

## الأبعاد التربوية في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الرياضية المصرية

د. شادية محمد جابر حسنين .

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة دمياط

## المخلص

هدفت الدراسة إلى رصد الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية الرياضية من وجهة نظر عينة الدراسة، والتعرف على أسباب مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الرياضية المصرية، والتعرف على معدلات وأنماط تعرض الشباب عينة الدراسة لهذه القنوات. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وبالتحديد منهج المسح بالعينة، واستخدمت استمارة الاستبيان طبقت على عينة عمدية حصصية تتكون من ٤٠٠ مفردة من طلبة الفرقة الرابعة من الذكور المشاهدين لبرامج القنوات الفضائية الرياضية المصرية الممارسين وغير الممارسين للأنشطة الرياضية بكليات جامعة دمياط بنسبة تواجدهم في كل كلية على مستوى الجامعة من الكليات النظرية والعملية، الكليات النظرية وتمثل في كليات (التجارة- الآداب- التربية) والكليات العملية وتمثل في كليات (العلوم- الزراعة- الفنون التطبيقية- التربية النوعية- التربية الرياضية) وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يشاهدون القنوات الرياضية دائما بنسبة ٧٨,٩٥% وأحيانا بنسبة ٢٠% احتلت قيمة "الروح الرياضية" من الأبعاد الجمالية المركز الأول بنسبة ٨٤,٧٥% يليها "تجنب العنف والشغب بنسبة ٨١% ثم الولاء والانتماء للوطن بنسبة ٨٠,٥٠%، جاء برنامج "مع عفي" في المرتبة الأولى بنسبة ١٠,٨٣% يليه Time Out في المرتبة الثانية بنسبة ١٠,٣٣% وبرنامج مساء الأنوار في المرتبة الثالثة بنسبة ٩,٦٧%، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية وطبيعة الكلية، وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة طردية بين نوع الكلية والدوافع، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وطبيعة الكلية، توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع مشاهدة ومحل الإقامة وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة طردية بين محل الإقامة ودوافع المشاهدة، عدا دافع تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية فلا يوجد تأثير لمحل الإقامة على اختيار هذا الدافع بين الريف والحضر

**الكلمات المفتاحية:** الأبعاد التربوية، البرامج الحوارية، القنوات الفضائية الرياضية

## Educational Dimensions in Talk Shows presented in Egyptian Sports Satellite Channels

The study aimed to depict educational dimensions in talk shows presented in the sports satellite channels from the perspectives of the study sample, identify their reasons of watching these talk shows presented in the Egyptian sports satellite channels and to identify rates and types of the sample's exposure to these channels. The study used the sample survey approach. The study conducted the questionnaire as a research instrument. The study sample was 400 of 4th male university students who watch the Egyptian sports satellite channels programmes, who practice sports activities or not. The sample was selected using purposive quota technique from faculties of Damietta University. The quota was according to their presence in each faculty; either theoretical or practical, the theoretical faculties are (Commerce- Arts- Education), the practical faculties are (Sciences- Agriculture- Applied Arts- Specific Education- Physical Education). The findings revealed that the sample individuals watch the sports channels as follows: Always at 78.95%, Sometimes at 20%; the value of "sport spirit" came first among the aesthetic dimensions at 84.75%, followed by "violence& rioting avoidance" at 81%, then loyalty and belongingness to homeland at 81.50%. "With Afifi" programme came first at 10.83, followed by "Time Out" at 10.33% and "Masaa' Al- Anwar" came third at 9.67%. The study found statistically significant relationship between motives of watching talk shows and the nature of the faculty. Spearman's correlation values suggested a direct relationship between the faculty nature and motives, there are statistically significant differences among education dimensions presented in talk shows on the sports satellite channels and the faculty nature. The study also found statistically significant relationship between watching motives and place of birth. Spearman's correlation values also suggested a direct relationship between place of birth and watching motives; except motive of addressing sports issues and events from different points of views, there is no effect of place of birth on this motive between rural and urban.

**Key words:** educational dimensions, talk shows, sports satellite channels

للإعلام دورا حيويا ورئيسيا في التعبير عن رأى وفكر وتطلعات أفراد المجتمع، نظرا لتأثيره وانعكاساته على مناشط الحياة بالمجتمعات، وبث القيم والعادات ونقل التراث والثقافات المختلفة من جيل إلى آخر من هنا جاء اهتمام الدول بوسائل الإعلام لما لها من تأثير قوى على الجماهير باختلاف أنواعها خاصة الشباب.

ومن أولى الوسائل الإعلامية وأكثرها جماهيرية وشعبية وتأثيرا على الجمهور هو التلفزيون، الذى يتمتع بالجاذبية والإثارة والتشويق ويفوق تأثيره باقى الوسائل الأخرى، حتى أن البعض أطلق عليه لقب "الأب الثالث" وذلك من خلال ما يقدمه من برامج مختلفة ومضامين متنوعة.

وقد أدى التطور والتقدم فى وسائل الإعلام فيما يتعلق بنقل المسابقات والأخبار والتعليقات الرياضية الضرورية لنشر الوعي الرياضى بين الجمهور إلى ظهور تخصص فى مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضى، والذى يتمتع بدورا مميذا فى نشر وقائع الرياضة ونشر الثقافة الرياضية وترسيخ القيم الإيجابية، فضلا عن دوره فى الحيلولة دون أعمال العنف والشغب فى أثناء ممارسة المسابقات الرياضية (١٤: ٤٥).

ويعرف الإعلام الرياضى بأنه نشر الأخبار والمعلومات، والحقائق الرياضية وعرض وتفسير القواعد والقوانين التى تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، عن طريق منظومة إعلامية تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال الجماهيري (٢١: ٣٣)

وتقوم هذه المنظومة الإعلامية الرياضية بعدة وظائف مختلفة منها وظيفة تعليمية تعمل على توصيل المعلومات والخبرات، ووظيفة سيكولوجية تهدف إلى تحريك العواطف وإثارة الانفعالات أو التنبيه عما يكمن البعض من مشاعر، ووظيفة تنظيمية تقوم على إذاعة معلومات على أطراف متعددة فى مواقع شتى وفى وقت واحد (١٦: ١٧٥).

ويأتى الارتباط بين الرياضة والتلفزيون من ان كلاهما يقوم على المتعة والتسلية والترفيه للجمهور وتوجد العديد من العوامل التى ساعدت على انتشار الرياضة وأنها أصبحت تتمتع بالعالمية دون غيرها من العلوم الأخرى منها قوة وسائل الإعلام (الإعلام الرياضى)، تعدد القنوات الفضائية وانتشارها حول العالم بحيث تعرض الأحداث الرياضية من جميع أنحاء العالم مما أتاح للمشاهد الفرصة للتعرف على فنون الرياضة المختلفة، مما شجع الدول على الاهتمام بالرياضة واستضافة الدورات والبطولات الدولية بهدف التعارف وتنشيط السياحة (١٨: ٣١).

فالإعلام الرياضى يعمل على تزويد الجمهور بالمعلومات الرياضية والأحداث المختلفة على الساحة الرياضية فهو المرأة العاكسة للحياة الرياضية من خلال البرامج المختلفة التى تقدمها الفضائيات الرياضية ومنها البرامج الحوارية التى تعد من أكثر أشكال البرامج التلفزيونية انتشارا ونجاحا لدى الجماهير لما تمتع به من قدرة على جذب الانتباه والتأثير على الجمهور وتعمل على غرس القيم الإيجابية وتعديل السلوك وإكساب الفرد العادات السلوكية السليمة، فوسائل الإعلام فى أى مجتمع تلعب دورا هاما فى زيادة الوعي الثقافى والاجتماعى، وتشكيل الرأى العام وتحديد اتجاهاته وأحيانا خلق آراء ومفاهيم جديدة خاصة لدى الشباب.

#### مشكلة الدراسة:

يعد الإعلام الرياضى انعكاسا للحياة الرياضية والأحداث المرتبطة بها كالمباريات والمنافسات فى شتى أنحاء العالم، فهو من أهم وأكثر أنواع الإعلام انتشارا وجاذبية لقطاع كبير فى المجتمع يهتم بالرياضة والتحليل والتعليق على الأحداث الرياضية المختلفة، وقد ساعدت القنوات الفضائية الرياضية على تلبية وإشباع احتياجات الجمهور فى الجانب الرياضى بجميع أحداثه فهذه القنوات تجذب قطاع كبير من الجمهور الرياضى وخاصة جمهور الشباب الذى يعد أهم شرائح المجتمع ويتميز بأنه جمهورا يتمتع بالحيوية والنشاط، معجب بالبطولات والنجوم البارزين فى المجال الرياضى كما يتميز أيضا بأنه انفعالى، متقلب، ردود أفعاله قوية، تظهر أحيانا فى

صورة عنف وشغب وتعصب رياضى، مما يؤدي إلى وقوع بعض الأحداث العنيفة وخاصة فى الملاعب لذا يقع على عاتق هذه القنوات عبء مواجهة هذه الأحداث ومحاولة معالجة هذه القضايا بتقليل الشحن الإعلامى الذى يحدث من بعض البرامج أو من بعض الجماهير كما تتناول أهم القضايا والأحداث الرياضية بالتحليل والمناقشة، والحوارات، والتقارير الخارجية واللقاءات الجماهيرية، من خلال البرامج الحوارية التى تعد من أهم أشكال البرامج وأكثرها انتشارا وتأثيرا على تشكيل اتجاهات وآراء الجماهير وغرس القيم التربوية والخلقية خاصة لدى الشباب وقد حرصت هذه البرامج على حث الجماهير على المشاركة والتفاعل معها من خلال مشاركتهم بالحضور فى الاستوديو، أو المداخلات التلفزيونية، أو الرسائل القصيرة، كما أنشأت هذه القنوات صفحات خاصة لها على مواقع التواصل الاجتماعى مما أدى إلى التفاعل الإيجابى والمشاركة الفعالة فى الرأى بين الجمهور ومقمتى البرامج الرياضية وخاصة الشباب والمراهقين الذين يشكلون النسبة الأكبر من متابعى القنوات الرياضية، ويتأثرون سلبا أو إيجابا بما تقدمه من مضامين رياضية، ونظرا لأهمية وخطورة هذه البرامج وتأثيرها القوي على الجمهور. وقد حددت الباحثة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى "ما الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الرياضية المصرية"

#### أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى:

١. انتشار وتزايد القنوات الفضائية المتخصصة ومنها القنوات الرياضية التى تستحوذ على اهتمام قطاعات كبيرة من الجمهور خاصة الشباب، من خلال استخدام التقنيات التكنولوجية الهائلة والتى تتميز بالبراعة والإبداع فى إنتاج وإخراج البرامج مما يثير انتباه الجمهور ويدفعهم لمتابعها.
٢. تتناول الدراسة قالب إعلامى من القوالب البرمجية الهامة وهو البرامج الحوارية التى تلقى إقبالا جماهيريا كبيرا فى المجتمع المصرى، حيث تكمن وظيفتها فى كشف الحقائق وإعطاء المعلومات من خلال اللقاء بالمسؤولين ومناقشة الأحداث اليومية فى المجتمع.
٣. أهمية فئة الشباب فى المجتمع حيث أنهم ثروة بشرية هائلة تشكل قاعدة الهرم السكانى تتمتع بالحيوية والديناميكية، حيث يشكل الشباب نسبة ٢١% من إجمالى السكان فى المرحلة العمرية من (١٨ - ٢٩) وبلغ إجمالى عددهم ٢٠,٢ مليون نسمة (٤).
٤. قلة الدراسات التى تناولت القنوات الفضائية الرياضية المصرية وتأثيرها على الجمهور (فى حدود علم الباحثة) بالرغم من إجراء العديد من الدراسات حول تأثير القنوات الفضائية المتخصصة على الجمهور.
٥. لذا تكمن أهمية الدراسة فى أنها أولى الدراسات التى تتناول الأبعاد التربوية فى البرامج الحوارية الرياضية والتعرف على الدور التربوى لهذه البرامج المقدمة ببعض القنوات الفضائية الرياضية المصرية وما تكونه من اتجاهات تسهم سلبا وإيجابا فى تكوين عقول واتجاهات الشباب، خاصة بعد وقوع العديد من حوادث الشغب والعنف فى الملاعب ودور هذه القنوات فى معالجة الأحداث وتهدئة الجمهور

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على:

١. معدلات وأنماط تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية الرياضية المصرية.
٢. أسباب مشاهدة الشباب عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الرياضية المصرية.
٣. رصد الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية الرياضية من وجهة نظر عينة الدراسة.
٤. مدى مشاركة الشباب عينة الدراسة فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

في أوساط الجماهير ومع مرور الوقت أصبح التلفزيون ملازماً للأحداث والمناسبات الرياضية بفعل تنامي الاستثمارات في هذا المجال وبفعل اعتماد الهيئات الرياضية الدولية والمحلية، وكذلك المنتخبات والأندية الرياضية على عائدات نقل هذه المباريات والمناسبات (١١: ٢٢).

ويعود ارتباط الرياضة بوسائل الإعلام إلى اشتراكهم في بعض القيم، فالتغطية التلفزيونية للأحداث والوقائع تقوم على ما يسمى بالقيم الإخبارية وهي الجدة، الواقعية، الأهمية، الضخامة، الشهرة، الإثارة، الغرابة، الصراع، وهي في أغلبها متوفرة في الحدث الرياضي، ويقوم الإعلام الرياضي على المزج بين التسلية والاستعراض، مع التركيز على قيم الإثارة، الشهرة، الغرابة والصراع، فكل حركة أو تصريح يقوم به النجم رونالدو وميسي تعتبره وسائل الإعلام خبراً أو حدثاً يهم أكبر قدر من الجماهير، وكل مباراة في كرة القدم بين ريال مدريد وبرشلونة هي صراع احتفالي والأمر ينطبق على جميع المناسبات الرياضية مثل نهائيات كأس العالم والدوريات الأوروبية والعديد من الأحداث الرياضية (٢٣: ٦٨).

٢. وظيفة الإعلام الرياضي: الوظيفة الرئيسية للإعلام الرياضي هي إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأى عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي ومن أهم هذه الوظائف أيضاً ما يلي:

أ. الوظائف المعرفية: إحاطة الأفراد علماً بالمعلومات عن الأحداث الرياضية في المجتمع الرياضي الذي مما يؤدي إلى تكيف الأفراد مع هذا المجتمع والاندماج فيه ويساهم في استقراره.

ب. الوظيفة التفسيرية: تناول الأحداث والقضايا المثارة بالشرح والتفسير والتعليق وبيان أبعاده أو دوافعها ومغزاها وتقديم الدعم للمؤسسات والنظم الرياضية المختلفة.

ج. الوظيفة الاستمرارية: صهر عناصر المجتمع في بوتقة واحدة من خلال التعبير عن الثقافات السائدة في المجتمع والثقافات الفرعية، والحفاظ على القيم السائدة فيه واستمرارية ثقافته الرياضية.

د. الترويج: مساعدة الأفراد على البعد عن الروتين اليومي والتخفيف من التوتر والضغط الاجتماعي.

هـ. التعبئة: تشييد حملات إعلامية منظمة عن طريق حشد وتعبئة الجماهير نفسياً ومعنوياً من أجل تحقيق أغراض معينة. (١٧: ٤٩).

٣. أهداف الإعلام الرياضي:

أ. محاولة التخفيف من صعوبات الحياة اليومية بالترويج عن الجمهور وتسليةهم.

ب. الاهتمام بتناول قضايا ومشكلات الرياضة بطريقة علمية بالتشخيص والتحليل وطرح الحلول.

ج. الحرص على نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.

د. الالتزام بالنسق القيمي للمجتمع بتثبيت القيم والمبادئ الرياضية والمحافظة عليها. (١٠: ٢٤).

٤. أنواع تأثير الإعلام الرياضي:

أ. تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي: عندما يركز الإعلام الرياضي على فريق يلعب بطريقة عنيفة عندها سيتأكد الجمهور من سلوكيات هذا الفريق ويساند وجهة نظر الإعلام.

ب. تغيير المعرفة الرياضية: تتأثر شخصية الفرد وسلوكياته من خلال تمكنه من المعلومات الرياضية.

ج. التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي: إن تغيير السلوكيات السيئة إلى

الرياضية المصرية.

٥. مدى موضوعية البرامج الحوارية أثناء معالجة القضايا والأحداث الرياضية.

٦. الأساليب التي يفضلها الشباب في معالجة البرامج الحوارية للموضوعات الرياضية.

٧. البرامج التي يفضل الشباب أفراد العينة مشاهدتها على القنوات الفضائية الرياضية المصرية.

٨. مدى ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها البرامج الرياضية.

#### الإطار النظري:

يلعب الإعلام بصفة عامة دوراً حيوياً ورئيسياً في المجتمعات المتقدمة نظراً لتأثيره وانعكاساته على مناشط الحياة بالمجتمعات، ومن هنا جاء اهتمام الدول بوسائل الإعلام لما لها من دور هام ورئيسي في التعبير عن رأى وفكر وتطلعات أفراد المجتمع في المجالات المختلفة.

ويعرف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلامى سواء كان صحفياً أو إذاعياً أو مشغلاً بالسينما والتلفزيون فهو الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات (١٠: ٢٠).

ويرى صمويل بيكر أن دور وسائل الإعلام يتجاوز التأييد البسيط أو مواجهة التحديات التي تواجه بناء سلطة المجتمع وقيمه ومعتقداته، بالإضافة إلى أنها تقوم بكل ذلك فهي تمثل الطريقة الحيوية لاكتشاف قيم ومعتقدات مجتمع ما عن طريق دراسة أنواع الترفيه الشعبية السائدة فيه، والنظرية الكامنة وراء هذا الرأى هي أن كوميديا المواقف الشعبية والمسلسلات والقصص والأغاني وأفلام السينما أصبحت تعبر عن الوعى الشعبى لأنها تعكس قيم المجتمع ومعتقداته (٧: ٧٢).

١. الدور التربوي لوسائل الإعلام:

أ. تساعد على تبصير الفرد بما يدور حوله داخل مجتمعه وخارجه.

ب. يكون التعليم بشكل غير مباشر في معظم صوره.

ج. تعمل على تعلم واكتساب مهارات واتجاهات وقيم واستعدادات جديدة.

د. تسعى إلى تنمية المجتمع والنهوض به.

هـ. تساهم في تشكيل الرأى العام وتكوينه بالقضاء على الشائعات التي قد تهدد المجتمع وذلك عن طريق توضيح معلومات من خلال تصريحات المسؤولين والمتخصصين للقضاء عليها.

و. جذب اهتمام المشاهد عن طريق التسلية والترفيه من خلال عرض التمثيليات والمسرحيات، وغير ذلك من برامج الترفيه وتقديم برامج تربوية واجتماعية قد تسبق أو تعقب هذا الترفيه الموجه.

ز. تعمل على اكتساب الفرد مهارات فكرية من خلال متابعة الأحداث والربط بينهما (١٨: ٢٧).

وبظهور الأقمار الصناعية المحملة بالآلاف القنوات المتخصصة المضمون أو الجمهور كالقنوات الدينية، قنوات الدراما، قنوات الأطفال، والقنوات الرياضية، ظهر على الساحة مصطلح الإعلام الرياضي، والذي يعد جزءاً من الإعلام لكنه يهتم بمجال واحد وهو المجال الرياضي حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.

وترجع العلاقة بين التلفزيون والرياضة إلى عام ١٩٣٦، حيث قام التلفزيون لأول مرة بنقل تليفزيوني للألعاب الأولمبية وفي عام ١٩٤٩ بث التلفزيون الفرنسي أول نشرة أخبارية مباشرة قامت، بتغطية سباق باريس للدراجات وقد كشف هذين التاريخين بوضوح على أن هذه الوسيلة ستكون في صدارة وسائل الإعلام الناقلة للمباريات والأحداث الرياضية لخصوبتها المتفردة في تلك الفترة والقائمة على الصوت والصورة والأداء، إلى جانب أن الرياضة هي في البداية والنهاية مشاهدة واستعراض لأحداث رياضية، وبالتالي فإن كل التطورات اللاحقة في مجال البث والعرض التليفزيوني أصبحت في صالح انتشار الرياضة وتغلغلها

المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وتضمنت العينة التحليلية عينة من البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والفضائية الخاصة بلغ عددها ٥٨٦ حلقة، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من الشباب في المرحلة العمرية من (١٥- ٣٠) سنة قوامها ٤٠٠ مفردة في محافظات القاهرة، المنيا، الدقهلية، وتوصلت الدراسة إلى ان البرامج الحوارية تناولت مفهوم العدالة الاجتماعية بنسبة ٩,٤٩% في القنوات الحكومية في مقابل ١٣,٥٢% في القنوات الفضائية الخاصة.

٣. دراسة ياسمين محمد عبدالمنعم (٢٠١٥) (٢٧) بعنوان "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية" استهدفت الدراسة الصفوة المصرية واستخداماتهم للبرامج الحوارية والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، طبقت على عينة عمدية من جمهور الصفوة قوامها ٢١٨ مفردة في المرحلة العمرية ٣٠ سنة فأكثر، توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل مشاهدة البرامج الحوارية بنسبة ٨١,٧%، وجاءت مشاهدة البرامج الحوارية أحياناً بنسبة ٤٥,٩%.

٤. دراسة عبدالصديق حسن عبدالصديق (٢٠١٤) (١٥) بعنوان "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات عن القضايا السياسية: دراسة ميدانية" استهدفت الدراسة معرفة أهم البرامج الحوارية التي تقبل عليها الجالية المصرية بالبحرين، طبقت الدراسة على عينة عمدية من المصريين المقيمين هناك قوامها ٤٠٠ مفردة وتوصلت إلى أن قناة الجزيرة احتلت المركز الأول بنسبة ٢٣%، يليها قناة دريم ٢ بنسبة ١٩,٨%، وأشارت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض الجالية المصرية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية والدوافع النفسية، وتؤثر المتغيرات الديموغرافية على درجة اعتماد الجالية المصرية على البرامج الحوارية بالقنوات العربية.

٥. دراسة ممدوح عبداللطيف مكاوي (٢٠١٣) (٢٥) بعنوان "دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير" استهدفت الدراسة معرفة دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت على عينة من الشباب الجامعي بالجامعات المصرية، قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب من الجنسين: ٢٠٠ ذكراً، و٢٠٠ إناثاً في جامعات (عين شمس، والزقازيق، وبنى سويف، والجامعة الحديثة) وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي يتعرضون بمعدلات مرتفعة للبرامج الحوارية، وأكدت الدراسة على انه توجد علاقة بين تعرض الشباب لتلك البرامج بالفضائيات وإمدادهم بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير.

٦. دراسة Michael Parkin (2010) (30) بعنوان الحديث عن البرامج الحوارية المسائية الترفيهية المتأخرة: كيف يمكن لظهور المرشح في البرامج الحوارية التلفزيونية المسائية المتأخرة أن يجذب المشاهدين. استهدفت الدراسة التعرف على البرامج الحوارية التي تعرض في أوقات متأخرة في المساء وتأثير ظهور مرشحي الانتخابات الرئاسية فيها على معلومات المشاهدين عنهم وكيفية تقييمهم وتقديرهم للمرشحين، واستخدمت الدراسة الأسلوب التجريبي بالتطبيق على إحدى حلقات برنامج David Letterman، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من المشاهدين وتوصلت إلى جذب البرامج المسائية الترفيهية للمشاهدين بشكل كبير بل ويندمجون فيها ويتأثرون بها.

٧. ثانياً دراسات تناولت الإعلام الرياضي بالقنوات الفضائية الرياضية:

سلوكيات مستحبة/ مثالية. يأتي من خلال التعاون بين المنزل والنادى والإعلام.

د. الإثارة الجماعية في المجال الرياضي: إن مخاطبة أعداد كبيرة من الجماهير من شأنه أن يرفع من الإثارة الجماعية في العالم.

هـ. الاستئثار العاطفية: وهو أن نرفع أو نحبط من واقع رياضي ويؤثر على الجانب الأقوى (الفريق أو اللاعب الآخر، إيجابياً أو سلبياً).

و. الضبط الجماعي: إتاحة الفرصة للاعبين على التنافس الشريف من شأنه المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملعب.

ز. صياغة الواقع: أي المصادقية في نقل الخبر وواقعيته. (١٧: ٤٢)

٥. خصائص الإعلام الرياضي:

أ. الإعلام الرياضي اختياري حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذا حديث تليفزيوني لجمهور كرة اليد.

ب. للإعلام الرياضي القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

ج. يحرص الإعلام الرياضي على جذب أكبر عدد من الجمهور الذي يهتم بموضوع رياضي معين باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين.

د. يعكس الإعلام الرياضي صورة وفلسفة المجتمع حيث يحرص على تقديم الرسائل الإعلامية الرياضية التي تتناسب مع القيم والعادات السائدة في المجتمع. (١٠: ٢٥)

أي ان الإعلام الرياضي يلعب دورا بارزا في تعزيز الميول والاتجاهات، وتعزيز الثقافة الرياضية، والقيم التربوية والاتجاهات الإيجابية في الممارسة الرياضية سواء للترويج أو شغل أوقات الفراغ أو المنافسة ومن هنا يمكن اعتبار الإعلام جسرا يربط بين حياة الأفراد الشخصية الخاصة والعالم الكبير والأشخاص الذين يعيشون فيه، بحيث يستطيع الفرد أن يرى نفسه من خلال البرامج التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، لذا فان للإعلام تأثيرا واضحا على كافة مستويات المجتمع وجميع نواحي الحياة. (٨: ٧٦)

#### الدراسات السابقة:

تتقسم الدراسات السابقة إلى محورين المحور الأول دراسات تناولت البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية، والمحور الثاني دراسات تناولت الإعلام الرياضي بالقنوات الفضائية الرياضية.

أولا دراسات تناولت البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية:

١. دراسة محمد على عمارة (٢٠١٦) (٣٤) بعنوان "علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الإرهابية" استهدفت الدراسة معرفة مدى مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية ومعدلات تعرضهم ومتابعتهم لموضوع التنظيمات الإرهابية في هذه البرامج، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وطبقت على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي من الذكور والإناث بجامعة القاهرة وشباب جامعة فنا من الكليات العملية والنظرية، وتوصلت الدراسة إلى ان ٩١% من عينة الدراسة يتابعون البرامج الحوارية، واحتل برنامج العاشرة مساء اهتمام المبحوثين بنسبة ٥٠%، وأشارت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين اعتماد الشباب على البرامج الحوارية والثقة فيها.

٢. دراسة أحمد أحمد عثمان (٢٠١٥) (٢) بعنوان "دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب". استهدفت الدراسة التعرف على مفهوم العدالة الاجتماعية ورصد أبعاده كما تعكسه البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري ومعالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع المختلفة وما تبثه من قيم للعدالة الاجتماعية، واستخدمت الدراسة

٣. ثانياً دراسات تناولت الإعلام الرياضي بالقنوات الفضائية الرياضية:

١. دراسة Zainab Al Sayed, Abdul Nasser Abdeen (2018) (32) بعنوان "واقع البرامج الرياضية في قنوات التلفزيون السودانية"، واستهدفت الدراسة

٦. دراسة خالد محمود الزبود (٢٠١٣)<sup>(٩)</sup> بعنوان "دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة البرموك"، استهدفت الدراسة التعرف على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة البرموك، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٣٢٧ طالبا وطالبة من جميع كليات جامعة البرموك باستثناء كلية التربية الرياضية، وتوصلت الدراسة إلى أن للقنوات الفضائية الرياضية دورا إيجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، وقد احتل المجال الاجتماعي والمعرفي أعلى مجالات الثقافة.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

١. من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت محورين البرامج الحوارية في القنوات الفضائية والإعلام الرياضي بالقنوات الفضائية، نجد أنها هدفت إلى معرفة دور البرامج الرياضية وتأثيرها على نشر الثقافة الرياضية، وكذلك تنميتها وتعزيزها لدى عينة الدراسة، وتختلف الدراسة الحالية مع هذه الدراسات في أنها تهدف إلى التعرف على الأبعاد التربوية في البرامج الرياضية.
٢. تنوعت عينة الدراسات ما بين الشباب الجامعي، الجمهور العام، الصفوة، الجالية المصرية المقيمة بالخارج، وتناولت دراسة واحدة فئات متعددة منها (أساتذة كليات التربية الرياضية، العاملين بوزارة الشباب والرياضة، حكام، لاعبين، مدربين، أعضاء باللجنة الأولمبية الرياضية) إلا أن معظم هذه الدراسات طبقت على شباب الجامعات في جميع المراحل.
٣. تراوحت عينات الدراسات ما بين (١٠٠ - ٨٨٤) مفردة حسب متطلبات الدراسة.
٤. اعتمدت الدراسات على المنهج الوصفي فيما عدا دراسة واحدة اعتمدت على المنهج التجريبي.
٥. كانت استمارة الاستقصاء هي الأداة الأولى في جمع البيانات فيما عدا دراسة واحدة اعتمدت على استمارتي الاستقصاء وتحليل المضمون.
٦. وقد أفادت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة وصياغة مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها وكذلك تحديد عينة الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة في التطبيق.

#### تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٢. ما أسباب مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٣. ما مدى مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٤. ما دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٥. ما الأساليب التي يفضلها الشباب في معالجة البرامج الحوارية للموضوعات الرياضية؟
٦. ما البرامج التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها على القنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٧. ما الأبعاد التربوية الإيجابية في البرامج الحوارية الرياضية بالقنوات الفضائية الرياضية؟
٨. ما مدى ثقة الشباب في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟
٩. ما مدى موضوعية البرامج الحوارية في عرض الموضوعات والقضايا الرياضية؟
١٠. ما مدى مشاركة أفراد العينة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية؟

#### فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وفقا للمتغيرات الديموغرافية التالية (طبيعة الكلية، ممارسة نشاط رياضي، مكان الإقامة (ريف- حضر).
٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب للبرامج الحوارية

بحث واقع البرامج الرياضية بالقنوات السودانية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وطبقت على عينة قوامها ١١٥ مفردة من العاملين في وزارة الشباب والرياضة، اللجنة الأولمبية السودانية، اساتذة كليات التربية الرياضية والبدنية، الحكام والمدربين واللاعبين وتوصلت الدراسة إلى ان القنوات الفضائية السودانية لا تلتمز بالأسس العلمية للتخطيط، عدم وجود معايير لتقييم البرامج الرياضية بالقنوات، اهتمام القنوات بريادة كرة القدم.

٢. دراسة احمد إبراهيم عباس (٢٠١٦)<sup>(١٠)</sup> بعنوان "دور القنوات العربية المتخصصة في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الرياضة" استهدفت الدراسة معرفة الدور الذي تقوم به القنوات الرياضية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الرياضة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وطبقت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب وتوصلت الدراسة إلى ان القنوات الرياضية المتخصصة أهم مصدر للمعلومات لدى الجمهور احتلت المباريات الرياضية المرتبة الأولى في اختيارات الجمهور، احتلت قناة النيل المركز الأول بنسبة ٤٤,٥% يليها قناة الأهلي بنسبة ٤٠,٠% ويرى ٤٣,٩% من أفراد العينة أن البرامج الرياضية لا تدفعهم لممارسة الرياضة.

٣. دراسة فالح جعاز شلش، عبدالحكيم مصطفى رسول (٢٠١٥)<sup>(١١)</sup> بعنوان دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى طلبة سكول التربية الرياضية في جامعة سوران، واستهدفت الدراسة التعرف على الأثر الذي يتركه الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى طلبة التربية الرياضية في جامعة سوران، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ طالبا وطالبة، وتوصلت إلى ان الإعلام الرياضي المرئي يسهم إلى حد جيد في تزويد الطالب الجامعي المختص في دراسة علوم التربية الرياضية بمعارف عديدة تعزز من ثقافته الرياضية وان القنوات الفضائية الرياضية تتميز بجماهيريتها الهائلة بين شرائح المجتمع ومنها شريحة طلبة الجامعة.

٤. دراسة جاسم خليل ميرزا (٢٠١٤)<sup>(١٢)</sup> بعنوان "اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي"، استهدفت الدراسة معرفة طرق متابعة الجمهور للبرامج الرياضية وتأثير الإعلام الرياضي إيجابيا وسلبيا على القيم، طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٨٨٤ مفردة من الأفراد المقيمين في دولة الإمارات العربية المتحدة، ٥٤٧ من الذكور، و٣٣٧ من الإناث من الجنسيات الإماراتية، والخليجية والعربية لمعرفة اتجاهاتهم نحو الإعلام الرياضي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى أن التلفزيون احتل المركز الأول لمتابعة البرامج الرياضية بنسبة ٦٣,١٢% كما انه أكثر تأثيرا في نشر الوعي الصحي وثقافة التشجيع المثالي بنسبة ٧٢,٢٨%، تؤثر المتغيرات الديموغرافية على نوعية الألعاب الرياضية التي يهتم الجمهور بمتابعتها.

٥. دراسة فيصل عبدالعزيز عمار (٢٠١٣)<sup>(١٣)</sup> بعنوان العلاقة بين كثافة تعرض طلاب الجامعة للقنوات الفضائية الرياضية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو ممارستهم للرياضة. استهدفت الدراسة التعرف على دور القنوات الفضائية الرياضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو ممارسة الرياضة، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت على عينة من الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (١٨ - ٢١) سنة، توصلت الدراسة إلى ان أهم البرامج الرياضية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها برنامج ميديا سبورت بنسبة ٤٢,٩% يليه برنامج الكرة مع شوبر بنسبة ٣٤,٥%، يليه مساء الأنوار بنسبة ٣٠,٤%، وأشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور الإناث على اتجاهاتهم نحو البرامج الرياضية.

**منهج الدراسة:**

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وبالتحديد منهج المسح بالعينة.

**مجتمع الدراسة:**

تمثل مجتمع الدراسة في الطلاب الذكور المقيدون بالفرقة الرابعة بجميع كليات جامعة دمياط للعام الدراسي (٢٠١٧/٢٠١٨) المشاهدين لبرامج القنوات الفضائية الرياضية المصرية الممارسين وغير الممارسين للأنشطة الرياضية.

**عينة الدراسة:**

عينة عمدية حصصية تتكون من ٤٠٠ مفردة من طلبة الفرقة الرابعة من الذكور بكليات جامعة دمياط بنسبة تواجدهم في كل كلية على مستوى الجامعة من الكليات النظرية والعملية، الكليات النظرية وتمثل في كليات (التجارة- الآداب- التربية) والكليات العملية وتمثل في كليات (العلوم- الزراعة- الفنون التطبيقية- التربية النوعية- التربية الرياضية).

ميررات اختيار عينة الدراسة: لقد تم اختيار طلبة الفرقة الرابعة من الذكور كعينة للدراسة، لأن الطلبة من الذكور أكثر الفئات إقبالا واهتماما بالرياضة وممارستها ومتابعة كل ما يخص الجانب الرياضي من مباريات وبطولات محلية أو عربية أو عالمية. الطالب في الفرقة الرابعة على وشك إنهاء دراسته الجامعية وهي الفترة التي تسبق مباشرة حياة الرشد وتحمل المسؤولية والخروج إلى الحياة العملية، ويتميز الفرد فيها بالشعور بالقوة والاستقلال، وبوضوح الهوية والانتماء، ويتجه الشاب نحو الثبات الانفعالي، والقدرة على التصرف في المواقف الاجتماعية، ويكتسب مفاهيم واتجاهات وقيم مرغوبة يستطيع بها أن يعيش ويعمل مع الآخرين (١٣: ٢٥٧).

جدول (١) توصيف عينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة	العدد	النسبة (%)	
طبيعة الدراسة	كليات نظرية	٣٠٤	٧٦,٠٠%
	كليات عملية	٩٦	٢٤,٠٠%
الكلية	التجارة	١٨٨	٤٧,٠٠%
	التربية	٦٠	١٥,٠٠%
	الآداب	٥٦	١٤,٠٠%
	التربية الرياضية	٣٦	٩,٠٠%
	التربية النوعية	٢٤	٦,٠٠%
	العلوم	١٦	٤,٠٠%
	الزراعة	١٢	٣,٠٠%
	الفنون التطبيقية	٨	٢,٠٠%
ممارسة نشاط رياضي	يمارس	٢٨٨	٧٢,٠٠%
	لا يمارس	١١٢	٢٨,٠٠%
البيئة	ريف	٢١٣	٦٥,٧٥%
	حضر	١٣٧	٣٤,٢٥%

يتضح من الجدول (١) أنه وفقا لطبيعة الدراسة في الكليات تمثلت الكليات النظرية بنسبة ٧٦% من إجمالي العينة بينما مثلت الكليات العملية نسبة ٢٤%، ووفقا لنسبة تواجد الطلبة في كل كلية على مستوى الجامعة، جاءت كلية التجارة في المركز الأول بنسبة ٤٧% يليها كلية التربية ١٥% واحتلت كلية الفنون التطبيقية المركز الأخير بنسبة ٢% من إجمالي العينة، وبلغت نسبة الممارسين للنشاط الرياضي ٧٢% من إجمالي العينة بينما كانت نسبة من لا يمارسون النشاط الرياضي ٢٨%، وبالنسبة لمتغير البيئة فقد جاءت نسبة الطلبة من الريف ٦٥,٧٥% والحضر ٣٤,٢٥% من إجمالي العينة وقد يرجع ذلك إلى أن محافظة دمياط تشتمل على خمسة مراكز وهي (دمياط- الزرقا- فارسكور- كفر سعد- كفر البطيخ).

**أدوات جمع البيانات:**

اعتمدت الباحثة على صحيفة استبيان كأداة لجمع المعلومات وتم تصميم الأسئلة لتغطي كافة جوانب الدراسة. وكان قياس الصدق والثبات كالتالي:

- الصدق: بعد تصميم الاستبانة تم عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام والإعلام الرياضي بكلية التربية الرياضية (صدق المحكمين).
- الثبات: تم تطبيق صحيفة الاستبيان على عينة عشوائية تمثل ١٠% من عينة

بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية ومدى ثقة الشباب في المعلومات المقدمة من خلالها.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الرياضية المصرية وفقا لمتغيري (ممارسة نشاط رياضي- طبيعة الكلية).

**التعريفات الإجرائية للمفاهيم والمصطلحات:**

⊠ الأبعاد التربوية: تحتوي على مجموعة من القيم التربوية تدرج تحت كل بعد من الأبعاد.

⊠ القيم التربوية: هي ما يستند عليه أفراد المجتمع في تنظيم حياتهم من معايير وأحكام تؤهلهم للحكم على الأقوال والأفعال والمواقف الاجتماعية للأفراد والجماعات المحيطة بهم. (٣: ١١٨).

وتعرف الباحثة الأبعاد التربوية إجرائيا بأنها: عبارة عن عدة محاور يندرج تحت كل محور مجموعة من الفضائل المرغوبة والقيم الإيجابية التي تشكل وجدان وسلوك الإنسان نحو الخير والجمال ينشأ في داخل الإنسان من خلال مضمون الرسالة الإعلامية من البرامج الحوارية الرياضية.

وتنقسم الأبعاد التربوية من خلال الدراسة الحالية إلى خمسة أبعاد هي:

١. البعد الخلقى: ويتصل بكل القيم التي يتسم بها الفرد ويضم قيم (الصدق، الأمانة، الطموح، التواضع، الإخلاص، ضبط النفس، احترام الآخرين).

٢. البعد الديني: مجموعة من الموجهات الإسلامية التي يكتسبها الفرد من البرامج الرياضية وتؤثر في سلوكه وشخصيته ويضم قيمتي (الشكر والحمد لله، التوكل على الله).

٣. البعد الوطني: يتعلق بحب الوطن والانتماء إليه ويضم قيم (الولاء والانتماء للوطن، احترام القانون، المواطنة والتي تشمل قيم الحرية، المساواة، العدل، المسؤولية الاجتماعية).

٤. البعد الجمالي: يتعلق بكل ما هو جميل فهي مجموعة من القيم التي تكون موجودة وسائدة لدى بعض الأشخاص مثل حبهم للشكل الجميل أو حب الابتكار الفنون المختلفة والذوق والراقي ويضم قيم (تمتية الحس الجمالي، الروح الرياضية، الإبداع والتميز).

٥. البعد الاجتماعي: يتصل بعلاقة الفرد بالآخرين وبالمجتمع فهي عادات يتأثر بها الإنسان وتظهر في تصرفاته وسلوكياته ويتضمن قيم (التعاون، الإيثارة، الوفاء، تحمل المسؤولية، اللعب النظيف، المنافسة الشريفة، عدم التعصب، تجنب العنف والشغب، المحافظة على البيئة، الحفاظ على الممتلكات العامة).

⊠ البرامج الحوارية Talk Shows: هي برامج حوارية جماهيرية يومية أو أسبوعية تقدم على القنوات الفضائية الرياضية لمناقشة العديد من الموضوعات الخاصة في مجال الرياضة، وتتنوع فقراتها ما بين الحديث المباشر، التقارير المصورة، المناقشات، المناظرات والحوارات، ويتم من خلالها استضافة الشخصيات العامة والمسؤولين والمتخصصين في مجال الرياضة لإبداء آرائهم ووجهات نظرهم حول الموضوعات المطروحة على الساحة الرياضية، ويشارك الجمهور في هذه البرامج إما بالحضور إلى الاستوديو، أو المداخلات التليفونية، والرسائل القصيرة SMS أو البريد الإلكتروني للبرنامج أو من خلال صفحات البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي.

⊠ القنوات الفضائية الرياضية: هي أحدث وأهم وسائل الاتصال الجماهيري والتي استحوذت على اهتمام الجماهير باستخدامها التقنيات العلمية الحديثة في نقل وبث البرامج والأحداث الرياضية من مختلف أنحاء العالم.

**نوع الدراسة:**

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تحليل وتصوير ظاهرة معينة، عن طريق جمع المعلومات والحقائق عن الظاهرة، وهي معرفة الأبعاد التربوية في البرامج الحوارية بالقنوات الرياضية الفضائية المصرية.

## عرض ومناقشة النتائج:

جدول (٤) معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الرياضية الفضائية المصرية

النسبة (%)	العدد	مشاهدة القنوات الرياضية
٧٨,٥٠%	٣١٤	دائما
٢٠,٠٠%	٨٠	أحيانا
١,٥٠%	٦	نادرا
١٠٠,٠٠%	٤٠٠	جملة من سئلا

يتضح من الجدول (٤) أن عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الرياضية المصرية بنسبة ٧٨,٥٠% دائما ويشاهدونها أحيانا بنسبة ٢٠% أما نسبة ٦% فقط يشاهدونها نادرا وقد يرجع ذلك إلى أن الشباب خاصة الذكور يهتمون بمتابعة البرامج الرياضية خاصة المباريات الرياضية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (على طاهر، ٢٠٠٤) التي أكدت على ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون حيث بلغت ٨٢,٥% في مقابل ١٧,٥% لا يتعرضون لهذه البرامج.

جدول (٥) ساعات المشاهدة اليومية لعينة الدراسة للقنوات الرياضية الفضائية المصرية

النسبة (%)	العدد	ساعات المشاهدة
-	-	أقل من ساعة
٦%	٢٤	من ساعة لأقل من ساعتين
٤٥,٥%	١٨٢	من ساعتين لأقل من أربع ساعات
٢٩%	١١٦	أكثر من أربع ساعات
١٩,٥%	٧٨	حسب الظروف
١٠٠%	٤٠٠	جملة من سئلا

يتضح من الجدول (٥) ان نسبة ٤٥,٥% من إجمالي العينة يشاهدون القنوات الرياضية من ساعتين لأقل من أربع ساعات يليها أكثر من أربع ساعات يوميا بنسبة ٢٩% ثم حسب الظروف بنسبة ١٩,٥% وأخيرا من ساعة لأقل من ساعتين ٦% وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سميحة غربال، ٢٠١٦) التي توصلت إلى أن أعلى نسبة يقضيها أفراد العينة في مشاهدة القناة التلفزيونية الرياضية المفضلة لديهم ساعتين بنسبة ٤٨%، تليها نسبة ٢٧% لمدة ساعة واحدة، ثم تأتي بعدها ٢٥% لمدة ثلاث ساعات فأكثر.

جدول (٦) فترة المشاهدة المفضلة للقنوات الرياضية الفضائية المصرية لدى عينة الدراسة

النسبة (%)	العدد	فترة المشاهدة
١,٧٥%	٧	الفترة الصباحية من (٧-١٠ صباحا)
٦,٢٥%	٢٥	فترة الضحى والظهرية من (١٠ صباحا-٥ عصرا)
٣١,٥%	١٢٦	فترة المساء من (٥ عصرا-١٠ مساء)
٤٣,٥%	١٧٤	فترة السهرة (ما بعد العاشرة مساء)
١٧,٠٠%	٦٨	حسب الظروف
١٠٠,٠٠%	٤٠٠	جملة من سئلا

يتضح من الجدول (٦) ان اعلى نسبة مشاهدة في فترة السهرة حيث جاءت بنسبة ٤٣,٥% يليها فترة المساء بنسبة ٣١,٥% ثم حسب الظروف بنسبة ١٧% يليها فترة الضحى والظهرية بنسبة ٦,٢٥% وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة ١,٧٥% وقد ترجع نسبة ارتفاع المشاهدة في فترة المساء والسهرة إلى طبيعة المجتمع الديمقراطي حيث أن محافظة دمياط مدينة صناعية يجمع فيها الطالب ما بين التعليم والعمل في مهن مختلفة أو في حرفة تعلمها منذ الصغر لمساعدة الأسرة على مواصلة التعليم والعمل بها بعد التخرج فهو يذهب إلى عمله بعد الكلية ويرجع إلى منزله بعد الانتهاء من عمله وغالبا تكون في فترة السهرة، وكذلك فترة المساء على حسب ظروف عمله وغالبا ما تكون بعد التاسعة أو العاشرة مساء وأحيانا يوجد في مكان عمل الشاب تلفزيون يشاهده أثناء عمله، وفي المركز الثالث يشاهدها حسب الظروف وفقا لمواعيد عمل الشاب وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (ماجد العوان، ٢٠١١) التي أكدت على ان نسبة ٣٠,٧% من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الرياضية في أوقات الليل.

جدول (٧) مع من يشاهد عينة الدراسة القنوات الرياضية الفضائية المصرية

النسبة (%)	العدد	مشاهدة القنوات الرياضية
١٦,٧٥%	٦٧	وحيدا
٢٨,٠٠%	١١٢	مع عائلتي
٥٥,٢٥%	٢٢١	مع أصدقائي
١٠٠,٠٠%	٤٠٠	جملة من سئلا

(الابعاد التربوية في البرامج الحوارية ...)

الدراسة، ثم تم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد فترة أسبوعين من التطبيق الأول Test Retest وتم التوصل إلى نسبة ثبات ٨٧% وهي نسبة عالية تدل على صلاحية الاستمارة للقياس.

## أساليب المعالجة الإحصائية

استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية: (التكرارات- اختبار كاي<sup>٢</sup>- معامل

ارتباط سبيرمان- النسب الترجيحية

مقياس معدل التعرض للبرامج الحوارية الرياضية قامت الباحثة بحسابه من إجابات الشباب عينة الدراسة على الأسئلة الآتية (الثاني، الثالث، والتاسع) في استمارة الاستبيان وهي (هل تشاهد القنوات الفضائية الرياضية المصرية، كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المصرية يوميا، هل تشاهد البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الرياضية المصرية)، وقد تم توزيع درجات المقياس على بدائل الأسئلة وفقا للجدول التالي:

جدول (٢) عناصر مقياس التعرض للبرامج الحوارية الرياضية

عناصر المقياس	الدرجة في المقياس	إجمالي درجات المقياس
هل تشاهد القنوات الفضائية الرياضية المصرية؟	نادرا	١
	أحيانا	٣
	دائما	٥
كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية المصرية يوميا؟	أقل من ساعة في اليوم	١
	من ساعة لأقل من ساعتين	٢
	حسب الظروف	٣
	من ساعتين لأقل من أربع ساعات	٤
	أكثر من أربع ساعات	٥
هل تشاهد البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية المصرية؟	نادرا	١
	أحيانا	٣
	دائما	٥

يتضح من الجدول (٢) أن درجات مقياس المشاهدة وزعت كالتالي نادرا ما أشاهد القنوات الفضائية الرياضية (درجة واحدة) وأحيانا أشاهد القنوات الفضائية الرياضية (ثلاث درجات)، دائما أشاهد القنوات الفضائية الرياضية (خمس درجات) أما بالنسبة لمقياس معدل التعرض للقنوات الفضائية فكانت درجاته كالتالي: اشاهد القنوات الفضائية الرياضية أقل من ساعة في اليوم (درجة واحدة) من ساعة لأقل من ساعتين (درجتان)، حسب الظروف (ثلاث درجات) ومن ساعتين لأقل من أربع ساعات (أربع درجات)، أكثر من أربع ساعات (خمس درجات)، وكانت درجات مقياس مشاهدة البرامج الحوارية الرياضية كالتالي: نادرا ما أشاهد البرامج الحوارية الرياضية (درجة واحدة) وأحيانا أشاهد البرامج الحوارية الرياضية (ثلاث درجات)، دائما أشاهد البرامج الحوارية الرياضية (خمس درجات) ويتضح من الجدول أن درجات الشباب مرتفعي كثافة التعرض للبرامج الحوارية الرياضية تراوحت ما بين (١٢-١٥) درجة بينما تراوحت درجات الشباب متوسطي كثافة التعرض للبرامج الحوارية الرياضية ما بين (٨-١١) درجة وتراوحت درجات الشباب منخفضي الكثافة للبرامج الحوارية الرياضية ما بين (٣-٧) درجات.

جدول (٣) مقياس التعرض للبرامج الحوارية الرياضية

النسبة (%)	التكرار	معدل التعرض
٧٤,٢٥%	٢٩٧	معدل مرتفع
٢٠,٢٥%	٨١	معدل متوسط
٥,٥%	٢٢	معدل منخفض
١٠٠%	٤٠٠	المجموع

يتضح من الجدول (٣) ان الشباب عينة الدراسة يتعرضون للبرامج الحوارية الرياضية بمعدل مرتفع بنسبة ٧٤,٢٥% بينما جاء معدل التعرض المتوسط بنسبة ٢٠,٢٥% وجاء معدل التعرض المنخفض بنسبة ٥,٥%.

مقومات تجعله وسيلة مهمة في هذا المجال.

جدول (١٠) مدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الرياضية الفضائية المصرية

النسبة (%)	العدد	مشاهدة البرامج الحوارية
٦٧,٧٥%	٢٧١	دائما
٣٢,٢٥%	١٢٩	أحيانا
-	-	لا
١٠٠,٠٠%	٤٠٠	جملة من سئلوا

يتضح من الجدول (١٠) أن جميع مفردات الدراسة يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الرياضية وجاءت مشاهدة دائما بنسبة ٦٧,٧٥% وأحيانا بنسبة ٣٢,٢٥% وتتفق هذه النتائج مع دراسة (ممدوح عبداللطيف، ٢٠١٣) التي أشارت إلى ارتفاع معدلات تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية، ودراسة (محمد شطاح، ٢٠١٦) التي أشارت إلى أن البرامج الحوارية الرياضية تحتل المرتبة الثالثة لدى عينة الدراسة بينما تختلف مع دراسة (احمد عثمان، ٢٠١٥) التي أكدت أن نسبة ٥٢,٥% من الشباب عينة الدراسة يتعرضون للبرامج الحوارية بكثافة قليلة، ودراسة (ماجد العدوان، ٢٠١١) التي أشارت إلى أن ١٢,٩% من العينة يتابعون البرامج الحوارية الرياضية.

جدول (١١) دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الرياضية المصرية

النسبة (%)	العدد	دوافع التعرض
١٥,٣٤%	١١٤	تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية
١٨,٧١%	١٣٩	تستضيف شخصيات رياضية مميزة
١٦,٨٢%	١٢٥	تساعدني على تكوين رأي تجاه الأحداث الرياضية على الساحة
٩,٠٢%	٦٧	تعودت على مشاهدتها
٣٨,٩٠%	٢٨٩	تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية
١,٢١%	٩	أخرى تذكر
١٠٠,٠٠%	٧٤٣	إجمالي الاختيارات

يتضح من الجدول (١١) ان من دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية الرياضية هي انها تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية بنسبة ٣٨,٩٠% في المركز الأول يليها لأنها تستضيف شخصيات رياضية مميزة بنسبة ١٨,٧١%، ثم لأنها تساعدني على تكوين رأي تجاه الأحداث الرياضية على الساحة بنسبة ١٦,٨٢%، بينما جاء دافع التعود على المشاهدة بنسبة ٩,٠٢% وفي المركز الأخير ثم أخرى تذكر بنسبة ١,٢١% واشتملت على دوافع (للتعرف على أنواع جديدة من الرياضات، للإمام بما يحدث على الساحة الرياضية العربية أو العالمية، معرفة بعض المفاهيم والقوانين الرياضية ونجد أن أولى دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للبرامج الحوارية الرياضية انها تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية، حيث ان المباريات الرياضية من أفضل المضامين الرياضية التي يتابعها الشباب بشغف ففي اللعبة الأكثر شعبية بين الألعاب الرياضية وهو ما أكدت عليه دراسة (ماجد العدوان، ٢٠١١) أن ٤٢,٦% من أفراد العينة يتابعون نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة وكذلك دراسة (احمد عباس، ٢٠١٦) التي أكدت على أن ٦٩,٥% من عينة الدراسة يعتبرون المباريات الرياضية من أهم المواد التي تقدم على القنوات الرياضية واحتلت المركز الأول من اختياراتهم.

جدول (١٢) الأساليب التي يفضلها عينة الدراسة في البرامج الحوارية بالقنوات الرياضية المصرية

النسبة (%)	العدد	الأساليب المفضلة
٢٥,٩٠%	١٩٥	عرض تقارير خارجية عن الحدث أو القضية الرياضية
١٣,٥٥%	١٠٢	استضافة أكثر من شخصية رياضية لمناقشة الحدث أو القضية الرياضية
٨,٣٧%	٦٣	مشاركة الجماهير في البرامج بالمدخلات التليفونية أو الحضور
١٥,٨٠%	١١٩	الاتصال بالشخص موضوع الحدث أو القضية الرياضية
٤,٥٢%	٣٤	تناول بعض العناوين والأخبار في الصحف التي تتحدث عن الموضوع أو القضية
١١,٤٢%	٨٦	عرض ما تناقلته مواقع التواصل الاجتماعي عن الموضوع أو القضية
٢٠,٤٥%	١٥٤	عرض مواد فيلمية وصور وتصريحات رسمية
١٠٠%	٧٥٣	إجمالي الاختيارات

يتضح من الجدول (١٢) ان الأساليب التي يفضلها مفردات الدراسة في البرامج

يتضح من الجدول (٧) ان مشاهدة القنوات الرياضية مع الأصدقاء جاء في المركز الأول بنسبة ٥٥,٢٥% يليها مع العائلة بنسبة ٢٨% وجاءت المشاهدة وحيدا بنسبة ١٦,٧٥% وتتفق هذه النتائج مع دراسة (ماجد العدوان، ٢٠١١) والتي توصلت إلى ان مشاهدة البرامج الرياضية بصحبة بعض الأصدقاء جاء في المركز الأول بنسبة ٣٨,٣% يليه مع بعض أفراد الأسرة بنسبة ٣٥,١% وأخيرا المشاهدة منفردا بنسبة ٢٦,٦% وقد يرجع ذلك إلى ان الشباب يحبون مشاهدة البرامج الرياضية وخاصة مباريات كرة القدم لتشجيع فريقهم المفضل مع أقرانهم حيث يشجع بينهم جو من المرح والإثارة والمنافسة بينهم أحيانا، يليها مع عائلتي حيث يجتمع أفراد الأسرة ويتبادلون الحديث والحوار وأحيانا المنافسة في تشجيع الفرق الرياضية

جدول (٨) أكثر القنوات الرياضية الفضائية المصرية التي يشاهدها الشباب عينة الدراسة

النسبة (%)	العدد	القنوات
٢١,١%	٩٧	Alahly
١٤,٨%	٦٨	Nile Sport
١٢,٨%	٥٩	On Sport
١٦,١%	٧٤	Dmc Sport
٣٥,٢%	١٦٢	كل القنوات السابقة
١٠٠%	٤٦٠	إجمالي الاختيارات

يتضح من الجدول (٨) ان نسبة ٣٥,٢% من أفراد العينة يشاهدون كل القنوات الرياضية المصرية، يليها في المركز الثاني قناة Alahly بنسبة مشاهدة ٢١,١%، ثم قناة DMC Sport بنسبة ١٦,١%، يليها قناة Nile Sport بنسبة مشاهدة ١٤,٨% وجاءت قناة On Sport في المركز الأخير بنسبة مشاهدة ١٢,٨% وتختلف هذه الدراسة مع دراسة (احمد عباس، ٢٠١٦) والتي أشارت إلى ان قناة النيل للرياضة جاءت في المركز الأول بنسبة مشاهدة ٤٤,٥% وتتفق معها في حصول قناة النادي الأهلي على المرتبة الثانية في المشاهدة بنسبة مشاهدة ٤٠% وجاءت قنوات بي ان سبورت Beln Sport في المركز الثالث ٣٣,٩%، وتهم الدراسة الحالية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية فقط ونظرا لعدد القنوات الرياضية المصرية المحدود بأربعة قنوات فقط نجد أن النسبة الأكبر يشاهدون كل هذه القنوات.

جدول (٩) أسباب مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الرياضية الفضائية المصرية

النسبة (%)	العدد	أسباب المشاهدة
١٥,٧٠%	١١٩	لاهتمامي بالرياضة
١٨,٢١%	١٣٨	متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لدى
٣٨,٦٥%	٢٩٣	متابعة الفريق الرياضي المفضل لدى
٥,٥٤%	٤٢	تقدم معلومات رياضية جديدة
٢,٥١%	١٩	للتسلية والترفيه
٣,٣٠%	٢٥	تقدم ألوان مختلفة من الرياضات
١١,٦١%	٨٨	تنقل تغطية للأحداث الرياضية المحلية والدولية والعالمية
٣,٩٦%	٣٠	معرفة أخبار نجوم الرياضة المشهورين في مصر والعالم
٠,٥٣%	٤	دوافع أخرى... انكرها
١٠٠%	٧٥٨	الإجمالي

يتضح من الجدول (٩) أن من أسباب مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الرياضية متابعة الفريق الرياضي المفضل لديهم حيث احتلت المركز الأول بنسبة ٣٨,٦٥%، يليها متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديهم بنسبة ١٨,٢١% ثم لاهتمامهم بالرياضة بنسبة ١٥,٧٠% وجاءت التسلية والترفيه في المراكز الأخيرة بنسبة ٢,٥١%، وأخيرا أسباب أخرى لدى عينة الدراسة بنسبة ٥,٥٣% ومن هذه الأسباب (اكتساب معلومات صحية رياضية، التغذية السليمة وممارسة الرياضة، وقد جاء اختيار متابعة الفريق الرياضي المفضل في المركز الأول حيث ان الشباب يحرصون دائما على متابعة أخبار فريقهم المفضل مبارياته وتشجيعه وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (احمد عباس، ٢٠١٦) التي أشارت إلى أن دوافع مشاهدة القنوات الرياضية لدى عينة الدراسة هي دوافع معرفية للأخبار الرياضية بنسبة ٧٠,٣% أي أن أسباب مشاهدة الشباب للقنوات الرياضية ترتبط بأشباع احتياجاتهم من مشاهدة البرامج الرياضية من خلال القنوات الرياضية بالتليفزيون كما يرى (جلال العبادي، ١٩٩٦) ان للتليفزيون تأثيرا كبيرا في إشباع حاجات الشباب الرياضية والثقافية لما يمتلكه من



احتراف اللاعب في نادى خارج مصر، والتأكيد أيضا على ضرورة احترام القوانين لدى اللاعب أو الجمهور داخل وخارج الملعب أثناء إقامة المباراة، وتنفق هذه الدراسة مع دراسة (وليد عبدالفتاح، ٢٠٠٧) التى أشارت إلى ان القناة الثانية بالتلفزيون المصرى تعمل على تعميق قيمة الانتماء للوطن وكذلك تعميق الانتماء للأندية الرياضية.

جدول (١٦) الأبعاد الجمالية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية لدى عينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأبعاد الجمالية
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
٣	٦٦,٠٠	٣٨,٧٥	١٥٥	٢٤,٥٠	٩٨	٣٦,٧٥	١٤٧	تنمية الحس الجمالى
١	٩٢,٦٧	٦,٧٥	٢٧	٨,٥٠	٣٤	٨٤,٧٥	٣٣٩	الروح الرياضية
٢	٦٨,٢٥	٣٣,٢٥	١٣٣	٢٨,٧٥	١١٥	٣٨,٠٠	١٥٢	الإبداع والتميز
				٤٠٠				جملة من ستلوا

يتضح من الجدول (١٦) أن الروح الرياضية جاءت فى المركز الأول بنسبة ترجيحية ٩٢,٦٧% يليها الإبداع والتميز بنسبة ٦٨,٢٥% وأخيرا جاءت تنمية الحس الجمالى بنسبة ٦٨,٢٥% مما سبق نجد أن البرامج الرياضية اهتمت بالتأكيد على الروح الرياضية التى يجب أن يتمتع بها اللاعب والفرق الرياضية، وذلك ما أكدت عليه دراسة (جاسم ميرزا، ٢٠١٤) ان برامج الإعلام الرياضى تساهم مساهمة فعالة وبدرجة تأثير عالية فى ترسيخ القيم الرياضية لدى الجمهور.

جدول (١٧) الأبعاد الاجتماعية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية لعينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأبعاد الاجتماعية
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
٩	٦٤,٣٣	٤٠,٧٥	١٦٣	٢٥,٥٠	١٠٢	٣٣,٧٥	١٣٥	التعاون
٧	٦٨,٠٠	٣٥,٠٠	١٤٠	٢٦,٠٠	١٠٤	٣٩,٠٠	١٥٦	الإيثار
١٠	٦٣,٩٢	٤٣,٧٥	١٧٥	٢٠,٧٥	٨٣	٣٥,٥٠	١٤٢	الوفاء
٦	٧٠,١٧	٣٠,٢٥	١٢١	٢٩,٠٠	١١٦	٤٠,٧٥	١٦٣	تحمل المسؤولية
٤	٧٨,٧٥	٢٢,٠٠	٨٨	١٩,٧٥	٧٩	٥٨,٢٥	٢٣٣	اللعب النظيف
٣	٨٦,٧٥	٨,٥٠	٣٤	٢٢,٧٥	٩١	٦٨,٧٥	٢٧٥	عدم التعصب
٢	٨٧,٤٢	١,٠٠	٤٠	١٧,٧٥	٧١	٧٢,٢٥	٢٨٩	المنافسة الشريفة
١	٩١,٥٠	٦,٥٠	٢٦	١٢,٥٠	٥٠	٨١,٠٠	٣٢٤	تجنب العنف والشغب
٨	٦٤,٥٨	٣٤,٢٥	١٣٧	٣٧,٧٥	١٥١	٢٨,٠٠	١١٢	المحافظة على البيئة
٥	٧٠,٨٣	٣٠,٥٠	١٢٢	٢٦,٥٠	١٠٦	٤٣,٠٠	١٧٢	الحفاظ على الممتلكات العامة
				٤٠٠				جملة من ستلوا

يتضح من الجدول (١٧) ان تجنب العنف والشغب جاء فى المركز الأول بنسبة ترجيحية ٩١,٥٠% يليها المنافسة الشريفة بنسبة ٨٧,٤٢% وعدم التعصب فى المركز الثالث بنسبة ٨٦,٧٥% وجاءت قيمة الوفاء فى المركز العاشر والأخير بنسبة ٦٣,٩٢%، جاء اهتمام البرامج الرياضية بالتأكيد على تجنب العنف والشغب نظرا لما يحدث فى الملاعب من أحداث مؤلمة مثلما حدث من قبل فى مباراة الأهلى والمصرى عام ٢٠١٢ وكذلك مباراة الزمالك وانبى عام ٢٠١٥ ولتى أسفرت كلا منهما عن وقوع العديد من الضحايا من الشباب، وكذلك اهتمت البرامج بالتأكيد على المنافسة الشريفة وعدم التعصب فهى فى النهاية لا تخرج عن كونها لعبة محبوبة لدى الجمهور لا بد فيها من فوز لفرق وخسارة للآخر، وهو ما أشارت إليه دراسة (Mona Tavakolli, 2013) ان الرياضة تعكس القيم الاجتماعية ولتى تجمع بين القيم الفردية مثل الانضباط وضبط النفس، والقيم الجماعية مثل الروح الرياضية والتنافس. جدول (١٨) ترتيب الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وفقا لاختيار عينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	العدد	النسبة %
١	٩١,٥٠	٣٢٤	٨١,٠٠
٢	٨٧,٤٢	٢٨٩	٧٢,٢٥
٣	٨٦,٧٥	٢٧٥	٦٨,٧٥
٤	٧٨,٧٥	٢٣٣	٥٨,٢٥
٥	٧٠,٨٣	١٧٢	٤٣,٠٠
٦	٧٠,١٧	١٦٣	٤٠,٧٥
٧	٦٨,٠٠	١٥٦	٣٩,٠٠
٨	٦٤,٥٨	١١٢	٢٨,٠٠
٩	٦٤,٣٣	١٣٥	٣٣,٧٥
١٠	٦٣,٩٢	١٤٢	٣٥,٥٠

الحوارية بالقنوات الرياضية، عرضها تقارير خارجية عن الحدث أو القضية الرياضية حيث احتلت المركز الأول بنسبة ٢٥,٩٠%، يليها عرض مواد فيلميه وصور وتصريحات رسمية بنسبة ٢٠,٤٥%، وفى المركز الثالث جاء الاتصال بالشخص موضوع الحدث أو القضية الرياضية بنسبة ١٥,٨٠%، وجاء تناول بعض العناوين والأخبار فى الصحف التى تتحدث عن الموضوع أو القضية المطروحة فى المركز الأخير بنسبة ٤,٥٢%، ومما سبق نجد ان الشباب يفضل نقل تقارير خارجية عن الحدث أو القضية حيث تقدم تفاصيل هامة وحية من موقع الحدث.

جدول (١٣) الأبعاد الخلفية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية لدى عينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأبعاد الخلفية
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
٧	٧١,٢٥	٢٣,٠٠	٩٢	٤٠,٢٥	١٦١	٣٦,٧٥	١٤٧	الصدق
٥	٧٥,٩٢	١٨,٧٥	٧٥	٣٤,٧٥	١٣٩	٤٦,٥٠	١٨٦	الأمانة
٣	٨٥,٣٣	٦,٥٠	٢٦	٣١,٠٠	١٢٤	٦٢,٥٠	٢٥٠	الطموح
١	٨٩,٨٣	٨,٧٥	٣٥	١٣,٠٠	٥٢	٧٨,٢٥	٣١٣	التواضع
٦	٧٥,٩٢	١٤,٥٠	٥٨	٤٣,٢٥	١٧٣	٤٢,٢٥	١٦٩	الإخلاص
٢	٨٨,٩٢	٦,٠٠	٢٤	٢١,٢٥	٨٥	٧٢,٧٥	٢٩١	ضبط النفس
٤	٧٨,٢٥	١٩,٢٥	٧٧	٢٦,٧٥	١٠٧	٥٤,٠٠	٢١٦	احترام الآخرين
				٤٠٠				جملة من ستلوا

يتضح من الجدول (١٣) أن قيمة التواضع جاءت فى المركز الأول بنسبة ترجيحية ٨٩,٨٣% يليها ضبط النفس بنسبة ٨٨,٩٢% وجاءت قيمة الطموح فى المركز الثالث واحتلت قيمة الصدق المركز السابع والأخير بنسبة ٧١,٢٥%، وبأتى تأكيد البرامج على قيمة التواضع حيث ان من أهم سمات اللاعب التواضع برغم الشهرة الواسعة وحب الجماهير، والتأكيد على ضرورة ضبط النفس أثناء وجوده فى الملعب أو مع الجماهير حيث يعتبره الشباب قدوة ونموذج يحتنون به.

جدول (١٤) الأبعاد الدينية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية لدى عينة الدراسة

الترتيب	النسبة %	معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأبعاد الدينية
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
٢	٧٣,٣٣	١٨,٥٠	٧٤	٤٣,٠٠	١٧٢	٣٨,٥٠	١٥٤	الشكر والحمد لله
١	٧٧,٨٣	١٧,٢٥	٦٩	٣٢,٠٠	١٢٨	٥٠,٧٥	٢٠٣	التوكل على الله
				٤٠٠				جملة من ستلوا

يتضح من الجدول (١٤) أن قيمة التوكل على الله جاءت فى المركز الأول بنسبة ترجيحية ٧٧,٨٣% يليها الشكر والحمد لله بنسبة ٧٣,٣٣%، حيث تؤكد للشباب على ضرورة التوكل على الله عند القيام بأى عمل وشكر الله تعالى على نعمه، وعلى اللاعب أن يتوكل على الله عند نزوله الملعب والشكر والحمد لله عند الهزيمة أو النصر

جدول (١٥) الأبعاد الوطنية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية

الترتيب	النسبة %	معارض		محايد		موافق		الاستجابة الأبعاد الوطنية
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
٣	٨٥,٣٨	١٦,٥٠	٦٦	١٠,٧٥	٤٣	٧٢,٧٥	٢٩١	حب الوطن
٢	٨٦,٩٢	٨,٥٠	٣٤	٢٢,٢٥	٨٩	٦٩,٢٥	٢٧٧	احترام القانون
١	٩٢,٤٢	٣,٢٥	١٣	١٦,٢٥	٦٥	٨٠,٥٠	٣٢٢	الولاء والانتماء للوطن
٤	٨٣,٠٠	١١,٧٥	٤٧	٢٧,٥٠	١١٠	٦٠,٧٥	٢٤٣	الاعتزاز بالتقاليد والعبادات الوطنية
٥	٧٩,٥٨	١٤,٧٥	٥٩	٣١,٧٥	١٢٧	٥٣,٥٠	٢١٤	الاهتمام بالأحداث الرياضية الوطنية
				٤٠٠				جملة من ستلوا

يتضح من الجدول (١٥) أن قيمة الانتماء والولاء للوطن جاءت فى المركز الأول بنسبة ترجيحية ٩٢,٤٢% يليها احترام القانون فى المركز الثانى بنسبة ٨٦,٩٢% وحب الوطن فى المركز الثالث وأخيرا جاءت قيمة الاهتمام بالأحداث الرياضية الوطنية فى المركز الخامس بنسبة ٧٩,٥٨%، مما سبق نجد أن البرامج الرياضية الحوارية تحرص على غرس قيمة الانتماء والولاء للوطن لدى الشباب واللعبين ويظهر ذلك واضحا أثناء المباريات الهامة على المستوى العربى أو الإفريقى أو عند

## دراسات الطفولة يناير ٢٠٢٠

جدول (٢٠) مدى موضوعية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية أثناء مناقشة الموضوعات والقضايا الرياضية لدى عينة الدراسة

النسبة (%)	العدد	مدى الموضوعية والحيادية
٤٦,٠٠%	١٨٤	دائما
٤٨,٧٥%	١٩٥	إلى حد ما
٥,٢٥%	٢١	لا
١٠٠,٠٠%	٤٠٠	جملة من سئوا

يتضح من الجدول (٢٠) أن نسبة ٤٨,٧٥% من عينة الدراسة يرون أن البرامج الحوارية في القنوات الرياضية موضوعية وحيادية إلى حد ما بينما يرى ٤٦% من العينة أنها تتسم بالموضوعية والحيادية دائما ويرى ٥,٢٥% أن هذه البرامج لا تتسم بالموضوعية وتختلف هذه النتائج مع دراسة (احمد عباس، ٢٠١٦) بأن ٧٧,٨% من عينة الدراسة يرون أن القنوات الرياضية غير حيادية.

جدول (٢١) مدى مشاركة الشباب عينة الدراسة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية

النسبة (%)	العدد	مدى المشاركة
٤,٧٥%	١٩	دائما
٣٦,٧٥%	١٤٧	أحيانا
٥٨,٥%	٢٣٤	لا
١٠٠%	٤٠٠	جملة من سئوا

يتضح من الجدول (٢١) أن ٥٨,٥% من أفراد العينة لا يشاركون في البرامج الحوارية الرياضية بينما يشارك ٣٦,٧٥% أحيانا في هذه البرامج أما المشاركة دائما جاءت بنسبة ٤,٧٥% من عينة الدراسة فالمشاركة أحيانا ودائما من قبل عينة الدراسة تشير إلى مدى إقبال وتفاعل الشباب مع ما تقدمه البرامج الحوارية الرياضية.

جدول (٢٢) كيفية مشاركة عينة الدراسة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية

النسبة (%)	العدد	كيفية المشاركة
٤,٢٢%	٧	مداخلات تلفونية
٩,٦٣%	١٦	رسائل SMS
٨٦,١٥%	١٤٣	من خلال صفحات البرامج على مواقع التواصل الاجتماعي
-	-	الحضور في الاستوديو
١٠٠%	١٦٦	اجمالي

يتضح من الجدول (٢٢) أن عينة الدراسة من الشباب يشاركون في البرامج الحوارية الرياضية عن طريق صفحات البرامج على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٦,١٥% يليها عن طريق الرسائل القصيرة SMS بنسبة ٩,٦٣% ويشارك نسبة ٤,٢٢% من عينة الدراسة عن طريق المداخلات التلفونية بينما لم يشارك أي فرد من أفراد العينة بالحضور في الاستوديو، وتؤكد النتائج على أهمية Social Media حيث تعد الآن أسهل وأسرع وسيلة لتواصل الجماهير مع البرامج المختلفة بالقنوات التلفزيونية للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم الخاصة.

جدول (٢٣) أفضل ثلاثة برامج مفضلة لدى الشباب عينة الدراسة

النسبة (%)	العدد	أسماء البرامج
١٠,٨٣%	١٣٠	مع عفيفي
١٠,٣٣%	١٢٤	Time Out
٩,٦٧%	١١٦	مساء الأنوار
٩,٤٢%	١١٣	مع شوبير
٩,٤٢%	١١٣	الغندور والجمهور
٨,٢٥%	٩٩	خاص مع سيف
٧,٦٧%	٩٢	الكرة والجماهير
٧,٣٣%	٨٨	الحريف
٦,٦٧%	٨٠	كورة كل يوم
٦,٥٨%	٧٩	حصاد الأسبوع
٦,١٦%	٧٤	ملك وكتابة
٥,٧٥%	٦٩	النشرة الرياضية
١,٩٢%	٢٣	صباح الرياضة
١٠٠%	١٢٠٠	اجمالي الاختيارات

يتضح من الجدول (٢٣) أن البرامج الرياضية المفضلة لدى عينة الدراسة جاءت كالتالي برنامج مع عفيفي في المركز الأول بنسبة ١٠,٨٣% يليه برنامج "Time Out" في المركز الثاني بنسبة ١٠,٣٣% يليه في المركز الثالث برنامج مساء الأنوار

النسبة (%)	العدد	الأبعاد التربوية
٧٢,٧٥%	٢٩١	ضبط النفس
٧٢,٢٥%	٢٨٩	المنافسة الشريفة
٦٩,٢٥%	٢٧٧	احترام القانون
٦٨,٧٥%	٢٧٥	عدم التعصب
٦٢,٥٠%	٢٥٠	الطموح
٦٠,٧٥%	٢٤٣	الاعتزاز بالتقاليد والعادات الوطنية
٥٨,٢٥%	٢٣٣	اللعب النظيف
٥٤%	٢١٦	احترام الآخرين
٥٣,٥٠%	٢١٤	الاهتمام بالأحداث الرياضية الوطنية
٧٥,٥٠%	٢٠٣	التوكل على الله
٤٦,٥٠%	١٨٦	الأمانة
٤٣%	١٧٢	الحفاظ على الممتلكات العامة
٤٢,٢٥%	١٦٩	الإخلاص
٤٠,٧٥%	١٦٣	تحمل المسؤولية
٣٩%	١٥٦	الإيثار
٣٨,٥٠%	١٥٤	الشكر والحمد لله
٣٨%	١٥٢	الإبداع والتميز
٣٦,٧٥%	١٤٧	تنمية الحس الجمالي
٣٦,٧٥%	١٤٧	الصدق
٣٥,٥٠%	١٤٢	الوفاء
٣٣,٧٥%	١٣٥	التعاون
٢٨%	١١٢	المحافظة على البيئة
٤٠٠%	٤٠٠	جملة من سئوا

يتضح من الجدول (١٨) ان "الروح الرياضية" احتلت المركز الأول بنسبة ٨٤,٧٥% يليها تجنب العنف والشغب بنسبة ٨١% وفي المركز الثالث جاءت قيمة الولاء والانتماء للوطن بنسبة ٨٠,٥٠%، وقد جاءت قيمتي حب الوطن وضبط النفس بالتساوي بينهما بنسبة بلغت ٧٢,٧٥%، وكذلك تنمية الحس الجمالي والصدق بنفس النسبة بالتساوي حيث بلغت ٣٦,٧٥% واحتلت المحافظة على البيئة المركز الأخير بنسبة ٢٨%، مما سبق نجد ان البرامج الحوارية الرياضية تعمل على التأكيد على أهمية ممارسة الرياضة في إطار الأبعاد التربوية المختلفة حيث أن للرياضة دور هام في رقي وتقدم المجتمع وتغرس القيم والسلوكيات الإيجابية خاصة بين الشباب وتحد من الانحراف والجنوح وهو ما أشارت إليه دراسة (Sung, 2010) ان البرامج الرياضية تعمل على الحد من انحراف الشباب وإكسابهم الروح الرياضية والمهارات الاجتماعية والرياضية. وتتفق أيضا مع دراسة (راجي صابر، ٢٠١٢) ان للبرامج الرياضية دورا كبيرا في نشر الثقافة الرياضية وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية، وكذلك دراسة (Mona Tavakolli, 2013)، والتي أكدت على ان الرياضة تدعم الهوية الثقافية وبناء الوطنية وكذلك تدعم الحياة الاجتماعية.

جدول (١٩) مدى ثقة عينة الدراسة في الآراء والمعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية

النسبة (%)	العدد	مدى الثقة
٤٧,٢٥%	١٨٩	أثق كثيرا بها
٤٢,٧٥%	١٧١	أثق بها إلى حد ما
١٠%	٤٠	لا أثق بها
١٠٠%	٤٠٠	جملة من سئوا

يتضح من الجدول (١٩) ان ٤٧,٢٥% من عينة الدراسة يثقون كثيرا في الآراء والمعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية في القنوات الرياضية في مقابل ٤٢,٧٥% يثقون فيها إلى حد ما وبلغت نسبة من لا يثقون في الآراء والمعلومات في هذه البرامج ١٠% وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (احمد عثمان، ٢٠١٥) والتي أشارت إلى أن نسبة ٨٤,٧٥% من العينة يثقون إلى حد ما في البرامج الحوارية، ٤,٧٥% يثقون بها كثيرا أما نسبة ١٠,٥% لا يثقون في هذه البرامج وقد يرجع ذلك إلى ان موضوعات البرامج الحوارية الرياضية تختلف في مضمونها كثيرا عن البرامج الحوارية التي تناقش الموضوعات الاجتماعية أو السياسية.

بنسبة ٩,٦٧% وجاء برنامجي مع شوبير والغندور والجمهور المركز الرابع بالتساوي بنسبة ٩,٤٢% لكل منهما وجاء برنامج صباح الرياضة في المركز الأخير بنسبة ١,٩٢% وقد اختلفت هذه النتائج مع دراسة (فيصل عبدالعزيز، ٢٠١٣) في ترتيب بعض البرامج وتشابهت معها في ترتيب برامج أخرى اختلفت معها في ان برنامج (ميديا سيورت) جاء في المركز الأول بنسبة ٤٢,٩%، ثم (الكرة مع شوبير) جدول (٢٤) أفضل ثلاثة مقدمين للبرامج الرياضية لدى الشباب عينة الدراسة

النسبة (%)	العدد	مقدمي البرامج
٩,٠٨%	١٠٩	احمد عفيفي
٨,٦٧%	١٠٤	شيماء صابر
٨,٥٠%	١٠٢	مدحت شلبي
٨,١٧%	٩٨	احمد شوبير
٧,٩٢%	٩٥	خالد الغندور
٧,٠٠%	٨٤	سيف زاهر
٦,٥٠%	٧٨	فرح علي
٦,٤٢%	٧٧	شادي محمد
٦,١٧%	٧٤	عدي القيعي
٦,٠٠%	٧٢	كريم حسن شحاتة
٥,٢٥%	٦٣	إبراهيم المنيسي
٤,٦٧%	٥٦	إبراهيم فايق
٤,٢٥%	٥١	عمرو عبدالحق
٤,٠٨%	٤٩	إبراهيم حجازي
٣,٦٧%	٤٤	هبة ماهر
٣,٦٧%	٤٤	امل صالح
١٠٠,٠٠%	١٢٠٠	إجمالي الاختيارات

إلى فكرهم وأسلوبهم في عصر التكنولوجيا والسماوات المفتوحة، بالإضافة إلى بروز دور المرأة في تقديم البرامج الرياضية وأنها خرجت عن النطاق التقليدي لها كمنذبة لبرامج حوارية أو برامج للمرأة بتقديمها للبرامج الرياضية ونجاحها في هذا المجال بل أصبح هناك الكثير من الجماهير يتابعون برامجها باهتمام على الشاشة وصفحة البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي ولم ينكر الشباب أيضا في اختياراتهم دور الخبرة ومقدمي البرامج الرياضية المتميزين.

يتضح من الجدول (٢٤) ان احمد عفيفي قد احتل المركز الأول بنسبة ٩,٠٨% كمقدم للبرامج الرياضية وفقا لاختيارات عينة الدراسة يليه شيماء صابر بنسبة ٨,٦٧% واحتل مدحت شلبي المركز الثالث بنسبة ٨,٥٠% يليه احمد شوبير في المركز الرابع بنسبة ٨,١٧% وقد احتلت كلا من هبة ماهر وامل صالح المركز الأخير بنسبة ٣,٦٧% لكل منهما ويلاحظ مما سبق أن الشباب من مقدمي البرامج الرياضية قد احتل المركزين الأول والثاني من اختيارات الشباب عينة الدراسة حيث أنهم أقرب

#### فروض الدراسة: نتائج اختبارات

٢ الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وفقا للمتغيرات الديموجرافية التالية: (طبيعة الكلية، ممارسة نشاط رياضي، مكان الإقامة (ريف- حضر) وينطبق من هذا الفرض عدة فروض فرعية.

١. الفرض الأول (أ): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وطبيعة الكلية:

جدول (٢٥) العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الرياضية المصرية وطبيعة الكلية

الدالة	ارتباط سبيرمان	الدالة	سبيرمان كا <sup>٢</sup>	كليات عملية				كليات نظرية				النوع	دوافع المشاهدة
				لا		نعم		لا		نعم			
				عدد	نسبة%	عدد	نسبة%	عدد	نسبة%	عدد	نسبة%		
٠,٠٥٠	٠,٢٩٥	٠,٠١٠	٤٧٦,٣٤	٤٨	٤٦	٥٢	٥٠	٧٩	٢٤٠	٢١	٦٤	تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية	
٠,٠٥٠	٠,٣٠٣	٠,٠١٠	٧,٣٦	٤٠	٣٨	٦٠	٥٨	٧٣	٢٢٣	٢٧	٨١	تصنيف شخصيات رياضية مميزة	
٠,٠٤٤	٠,٥٨١	٠,٠١٠	٩٩٤,٣٤	٢١	٢٠	٧٩	٧٦	٨٤	٢٥٥	١٦	٤٩	تساعدني على تكوين رأي تجاه الأحداث الرياضية على الساحة	
٠,٠٥٠	٠,٢٩٧	٠,٠١٠	١٨٥,٣٥	٦٤	٦١	٣٦	٣٥	٨٩	٢٧٢	١١	٣٢	تعودت على مشاهدتها	
٠,٠٣٧	٠,٢٣١	٠,٠١٠	٢٧٢,٢١	٩	٩	٩١	٨٧	٣٤	١٠٢	٦٦	٢٠٢	تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية	
٠,٠٥٠	٠,٤٩٩	٠,٠١٠	٣٥٥,٧٩	٩٤	٩٠	٦	٦	٩٩	٣٠١	١	٣	أخرى تذكر	
				٨١,٦				٣٣٣,١				كا <sup>٢</sup>	
				٠,٠٠١				٠,٠٠١				الدالة	

المجهود الذي يقوم به طلاب الكليات العملية حيث المجهود اقل ووقت الفراغ أكثر.

بينما تشير قيم كا<sup>٢</sup> لحسن المطابقة إلى أن أكثر دوافع المشاهدة لدى طلاب الكليات النظرية هي "تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية" بنسبة ٦٦% وهو نفس الدافع لدى طلاب الكليات العملية بنسبة ٩١% وبدرجة دالة إحصائية عند ٠,٠٥. أي أن طبيعة الكلية عملية كانت أو نظرية لم تؤثر على اهتمام الشباب بالمباريات الرياضية حيث أنها من أكثر الألعاب التي تحظى بشعبية كبيرة لدى الجماهير المختلفة خاصة الشباب وهو ما أشارت إليه

يتضح من الجدول (٢٥) وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة وطبيعة الكلية فجميع قيم كا<sup>٢</sup> للاستقلالية دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥، فتختلف دوافع المشاهدة وفقا لنوع الكلية عملية أو نظرية وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة طردية بين نوع الكلية ودوافع المشاهدة حيث ان طلبة الكليات العملية يبدلون مجهود أكثر من طلبة الكليات النظرية فتراهم في المعامل أو في مكتبة الكلية فهم دائما مشغولون لذا فهم في حاجة أكثر إلى وجود متنفس لهم والخروج من الجو العلمي إلى الترفيه قليلا فتزداد متابعتهم للقنوات الرياضية عكس الكليات النظرية التي لا تحتاج لمثل هذا

المركز الأول بالنسبة حيث بلغت نسبة ٣٨,٢%

دراسة (محمد شطاح، ٢٠١٤) أن المباريات والمنافسات الرياضية قد احتلت

٢. الفرض الأول (ب) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الشباب للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وممارسة الشباب للنشاط الرياضي جدول (٢٦) العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وممارسة عينة الدراسة للنشاط الرياضي

دوافع المشاهدة	النوع	يمارس النشاط الرياضي			لا يمارس النشاط الرياضي			الدلالة	ارتباط سبيرمان	الدلالة		
		لا	نعم	عدد	لا	نعم	عدد					
		نسبة	نسبة	نسبة	نسبة	نسبة	نسبة					
تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية	٦١	٢١	٢٢٧	٧٩	٥٣	٤٧	٥٩	٥٣	٢٧,٠٤	٠,٠٠١	-٢٦,٠	٠,٥٠
تستضيف شخصيات رياضية مميزة	٤٥	١٦	٢٤٣	٨٤	٩٤	٨٤	١٨	١٦	٦٢,٩	٠,٠٠١	-٦٤٤,٠	٠,٤٠
تساعدني على تكوين رأي تجاه الأحداث الرياضية على الساحة	٥٩	٢٠	٢٢٩	٨٠	٦٦	٥٩	٤٦	٤١	٥٥,٤٦	٠,٠٠١	-٣٢٢,٠	٠,٥٠
تعودت على مشاهدتها	٣٦	١٣	٢٥٢	٨٨	٣١	٢٨	٨١	٧٢	١٣,٣٢	٠,٠٠١	-١٨٣,٠	٠,٥٠
تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية	١٨٦	٦٥	١٠٢	٣٥	١٠٣	٩٢	٩	٨	٣٠,١٥	٠,٠٠١	-٢٧٥,٠	٠,٣٧,٠
أخرى تذكر	٤	١	٢٨٤	٩٩	٥	٤	١٠٧	٩٦	٣,٤٦	٠,٠٧٤	-٠٩٣,٠	٠,٥٧,٠
كا			٣٠١,٦				١١٨,٣					
الدلالة			٠,٠٠١				٠,٠٠١					

بينما تشير قيم كا<sup>٢</sup> لحسن المطابقة إلى أن أكثر دوافع المشاهدة لدى الممارسين للنشاط الرياضي وغير الممارسين هي "تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية" بنسبة ٦٥% لدى الممارسين للنشاط الرياضي وهو نفس الدافع لدى الغير ممارسين للنشاط الرياضي بنسبة ٩٢% ودرجة دالة إحصائية عند ٠,٠٠٥. ويرجع ذلك إلى أهمية مباريات كرة القدم لدى الجماهير حيث أنها تعد من أولى تفضيلات الجمهور كما أشارت دراسة (جاسم ميرزا، ٢٠١٤) إلى أن لعبة كرة القدم من أكثر الألعاب التي يهتم بها الجمهور.

يتضح من الجدول (٢٦) وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة وممارسة النشاط الرياضي حيث أن جميع قيم كا<sup>٢</sup> للاستقلالية دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠٥، فتختلف دوافع المشاهدة وفقا لممارسة النشاط الرياضي أو عدم ممارسته، وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة عكسية بين ممارسة النشاط الرياضي ودوافع المشاهدة حيث نقل دوافع المشاهدة لدى الممارسين للنشاط الرياضي وتزداد لدى غير الممارسين للنشاط الرياضي.

٣. الفرض الأول (ج) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية ومكان الإقامة (ريف- حضر) للشباب عينة الدراسة المصرية:

جدول (٢٧) العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وبين مكان إقامة عينة الدراسة

دوافع المشاهدة	النوع	ريف			حضر			الدلالة	ارتباط سبيرمان	الدلالة		
		لا	نعم	عدد	لا	نعم	عدد					
		نسبة	نسبة	نسبة	نسبة	نسبة	نسبة					
تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية	٧٦	٢٩	١٨٧	٧١,١٠	٣٨	٢٨	٩٩	٧٢	٠,٨٠٧	٠,٠٥٩	٠,١٢٠	٠,٥٦,٠
تستضيف شخصيات رياضية مميزة	٥٢	٢٠	٢١١	٨٠,٢٣	٨٧	٦٤	٥٠	٣٦	٧٥,٩٧	٠,٠١٠	٤٣٦,٠	٠,٤٧,٠
تساعدني على تكوين رأي تجاه الأحداث الرياضية على الساحة	٩٠	٣٤	١٧٣	٦٥,٧٨	٣٥	٢٦	١٠٢	٧٤	٣,١٥٤	٠,٠٧٦	٠,٨٩,٠	٠,٤٨,٠
تعودت على مشاهدتها	٢٧	١٠	٢٣٦	٨٩,٧٣	٤٠	٢٩	٩٧	٧١	٢٣,١٥	٠,٠٠١	٢٤٢,٠	٠,٥٠
تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية	١٧٤	٦٦	٨٩	٣٣,٨٤	١١٥	٨٤	٢٢	١٦	١٤,٢٠	٠,٠٠١	١٨٨,٠	٠,٤٥,٠
أخرى تذكر	٧	٣	٢٥٦	٩٧,٣٤	٢	١	١٣٥	٩٩	٠,٥٩١	٠,٣٥٢	٠,٣٨,٠	٠,٥٤,٠
كا			٢٤٤,٩				١٥٧,٤					
الدلالة			٠,٠٠١				٠,٠٠١					

جدول (٢٨) العلاقة بين معدل التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ومدى ثقة عينة الدراسة في المعلومات المقدمة من خلالها

الدلالة	الارتباط	الدلالة	كا	درجة التعرض			درجة الثقة
				مرتفع	متوسط	منخفض	
أثق بها كثيرا			١١٧,١٠	١٣٥	٤٠	١٤	عدد
				٤,٧١	٢,٢١	٤,٧	الثقة
				٥,٤٥	٤,٤٩	٦,٦٣	التعرض
أثق إلى حد ما			١١٧,١٠	١٣٨	٢٨	٥	عدد
				٧,٨٠	٤,١٦	٩,٢	الثقة
				٥,٤٦	٦,٣٤	٧,٢٢	التعرض
لا أثق بها			١١٧,١٠	٢٤	١٣	٣	عدد
				٠,٦٠	٥,٣٢	٥,٧	الثقة
				٨	٠,١٦	٦,١٣	التعرض
المجموع			١١٧,١٠	٣٩٧	٨١	٢٢	عدد
				٣,٧٤	٢,٢٠	٥,٥	الثقة
				٠,١٠٠	٠,١٠٠	٠,١٠٠	التعرض

يتضح من جدول (٢٨) وجود فروق دالة إحصائية بين درجة التعرض والثقة كلما ازداد التعرض للبرامج الرياضية كلما ازدادت ثقة الشباب فيما تقدمه البرامج الرياضية من معلومات، وهو ما يتفق مع دراسة (جاسم ميرزا، ٢٠١٤) بأن ٥٧,٨٠% من الجمهور الرياضي يتقون فيما تقدمه القنوات الرياضية من معلومات.

يتضح من الجدول (٢٧) وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع المشاهدة ومحل الإقامة حيث أن قيم كا<sup>٢</sup> للاستقلالية دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠٥، حيث تختلف دوافع المشاهدة وفقا لمحل الإقامة، وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة طردية بين محل الإقامة ودوافع المشاهدة، عدا دافع تعرض وجهات نظر مختلفة للقضايا والأحداث الرياضية فلا يوجد تأثير لمحل الإقامة على اختيار هذا الدافع بين الريف والحضر حيث أن قيمة كا<sup>٢</sup> غير دالة وقيمة ارتباط بيرسون غير دال مما يشير لعدم تأثير محل الإقامة على اختيار هذا الدافع لمشاهدة القنوات الرياضية، فالشباب من الريف أو الحضر يهتمون بمتابعة القضايا الرياضية أو الموضوعات الخاصة بفريقهم المفضل بينما تشير قيم كا<sup>٢</sup> لحسن المطابقة إلى أن أكثر دوافع المشاهدة لدى طلاب الريف والحضر هي "تقدم تحليل وتعليق على المباريات الرياضية" بنسبة ٦٦% لدى طلاب الريف وهو نفس الدافع لدى طلاب الحضر بنسبة ٨٤% ودرجة دالة إحصائية وهو ما يتفق مع نتائج (محمد شطاح، ٢٠١٦) التي أكدت على أن كرة القدم قد تفوقت على باقي الرياضات بالمشاهدة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية ومدى ثقة الشباب في المعلومات المقدمة من خلالها:

٣ الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وفقا لمتغيري (ممارسة نشاط رياضي - طبيعة الكلية)

١. الفرض الثالث (أ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وممارسة الشباب عينة الدراسة للنشاط الرياضي:

جدول (٢٩) العلاقة بين الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وممارسة النشاط الرياضي

الدلالة	الارتباط	الدلالة	كا <sup>٢</sup>	الرأي				الأبعاد التربوية
				لا يمارس نشاط رياضي		يمارس نشاط رياضي		
				العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	
٠,٠٠١	٠,٠١٤	٠,٠٠١	٥٥,٤٣	١٩,٧٥	٧٩	١٧,٠٠	٦٨	١. الصدق
				٢٠,٢٥	٨١	٢٦,٢٥	١٠٥	٢. الأمانة
				١٤,٥٠	٥٨	٤٨,٠٠	١٩٢	٣. الطموح
				٢٦,٠٠	١٠٤	٥٢,٢٥	٢٠٩	٤. التواضع
				١٢,٠٠	٤٨	٣٠,٢٥	١٢١	٥. الإخلاص
				٢٧,٢٥	١٠٩	٤٥,٥٠	١٨٢	٦. ضبط النفس
				٢٤,٥٠	٩٨	٢٩,٥٠	١١٨	٧. احترام الآخرين
٠,٠٥٣	٠,٠٤٧	٠,٣٧٧	٠,٧٨١	١٨,٥٠	٧٤	٢٠,٠٠	٨٠	٨. الشكر والحمد لله
				٢٢,٠٠	٨٨	٢٨,٧٥	١١٥	٩. التوكل على الله
٠,٠٢٧	٠,٠٦٦	٠,٠١١	١٢,٩٨	٢٥,٠٠	١٠٠	٤٧,٥٠	١٩٠	١٠. حب الوطن
				٢٦,٥٠	١٠٦	٤٢,٧٥	١٧١	١١. احترام القانون
				٢٥,٧٥	١٠٣	٥٤,٧٥	٢١٩	١٢. الولاء والانتماء للوطن
				٢٤,٢٥	٩٧	٣٦,٥٠	١٤٦	١٣. الاعتزاز بالتقاليد والعادات الوطنية
٠,٠٥٠	٠,٠٦٣	٠,٠٤٩	٥,٥٢٠	١٣,٥٠	٥٤	٢٣,٢٥	٩٣	١٥. تنمية الحس الجمالي
				٢٧,٥٠	١١٠	٥٧,٢٥	٢٢٩	١٦. الروح الرياضية
				١٦,٥٠	٦٦	٢١,٥٠	٨٦	١٧. الإبداع والتميز
٠,٠٢٣	٠,٠٨٢	٠,٠٠١	٨٦,٨٣	٢٠,٥٠	٨٢	١٣,٢٥	٥٣	١٨. التعاون
				١٦,٠٠	٦٤	٢٣,٠٠	٩٢	١٩. الإيثار
				١٧,٠٠	٦٨	١٨,٥٠	٧٤	٢٠. الوفاء
				٢٦,٠٠	١٠٤	١٤,٧٥	٥٩	٢١. تحمل المسؤولية
				٢٦,٧٥	١٠٧	٣١,٥٠	١٢٦	٢٢. اللعب النظيف
				٢٤,٥٠	٩٨	٤٤,٢٥	١٧٧	٢٣. عدم التعصب
				٢٧,٥٠	١١٠	٤٤,٧٥	١٧٩	٢٤. المنافسة الشريفة
				٢٥,٠٠	١٠٠	٥٦,٠٠	٢٢٤	٢٥. تجنب العنف والشغب
				١٦,٠٠	٦٤	١٢,٠٠	٤٨	٢٦. المحافظة على البيئة
				٢٠,٧٥	٨٣	٢٢,٢٥	٨٩	٢٧. الحفاظ على الممتلكات العامة

الممارس وغير الممارس للنشاط الرياضي فالشكر لله وحمده والتوكل عليه قيمة يجب ان يتمسك بها الفرد في حياته.

يتضح من جدول (٢٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وممارسة النشاط الرياضي عدا البعد الديني، فهذا البعد وما يتضمنه من قيم لا يختلف عليه

جدول (٣٠) العلاقة بين الأبعاد التربوية التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية المصرية وطبيعة الكلية

الدلالة	الارتباط	الدلالة	كا <sup>٢</sup>	الرأي				الأبعاد التربوية
				نظرية		عملية		
				العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	
٠,٠٢٢	٠,٠٤٦	٠,٠٠١	٤٥,٤٠١	٢٩,٥٠	١١٨	٧,٢٥	٢٩	١. الصدق
				٢٨,٧٥	١١٥	١٧,٧٥	٧١	٢. الأمانة
				٤٨,٥٠	١٩٤	١٤,٠٠	٥٦	٣. الطموح
				٥٧,٢٥	٢٢٩	٢١,٠٠	٨٤	٤. التواضع
				٣٥,٥٠	١٤٢	٦,٧٥	٢٧	٥. الإخلاص
				٥٠,٥٠	٢٠٢	٢٢,٢٥	٨٩	٦. ضبط النفس
				٤٢,٧٥	١٧١	١١,٢٥	٤٥	٧. احترام الآخرين
٠,٠٥	٠,١٨٣	٠,٠٠١	١١,٩٥٣	٢٦,٥٠	١٠٦	١٢,٠٠	٤٨	٨. الشكر والحمد لله
				٤٢,٧٥	١٧١	٨,٠٠	٣٢	٩. التوكل على الله
٠,٠٢٨	٠,٠٦٤	٠,٠٥٥	١٥,٠٤٦	٥٠,٢٥	٢٠٦	٢٢,٢٥	٨٩	١٠. حب الوطن
				٥٣,٥٠	٢١٤	١٥,٧٥	٦٣	١١. احترام القانون
				٥٧,٧٥	٢٣٦	٢٢,٧٥	٩١	١٢. الولاء والانتماء للوطن
				٣٨,٥٠	١٥٤	٢٢,٢٥	٨٩	١٣. الاعتزاز بالتقاليد والعادات الوطنية
				٣٤,٧٥	١٣٩	١٨,٧٥	٧٥	١٤. الاهتمام بالأحداث الرياضية الوطنية

الدلالة	الارتباط	الدلالة	كأ	الرأي				الأبعاد التربوية
				نظرية		عملية		
				النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد	
٠,٠٤١	٠,١١٥	٠,٠٠١	١٧,٨٨٣	٢٧,٠٠	١٠,٨	٩,٧٥	٣٩	١٥. تنمية الحس الجمالي
				٦٥,٢٥	٢٦١	١٩,٥٠	٧٨	١٦. الروح الرياضية
				٢٢,٢٥	٨٩	١٥,٧٥	٦٣	١٧. الإبداع والتميز
٠,٠٢٢	٠,٠٢٤	٠,٠٠١	٥٢,٤٠٩	١٩,٧٥	٧٩	١٤,٠٠	٥٦	١٨. التعاون
				٣٣,٠٠	١٣٢	٦,٠٠	٢٤	١٩. الإيثار
				٢٦,٧٥	١٠٧	٨,٧٥	٣٥	٢٠. الوفاء
				٢٣,٢٥	٩٣	١٧,٥٠	٧٠	٢١. تحمل المسؤولية
				٣٦,٥٠	١٤٦	٢١,٧٥	٨٧	٢٢. اللعب النظيف
				٤٦,٠٠	١٨٤	٢٢,٧٥	٩١	٢٣. عدم التعصب
				٤٩,٠٠	١٩٦	٢٣,٢٥	٩٣	٢٤. المنافسة الشريفة
				٥٩,٠٠	٢٣٦	٢٢,٠٠	٨٨	٢٥. تجنب العنف والشغب
				٢٢,٥٠	٩٠	٥,٥٠	٢٢	٢٦. المحافظة على البيئة
				٢٩,٥٠	١١٨	١٣,٥٠	٥٤	٢٧. الحفاظ على الممتلكات العامة

كالاتمات للوطن والروح الوطنية ومحاربة ونبذ العنف والشغب والتعصب لدى الجماهير خاصة فئة الشباب.

٤. ضرورة التزام البرامج الرياضية بالموضوعية والحيادية والوقوف على مسافة واحدة من جميع الاندية الرياضية حتى لا تتسبب في إثارة البلبلة والشغب بين الجماهير.

٥. تأكيد البرامج الرياضية على أهمية ممارسة الرياضة ودورها في حياة الفرد والمجتمع حيث انها تعمل على الحد من انتشار العنف والانحراف.

٦. الاهتمام بالفئات الأخرى المهمشة من الجماهير وتقديم برامج تشبع احتياجاتهم كالمراة والأطفال وذوى الاحتياجات الخاصة، والمعاقين.

٧. الاهتمام بمادة الإعلام الرياضى بكتليات التربية الرياضية وإضافة تدريب عملى أو مجموعة دورات تدريبية تؤهل من يريد العمل بالمجال الإعلامى على إتقان مهارات الإعلامى الناجح كالتقديم وإدارة البرامج الرياضية وكذلك المعايير الأخلاقية التى تحكم العمل الإعلامى الرياضى.

#### المراجع:

١. احمد إبراهيم عباس: "دور القنوات الرياضية العربية المتخصصة فى تشكيل اتجاهات الشباب المصرى نحو الرياضة" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة- كلية الإعلام، ٢٠١٦).
٢. أحمد أحمد عثمان: "دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى فى بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥).
٣. احمد الزبون: "منظومة القيم التى تعكسها البرامج الدينية فى التلفزيون الأردنى لدى عينة من الطلبة المراهقين فى محافظة عجلون" مجلة جامعة ام القرى للعلوم الاجتماعية، م٢، ع٢٤، يوليو ٢٠١٠.
٤. تقرير الجهاز المركزى للتعبئة والاحصاء، جريدة الاهرام، ع ٤٨٠٩٦، ١٢/ ٨/ ٢٠١٨.
٥. جاسم خليل ميرزا "اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضى فى تعميق الوعى لدى الجمهور الرياضى" المجلة الأوربية لتكنولوجيا علوم الرياضة، دى، الأكاديمية الدولية لتكنولوجيا الرياضة، س ٣، ع ١، ٢٠١٤.
٦. جلال عبدالعادي: "أهمية وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب" مجلة التربية الرياضية، جامعة بغداد، كلية التربية الرياضية، العدد ١٢، ١٩٩٦.
٧. حسن عماد مكاي، لىلى حسين السيد: "الاتصال ونظرياته المعاصرة" ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).
٨. حسين احمد الشافعى: "التربية الرياضية وقانون البيئة" ط١ (الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنية، ٢٠٠١).

يتضح من جدول (٣٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وطبيعة الكلية، حيث ان طلبة الكليات العملية تختلف كثيرا عن طلبة الكليات النظرية من حيث طبيعة التفكير والدراسة ووجود أوقات فراغ وبالتالي ترتيب الأبعاد التربوية بالنسبة لهم.

#### النتائج والتوصيات

##### النتائج:

- توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:
١. يشاهد الشباب عينة الدراسة القنوات الرياضية دائما بنسبة ٧٨,٩٥% وأحيانا بنسبة ٢٠%، ويشاهدون البرامج الحوارية الرياضية دائما بنسبة ٦٧,٧٥%، وأحيانا بنسبة ٣٢,٢٥%.
  ٢. احتلت قيمة "الروح الرياضية" من الأبعاد الجمالية على المركز الأول بنسبة ٨٤,٧٥% يليها تجنب العنف والشغب" بنسبة ٨١% ثم الولاء والانتماء للوطن بنسبة ٨٠,٥٠%.
  ٣. جاء برنامج "مع عفيفي" فى المرتبة الأولى بنسبة ١٠,٨٣% يليه Time Out فى المرتبة الثانية بنسبة ١٠,٣٣% وبرنامج مساء الأنوار فى المرتبة الثالثة بنسبة ٩,٦٧%.
  ٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية وطبيعة الكلية، وتشير قيم ارتباط سبيرمان إلى وجود علاقة طردية بين نوع الكلية والدوافع.
  ٥. توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية وممارسة النشاط الرياضى، وتشير قيم سبيرمان إلى وجود علاقة عكسية بين ممارسة النشاط الرياضى ودوافع المشاهدة، حيث تقل دوافع المشاهدة لدى الممارسين للنشاط الرياضى وتزداد لدى غير الممارسين للنشاط الرياضى.
  ٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وممارسة النشاط الرياضى عدا البعد الدينى.
  ٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التربوية التى تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الرياضية وطبيعة الكلية.

##### التوصيات:

١. إجراء المزيد من الدراسات حول دور القنوات الرياضية وتأثيرها على الفئات العمرية المختلفة من الذكور والإناث.
٢. ضرورة اهتمام القنوات الرياضية بالألعاب الرياضية المختلفة وعدم التركيز على نوع واحد من الرياضات.
٣. اهتمام القنوات الرياضية بتقديم ودعم القيم التربوية الايجابية والتأكيد عليها

٩. خالد محمود الزويد: "دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك" مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، م ٢١، ع ٤، ٢٠١٣.
١٠. خير الدين على عويس، عطا حسن عبدالرحيم: "الإعلام الرياضي" ط ١ (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، الجزء الأول، ١٩٩٨).
١١. راجحي صابر: تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية من ١٥-١٧ سنة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة محمد خيضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٢).
١٢. سميحة غربال، عواطف انيس: تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي قناة بي ان سبورت نموذجاً- دراسة ميدانية على طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بولاية ورقلة، جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦.
١٣. صلاح الدين العمري، علم النفس النمو، ط ١ (الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١١).
١٤. عادل عصام الدين دور وسائل الإعلام في أمن الملاعب الرياضية، دراسة علمية في: الندوة العلمية أمن الملاعب الرياضية (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمني، ٢٠٠٠).
١٥. عبدالصديق حسن عبدالصديق: "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في إمداد الجالية المصرية بمملكة البحرين بالمعلومات عن القضايا السياسية: دراسة ميدانية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، ح ٣٥، الرسالة ٤١١ (جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، ٢٠١٤).
١٦. على جرمو "البرامج الرياضية بالتلفزيون الجزائري بين الواقع ومتطلبات المشاهد" دراسة ميدانية لتلاميذ الطور الثاني من التعليم الاساسي بولاية عين الدفلى (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، ٢٠١٣).
١٧. على ظاهر اسحاق: "العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).
١٨. عيسى الهادي دراسات في الإعلام الرياضي التربوي، ط ١ (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٣).
١٩. فيصل عبدالعزيز عمار: "العلاقة بين كثافة تعرض طلاب الجامعة للقنوات الفضائية الرياضية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو ممارستهم للرياضة" مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج. ١٦، ع. ٥٩، أبريل- يونيو ٢٠١٣.
٢٠. ماجد محمد العدوان "دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية" رسالة ماجستير، (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١١).
٢١. محمد الحمادي، أحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، ط ١ (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ٢٠٠٦).
٢٢. محمد شطاح: "القنوات التلفزيونية المشفرة والبرامج الرياضية دراسة ميدانية، للجمهور الرياضي في الوسط الجامعي المجلة العربية للإعلام والاتصال الرياض، ع ١٦، نوفمبر ٢٠١٦.
٢٣. محمد شطاح: قيم العنف في الإعلام الاستعراضية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، الجزائر، جامعة سكيكدة، ع ٦، ٢٠١٠.
٢٤. محمد على عمارة: علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الإرهابية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد ٢٠١٦ الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع ١.
٢٥. مدوح عبداللطيف مكاوي: دور البرامج الحوارية بالفنانيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير" مجلة
- دراسات الطفولة، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، مج ١٦، العدد ٥٨، ٢٠١٣.
٢٦. وليد عبدالفتاح: دراسة تقييمية للبرامج الرياضية بالقناة الثانية بالتلفزيون المصري" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، ٢٠٠٧).
٢٧. ياسمين محمد عبدالمنعم، "علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥)
28. Faleh Ja'az Shalash, Abdel Hakim Mustafa Rasool: "The role of sport visible media to enhance the sport culture to students of school of sport education in Soran University", **Journal Of Humanity Sciences**, Salahaddin University, Erbil, Vol 19, No 3, 2015
29. Mona Tavakolli, Alireza Najafi and Zahra Nobakht Ramezani "Studying role of mass media in sport development" **Pelagia Research Library Advances in Applied Science Research**, 2013, 4(4): 49- 54
30. Parkin, Michael: "Talking late night comedy seriously: How candedate appearance on late night television can engage viewers", **Political Research Quarterly**, 2010, Vol. 63, n1, pp3:15
31. Sung, Hsin- Jung, (2010). An Analysis of Recreational Sport Programs for Boys and girls in Ages 12 To 14 in Taoyuan City, Taiwan. Doctor ofEducation Degree at United States Sports Academy, (February 2010). Chair: Dr. Enrico N. EspositoZainab al- Sayed, Abdul Nasser Abdeen, "The reality of sports programs on the Sudanese satellite channels SUST **Journal of Humanities**, vol.19, No.1.2018

