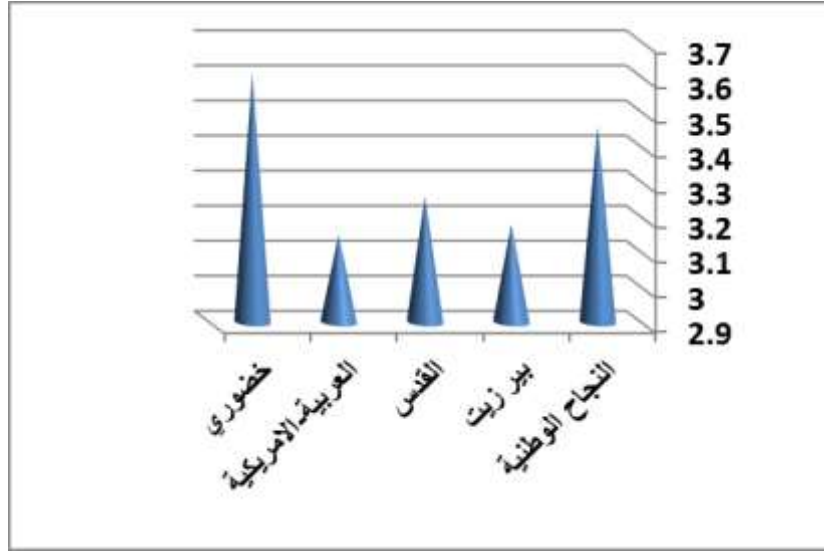
المجالات	الجامعة	النجاح	ببر زيت	القدس	العربية-الأمريكية	خضوري
المعرفي	النجاح		*0.49	0.20	*0.50	0.05 -
	ببر زيت			*0.29-	0.01	*0.54-
	القدس				*0.30	*0.25-
	الأمريكية					*0.55-
	خضوري					
الاجتماعي	النجاح		*0.35	*0.25	*0.49	0.08-
	ببر زيت			0.10-	0.14	*0.43-
	القدس				0.24	*0.33-
	الأمريكية					*0.57-
	خضوري					
الصحي	النجاح		0.20	0.01	0.20	*0.31-
	ببر زيت			0.19-	0.01-	*0.49-
	القدس				0.18-	*0.32-
	الأمريكية					*0.50-
	خضوري					
التنافسي	النجاح		0.15	0.17	*0.22	0.13-
	ببر زيت			0.02	0.07	*0.28-
	القدس				0.05	*0.30-
	أمريكية					*0.35-
	خضوري					

0.16-	*0.24	*0.32	*0.30		النجاح	الثقافي
*0.46-	0.06-	0.02			ببر زيت	
*0.48-	0.08-				القدس	
*0.40-					الأمريكية	
					خضوري	
0.18-	0.22	0.24	0.17		النجاح	الوطني والانتماء
*0.35-	0.05	0.07			ببر زيت	
*0.42-	0.02-				القدس	
0.40-					الأمريكية	
					خضوري	
0.15-	*0.31	*0.20	*0.28		النجاح	الدرجة الكلية
*0.43-	0.03	0.08-			ببر زيت	
*0.35-	0.11				القدس	
*0.46-					الأمريكية	
					خضوري	

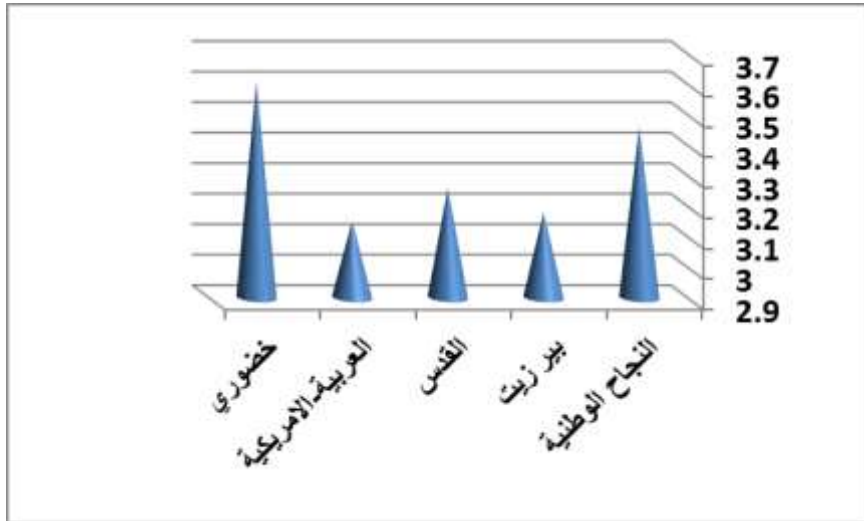
* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$).

يتضح من نتائج الجدول رقم (14) وجود فروق دالة إحصائية على جميع المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين جامعة (خضوري) وجامعات (ببر زيت، القدس، العربية-الأمريكية) ولصالح جامعة فلسطين التقنية (خضوري)، وبين جامعة (خضوري) وجامعة (النجاح الوطنية) ولصالح جامعة (خضوري) على المجال الصحي. وكذلك وجود فروق دالة إحصائية بين جامعة (النجاح الوطنية) وجامعة (ببر زيت) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالات المعرفي والاجتماعي والثقافي والدرجة الكلية، وبين جامعة (النجاح الوطنية) وجامعة (القدس) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالين الاجتماعي والثقافي والدرجة الكلية، وبين جامعة (النجاح الوطنية) والجامعة (العربية الأمريكية) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالات المعرفي والاجتماعي والتنافسي والثقافي والدرجة الكلية. وأخيراً وجود فروق دالة إحصائية بين جامعة (القدس) وجامعتي (ببر زيت، العربية-الأمريكية) ولصالح جامعة (القدس) على المجال المعرفي. بينما لم تكن هناك فروق دالة إحصائية في

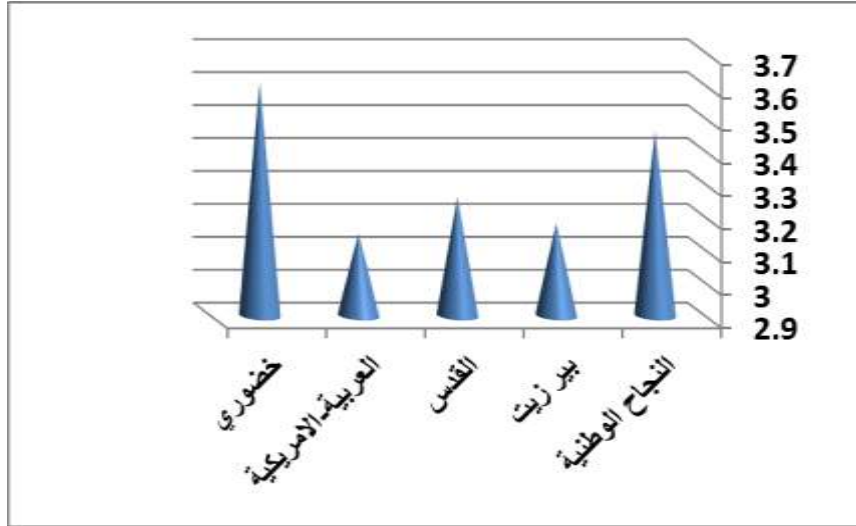
المقارنات البعدية الثنائية الأخرى بين المتوسطات الحسابية، والأشكال البيانية رقم (1-7) تظهر ذلك.



الشكل البياني رقم(1): متوسط الاستجابة على المجال المعرفي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجامعة.

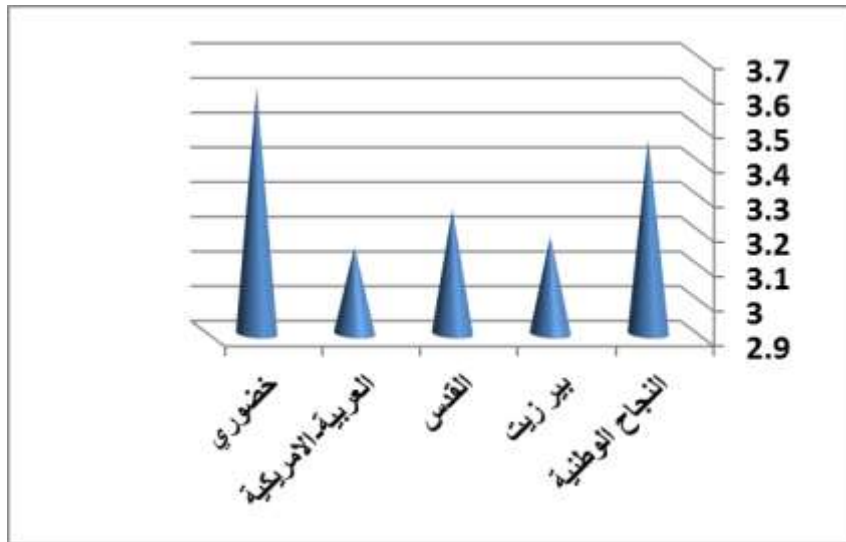


الشكل البياني رقم(2): متوسط الاستجابة على المجال الاجتماعي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجامعة.



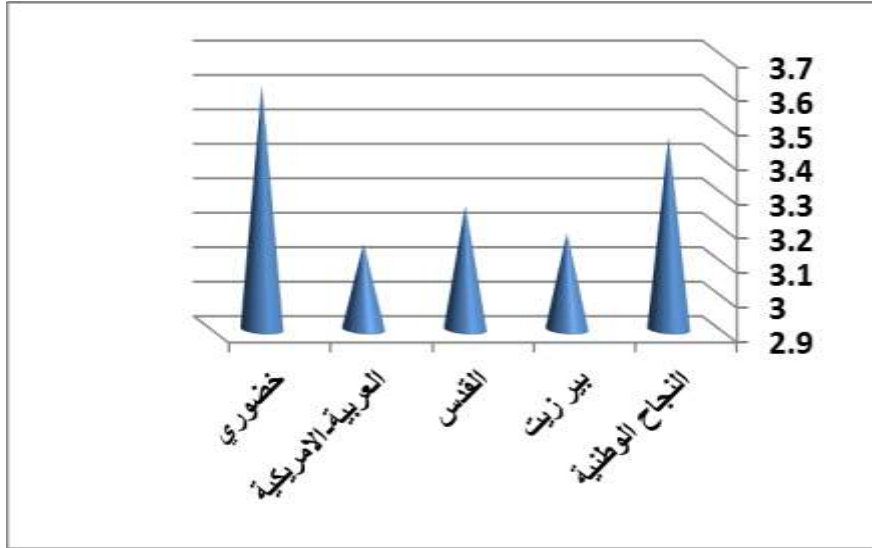
الشكل البياني رقم(3): متوسط الاستجابة على المجال الصحي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة

الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.

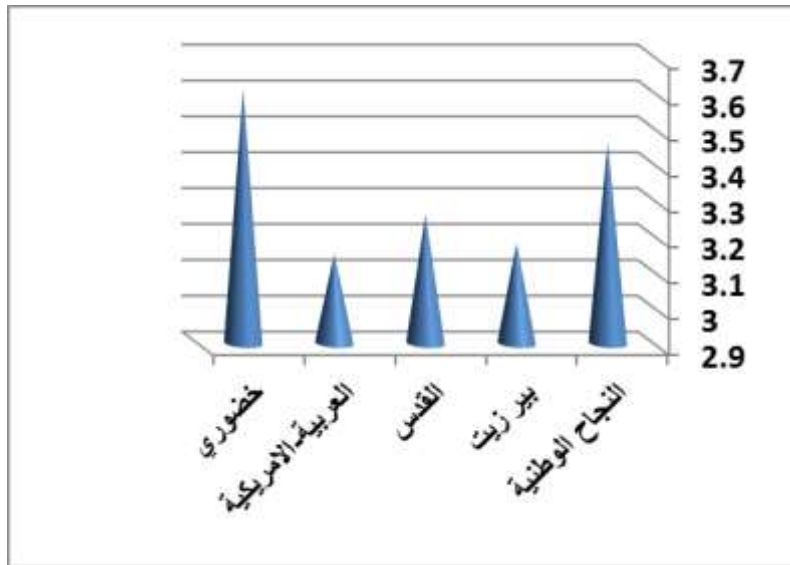


الشكل البياني رقم(4): متوسط الاستجابة على المجال التنافسي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة

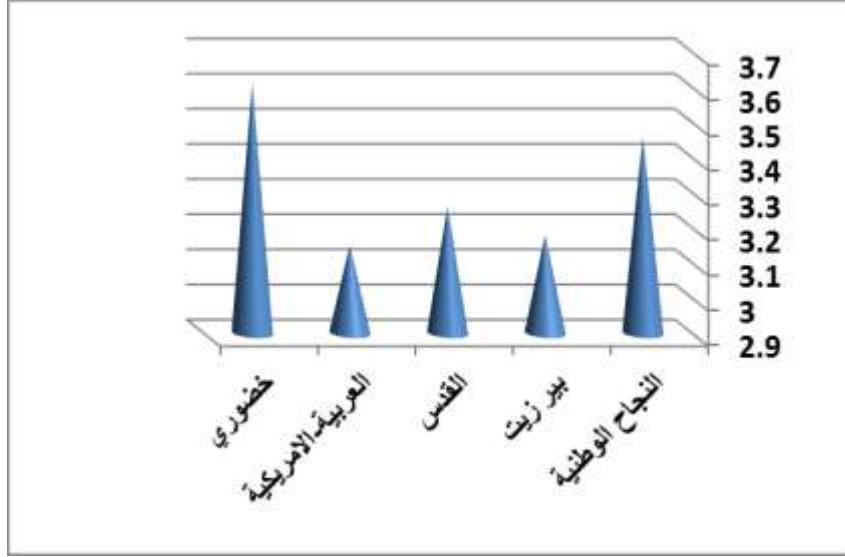
الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.



الشكل البياني رقم(5): متوسط الاستجابة على المجال الثقافي لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.



الشكل البياني رقم(6): متوسط الاستجابة على المجال الوطني والانتماء لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجامعة.



الشكل البياني رقم(7): متوسط الاستجابة للدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الجامعة.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الكلية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم تطبيق اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين

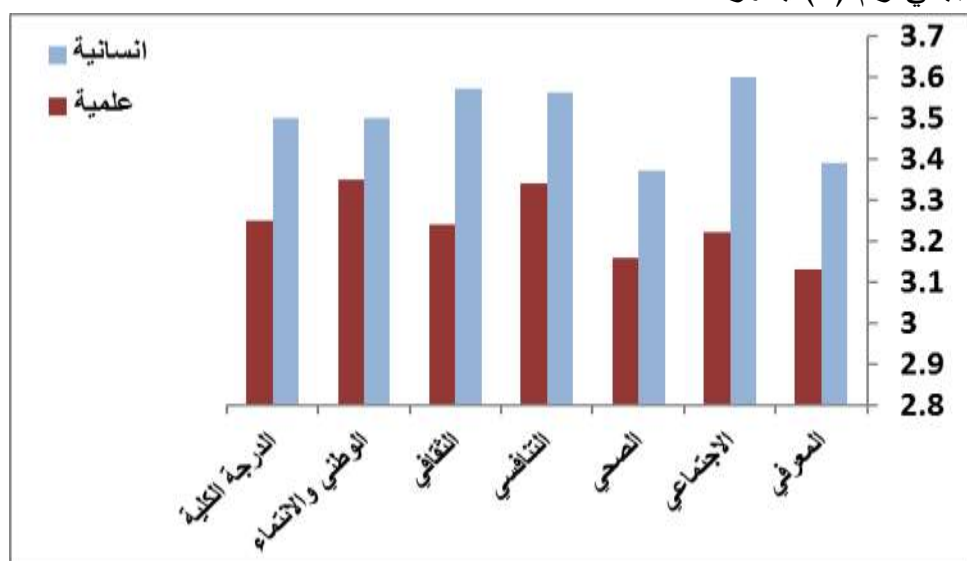
(Independent- Samples- T- Test)، ونتائج الجدول رقم (15) تبين ذلك.

الجدول رقم (15): نتائج اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الكلية (ن=611).

مستوى الدلالة *	قيمة (ت)	علمية (ن=281)		إنسانية (ن=330)		المجالات الكلية
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
*0.000	5.256	0.62	3.13	0.60	3.39	المعرفي
*0.000	7.357	0.61	3.22	0.63	3.60	الاجتماعي
*0.000	3.726	0.70	3.16	0.65	3.37	الصحي
*0.000	4.444	0.60	3.34	0.61	3.56	التنافسي
*0.000	6.005	0.67	3.24	0.65	3.57	الثقافي
*0.007	2.697	0.71	3.35	0.67	3.50	الوطني والانتماء
*0.000	6.057	0.50	3.25	0.52	3.50	الدرجة الكلية

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، درجات الحرية (609).

يتضح من نتائج الجدول رقم (15) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الكلية ولصالح الكلية الإنسانية، والشكل البياني رقم (8) يظهر ذلك.



الشكل البياني رقم (8): متوسط الاستجابة للمجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعاً لمتغير الكلية.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والاستنتاجات والتوصيات

اولا: مناقشة النتائج

ثانيا: الاستنتاجات

ثالثا: التوصيات

يشتمل هذا الفصل على مناقشة النتائج تبعا لتسلسل تساؤلات الدراسة، إضافة إلى الاستنتاجات والتوصيات، وفيما يلي عرض لذلك:

أولاً: مناقشة النتائج

- مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول والذي نصه:

ما دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية؟

يتضح من نتائج الجدول رقم (10) أن الدرجة الكلية لدور وسائل في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38)، وكان دور وسائل الإعلام متوسطا على جميع المجالات، حيث جاء المجال الثقافي في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (3.46)، ويليه المجال الوطني والانتماء في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.43)، ويليه المجال الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (3.42)، ويليه المجال الثقافي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي (3.41)، ويليه المجال الصحي في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (3.27)، بينما جاء المجال المعرفي في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.26).

ترى الباحثة أن الدرجة الكلية لوسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية جاء متوسطا لقلّة الاهتمام في نشر الوعي الثقافي الرياضي على المستوى المحلي وعلى مستوى طلبة الجامعات بشكل خاص، ولقلّة الكفاءات العلمية والبرامج التنقيفية وضعف الأداء المهني الذي بدوره يحفز على نشر الثقافة الرياضية التي لها اثر ايجابي في الارتقاء بالثقافة الرياضية وترسيخ القيم .

وجاءت هذه الدراسة متفقة مع كل من دراسة عبدالله (2015)، لوجود ضعف في الأداء المهني في الصحف الرياضية، دراسة ألو (2014) بأن الصحف المحلية اليومية لها دورا هاما في تطوير الرياضة وتعمل هذه الصحف على تطوير الثقافة الرياضية في نيجيريا ودراسة

زيود(2013/أ) بان وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

بينما جاءت نتائج هذه الدراسة غير متفقة مع دراسة مارتن (2000)، بعدم الاهتمام بالرياضة النسائية وان الاعلام لم يغطي تلك الرياضة بشكل صحيح وان الذكور هم المسيطرون.

مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني والذي نصه:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الجنس؟

يتضح من نتائج الجدول رقم(11) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الجنس.

ترى الباحثة ان السبب في ذلك يعود إلى قلة اهتمام وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية عند طلبة الجامعات في جميع مجالات الدراسة (المجال المعرفي، المجال الاجتماعي، المجال الصحي، المجال التنافسي، المجال الثقافي، المجال الوطني)، وذلك لضعف وسائل الإعلام وقلة المتخصصين في الإعلام الرياضي في مختلف أشكاله.

وجاءت هذه الدراسة متفقة مع دراسة شاکر وشحادة (2009)، حيث توصلت هذه الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وان الإعلام الرياضي عمل على تنمية جميع الجوانب التي تضمنتها الدراسة.

وبينما جاءت غير متفقة هذه الدراسة مع دراسة الزيود (2013/ب) بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المجال المعرفي بين الذكور والإناث ولصالح الذكور، واختلفت مع دراسة ميرزا (2014)، بأنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الألعاب المختلفة التي يهتم بها الجمهور تبعا لمتغيرات الجنس.

مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث والذي نصه:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الجامعة؟

يتضح من نتائج الجدول رقم (14) وجود فروق دالة إحصائية على جميع المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين جامعة (خضوري) وجامعات (بير زيت، القدس، العربية-الأمريكية) ولصالح جامعة (خضوري)، وبين جامعة (خضوري) وجامعة (النجاح الوطنية) ولصالح جامعة (خضوري) على المجال الصحي. وكذلك وجود فروق دالة إحصائية بين جامعة (النجاح الوطنية) وجامعة (بير زيت) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالات المعرفي والاجتماعي والثقافي والدرجة الكلية، وبين جامعة (النجاح الوطنية) وجامعة (القدس) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالين الاجتماعي والثقافي والدرجة الكلية، وبين جامعة (النجاح الوطنية) والجامعة (العربية الأمريكية) ولصالح جامعة (النجاح الوطنية) على المجالات المعرفي والاجتماعي والتنافسي والثقافي والدرجة الكلية. وأخيرا وجود فروق دالة إحصائية بين جامعة (القدس) وجامعتي (بير زيت، العربية-الأمريكية) ولصالح جامعة (القدس) على المجال المعرفي. بينما لم تكن هناك فروق دالة إحصائية في المقارنات البعدية الثنائية الأخرى بين المتوسطات الحسابية، والأشكال البيانية رقم (1-7) تظهر ذلك.

وترى الباحثة ان السبب في وجود فروق في بعض المجالات على مختلف الجامعات وذلك يعود الى اعتبارها اصغر جامعة وطبيعة نظام الدراسة المعتمدة فيها حيث تعتبر مادة التربية الرياضية إجبارية لكل التخصصات في داخل الجامعة ومدى تشجيع الطلبة على ممارسة الانشطة الرياضية التنافسية من اجل النقل المعرفي والوطني والثقافي والاجتماعي والصحي، وطبيعة وسائل الاعلام المحلية ومدى اهتمام هذه الوسائل على نشر الوعي الثقافي ومردودة في جميع المجالات طلبة الجامعات.

وجاءت نتائج هذة الدراسة متفقة مع دراسة الزيود (2013/ب) حيث توصلت النتائج الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الكليات العلمية والادبية لصالح الكليات العلمية، ودراسة ميرزا (2014) الى وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى لنوعية الالعب الرياضية التي يهتم بها الجمهور تبعا لمتغير الجنسية (مكان العمل، مكان الجامعة).

وجاءت نتائج هذة الدراسة غير متفقة مع دراسة شاكر وشحادة (2009)، الى عدم وجود فروق في دور تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة بين الذكور والإناث.

مناقشة النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع والذي نصه:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تعزى إلى متغير الكلية؟

يتضح من نتائج الجدول رقم (15) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) على المجالات والدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية تبعا لمتغير الكلية ولصالح الكلية الإنسانية، والشكل البياني رقم (8) يظهر ذلك.

ترى الباحثة ان السبب في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الكليات العلمية والإنسانية ولصالح الكلية الإنسانية، يعود إلى طبيعة التخصص وضعف في وسائل الاعلام المحلية وضعف العلاقات العامة في الجامعات بمشاركة الكليات العلمية في الانشطة الرياضية الجامعية ونشر الوعي الثقافي لدى طلبة الكليات الاخرى لمدى اهمية ممارسة الرياضة والمنافسات في داخل الجامعات بما يعود في نشر الثقافات الرياضية والمعرفية والاجتماعية والدافعية الوطنية وقلة التواصل مع الكليات العلمية لخصوصيتها.

وجاءت نتائج هذه الدراسة متفقة مع كل من دراسة: مرادي وآخرون (2012) حيث توصلت الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دور وسائل الاعلام الرياضي في الجوانب المعرفية والثقافية والتربوية والاجتماعية وتطور المنافسات ودراسة الزيود (2013/ب) حيث توصلت النتائج

إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الكليات العلمية والأدبية لصالح الكليات العلمية، ودراسة مجموعوم والقلالي (2009) تشير إلى عدم وجود تأثير ايجابي من خلال الصحافة الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية.

وجاءت نتائج هذه الدراسة غير متفقة مع دراسة أبو خطوة ومتولي (2009) أن وسائل الإعلام لا تقدم التوعية والإرشاد بقدر كافي عن فوائد الرياضة وأهمية الرياضة من اجل الصحة.

ثانيا: الاستنتاجات

في ضوء نتائج الدراسة ومناقشتها تستنتج الباحثة ما يلي:

1- تركيز وسائل الإعلام على نشر الوعي الثقافي في المجال التنافسي بصورة أكبر من المجالات الاخرى المجال المعرفي والمجال الصحي والمجال الثقافي.

2- تخاطب وسائل الإعلام بمختلف أشكالها الذكور والإناث على حد سواء وذلك ظهر في مجالات الدراسة لعدم وجود فروق ذات دلالات احصائية.

3- وجود مساق التربية الرياضية بشكل إجباري وإختياري في بعض الجامعات الفلسطينية لجميع الكليات العلمية والإنسانية مما يلزمهم لمتابعة الثقافات الرياضية وممارستها.

ثالثا: التوصيات

في ضوء اهداف الدراسة ونتائجها توصلت الباحثة الى التوصيات الاتية:

1- ضرورة النهوض بالبرامج الاعلامية كما وكيفا وتطويرها.

2- ضرورة الاهتمام بنوعية البرامج في القنوات الرياضية وإستدعاء الخبراء والمحللين المميزين للبرامج والتركيز على جميع مجالات الدراسة.

3- التأكيد على عمل برامج ثقافية رياضية في الإعلام الرياضي وليس فقط على الاخبار الرياضية.

4- التأكيد على عقد دورات مستمرة للعاملين في المجال الرياضي من اجل الارتقاء في اداء الاعلام الرياضي.

5- ضرورة عقد برامج وندوات عمل خاصة في داخل الجامعات الفلسطينية بخصوص أهمية الرياضة وما لها اثر في تحسين الحياة الاجتماعية والثقافية والصحية وخلق روح الوطنية.

6- اجراء ابحاث ودراسات تحليلية ميدانية لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة والوعي الرياضي في المجتمعات الفلسطينية على مختلف أماكن السكن.

7- انشاء وحدات تخصص في الاعلام الرياضي في كليات التربية الرياضية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو إصبع، صالح خليل (1995). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- أبو حليلة، فائق حسني (2004). الحديث في الإدارة الرياضية، كلية التربية الرياضية بالجامعات الرياضية، ط (1)، وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- أبو خطو، طلال فخر الدين ومتولي، إنجي عادل. (2009). تأثير الإعلام الرياضي على ممارسة الرياضة من أجل تحسين الصحة البدنية، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية الرياضية، كلية التربية البدنية، جامعة السابع من إبريل، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- الحديدي، منى سعيد واللبنان، شريف، درويش (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.
- الحضيف، محمد عبد الرحمن (1998). كيف تؤثر وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الزبيد، خالد، محمود (2013). دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية، دولة الإمارات.
- الزبيد، خالد، محمود (2013). دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، م(21)، ع(4)، كلية التربية الرياضية، جامعة اليرموك، عمان، الأردن.

- العبادي، جلال عبد (1996). أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب، مجلة التربية الرياضية، ع(12)، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد.
- القضاة، خالد حسن (1997). دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية الرياضية في المجتمع الأردني، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية التربية الرياضية.
- المعلا، محمد (2006). مسألة العلاقة بين الشرطة والجمهور بدولة الامارات العربية المتحدة، مركز البحوث والدراسات، لشرطة الشارقة.
- مجموع، خالد والقلالي، عبد الرزاق (2009). وسائل الاعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية بين الطلاب في مرحلة التعليم المتوسط بمنطقة الزاوية، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضة، جامعة السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- ختاتنة، سامي وعبد اللطيف، احمد (2010). علم النفس الاعلامي، دار المسيرة، عمان.
- رشتي، جيهان، احمد (1994). النظم الاذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، القاهرة.
- سنو، مي، العبدالله (1999). الاتصال في عصر المعلومات، الدور والتحديات الجديدة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.
- شاکر، نبيل وشحادة، عثمان (2009). دور مشاهدو القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح، ع(43)، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي، السودان.
- شفتنر، المعز لدين الله والرباع، عبد اللطيف علي (2009). اثر الصحافة الرياضة المحلية في تعميق الوعي الرياضي لدى الشباب، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضة، جامعه السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.

- شومان، محمد (2002). الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسة عملية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
- صابر، راجي (2012). تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة، دراسة ميدانية لبعض ثانويات مدينة بسكرة، مدينة بسكرة.
- عبد الحق، عماد، نعيقات، قيس، شناعة، مؤيد، العمدة، سليمان. (2012). مستوى الوعي الصحي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، مجلة جامعة النجاح للابحاث، مجلد(1)، عدد(3)، نابلس، فلسطين.
- عبد الحميد، بلال، بداع. (2014). الإعلام الرياضي والشباب، مجلة البحوث والدراسات العربية، ع(61)، مصر.
- عبدالله، الطيب حاج إبراهيم. (2015). دور الصحف الرياضية في تعزيز الاتجاهات الموجبه نحو الرياضة، مجلة العلوم الإنسانية، م(16)، ع(2)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- عوجة، علي. (1984). الإعلام والاتصال بالجماهير، المكتب الحديث، القاهرة، مصر.
- عصام الدين، عادل (2000). دور وسائل الاعلام في امن الملاعب الرياضية، دراسة علمية ضمن أبحاث الندوة العلمية امن-الملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
- عويس، خير الدين وعطا، علي حسن (1998). الاعلام الرياضي، ج(1)، ط(1)، دار الكتاب للنشر، القاهرة، مصر.

- فاروق، احمد (2002). الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم الخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الرياضي للفترة من (1995-2000)، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، مصر.
- محمد، نرمن رفيق (2010). الرسالة القومية للإعلام الرياضي كما يدركها الشباب، ج(2)، جامعة عين شمس وجامعة الدول العربية، مصر.
- مطر، عاطف (2003). دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- مكاي، عماد، حسين (2000). نظريه الإعلام، مطبعة مركز جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- ميزرا، جاسم خليل (2014). اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي، المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة- الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة بدبي، ع(1)، دبي، الإمارات.
- ياسين، فضل، ياسين (2011). الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- يعقوب، محمود (2008). مبررات إدخال تخصص الإعلام الرياضي في كليات التربية الرياضية وفقا للمتغيرات الحديثة، المؤتمر العلمي الدولي الثالث، م(2)، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعه الزقازيق، مصر.

- Alao, A. (2014). *The role of national daily papers in the sports development*, a Nigerian example. **International Journal of Innovative Research & Development**, 3(8): 172- 178.
- Martine, Mary Terasa. (2000): **Learning to Compete Media and Other Influences Froming the Self-Concepts of Four Female College Athletes**, DAL-A, Vol.60, No.09.
- Moradi, M., Honari, H., Naghshbandi, S., & Jabari, N. (2012). **The association between informing, social participation, educational, and culture making roles of sport media with development of championship sport**. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 46: 5356- 5360.
- Stamirs, G (2000): **Sociology of Sport**. Second Renewed Publication. Athens. Publication Zita. Greece.
- Wensing, E. And Broce, T.(2003). **Bending the principles Media Representations of Gender a worldwide Sport Event**, *International Review for the science of Sport*, Vol. 38, No.4.

الملاحق

الملحق رقم (1) استبانة المحكمين

الملحق رقم (2) الاستبانة بصورتها النهائية

الملحق رقم (3) أسماء المحكمين وتخصصاتهم ورتبهم العلمية ومكان عملهم

ملحق رقم (1) الاستبانة بصورتها الأولية

الأخ الدكتور: _____ المحترم .

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثة بدراسة " دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية" وذلك استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التربية الرياضية في جامعة النجاح الوطنية، وعليه فقد تم اختيارك كعضو لتحكيم مجالات وفقرات الاستبانة المقترحة من قبل الباحثة لما عهدنا منك من خبرة ومعرفة في تحكيم هذا المجال، ارجو من حضرتكم التكرم بالاطلاع على المجالات والفقرت بعناية وابداء ملاحظاتكم حول ملائمة هذه المجالات والفقرات للدراسة، وهذا بدوره سيسهم بإصدار حكم دقيق وموضوعي عليها، كما ارجو ابداء ملاحظاتكم من حيث اقتراح اي تعديل على الفقرات او على الصياغة اللغوية.

مع الاحترام والتقدير وشاكرين حسن تعاونكم.

الباحثة

سما لخلوح

الاستبيان

أختي الطالبة،، اخي الطالب:

تقوم الباحثة بدراسة " دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى
طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية" وذلك استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير
في التربية الرياضية في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية ، ارجو من حضرتكم
التكرم بالاستجابة على فقرات الاستبيان، علما بان جميع المعلومات ستستخدم لغاية البحث العلمي
فقط.

اولاً: المعلومات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى .

الجامعة: جامعة النجاح الوطنية جامعه بير زيت جامعة القدس

الجامعة العربية الأمريكية جامعة فلسطين التقنية .

الكلية: علوم انسانية علوم علمية .

الاستبيان :

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المجال الاول : المجال المعرفي						
1	تهتم المراكز الإعلامية الفلسطينية بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة الفلسطينية					
2	تثري الوسائل الإعلامية الرياضة الفلسطينية بالدراسات والأبحاث					
3	تناول الوسائل الإعلامية القوانين المستجدة في الرياضة					
4	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر أزمنا وأمكنة البطولات والفعاليات الرياضية					
5	تركز الوسائل الإعلامية على العاب دون غيرها					
6	تتناول الوسائل الإعلامية المستجدات الإدارية وهيكليات الاتحادات والمراكز الرياضية					
7	تركز الوسائل الإعلامية على الرياضة الفلسطينية أكثر من غيرها					
8	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر نتائج البطولات الرياضية					
المجال الثاني: الاجتماعي						
1	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية المناسبات الرياضية					
2	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية سيرة الفرق واللاعبين					
3	تنشئ الوسائل الإعلامية مواقع الكترونية للرياضة الفلسطينية					
4	تغطي الوسائل الإعلامية دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية					
5	تعزز الوسائل الإعلامية الرسالة المجتمعية للرياضة الفلسطينية					
6	تتفاعل الوسائل الإعلامية مع الأحداث والمناسبات المجتمعية الفلسطينية					

					7	الوسائل الإعلامية لها دور كبير في خدمة المجتمع
					8	تغطي الوسائل الإعلامية دورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين
المجال الثالث: الصحي						
					1	الوسائل الإعلامية لها دور كبير في التربية البدنية والذهنية
					2	تساهم الوسائل الإعلامية في نشر الثقافة الصحية الرياضية
					3	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية مفاهيم الأداء البدني والوظيفي للرياضة
					4	تقوم الوسائل الإعلامية بنشر مفاهيم الصحة والتغذية والرياضة السليمة
					5	تتابع وسائل الإعلام الحالات الصحية والبدنية المتعلقة باللاعبين
					6	تخصص الوسائل الإعلامية جوانب متخصصة للصحة والسلامة الرياضية
					7	تقدم الوسائل الإعلامية إرشادات ونصائح صحية متعلقة بالرياضة
					8	تتفاعل الوسائل الإعلامية بالمناسبات الصحية المحلية والدولية
المجال الرابع: التنافسي						
					1	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية أخبار الأندية والمراكز الرياضية وانتخاباتها
					2	تغطي الوسائل الإعلامية نتائج البطولات ونتائج المباريات
					3	تهتم بإظهار وإبراز الآراء والراي الآخر في المجال الرياضي
					4	تهتم الوسائل الإعلامية بإبراز نتائج البطولات المحلية والدولية على حد سواء
					5	تلتزم الوسائل الإعلامية الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية
					6	تقدم الوسائل الإعلامية معلومات دقيقة للحدث الرياضي

					7	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر مبادئ التنافس الحر ونزبه كقيمة تربوية
					8	تهتم الوسائل الإعلامية بالموضوعية في المقابلات وتتويج الأعلام والأشخاص
المجال الخامس: الثقافي						
					1	تهتم وسائل الإعلام بتغطية الأنشطة الثقافية للمراكز والأندية الرياضية
					2	تتصف وسائل الإعلام بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية
					3	تهتم السياقات الإعلامية بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة
					4	تهتم وسائل الإعلام بدقة العناوين وتناسق الموضوعات الرياضية
					5	تهتم وسائل الإعلام بإبراز الثقافة الفلسطينية من خلال المشاركات الدولية للرياضة الفلسطينية
المجال السادس: الوطني والانتماء						
					1	تعزز الوسائل الإعلامية قيم الانتماء الوطني
					2	تساهم الوسائل الإعلامية بإبراز الرياضة الفلسطينية كثابت وطني
					3	تتابع الوسائل الإعلامية مسيرة الفرق الفلسطينية في كافة مشاركتها
					4	تسهم وسائل الإعلام بإبراز دور الرياضة الفلسطينية في تعزيز التوجه نحو بناء المؤسسات الوطنية
					5	تبرز وسائل الإعلام دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية
					6	تبرز وسائل الإعلام دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية
					7	تبرز وسائل الإعلام المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية
					8	تسهم وسائل الإعلام في نشر دور المؤسسة الرسمية والحكومية في دعم الرياضة الوطنية

ملحق رقم(2) الاستبانة بصورتها النهائية

الاستبيان

أختي الطالبة،، اخي الطالب:

تقوم الباحثة بدراسة " دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية عند طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية" وذلك استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التربية الرياضية في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية ، ارجو من حضرتكم التكرم بالاستجابة على فقرات الاستبيان، علماً بان جميع المعلومات ستستخدم لغاية البحث العلمي فقط.

اولاً: المعلومات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

الجامعة: جامعة النجاح الوطنية جامعه بير زيت جامعة القدس

الجامعة العربية الأمريكية جامعة فلسطين التقنية

الكلية: علوم انسانية علوم علمية

الاستبيان :

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المجال الاول : المجال المعرفي						
1	تهتم الوسائل الإعلامية الفلسطينية بإثراء الجوانب الحضارية والتاريخية للرياضة الفلسطينية					
2	تثري الوسائل الإعلامية الرياضة الفلسطينية بالدراسات والأبحاث					
3	تتناول الوسائل الإعلامية القوانين المستجدة في الألعاب الرياضية					
4	تنتشر الوسائل الإعلامية الزمان والمكان المحدد لإقامة البطولات والفعاليات الرياضية					
5	تسلط الوسائل الإعلامية الضوء على الألعاب الرياضية لكلا الجنسين					
6	تزود الوسائل الإعلامية المستجندات الإدارية وهيكليات الاتحادات والمراكز الرياضية					
7	تركز الوسائل الإعلامية على الرياضة الفلسطينية أكثر من غيرها					
8	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر نتائج المسابقات الرياضية					
المجال الثاني: الاجتماعي						
1	تهتم الوسائل الإعلامية بتغطية الأحداث الرياضية					
2	تؤرشف الوسائل الإعلامية سيرة الفرق واللاعبين					
3	تنشئ الوسائل الإعلامية مواقع الكترونية للرياضة الفلسطينية					
4	تغطي الوسائل الإعلامية دور الفرق الرياضية في الأنشطة التطوعية والمشاركة المجتمعية					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	تعزز الوسائل الإعلامية الرسالة المجتمعية للرياضة الفلسطينية					
6	تتفاعل الوسائل الإعلامية مع الأحداث الرياضية					
7	الوسائل الإعلامية لها دور في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع					
8	تقوم الوسائل الإعلامية بدورها الكامل في الرياضة الخاصة بالجنسين					
المجال الثالث: الصحي						
1	تواكب الوسائل الإعلامية كل جديد على صعيد الصحة البدنية للرياضيين					
2	تصدر الوسائل الإعلامية منشورات ثقافية وتوعوية عن الصحة والرياضة					
3	تهتم الوسائل الإعلامية في التوعية بخطورة الممارسات الرياضية الخاطئة					
4	تركز الوسائل الإعلامية بنشرها لمفاهيم التغذية السليمة للرياضيين					
5	تتابع وسائل الإعلام الحالات الصحية والبدنية للاعبين					
6	تخصص الوسائل الإعلامية اعلامياً رياضياً متخصصاً لمتابعة الصحة والسلامة الرياضية					
7	تتواصل الوسائل الإعلامية مع جهات صحية رسمية لتقديم الإرشادات والنصائح الصحية المتعلقة بالرياضة					
8	تتفاعل وسائل الإعلام مع الأحداث المحلية والدولية المرتبطة بالصحة الرياضية					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المجال الرابع: التنافسي						
1	تعزز الوسائل الإعلامية من الدور التنافسي للرياضيين					
2	تغطي الوسائل الإعلامية نتائج المسابقات الرياضية المحلية والعربية والدولية					
3	تهتم وسائل الإعلام بإظهار وإبراز الآراء والرأي الآخر في المجال الرياضي					
4	تثير الوسائل الإعلامية روح التحدي والتنافس بين المشاركين					
5	تلتزم الوسائل الإعلامية الموضوعية بنشر أخبار المراكز والأندية					
6	تقدم الوسائل الإعلامية معلومات دقيقة للحدث الرياضي					
7	تهتم الوسائل الإعلامية بنشر مبادئ التنافس الحر والنزاهة كقيمة تربوية					
8	تهتم الوسائل الإعلامية بالموضوعية في المقابلات وتنويع الأرقام والأشخاص					
المجال الخامس: الثقافي						
1	تهتم وسائل الإعلام بتغطية الأنشطة الثقافية للمراكز والأندية الرياضية					
2	تتصف وسائل الإعلام بالتوازن في نشر وتحليل الأنشطة الرياضية					
3	تهتم السياقات الإعلامية بالخطاب اللغوي السليم وسلامة اللغة					
4	تهتم وسائل الإعلام بدقة العناوين وتناسق الموضوعات الرياضية					
5	تهتم وسائل الإعلام بإبراز الثقافة الفلسطينية من خلال المشاركات الدولية للرياضة الفلسطينية					

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
6	تدعم وسائل الإعلام استضافة محاضرين متخصصين بعلوم التربية الرياضية					
7	تعزز وسائل الإعلام دور المرأة في المشاركة بالفعاليات والندوات العلمية الرياضية					
8	تعمل وسائل الإعلام على تقبل النتائج والابتعاد عن ظاهرة التعصب المناطق والعنف					
المجال السادس: الوطني والانتماء						
1	تعزز الوسائل الإعلامية قيم الانتماء الوطني من خلال الأنشطة الرياضية					
2	تساهم الوسائل الإعلامية بإبراز الرياضة الفلسطينية كثابت وطني					
3	تتابع الوسائل الإعلامية مسيرة الفرق الفلسطينية في كافة مشاركتها					
4	تسهم وسائل الإعلام بإبراز دور الرياضة الفلسطينية في تعزيز الوجود الفلسطيني على خارطة العالم					
5	تبرز وسائل الإعلام دور الرياضة في التعاون والمشاركة المجتمعية والوطنية					
6	تبرز وسائل الإعلام دور ومساندة المؤسسات الوطنية الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية					
7	تبرز وسائل الإعلام المضامين الوطنية للبطولات الرسمية والخاصة في دعم الرياضة الفلسطينية					
8	تسهم وسائل الإعلام في نشر دور المؤسسات الخاصة والعامة في دعم الرياضة الوطنية					

الملحق رقم (3) أسماء المحكمين وتخصصاتهم ومكان عملهم

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
1.	محمود الاطرش	أستاذ مساعد	علم النفس الرياضي	جامعه النجاح الوطنية
2.	قيس نعيرات	أستاذ مساعد	إصابات رياضية	جامعه النجاح الوطنية
3.	بشار صالح	أستاذ مساعد	فسيولوجيا تدريب رياضي	جامعه النجاح الوطنية
4.	جمال شاكر	أستاذ مساعد	مناهج	جامعة النجاح الوطنية
5.	عبد السلام حمارشة	استاذ مشارك	إصابات رياضية	جامعة القدس (أبوديس)
6.	مؤيد شناعة	أستاذ مساعد	رياضة الحالات الخاصة	جامعة القدس (أبوديس)
7.	عبد السلام حمارشة	استاذ مشارك	إصابات رياضية	جامعة القدس (أبوديس)
8.	سبأ جرار	أستاذ مساعد	الإدارة والتنظيم في التربية الرياضية	الجامعة العربية الامريكية
9.	بهجت أبو طامع	أستاذ مشارك	التدريب الرياضي	جامعة فلسطين التقنية
10.	ثابت اشتيوي	أستاذ مساعد	علم النفس الرياضي	جامعة فلسطين التقنية
11.	مها جراد	أستاذ مساعد	تعلم حركي	جامعة فلسطين التقنية

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**The Role of Media in Disseminating Sport Culture among
Palestinian Universities Students in the West Bank**

By

Sama Waleed Mohammad Lahlooh

Supervisor

Prof. Imad Abdul Haq

Co-supervisor

Dr. Bader Dwikat

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master, of Physical Education, Faculty of Graduate
Studies, An-Najah National University, Nablus-Palestine.**

2017

**The Role of Media in Disseminating Sport Culture among
Palestinian Universities Students in the West Bank**

By

Sama Waleed Mohammad Lahlooh

Supervisor

Prof. Imad Abdul Haq

Co-supervisor

Dr. Bader Dwikat

Abstract

The purpose of this study was to investigate the role of media in disseminating sport culture among Palestinian universities students in the West Bank. To achieve this, the study was conducted on a sample of (611) male and female students from the students of scientific and humanitarian faculties of Palestinian universities in the West Bank. The researcher utilized the descriptive survey approach for its relevance to the nature and the targets of the study. To gather data, the study tool has been prepared after verifying its validity and reliability and being subjected to the arbitration. After the data collection, statistical package for the social sciences (SPSS) was used to analyze the results.

The results of the study showed that the total score of the role of media in disseminating sport culture among Palestinian universities students in the West Bank was middle, where the mean of response was (3.38). Also, the results revealed that there were no significant differences in the domains and the total score of the role of media in disseminating sport culture among Palestinian universities students in the West Bank according to the gender variable, in contrast there were significant differences in the domains and the total score of the role of media in

disseminating sport culture among palestinian universities students in the west bank according to the university variable. Furthermore the results showed that there were significant differences in the domains and the total score of the role of media in disseminating sport culture among palestinian universities students in the west bank according to the faculty variable in favor of humanitarian faculty.

The researcher recommended several recommendations where the most important are the need to quantitatively and qualitatively promote and develop the media programs, and to hold special programs and seminars in the Palestinian universities concerning the importance of sports and its impact on enhancing social, health and cultural life, and creating the spirit of patriotism. Finally establishing specialized units for sports media in the faculties of physical education.

