التَّعرُّض الانتقائي للمحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية وعلاقته بمستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

د. محمود محمد زكي*

ملخص الدراسة

سعت الدِّارسة إلى قياس مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، واختبار علاقته بانتقائية التَّعرُّض للمحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية. استندت الدراسة إلى نظرية التَّمثيل Exemplification theory التي قدَّمها الفيلسوف الكوري الأمريكي جايجون كيم، واستخدمت منهج المسح الميداني بتطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية مكوَّنة من 600 مبحوثًا مُتنوِّعين من حيث خصائصهم الديموغرافية.

خَلُصت الدراسة إلى ارتفاع مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري (بأبعادها المعرفية والصحية والتربوية والاجتماعية على التَّرتيب). وقد اتسم تعرُّضهم للمحتوى الرِّياضي بالانتقائية الشَّديدة، إذ تابعوا قنوات رياضية مُتخصِّصة، كما تعرَّضوا لبرامج رياضية مُذاعة على قنوات عامة، وكان استخدامهم مرتفعًا للمواقع الإلكترونية الرياضية سواء من خلال الموقع نفسه أو عبر صفحاته وحساباته على مواقع التواصل الاجتماعي. أيضًا كشف النتائج عن معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري من جانب، ومتغيرات انتقائية التَّعرُّض، وكثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة، وكثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة، وكثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، ودرجة الاهتمام بالرياضة من جانب آخر.

الكلمات المفتاحية: المحتوى الرياضي، الثقافة الرياضية، التَّعرُّض الانتقائي، القنوات التلفزيونية، المواقع الإلكترونية، نظرية التمثيل.

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام– جامعة سيناء بالقنطرة شرق

Selective exposure to sports content on television channels and websites and its relationship to the level of Egyptian youth sports culture

Abstract

The study aimed to measure the relationship between selective exposure to sports content on television channels and websites and the level of Egyptian youth sports culture. The study depended on the Exemplification theory. It used a field survey method by applying a questionnaire on a purposive sample of 600 respondents who varied in terms of their demographic characteristics.

The study concluded with the high level of sports culture for Egyptian youth (with its cognitive, health, educational and social dimensions, respectively). Their exposure to sports content was highly selective, as they exposed to specialized sports channels and sports programs broadcast on public channels. Their use of sports websites was high, whether through the site itself or its pages and accounts on social media. The results also revealed the significance of the correlation between the level of sports culture for Egyptian youth on the one hand and the variables of selective exposure, the intensity of exposure to specialized sports channels, sports programs on public TV channels, and to sports websites, and the degree of interest in sports on the other hand.

Key Words: Sport content, Sport culture, Selective exposure, TV Channels, Websites, Exemplification theory

مُقدِّمة

"نشأت الحضارات لتنشأ معها الرِّياضات"، هكذا تقول مُدوَّنات علم الاجتماع الرياضي التي سجَّلت اقتران بداية وجود الإنسان على سطح الأرض بالممارسة الرياضية، لتكون الرِّياضة بهذا المفهوم نشاطًا إنسانيًا أصيلاً وظاهرة مجتمعية عريقة. والعلاقة بين الرياضة والإنسان والمجتمع علاقة تفاعل مُتبادل؛ إذ تؤثِّر الرياضة على مُمارسيها تأثيرًا يتخطَّى ذواتهم الفردية ويمتد لينسحب على سياقاتهم الاجتماعية، كما تصبغ المجتمعات أنشطتها الرِّياضية بصِبغتها الثقافية الخاصة عبر مختلف الأقنية الحاملة لها، ليُثمر هذا التلاقي النَّشط والمستمر ثقافة فرعية ذات طبيعة مُتميِّزة هي "الثَّقافة الرياضية".

وبعيدًا عن الإغراق في البحث المفاهيمي للثقافة الرياضية الذي يزخر بعديد التَّعريفات، فإن شقَّها الوظيفي قد خَلُصَت إلى أهميته الدراسات في مجالات مختلفة؛ فعلى مستوى المجتمع ككل ثَبُت أن للثقافة الرياضية دور في تحقيق الأمن الفكري، والوحدة الوطنية، والتنشئة الاجتماعية الرياضية، وتشكيل الهوية الاجتماعية (أ)، كما ظهرت أهميتها على المستوى الفردي من خلال إسهامها في تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للأفراد، والتنمية البشرية المُستدامة، وتعزيز الهوية الرياضية، والصحة النفسية، ونشر الوعي الصحي (ب).

والثَّقافة الرياضية ليست مُكوِّنًا إستاتيكيًا، وإنما هي عملية ديناميكية في حالة إنتاج مُتجدِّد وتحوُّل مستمر، فعلى الرغم ممَّا تحمله من خصائص أساسية ومقومات ثابتة ذات جذور مجتمعية تحفظ لها كينونتها، وتمنحها مُقوِّمات التمايز بين المجتمعات، فإنها في الوقت ذاته تنفتح من حيث النَّسق والسياق على مُختلف الروافد المعرفية والقيمية ذات الصلِّة، فتتعزَّز أو تخضع للتعديل أو تتغيَّر بالكليَّة، وهو ما يتوقَّف على قوة تعبيرها المجتمعي، ومدى سطوة موجِّهات التغيير وهيمنتها.

وقد ألقت فلسفة ما بعد الحداثة بظلالها على الثَّقافة الرِّياضية في العالم بأسره، والمجتمع المصري بشكل خاص؛ فالتَّطور الهائل الذي شهدته وسائل الإعلام التقليدية على مستوى الشكل والمحتوى، والانتشار الكبير لشبكة الإنترنت، وتعدُّد وتنوُّع وسائل الاتصال به من خلال أجهزة صغيرة الحجم (الهواتف الذَّكية) وكبيرة الحجم (شاشات العرض المنزلي والخارجي)، جميعها عوامل أتاحت للمصريين، والشباب المصري في المُقدمة منهم، الإطلال على رياضات العالم بثقافتها ومفاهيمها، كما مكَّنتهم من التَّفاعل معها بطرق مختلفة، بل وأصبحت مرجعية كثيرًا ما يستندون إليها في إطلاق أحكامهم أو إصدار تقييماتهم ذات الصِّلة بالشأن الرياضي.

كذلك فقد تأكَّدت للإعلام الرِّياضي أولويته على أجندة اهتمامات الجمهور، فتعدَّدت قنواته وبرامجه ومواقعه الإلكترونية التي حظيت بإنفاق كبير، واحترف العمل بها أشهر الرياضيين، فتدفقت إليها العوائد الإعلانية، ووقَّعت معها عقود الرعاية، ما فرض المحتوى الرياضي كسلعة رائجة تجد مستهلكيها الباحثين عنها بِنَهم. وهو ما أهَّل وسائل الإعلام لأن تكون طرفًا فاعلاً في معادلة تكوين الثقافة الرياضية والتأثير عليها.

إذن يخرج المحتوى الرياضي من شاشات التلفزيون وعبر المنصات الإلكترونية ليصل إلى القطاع الجماهيري الأكبر من حيث العدد وهم "الشباب"، مُحدثًا أثره في ثقافتهم الرياضية، ومُنشِأً علاقة جديرة بالرصد والتحليل، وهو ما سعت الدراسة الحالية إلى تحقيقه.

مشكلة الدراسة

طبقًا للمسح العالمي الذي أجرته في عام 2021 شركة Statista المُتخصِّصة في بيانات السُّوق والمستهلكين، ونُشِرت نتيجته على موقعها الإلكتروني، جاءت مصر في المركز الأول أفريقيًا والثَّاني عربيًا من حيث أعداد مشاهدي البث المباشر للأحداث الرياضية (بنسبة 63% مِمَّن شَمِلهم المسح)، وقد ساعد على هذا تمتُّعهم بمجموعة واسعة من الخيارات المتاحة لمتابعة رياضاتهم وفرقهم المُفضَّلة؛ ففي حين أن الكثيرين ما يزالوا يستخدمون الوسائل التقليدية وهي التلفزيون والراديو لمتابعة الرياضة، فإن عددًا متزايدًا يشاهد الرياضة عبر البث المباشر على الإنترنت Online Live Streaming [1].

تؤشِّر هذه النتيجة إلى الشَّعبية الجماهيرية التي تحظى بها الرياضة في مصر، لاسيّما كرة القدم على وجه الخصوص، وذلك باعتبارها أحد مقومات الهوية الثقافية المصرية ذات التاريخ الممتد في الدَّولة المصرية شعبيًا ورسميًا. وقد كان لزيادة أعداد القنوات الفضائية، والتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت دور مهم في تعزيز هذه الشَّعبية ومنحها زخمًا فائقًا، فعلى مدار قمر نايلسات وحده توجد خمس قنوات رياضية مصرية مُتخصِّصة ومفتوحة (ج)، كما تبث الدَّولة عبر البث الأرضي قناة واحدة (د)، وينضاف إليها عدد كبير من المواقع الإلكترونية الرياضية التي تَقدِّم متابعة فورية ومباشرة للأحداث الرياضية المختلفة، سواء عبر المواقع ذاتها أو من خلالها حساباتها وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (هـ)، وكذلك الصحف والمواقع الإلكترونية العامة من متابعة وتحليل للأخبار والأحداث الرياضية من خلال أبوابها الرِّياضية، هذا بخلاف ما تبثه أو تنشره الاتحادات والأندية عبر منابرها الإعلامية الإلكترونية.

يَستقبِل هذا الفيض من المحتوى الرياضي جمهور مُتنوِّع في خصائصه الديموغرافية، غير أن غالبيته الملحوظة هي من الشباب الذين تقوم بينهم وبين رياضتهم المُفضَّلة علاقة ارتباط تقود إلى الانتماء، كما تنتهي بهم المعلومات والأخبار والقيم والممارسات التي يختارون التَّعرُّض لها إعلاميًا إلى نمط ثقافي رياضي يؤثِّر على أفكارهم ويوجِّه سلوكياتهم، وعليه تصبح الثقافة الرياضية نِتاجًا مُفترضًا للتعرُّض لهذا المحتوى.

من هنا تحدَّدت مشكلة الدراسة في بحث تلك العلاقة القائمة بين تعرُّض الشباب المصري انتقائيًا للمحتوى الرياضي المُذاع في القنوات التلفزيونية والمنشور عبر المواقع الإلكترونية من جانب، ومستوى ثقافتهم الرياضية من جانب آخر.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية دراسة علاقة التَّعرُّض الانتقائي للمحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية بمستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري ممَّا يمكن أن تضيفه على المستويين العلمي والتطبيقي، وهو كما يلي:

الأهمية العلمية للدراسة:

1- تقديم رؤية معرفية تأصيلية عن الواقع الرَّاهن للإعلام الرياضي من منظور أحد أكبر القطاعات المُستهدفة منه وهم الشباب المصري.

2- رفد المجتمع البحثي الإعلامي بمُخرج أكاديمي يقيس بشكل علمي حقيقة مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

3- النقص الشديد في الإنتاج العلمي المُتخصِّص في مجال الإعلام الرياضي قياسًا إلى المنشور منه في المجلات العلمية المصرية المُحكَّمة.

الأهمية التطبيقية للدراسة:

1- توفير نافذة علمية للقائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية (مِن مُعدِّين، ومُحرِّرين، ومخرجين، ومُقدِّمي برامج، ومراسلين، وغيرهم) يستطيعوا من خلالها أن يتعرَّفوا على فعالية تأثير المحتوى الرياضي الذي ينقلونه على الشباب.

2- إتاحة الفرص أمام صنَّاع القرار الرياضي (في وزارة الشباب والرياضة، ولجنة الشباب والرياضة بمجلس النواب، والاتحادات الرياضية، ومجالس إدارات الأندية ومراكز الشباب) لفهم حقيقة الثقافة الرياضي للشباب المصري بعيدًا عن الأحكام الانطباعية والآراء غير المُتخصِّصة.

3- تعزيز حقل دراسات الإعلام الرياضي بمنتج بحثي جديد يمزج ما بين المعرفة العلمية والتطبيق الميداني في محاولة فهم ظاهرة مجتمعية ذات أهمية شعبية.

أهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التَّعرُّف على المحتوى الرياضي الذي يتعرَّض له انتقائيًا الشباب المصري (من حيث كثافته، ونوعه، ووسائل عرضه)
2- قياس مستوى الثقافة الرياضية (بأبعادها المعرفية، والصحية، والتربوية، والاجتماعية) للشباب المصري.
3- فهم طبيعة العلاقة بين ما يتعرَّض له الشباب المصري من محتوى رياضي، وما يتكوَّن لديهم من ثقافة رياضية.

مراجعة الدراسات السابقة

شَهِد الإعلام الرياضي تطوُّرات جذرية على صعيد الشكل والمحتوى معًا، وتمكَّن من اجتذاب شرائح جماهيرية واسعة لمتابعته والتفاعل معه، وهو ما رصدته بوعي الأعين

البحثية المُدقِّقة، فانبرى لدراسة الظواهر المرتبطة بالإعلام الرياضي عدد كبير من الباحثين في العالمين العربي والغربي، ليتسع حقل دراسات الإعلام الرياضي، ولتتنوَّع الاسهامات البحثية فيه.

ومن مراجعة الدراسات السابقة العربية والأجنبية في هذا الشأن وجميعها دراسات حديثة (من عام 2013)، واتساقًا مع أهداف الدراسة الحالية، فقد أمكن تصنيفها إلى محورين، أولهما يضم الدراسات التي عالجت المحتوى الرياضي في التلفزيون والمواقع الإلكترونية، بينما ركَّزت دراسات المحور الآخر على مفهوم الثقافة الرياضية الناشئة عن التَّعرُّض لمحتوى إعلامي رياضي.

المحور الأول: المحتوى الرياضي في التلفزيون والمواقع الإلكترونية

عالجت دراسات هذا المحور المحتوى الرياضي إما من حيث نوعه وطريقة تقديمه للجمهور، أو انطلاقًا من مفهوم النوع الاجتماعي لتحديد المستهدفين من هذا المحتوى.

1-1 نوع المحتوى وطريقة تقديمه

اختبَرت دراسة **(Hahn, D. A., & Cummins, R. G.، 2022)** [2] الأسئلة الخاصة بالتعرض الانتقائي للأمثلة مقابل المعلومات الموضوعية المجردة في الأحداث الرياضية البارزة، وكيف يمكن لهذه الانتقائية أن تعمل على تعديل الذاكرة عند إجراء التقييمات الكمية تجاه الرياضيين المُحترفين.

أجرت الدراسة تجربة على 81 شاب شاهدوا خلالها سلسلة من الأمثلة (أو الأحداث الرياضية البارزة) المقدمة جنبًا إلى جنب مع المقاييس الإحصائية لأداء الرياضي، وقاست الانتباه البصري من خلال تقنية تتبع العين. على الرغم من أن المشاهدين خصصوا اهتمامًا عامًا أكبر للمثال، إلا أن الاهتمام الخاص بالمجال توقع زيادة الاهتمام بالمعلومات الموضوعية المجردة، والذي كان بدوره مرتبطًا بالقدرة على الاستدعاء، وقد تأثَّرت هذه العلاقة بمعرفة المشاهدين الواقعية والموضوعية بالرياضة.

جمعت دراسة **(Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S.، 2022)** [3] بين الأحداث الرياضية والتطور في تقنيات البث والعرض لمعرفة دورهما في استبقاء التلفزيون وسيلة مشاهدة جماعية متجددة القيمة في العصر الرقمي. وقد اعتمدت على نظرية الأحداث الإعلامية التي طوَّرها كل من كاتز وديان في تسعينات القرن العشرين.

أظهرت النتائج أن التلفزيون يستطيع أن يخلق أحداثًا إعلامية هامة يلتف الجمهور حوله لمتابعتها، وذلك بالاستفادة من التطور في تقنيات البث التلفزيوني (تنوع الكاميرات، وزيادة أعدادها، وتوزعها على أرجاء ملعب المباراة)، فضلاً عن ارتفاع كفاءة تكنولوجيا العرض المتمثلة في الشاشات كبيرة الحجم وفائقة الدقة، جميعها عوامل ساعدت على جعل الرياضة التلفزيونية أحداثًا رياضية تجذب الجمهور للمتابعة سواء في الملعب أو عبر وسائل الإعلام.

وأجرى **(Choi, E.-Y.، 2022)** [4] دراسة غرضها فهم المسار الهيكلي لأعداد المشاهدين الرياضيين من خلال قياس دوافع المشاهدة لشبكة متعددة القنوات (MCN) على الإنترنت، والتي تنتشر كوسيلة جديدة للبث الرياضي والتأكيد على دور التفاعل في هذه الشبكات. ووظَّفت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة مكوَّنة من 415 شابًا يعيشون في مدينة سيول الكورية الجنوبية.

خَلُصَت الدراسة إلى أنه في إطار فهم العلاقة بين تحفيز المشاهدة وأعداد المشاهدين، تبين أن المتعة المدركة وجاذبية المذيع وجاذبية المحتوى كان لها تأثيرات إيجابية كبيرة على زيادة أعداد المشاهدين، وقد لعبت التفاعلية دورًا وسيطاً في هذا السياق. واستشرفت الدراسة أن يؤدي تدفق المشاهدين من خلال التفاعل إلى سلوكيات مشاركة مستدامة في البث الرياضي للشبكات متعددة القنوات.

بينما أعادت دراسة **(Fenwick, J.، 2022)** [5] النظر في التاريخ المبكر لشبكة Sky Sports البريطانية، ونهجها في تقديم الرياضة، وعلاقتها بمذيعي الخدمة العامة، وتأثير القنوات الفضائية على التغطية الرياضية الحية والمشهد الإعلامي سريع التغير في المملكة المتحدة في أوائل التسعينيات. وإجرائيًا قامت بتحليل وثائقي أرشيفي لتغطية الشبكة لألعاب الطلبة العالمية التي أُقيمت في المملكة المتحدة عام 1991.

كشف التحليل أن Sky Sports قدَّمت تغطية حية كاملة لبطولة الألعاب الطلابية العالمية طوال الحدث بأكمله، وهي المرة الوحيدة التي تبث فيها القناة بشكل كامل وحصري حدثًا متعدد الرياضات، وأنها وظَّفت كل المعدات التكنولوجية المتاحة حينها لتقديم تغطية مباشرة وفعالة للحدث عبر كل القنوات التلفزيونية التابعة لها، بالإضافة إلى تنوع البرامج المواكبة للحدث.

واهتمت دراسة **(Fele, G., & Campagnolo, G. M.، 2021)** [6] التحليل الرياضي التلفزيوني، وتتبَّعت تأثيره على إدراك المشاهدين لمباريات كرة القدم، من خلال مزج التحليل بين عناصر الحديث والإشارات والأدوات التكنولوجية. ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحثين بتطبيق أداة تحليل المحتوى على عينة عشوائية مدتها 30 دقيقة من تحليل لمباراة عُرِضت على قناة Sky sport.

انتهت الدراسة إلى أن التحليل الرياضي أصبح جزءًا لا يتجزأ من وجبة كرة القدم التلفزيونية (التحليل كطريقة للرؤية)، وأن القنوات توظف عددًا من الخبراء لتحليل المباريات والتعليق على أحداثها، ويستعين المحللون بوسائل عدة في تحليلهم، منها الشرح ولغة الجسد، الأجهزة التقنية المتطورة التي تتوافر في القنوات، وتتيح رسم خطوط أو دوائر أو أسهم على الصور الثابتة والمتحركة.

وسعت دراسة **(Podara et al، 2021)** [7] إلى فهم أنماط المشاهدة الرياضية لدى الجيل Z (مواليد 1997 إلى 2012) في اليونان، فيما يتعلق بمنصات التلفزيون التقليدية والأقمار الصناعية والبث الحي، وكيفية تأثير أنظمة الترشيح على أنماط المشاهدة. وطبَّقت أداة الاستبيان على عينة من الشباب اليوناني من جميع التخصصات الأكاديمية.

النتائج كشفت عن أن الشباب اليوناني مُستخدمي وسائل الإعلام الرياضية يديرون ظهورهم في الغالب للتلفزيون التقليدي، حيث ذكر ثلثهم تقريبًا أنهم لم يشاهدوا البث التلفزيوني مطلقًا، وأنهم إذا كانوا يقدِّرون الطابع الاجتماعي للتلفزيون التقليدي، فإنهم يفضلون منصَّات البث الرقمي، وأن الرياضة هي المحتوى الذي ما زال يربط الشباب الأصغر سنًا بالتلفزيون، وأن المحتوى الرياضي المباشر يحظى باهتمام ومتابعة كبيرين منهم.

أما دراسة **(Henry, T. M., & Oates, T. P.، 2020)** [8] فتتبعت العوامل المترابطة التي تؤثر على نمو برامج المناظرات الرياضية تلفزيونيًا بالتركيز على السياقات الصناعية والسياسية التي ظهرت فيها هذه البرامج. وقامت الدراسة على تحليل مضمون لعينة من حلقات برنامجي Pardon the Interruption وFirst Take المُذاعين على قناة ESPN الأمريكية.

توصَّلت الدراسة إلى أنه رغم التاريخ الطويل لبرامج المناظرات الرياضية، فيمكن إرجاع ظهورها إلى ظروف صناعية وثقافية محددة بدأت في التسعينيات منها انطلاق الحركات الثقافية والسياسية مثل حفل الشاي. كذلك فبالرغم مما تبديه هذه البرامج من إنكار ورفض للعنصرية، فسلوك مقدميها وضيوفهم كثيرًا ما يعكس صورة محدثة من الفكر العنصري، ويعزز بشكل غير مباشر ثقافة التمييز العرقي في المجال الرياضي.

وانطلقت دراسة **(Ross, A. S., & Rivers, D. J.، 2019)** [9] من انتشار توظيف استعارات الحرب بشكل متكرر عبر مجموعة من المجالات بما في ذلك السياسة والأعمال والرياضة. في السياق الرياضي، تمت مناقشة فكرة "الرياضة هي الحرب" فيما يتعلق بمختلف قوانين كرة القدم والبيسبول والتنس والدراجات الاحترافية، وأجرت تحليلاً لسباق فرنسا للدراجات في عام 2016 بتطبيق نظرية الاستعارة المفاهيمية Lakoff and Johnson's (1980).

أفصحت النتائج عن انتشار استخدام المصطلحات الحربية والعسكرية في التعليق على البطولات الرياضية، ويمكن رسم أوجه التشابه بين مجال المصدر (الحرب) والمجال المستهدف (الرياضة) من حيث المنافسة والقتال. ينتشر استخدام التعبير المجازي في رياضة الدراجات الاحترافية في سباق فرنسا للدراجات مِن مِثل "ركوب الدراجات هي الحرب".

الفكرة ذاتها كانت قد بحثتها من قبل دراسة **(Jenkins, T.، 2013)** [10] التي عَمِلت على فهم كيفية دمج المصطلحات العسكرية/ الحربية في تغطية وسائل الإعلام للأحداث الرياضية انطلاقًا من أن الرياضات الاحترافية ليست مجرد لعبة، وإنها تتقاطع مع المؤسسات الثقافية الأخرى لإنتاج المعنى يتجاوز حدود الرياضة.

خَلُصت الدراسة إلى استخدام المصطلحات العسكرية يجعل المسابقات تبدو أكثر دراماتيكية وأهمية مما قد تبدو عليه، وأنه على الرغم من أن استخدام استعارات الحرب في التغطية الإعلامية الرياضية يوفر لغة مثيرة ودرامية للاعبين ومذيعي الرياضة، فإنه يقلل أيضًا من قيمة تجربة الحرب من خلال التقليل من أهوالها ويساعد على الترويج لمفهوم الحرب كرياضة، ويساعد على بيع الخدمة العسكرية من خلال خطاب المنافسة في أوقات الفراغ.

وتناولت دراسة **(O'Boyle, N., & Kearns, C.، 2019)** [11] تمثيل الهوية الأيرلندية في الخطاب الإعلامي الرياضي الخاص بمباريات بطولة الأمم الأوروبية "يورو 2016" في فرنسا، وذلك عبر تحليل محتوى التغطية على اللقطات التي رصدتها الكاميرات والصور الثابتة، وكذلك ما التقطته هواتف المشجعين وكاميراتهم، ونُشر على مواقع التواصل الاجتماعي.

أثبت "يورو 2016" ليس فقط المكانة البارزة للتلفزيون في البث الرياضي المباشر ولكن أيضًا الأهمية المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي في عملية جمع الأخبار، وأن الصورة المرئية والمسموعة المتحركة تظل السلعة الرئيسية في اقتصاد المحتوى الرياضي الإعلامي. التغطية الإعلامية لمشجعي كرة القدم الأيرلندية في يورو 2016 استحضرت رموزًا قديمة العهد من الأيرلندية، ولا سيما مجازات الصغر وسعادة الحظ. وأتاحت تغطية الحدث التعبير الجيد عن ثقافة الأيرلنديين، كما ساهمت في نقل صورة إيجابية عن تاريخهم وحاضرهم.

تقصَّت دراسة **(Rogers, R.، 2018)** [12] فكرة المتعة التي يمكن أن تحققها وسائل الإعلام الرياضية للجمهور، وسعت إلى تقديم دليل على أن وسائل الإعلام الرياضية يمكن أن تكون مسلية للجمهور من خلال استشعار المتعة والتقدير الهادف، مفرقة بين المعجبين والمشاهدين، وذلك بتطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها 277 شابًا فوق 18 سنة.

كشفت النتائج عن أن وسائل الإعلام الرياضية وفرت المتعة والتجارب المفيدة للجماهير، وأن مشاهدتها تُمثِّل تجربة إعلامية ممتعة، حيث يستمد المشجعون قيمة من الحدث الرياضي الذي لا يمثل المتعة بل يمثل رابطة بالآخرين، والمتعة هنا ليست سطحية بالضرورة، بل كثيرًا ما تكون مبنية على ما تحققه له المشاهدة من معرفة وخبرة واستقلالية وشعور بالجدارة ونظرة جديدة للحياة.

وأجرى **(Hahn, D. A., & Cummins, R. G.، 2018)** [13] دراسة هدفها الوصول إلى مقياس موضوعي للمعرفة الرياضية، بدلا من المقياس الذاتي للتشجيع الرياضي، بغرض التمييز بشكل صحيح بين المشجعين الرياضيين. ومنه انطلقا إلى استكشاف الاختلافات المحتملة بين الجماهير المتحيزة في مقابل ذوي المعرفة الموضوعية. واستفادت الدراسة من نظرية التمثيل في تطبيق تجربة على عينة مكونة من 149 شخصًا.

انقسم المحتوى إلى نوعين، أحدهما تقريري (الصورة كاملة بمختلف أطرافها وأبعادها) والأخر متحيز (ملخصات لحالات بعينها)، وقد اتضح أن النوع الأخير كان أكثر تأثيرا على المشاهدين الأقل في المعرفة الرياضية والأكثر ارتباطًا أو اهتمامًا بفريق مُعيَّن مقارنة بنظرائهم من ذوي المعرفة المرتفعة والذين كانوا أميل للتأثر بالنوع الأول.

واهتمت دراسة **(Boehmer, J.، 2016)** [14] ببحث استخدام طلاب الجامعات لأنظمة التوزيع المتعددة في سياق الرياضة، وذلك من خلال تقييم الأهمية النسبية لتويتر فيما يتعلق بالتلفزيون. بالإضافة إلى تحليل المتغيرات التي من المحتمل أن تتنبأ باعتماد أكبر على تويتر. استندت الدراسة لنظرية التفاعل شبه الاجتماعي، ووظَّفت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة مكوَّنة من 943 طالبًا من مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا بإحدى الجامعات الأمريكية.

وجدت الدراسة أن التلفزيون ما يزال الوسيلة الأساسية لمشاهدة الرياضة، وأن أهمية تويتر ربما يكون مبالغًا فيها، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا يقلل من استهلاك البرامج الرياضية التقليدية ولكنه يرتبط به ارتباطًا إيجابيًا. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت مهمة للشباب في استهلاك الأخبار.

وأجرى **(Birkner, T., & Nölleke, D.، 2016)** [15] دراسة هدفها فهم كيفية استخدام الرياضيين لوسائل الإعلام، وما يرون أنه تأثير وسائل الإعلام ومنطقها، والأهم من ذلك، كيف يؤثر هذا الاستخدام وهذه التصورات على سلوكهم المتعلق بوسائل الإعلام. وحققت هذا الهدف من هلال إجراء تحليل محتوى كيفي للسير الذاتية لـ 14 لاعباً من لاعبي كرة القدم الألمان والإنجليز.

ينظر الرياضيون إلى وسائل الإعلام على أنها شريك مهم طوال مسيرتهم الرياضية، إنهم يقدرون العوائد الناتجة عن التواجد الإعلامي، لكنهم يعيون عليها كونها تجلب لهم المشكلات في حياتهم الخاصة، والتأثيرات الإعلامية عليهم ليست مباشرة وإنما من خلال تأثير التغطية الإعلامية على ذواتهم، وقد اشتكت اللاعبات من قلة اهتمام وسائل الإعلام بهن مقارنة باللاعبين الذكور.

بينما تطرقت دراسة **(Rowe, D.، 2014)** [16] إلى تأثير التنوع والتعدد الذي شهدته طرق استقبال البث التلفزيوني المباشر للأحداث الرياضية على خبرة المشاهدة الشخصية في الحاضر مقارنة بتجارب الماضي، وعلى الذاكرة العامة تجاه هذه الأحداث، خاصة أن الأخيرة صارت تتلقى ما يُقدم في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية بتفاعلية مرتفعة.

قدَّمت الدراسة تصورًا متكاملاً لعلاقة الرياضة بالإعلام في العصر الراهن، وذلك من خلال التأكيد على أن الحداثة أتاحت تطورًا كبيرًا في طرق مشاهدة البث التلفزيوني المباشر للأحداث الرياضية، كما أصبح المشاهد يتحكم ليس فقط في وسيط المشاهدة وإنما أيضًا في ظروفها وسياقاتها، وخلفت هذه التغيرات تأثيرًا مرصودًا في ثقافة المشاهدين الرياضية الذين تحولوا من مجرد مستهلكين للمحتوى إلى صانعين له.

الفكرة ذاتها عالجتها دراسة **(Galily, Y.، 2014)** [17] التي سعت إلى إبراز ما يتيحه للمشاهد البث الحي للأحداث والفعاليات الرياضية من خبرة تختلف تمامًا عن خبرة الحضور الشخصي في الملاعب والقاعات.

توصَّلت الدراسة إلى أن شاشات التلفزيون وأجهزة الهواتف الذكية توفِّر بدائل لمشاهدة المباريات، حيث تتيح لمشاهديها في كثير من الحالات استشعار خبرة مباشرة وشخصية كتلك التي تتحقق بالحضور الفعلي. كما يستفيد مشاهد الرياضة تلفزيونيًا بخصائص التلفزيون التقنية، حيث يستطيع مشاهدة اللعبة بكاميرات كثيرة موزعة على مختلف أنحاء الملعب. أيضًا فالإمكانيات الفنية التي صارت تتوافر للبرامج الرياضية، والضيوف الذين تجرى استضافتهم من لاعبين ومحللين، والتقارير الميدانية من أرض الملعب وخارجه ومن غرف اللاعبين، كلها عوامل ضمن للمشاهد خبرة شديدة الثراء والكفاءة.

2-1 المستهدف من المحتوى الرياضي والقائمين عليه

استهدفت دراسة **(Courtney, M., et al.، 2020)** [18] فهم تأثير التقدم في تمثيل المرأة في الحياة العامة على التغطية الإعلامية، وما إذا كانت وسائل الإعلام الرياضية تقدِّم المرأة، وتحديد العوامل المسئولة عن نقص التمثيل، وما إذا كانت وسائل الإعلام نفسها أم النخب الاجتماعية التي تتفاعل مع وسائل الإعلام. وهو ما تحقق من خلال تحليل محتوى عينة من الصحف والقنوات الأيرلندية من 2011 إلى 2016.

وجدت الدراسة أنه بالرغم من اتساع نطاق مشاركة المرأة في الحياة العامة، فقد ظل تمثيلها إعلاميًا محدودًا لاسيمًا في المجال الرياضي، وأن وسائل الإعلام هي المسئولة عن الانتقاص من الحضور الإعلامي للمرأة بسبب تحيزاتها الثقافية، فهي لا تراعي التوازن في العرض الإعلامي الرياضي بين الرجال والنساء.

وقامت دراسة **(Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M.، 2017)** [19] على قياس حجم التغطية الإعلامية للمرأة في مجال الرياضة (إدارة وممارسة) قياسًا إلى حجم حضورها الاجتماعي. واعتمدت على تحليل محتوى أربع قنوات تلفزيونية ومحطات إذاعية رياضية أمريكية (KCBS, KNBC, KABC, and ESPN) خلال الفترة من 1989 إلى 2014.

انتهت الدراسة إلى أنه يتم منح نصيب الأسد من التغطية إلى "الثلاثة الكبار" من كرة القدم للمحترفين والجامعيين وكرة السلة والبيسبول للرجال وحدهم، فضلاً عن انخفاض الميل الذي كان شائعًا في السابق لتقديم النساء كأشياء جنسية تحظى بالسخرية، وحل محلها ميل للنظر إلى النساء الرياضيات في أدوارهن كأمهات، وإن بقيت شبكة ESPN في احتياج لتعديل سياساتها لتكون أكثر تمثيلاً للمرأة.

وأجرت **(Hull, K.، 2017)** [20] دراسة للتعرُّف على مقدار تغطية الرياضة النسائية على تويتر من جانب مذيعي البرامج التلفزيونية المحلية، حيث وظَّفت أداة تحليل المحتوى بالتطبيق على 19649 تغريدة من 201 مذيع رياضي محلي في جميع أنحاء الولايات المتحدة خلال فترة أسبوعين محددة، وبالاستفادة من نظرية الهوية الاجتماعية.

كشفت النتائج عن أنه في حين غردت غالبية المذيعين الرياضيين المحليين عن الرياضة النسائية، فإن هذه التغريدات تمثل فقط حوالي 5٪ من العدد الإجمالي للرسائل. وأن تغريدات مذيعات الرياضة الإناث عن الرياضة النسائية كانت أقل من المذيعين الرياضيين الذكور، أيضًا تناولت القنوات التلفزيونية في المدن الصغيرة الرياضات النسائية بدرجة أكبر من القنوات في المدن الكبرى، مع وجود علاقة بين نوع المذيع وحجم السوق.

وهدفت دراسة **(Merrill, K., et al، 2015)** [21] إلى تحديد كيفية إسهام وسائل الإعلام في فرض التشيؤ والتسليع على المرأة، وكيف أنها تساعد على استمرار الهيمنة والنظرة الذكورية على العمل الرياضي، وذلك بالتطبيق على حالة اينيس ساينز المُراسلة الرياضية لشبكة أزيتكا التلفزيونية المكسيكية، واعتمدت على إجراء سلسلة من المقابلات المتعمقة والتحليل النصي.

توصَّلت الدراسة إلى أن كلاً من الثقافة الرياضية والمدونات الرياضية الموجهة للذكور مشبعة بإيديولوجية النظرة الذكورية، وإن مظهر النظرة الذكورية واضح للغاية في

تغطية المدونات، كما هو الحال في مواقف الجمهور التي تساعد في تشكيل محتوى المدونة، كذلك فتوافر شرط المصداقية لا يضمن للمرأة أن تمارس بسلاسة العمل الإعلامي الرياضي إذا اقترنت هذه المصداقية بجمال فائق ومقومات جسدية ملفتة.

وكانت دراسة **(Cooky, Messner & Hextrum، 2013)** [22] قد اختبرت ما إذا كانت وسائل الإعلام تعزز التوجه الذكوري في الرياضة من خلال تقديم ما يريد المشجعين التعرض له، وأجرت تحليل محتوى لـ6 أسابيع من تغطية وسائل الإعلام الإخبارية المتلفزة حول الشركات التابعة للأخبار المحلية في لوس أنجلوس (KABC وKNBC وKCBS) والأخبار الرياضية التي يتم بثها على المستوى الوطني وعرضها المميز، ESPN's SportsCenter.

انتهت الدراسة إلى أن تغطية رياضة المرأة هي الأدنى على الإطلاق، وأن مقدار تغطية الرياضات النسائية ونوعية تلك التغطية يوضحان الطرق التي تجتذب بها وسائل الإعلام الإخبارية جماهير لرياضة الرجال مع تهميش رياضة المرأة، وقللت التغطية التلفزيونية من البطلات الرياضيات من خلال إطلاق فكاهات ذات اسقاط جنسي على إنجازاتهن.

المحور الثَّاني: الثقافة الرياضية لمُستخدمي وسائل الإعلام

كان التلفزيون المصدر الرئيسي للثقافة الرياضة في بعض الدراسات، بينما كانت المواقع الإلكترونية مصدرًا أساسيًا في دراسات أخرى، على حين اتجه قطاع ثالث إلى تناول وسائل الإعلام بشكل عام دون تحديد وسيلة بعينها.

1-2 الثقافة الرياضية المُستقاة من التلفزيون:

سعت دراسة (**المشهداني، إيمان عبد الرحمن، 2020**) [23] إلى معرفة دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تنمية الثقافة الرياضية للشباب الجامعي، وذلك من خلال تحديد القنوات التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة الأخبار الرياضية، ومدى اهتمامهم بالمتابعة، ومستوى ثقافتهم الرياضية. اعتمدت الدراسة على نظرية ثراء وسائل الإعلام، وأُجريت على عينة متاحة عددها 102 طالبًا في جامعة بغداد.

خَلُصَت الدِّراسة إلى ارتفاع متوسط كثافة المشاهدة الرياضية بين الطلبة، وأن كرة القدم كانت في مقدمة الرياضات التي يتابعونها، تليها السباحة، ثم ألعاب القوى والسَّلة، وأن البرامج الرياضية تسببت في زيادة وعي غالبية الشباب ومعلوماتهم الرياضية وحبهم للألعاب، كما أسهمت بشكل كبير في تعزيز الصحة النفسية لغالبية الشباب، وشجعتهم على الانضمام للأندية الرياضية.

وبحثت دراسة **(مريشيش، خالد، وصلاح الدين، جلال، 2020)** [24] دور البرامج الرياضية التفاعلية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي. الدِّراسة اعتمدت على نظرية الغرس الثقافي، وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بتطبيق أداة على عينة قوامها 55 طالبًا بمعهد التربية البدنية والرياضية بالمسيلة- الجزائر.

انتهت الدِّراسة إلى إن للبرامج التفاعلية بالتلفزيون الجزائري دور في تنمية الثقافة الرياضية لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي من خلال زيادة المعلومات العامة، وتزويدهم بقوانين كرة القدم، وفي تقديم تحليلات وخطط تكتيكية. غير أنه أهمل التلفزيون أحد وظائفه ألا وهي الوظيفة التربوية والتوجيهية، واقتصرت وظائفه على الوظيفتين الإخبارية والتثقيفية، كما قلَّت التفاعلية في البرامج الرياضية مقارنة بما تتيحه تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

اقترحت دراسة **(مصطفى، دروازي، وبوسكرة، أحمد، 2019)** [25] برنامجًا اعلاميًا رياضيًا [استبيان مُقنَّن] اشتمل على أهداف، ومحتوى (تعيين)، وطريقة عرض (آلية تنفيذ) لتنمية الثقافة الرياضية لجمهور التلفزيون الجزائري، وهي دراسة وصفية وظَّفت نظرية الأجندة، واستخدمت منهج المسح بالعينة بالتطبيق على عينة متاحة من 6 من العاملين التلفزيون الجزائري.

بالتطبيق الميداني استنتجت الدراسة أن الجمهور الرياضي بحاجة إلى برنامج يساهم في توسيع مداركه، ويتفهَّم طريقة تفكيره كالبرنامج المقترح، ويجب أن يُحقِّق البرنامج المُقترح قدرًا من الترفيه، وأن يُنمِّي الطموح الرياضي مع قدرته على دمج المُشاهد فيما يناسب من الرياضات، ويتماشى مع كل المواعيد الرياضية والمناسبات، كما اتضح أن البرنامج الرياضي الحي والمباشر أكثر تأثيرًا في المُشاهد باعتبار تزامنه مع المُشاهد أثناء عرضها.

وتحدَّدت مشكلة دراسة **(قديد، عمر، وجزار، نسيمة، ورياض، دوار صالح، 2018)** [26] في الكشف عن العلاقة بين دور التلفزيون الجزائري وبين تنمية الثقافة الرياضية ونشرها لدى شريحة من الشباب الجزائري وهم طلبة معاهد التربية البدنية والرياضية في جامعتين (جامعة الجزائر 03 وجامعة الجلفة)، وكذلك عن مدى رضا المشاهدين من فئة الطلبة الجامعيين عن البرامج الرياضية التي يبثها التلفزيون الجزائري الرسمي.

اعتمدت الدراسة على نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباعات، ووظَّفت منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان على عينة من 100 طالب جامعي، وتوصَّلت إلى ارتفاع كثافة مشاهدة المحتوى الرياضي بالتلفزيون الجزائري ممثلاً في المباريات والبرامج الرياضية، وأن الغالبية قد تحسَّنت ثقافتهم الرياضية وارتقي طموحهم الرياضي وزاد مستوى رضاهم عن التلفزيون بفعل المشاهدة.

وقاست **دراسة (شعبان، أفنان محمد، 2018)** [27] فاعلية البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية للشباب، والدور الذي تؤديه في نشر المعرفة بالشأن الرياضي على اختلاف أنواعه عن طريق ما تُقدِّمه الفضائيات من برامج. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بالعينة بتطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها 200 من طلبة كليات جامعة بغداد (كليات: التربية الرياضية، والإعلام، والعلوم السياسية، والتربية للبنات).

أظهرت النتائج عدم معنوية العلاقة بين مستوى الثقافة الرياضية ونوع البرامج الرياضية لمفضلة، وازياد ميل الذكور لمشاهدة البرامج الرياضية المحلية والعربية والأجنبية مقارنة بالإناث، وقد كان لبقية المتغيرات الديموغرافية تأثيرًا في متغير المشاهدة. كذلك كان للبرامج الرياضية تأثير كبيرًا على ثقافة الشباب، وهو ما ظهر في استجابتهم لهذه البرامج.

وقد خصَّصت **دراسة (الخطيب، يوسف أحمد، 2015)** [28] تركيزها على دور قنوات beIN SPORT في رفع مستوى الثقافة الرياضية للشباب الأردني وتعزيز علاقاتهم الاجتماعية. وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، ووظَّفت أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها 573 طالبًا من طلاب جامعة اليرموك الأردنية.

توصَّلت الدراسة إلى أن قنوات beIN SPORT قد كان لها دور هام في نشر ورفع مستوى الثقافة الرياضية للشباب الأردني، كما ظهرت فاعلية دورها في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع الأردني. كما كشفت النتائج أن هذه القنوات تؤثِّر في الذكور ثقافيًا واجتماعيًا بدرجة مرتفعة مقارنة بالإناث، كما أنها تُعد قوة جذب للشباب بصرف النظر عن تخصصاتهم الأكاديمية، وانخفض تقييم المبحوثين لدور هذه القنوات تجاه رياضات المرأة.

تحددت مشكلة **دراسة (مباركة سهيلة حاج سعيد، 2015)** [29] في الإجابة عن تساؤل عن الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية، وذلك من خلال معرفة تأثير القنوات والبرامج الرياضية على الجانب المعرفي للطالب، ودورها في تنمية الثقافة الرياضية، والإشباعات المحققة من مشاهدة الحصص والبرامج الرياضية، ودور مشاهدة مباريات الكلاسيكو الأوروبية في إشباع احتياجات الطالب وميوله.

وظَّفت الدراسة نظريات التأثير المباشر (قصير المدى)، والاستخدامات والإشباعات، وتحديد الأولويات، والغرس الثقافي، وطبَّقت منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان على عينة قوامها 126 طالبًا من جامعة محمد خيضر الجزائرية، وتوصَّلت إلى ارتفاع كثافة مشاهدة القنوات الرياضية، والانحياز لكرة القدم، واتجهت أغلب موضوعات البرامج بالقنوات المحلية نحو الجانب الاخباري والتثقيفي مهملة وظيفة التوجيه والتربية.

2-2 الثقافة الرياضية المُستقاة من مواقع إلكترونية:

وظَّفت دراسة **(كريمة، شعبان، 2022)** [30] منهج المسح بالعينة العمدية لتحليل محتويات مجموعة "الثقافة الرياضية" عبر موقع فيسبوك لمعرفة الدور الذي تضطلع به في نشر الثقافة الرياضية من الناحيتين المعرفية والصحية، وأهدافها، وأبرز المحركين والفاعلين فيها، ونوع الحامل الإعلامي الذي استخدمته المجموعة لنشر مضامينها عبر فيسبوك، وكذلك أشكال تفاعل المستخدمين.

انتهت الدِّراسة إلى اهتمام هذه الصفحة بنشر الموضوعات الصحية بالدرجة الأولى، تليها تلك المعرفية، وأنها اعتمدت على توظيف عنصري الصورة والنص، كما استهدفت بالأساس بث الوعي الصحي الرياضي، ثم نشر المعرفة الرياضية، ثم أهدافًا أخرى تثقيفية ووقائية وتربوية، وأن الفاعلين فيها كانوا مسئولي المجموعة، ثم الخبراء الرياضيين، بينما كان التفاعل معها محدودًا على الرغم من وجود محتوى هادف تقدِّمه.

أمَّا دراسة **(منصوري، عبد الله، 2021)** [31] فاستهدفت التعرف على الدور التوعوي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الرياضية في أوساط المدخنين من الشباب الجامعي طلبة جامعة أم البواقي الجزائرية. واعتمدت نظرية الغرس الثقافي

إطارًا نظريًا للدراسة، وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بالعينة، واستخدمت أداة الاستبيان بالتطبيق على عيّنة عمدية مكوَّنة من 80 طالبًا جامعيًا.

توصَّلت الدِّراسة إلى تصدُّر موقع فيسبوك ترتيب قائمة مواقع التواصل الاجتماعي ذات التوجه الرياضي يليه موقع يوتيوب، وأن الطلبة المدخنين يستخدمونه لأغراض التثقيف والإخبار والترفيه والتواصل، وقد نتج عن هذا الاستخدام عدة تأثيرات إيجابية منها تغيير سلوك المدخنين في أوساط الشباب الجامعي من خلال رفع مستوى وعيهم الصحي، وتوجيههم نحو الممارسة الرياضية.

وأجرت (**العيسى، رنا مروان، 2020**) [32] دراسة وصفية بغرض التعرف على وجهات نظر المدربين الرياضيين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضة لدى الشباب الأردني، وتحديد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في التثقيف الرياضي من قبل المدربين الرياضيين، ومعرفة كيفية توظيف المدربين الرياضيين لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الرياضية للشباب الأردني، وقياس مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني.

ومن خلال تطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية بسيطة من 328 مدربًا رياضيًا وعاملاً في النوادي الرياضية، وجدت الدِّراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية، وهو ما ظهر في زيادة المعارف الرياضية للشباب، وارتفاع مستوى وعيهم الصحي، ودورها في تغير المفاهيم المغلوطة وتوضيح طرق اللعب الصحيحة.

واستهدفت دراسة (**الهادي، عيسى، ورعاش، كمال، 2020**) [33] معرفة فائدة الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية، وقياس أهمية الإعلام الرياضي الإلكتروني بالنسبة لهذه المرحلة من جميع النواحي، وإيضاح أهمية الثقافة الرياضية ومدى مساعدتها في الوصول بالطالب إلى وعي وسلوك رياضي إيجابي. وطُبِّقت على عينة عشوائية عددها 100 من طلبة جامعة حسيبة بن بو علي بشلف بالجزائر.

الدِّراسة أظهرت أن الإعلام الرياضي قادر على تنمية الوعي بكافة جوانبه، وأنه النظام الذي يُحدد ملامح الثقافة العام للمجتمع، كما كان له دور كبير في تنمية الثقافة الرياضية لتتبع الطلبة للمواقع الإلكترونية الرياضية والجرائد الإلكترونية، وأن هذا ناتج عن سرعة تلقِّي الأخبار والمعلومات والأحداث الرياضية من خلال الرسالة الإعلامية الرياضية الإلكترونية بأشكالها المختلفة.

وقامت دراسة (**جمال، إيهاب عادل فوزي، وصبري، أشرف منير، 2018**) [34] قياس مستويات الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة حلون، وبحث دور شبكات التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" كوسيلة إعلامية في نشر الثقافة الرياضية. وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح، وطبَّقت أداة الاستبيان على عينة قوامها 492 طالب من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بكليات جامعة حلوان.

كشفت النتائج عن أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في نشر الثقافة الرياضية المتعلقة بالجوانب المعرفية للألعاب الرياضية المختلفة، وهذا يزيد بدوره من درجة الوعي الرياضي والصحي للطلاب، بما يُحفِّزهم على ممارسة النشاط الرياضي

المنتظم/ والمشاركة الفعلية في الفرق والنوادي الرياضية لاكتساب الفوز والألقاب الرياضية على مختلف المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، ويؤكِّد على السلوك الصحي.

وهدفت دراسة **(المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين، 2015)** [35] إلى التعرُّف على دور موقع فيسبوك في نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة السليمانية بإقليم كردستان العراق. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 860 طالبا وطالبة من 6 كليات علمية و6 كليات أدبية.

خَلُصت الدِّراسة إلى أن موقع فيسبوك ساعد على معرفة الأحداث والأخبار الرياضية قبل تداولها في وسائل الإعلام التقليدية، واهتم بنشر الأخبار الرياضية أكثر من اهتمامه بالتوجيه لأهمية ممارسة رياضة بعينها، وأن المعلومات المنشورة على فيسبوك تسهم بشكل ما في تغيير معتقدات الأفراد عن الرياضة من حيث أهميتها أو أفضلية ممارستها أو أنواعها، وكذلك نشر السلوك الصحي.

أما فقد دراسة **(شلش، فالح جعاز، ورسول، عبد الحكيم مصطفى، 2015)** [36] فقد عملت على التعرُّف على الأثر الذي يتركه الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدي طلبة سكول التربية الرياضية في جامعة سوران بإقليم كردستان العراق. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية مكوَّنة من 200 طالب بالجامعة.

وجدت الدراسة أن الإعلام الرياضي يسهم إلى حد جيد في تزويد الطالب الجامعي المختص في دراسة علوم التربية الرياضية بمعارف عديدة تعزز من ثقافته الرياضية، وأن للفضائيات الرياضية ميزة تنفرد بها بين وسائل الإعلام الأخرى وهي جماهيريتها الهائلة بين شرائح المجتمع ومنها شريحة طلبة الجامعة، وأنها وسائل الإعلام تعطي لمتابعيها الإحساس بالخبرة الرياضية المشتركة.

وسعت دراسة **(الزيود، خالد محمود، 2013)** [37] إلى التعرف على حقيقة مستوى الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، حيث حدد الباحث مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما دور الفضائيات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك العراقية. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بتطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها 327 طالبًا جامعيًا.

من ضمن ما انتهت إليه نتائج الدراسة أن للقنوات الفضائية الرياضية دور إيجابي في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، وأن المجال الاجتماعي والمعرفي احتلا أعلى المجالات وبدرجة مرتفعة. كذلك معنوية الفروق في المجال المعرفي لنشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات الأخرى.

3-2 الثقافة الرياضية المُستقاة من الإعلام بشكل عام:

أجرى (**الصرايرة، يوسف أحمد، 2022**) [38] دراسة وصفية اهتمت بالتعرُّف على وجهة نظر طلاب كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية في دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية، وتأثير متغيرات النوع والسنة الدراسية والجامعة في هذا الصدد، وذلك من خلال توظيف منهج المسح بالعينة، وبتطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية مكوَّنة من 624 طالبًا.

توصَّلت الدِّراسة إلى أن وسائل الإعلام الرياضي وإن كان لها تأثير كبير في تزويد الطلاب بالمعلومات والمبادئ الرياضية وإطلاعهم على آخر المُستجدات، فما يزال دورها محدودًا في نشر الثقافة الرياضية. كذلك فقد ظهر أن الطلاب الذكور والأكبر سنًا ومُنتسبي جامعتي مؤتة واليرموك حازوا ثقافة رياضية تفوق أقرانهم من الإناث والأصغر سنًا ومُنتسبي الجامعات الأردنية الاخرى.

قدَّمت دراسة **(مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وآخرون، 2020)** [39] مقياسًا للثقافة الرياضية، وقامت بتطبيقه على عينة عمدية من الطالبات في السنة التحضيرية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل السعودية بلغ حجمها 800 طالبة، وذلك للوقوف على حقيقة مستوى ثقافتهن الرياضية والصحية، والمصادر التي يستقين منها هذه الثقافة. وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح ووظَّفت أداة الاستبيان.

بإتمام كافة الإجراءات الواجبة للتحقُّق من صدق الاستبيان وثباته، استطاعت الدراسة أن تُطوِّر مقياسًا للثقافة الرياضة يتكوَّن من أربعة محاور هي المعرفي والاجتماعي والصحي والتربوي، ويشتمل كل محور على عدد من العبارات، وبالإمكان استخدام كل محور كعامل مستقل بذاته. كما اتضح أن لوسائل الإعلام المختلفة دور إيجابي في تزويد الطالبات بالثقافة الرياضية.

وأجرى **(القيسي، أسامة خليل إسماعيل، 2019)** [40] دراسة بغرض الكشف عن أراء أعضاء الهيئات الإدارية للأندية الرياضية العراقية في واقع الإعلام الرياضي، والتعرف على مدى الثقة في وسائل الإعلام الرياضي، ومعرفة مدى دعم الإعلام الرياضي للثقافة الرياضية في أوساط الجماهير الرياضية، وتحديد نواحي القوة والضعف لأداء الأعلام الرياضي في تأدية رسالته المهنية للجمهور الرياضي، والتعرف على أهم وسائل الاعلام الرياضي دعماً للثقافة الرياضية للجمهور الرياضي.

كشفت نتائج الدِّراسة الوصفية المُطبَّقة على عينة من 193 مبحوثًا أن دور الاعلام الرياضي في دعم ثقافة الجماهير الرياضية تعدى المستوى المطلوب بفارق دال إحصائياً بنسبة قليلة، وهو بحاجة إلى تحسينات تساعد على زيادة استفادة الجماهير من رسالته في دعم هذا النوع من الثقافة الرياضية.

تعرَّضت دراسة **(فوجيل، نور العابدين، وخيف، محمد زكريا، 2018)** [41] لواقع الإعلام الرياضي ومدى مساهمته في نشر الثقافة والوعي الرياضيين لدى فئة الشباب، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري. وقد وظَّفت منهج المسح بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة من 120 شابًا من مدينة أم البواقي الجزائرية.

انتهت الدِّراسة إلى أن هناك إقبال كبير من أفراد العينة على مواضيع الإعلام الرياضي، حيث تمثل لهم مصدرا لمعرفة المعلومات الرياضية، وأنهم يشعرون بالحماس عند متابعة الإعلام الرياضي ويفضلون متابعته مع الأصدقاء، وأن المعلومات المُقدَّمة تسهم في التعرف على تاريخ الألعاب الرياضية وتعميق انتمائهم للوطن، والوصول لتشجيع رياضي مثالي.

وهَدفت دراسة **(عوض، منير سعيد علي، والشنباري، أزير خميس، 2016)** [42] إلى الكشف عن دور وسائل التكنولوجيا الحديثة في إكساب طلبة الجامعة الثقافة الرياضية، ومدى وجود فروق في هذا الدور بحسب الخصائص الديموغرافية للطلاب (النوع، والمستوى الدراسي، والمعدل التراكمي). وهي دراسة وصفية، وظَّفت منهج المسح بالعينة بتطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 109 من طلبة كلية التربية البدنية والرياضية بجماعة الأقصى بغزة.

خَلُصت الدراسة إلى أن وسائل التكنولوجيا الحديثة (المواقع الإلكترونية، والقنوات الفضائية، والهواتف الذكية) كان لها دور في إكساب الثقافة الرياضية لطلبة كلية التربية البدنية والرياضية، وقد تأثر اكتساب الطلبة عينة الدراسة الثقافة الرياضية من الوسائل التكنولوجية الحديثة بالنوع بينما لم يتأثر بالسنة الدراسية أو المعدل التراكمي.

سعت دراسة **(الصعوب، سامر نهار سليمان، والزعيلات، مهند عودة، 2015)** [43] إلى الوقوف على مستوى الثقافة الرياضية لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة مؤتة لإيجاد فهم مشترك وموقف إيجابي تجاه الحركة الرياضية، وإبراز الشخصية الرياضية من خلال أعضاء الهيئة التدريسية لتكون مؤثرة في المجتمع، وذلك عبر تطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها 92 عضو هيئة تدريس بالجامعة.

أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى الثقافة الرياضية لعينة الدراسة، وأن أهم مصادر حصول أعضاء هيئة التدريس في جامعة مؤتة على الثقافة الرياضية هي المواقع الإلكترونية، والوسائل البصرية، بينما تراجع للمركز الأخير ترتيب مصدر العلاقات الشخصية والاجتماعية، كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم في الثقافة الرياضية تُعزى للكلية والرتبة الأكاديمية.

وتحرَّت دراسة **(بشير، حسام، 2014)** [44] دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الرياضة للجميع من خلال معرفة أهداف ووظائف الإعلام الرياضي، ومضمون الأخبار الرياضية المنشورة في الصحف الرياضية الجزائرية، ومحتوى البرامج الرياضية في القنوات الرياضية الجزائرية ومدى احتياج الجمهور لها. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بالعينة بتطبيق أداة تحليل المضمون على الصحف والبرامج التلفزيونية الجزائرية.

أظهر التحليل أن الصحف الرياضية في الجزائر لا تُولي الاهتمام الكافي لنشر وتعميق ثقافة الرياضة للجميع، وأن جميع برامج القنوات التلفزيونية الرياضية تركز فقط على تغطية الأحداث الرياضية التنافسية وخاصة أخبار وبطولات كرة القدم، بالإضافة إلى انعدام القنوات أو المساحات المخصصة لتنمية الوعي البدني بشكل عام والرياضي بشكل خاص في وسائل الإعلام الجزائري.

أما دراسة **(دحماني، نعيمة، 2013)** [45] فقد ركَّزت على وسائل الإعلام التربوي المرئي والمكتوب وأهمية دورها في نشر الثقافة الرياضية داخل الوسط المدرسي. وهي دراسة وصفية وظَّفت منهج المسح بالعينة بتطبيق أداة الاستبيان على عينة عمدية قوامها 25 من طلاب مدرسة ثانوية في ولاية برج بوعريج الجزائرية.

توصَّلت الدراسة إلى أن ارتفاع معدل مشاهدة البرامج الرياضية، وأن مشاهدة هذه البرامج تستهوي الطلاب لممارسة الرياضة، وأن ممارسي الرياضة توزَّعت أهدافهم بين من أجل الصحة ومن أجل المنافسة أو الإثارة، ومن أجل المال، وأن غالبية الطلاب يقرؤون الصحف الرياضية، وغالبيتهم إما محبين لرياضة معينة أو ممارسين لها، وأن شبكة الإنترنت كانت أكثر وسائل نشر الثقافة الرياضية أهمية واستعمالاً من جانب الطلاب.

التعليق على الدراسات السابقة

فيما يخص محور المحتوى الرياضي في التلفزيون والمواقع الإلكترونية:

1- اهتمت دراسات هذا المحور بالتغطيات التي قدمتها القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية للبطولات والأحداث الرياضية، سواءً كانت مباشرة أو مُسجّلة، وأيا كان الشكل الفني لتقديمها.

2- غالبية الدراسات لم تذكر صراحة إطارًا نظريًا استخدمته، كما لم توظّفه ضمنًا وهي: دراسات (Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S.، 2022)، و(Choi, E.-Y.، 2022)، و(Fenwick, J.، 2022)، و(Fele, G., & Campagnolo, G. M.، 2021)، و(Podara et al، 2021)، و(Henry, T. M., & Oates, T. P.، 2020)، و(Courtney, M., et al.، 2020)، و(Cooky, C., Messner, M. & Musto, M. A.، 2017)، و(Birkner, T., & Nölleke, D.، 2016)، و(Jenkins, T.، 2013)، و(O'Boyle, N., & Kearns, C.، 2019)، و(Rogers, R.، 2018)، و(Merrill, K., et al، 2015)، و(Rowe, D.، 2014)، و(Galily, Y.، 2014)، و(Cooky, Messner & Hextrum، 2013).

3- الدراسات الاخرى لم تتفق على إطار نظري واحد، بل تنوَّعت النظريَّات المُستخدمة بين الأحداث الإعلامية، والاستعارة المفاهيمية، والتمثيل، والتفاعل شبه الاجتماعي، والهوية الاجتماعية.

4- استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات أداة تحليل المحتوى، بينما كانت أداة الاستبيان مُستخدمة في (Choi, E.-Y.، 2022) و(Podara et al، 2021) و(Rogers, R.، 2018) فقط، وكانت التجربة حاضرة في دراستين هما (Hahn, D. A., & Cummins, R. G.، 2022) و(Hahn, D. A., & Cummins, R. G.، 2018).

5- الدراسات التي استخدمت الاستبيان كانت عيناتها جميعًا من الشباب.

6- قطاع من هذه الدراسات انطلق من الفلسفة النسوية في الرصد والتحليل، ومن ثم أخذ على المحتوى الرياضي تبنيه المنطق الذكوري في الاختيار والتناول، وإغفال ما حققته المرأة من نجاحات على الصعيد الرياضي والعام.

7- أوضحت الدراسات أن المحتوى الرياضي هو بالأساس "مُنتج ثقافي"، كما أنه في الوقت ذاته "مُدخل مُجتمعي"، أي أن العلاقة بين الإعلام الرياضي والثقافة المجتمعية علاقة متبادلة، وكل منهما يؤثر في الآخر.

8- أكدت الدراسات على أهمية التحليل الرياضي باعتباره الجزء الشارح للمحتوى الرياضي، وأنه يلعب دورًا هامًا في الأحكام التي يُصدرها مشاهدي المباريات.

9- أبرزت الدراسات التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيات التصوير والنقل والعرض، وأسهم بشكل ملحوظ في تحسين كفاءة المُخرِّج الرياضي، ورفع قيمته التسويقية، وتحويله إلى سلعة جاذبة للمهتمين وغير المهتمين على السَّواء.

10- تكاد تتفق الدراسات على أن التلفزيون يواجه منافسة شرسة من الوسائل الرقمية المتصلة بشبكة الإنترنت سوى فيما يتصل بالمحتوى الرياضي الذي يمثل عنصر الجذب الأول لشاشات التلفزيون لدى الشباب.

❖ **فيما يخص محور الثقافة الرياضية لمُستخدمي وسائل الإعلام:**

1- تعدَّدت التعريفات النظرية للثقافة الرياضية التي استندت دراسات هذا المحور، غير أنها اشتركت في اعتبار "المعلومات والمعارف" المادة الخام لها، وأنها تصب في "الخبرة الإنسانية"، وتنعكس على "الفكر والسلوك"، وأنها "وسائل الإعلام" تُعد مصدرًا رئيسيًا لها.

2- إجرائيًا تبنَّت غالبية الدراسات مقياسًا للثقافة الرياضة يتكوَّن من عدد من العبارات، ومُقسَّم إلى أربعة أبعاد هي: البعد المعرفي، والبعد التربوي، والبعد الاجتماعي، والبعد الصحي. بينما قامت دراسة واحدة فقط ببناء هذا المقياس هي دراسة (مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وآخرون، 2020)

3- غالبية الدراسات لم تذكر صراحة إطارًا نظريًا استخدمته، كما لم توظِّفه ضمنًا وهي: دراسات (كريمة، شعبان، 2022)، و(الصرايرة، يوسف أحمد، 2022)، و(العيسى، رنا مروان، 2020)، و(الهادي، عيسى، ورعاش، كمال، 2020)، و(مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وآخرون، 2020)، و(القيسي، أسامة خليل إسماعيل، 2019)، (فوجيل، نور العابدين، وخيف، محمد زكريا، 2018)، و(جمال، إيهاب عادل فوزي، وصبري، أشرف منير، 2018)، و(شعبان، أفنان محمد، 2018)، (عوض، منير سعيد علي، والشنباري، أزير خميس، 2016)، و(الخطيب، يوسف أحمد، 2015)، و(المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين، 2015)، و(الصعوب، سامر نهار سليمان، والزعيلات، مهند عودة، 2015)، و(شلش، فالح جعاز، ورسول، عبد الحكيم مصطفى، 2015)، و(الزيود، خالد محمود، 2013)، و(بشير، حسام، 2014)، و(دحماني، نعيمة، 2013).

4- الدراسات الاخرى لم تتفق على إطار نظري واحد، بل تنوَّعت النظريَّات المُستخدمة بين الغرس الثقافي، والاستخدامات والإشباعات، والأجندة، والتأثير المباشر، وتحديد الأولويات، وثراء الوسيلة.

5- اكتفت كل دراسة بتوظيف إطار نظري واحد، ولم يستعن بأكثر من إطار نظري سوى دراستين هما: (قديد، عمر، وجزار، نسيمة، ورياض، دوار صالح، 2018)، و(مباركة سهيلة حاج سعيد، 2015).

6- وظَّفت جميع الدراسات منهج المسح بالعينة.

7- استخدمت الغالبية العظمى من الدراسات أداة الاستبيان إما بصورته الورقية أو الإلكترونية، بينما كانت أداة تحليل المحتوى مُستخدمة في دراستي (كريمة، شعبان، 2022) و(بشير، حسام، 2014) فقط.

8- شكَّل الشباب عمومًا وطلاب الجامعات على وجه الخصوص المجتمع البحثي وعينة الدراسة في جميع الدراسات التي استخدمت أداة الاستبيان، ولم تخالف هذه التعميم سوى ثلاث دراسات هي: (مصطفى، دروازي، وبوسكرة، أحمد، 2019) التي طُبِّقت على مذيعين وصحفيين، و(العيسى، رنا مروان، 2020) التي طُبِّقت على مدرِّبين رياضيين وعاملين في النوادي الرياضية، و(الصعوب، سامر نهار سليمان، والزعيلات، مهند عودة، 2015) التي طُبِّقت على أعضاء هيئة تدريس بجامعة أردنية.

9- مكانيًا فقد أُجريت هذه الدراسات على عينات من دول الجزائر (8 دراسات)، والعراق (6 دراسات)، والأردن (4 دراسات)، ومصر (دراسة واحدة)، والسعودية (دراسة واحدة)، وفلسطين (دراسة واحدة).

10-كان الحد الأدنى لحجم العينة في دراسات الشباب 55 شابًا (مريشيش، خالد، وصلاح الدين، جلال، 2020)، بينما بلغ الحد الأقصى 860 شابًا (المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين، 2015).

11-اتفقت نتائج كثير من الدراسات على أهمية القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية (لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي)، وفاعلية دور المحتوى الرياضي الذي تُقدِّمه/ تنشره في تعزيز الثقافة الرياضية للشباب. وقد كان هذا التأثير أكبر فيما يخص البعدين المعرفي والتربوي، غير أنه كان أقل نسبيًا فيما يتصل بالبعدين الاجتماعي والصحي.

الإطار النظري للدراسة

نظرية التمثيل Exemplification theory

هي نظرية قدَّمها الفيلسوف الكوري الأمريكي جايجون كيم Jaegwon Kim [46]، وتفترض أن الصور الأيقونية والعاطفية والمُثيرة فعَّالة في التأثير على الأحكام وتكوين الانطباع [47]، كما تتوقع أن يكون لمحتوى الوسائط المعين الذي يتضمن أمثلة ملموسة وحيوية ومبدعة تأثير إدراكي يفوق النماذج الغامضة أو العادية أو المُملَّة. بهذه الطريقة [48] [49] يمكن لوسائل الإعلام أو وسائل التصوير الأخرى أن تؤثِّر على فهم الجمهور للعالم الاجتماعي من خلال القصص التي تحتوي على نماذج تمثل شيئًا أو حدثًا.

تستخدم نظرية التمثيل المنطق النفسي الفسيولوجي للإشارة إلى أن بعض المنبهات لها تأثير أكبر، وبالتالي من المُرجَّح أن يتم تخزينها في الذاكرة أكثر من غيرها. تساهم ثلاث آليات معرفية (القياس الكمي، والتمثيل، واستدلال التوافر) في هذه العملية [50]. وبالتالي فإن الأمثلة التي تجذب مزيدًا من الاهتمام لأنها سهلة التذكُّر تكون أكثر احتمالية للتأثير على الأحكام حول الظاهرة التي يتم تمثيلها من تلك التي يصعب تذكُّرها [51].

وعلى النقيض فالقصص التي تُقدِّم معلومات أساسية حول ظاهرة ما لا تنتج بشكل عام تأثيرات تمثيلية قوية مثل القصص التي تقدِّم أمثلة ملموسة ومبدعة وعاطفية، ومع هذا لا يمكن دائمًا تجاهل المعلومات الأساسية تمامًا. تعتمد القصص التي تقدِّم معلومات أساسية على معلومات عامة وغير عاطفية ومجردة، وغالبًا ما تستخدم المعلومات الكمية لتوضيح ظاهرة أو سماتها [52].

بعبارة أخرى تقوم النظرية على فكرة أن قدرة الأفراد على ربط الأحداث معًا يُحقِّق لهم فوائد حقيقية. ويقوم البشر بذلك عن طريق غربلة التجارب لتجميع تلك المتشابهة، وتنظيم وقوع الأحداث بطريقة كمية تسمح لهم بإصدار أحكام (غالبًا بشكل غير واع) على مدى تكرار حدوث الأحداث المختلفة [53]. وتتشكَّل هذه الأحكام من خلال نظامين معرفيين هما: الاستدلال بالإتاحة Availability heuristic والاستدلال بالتمثيل المعرفي Representativeness heuristic.

يشير الاستدلال بالإتاحة إلى أن الأحكام على الظواهر الاجتماعية تتأثَّر بشكل كبير بسهولة وصول المعلومات إلى الذهن [54]. يمكن أن يكون الاستدلال بالإتاحة أداة مفيدة لتقييم تكرار أو احتمالية وقوع حدث [55]. الأفراد الذين يستدلون بالإتاحة يقيّمون تواتر الأحداث بناءً على السرعة التي تتبادر بها الحالات ذات الصلة إلى الذهن [56].

أما الاستدلال التمثيلي فهو حالة خاصة من استدلال الإتاحة، وينص على أن المعلومات المجردة الموضوعية Base-rate information تلعب دورًا ضئيلًا في الأحكام الكمية عن مجتمع الأحداث. بدلاً من ذلك، تستند هذه الأحكام إلى عينة من الأمثلة exemplars الأكثر واقعية المتاحة للفرد في وقت اتخاذ القرار.

نظرية التمثيل هي مزيج بسيط من هذه الاستدلالات. وهي تفترض أنه بما أن الأمثلة تتبادر إلى الذهن بسهولة أكبر من المعلومات المجردة الموضوعية عند استدعاء المعلومات، فإن الأمثلة المتاحة ستقصي المعلومات الموضوعية عند إصدار أحكام على الأحداث المعنية [57].

تدرس نظرية التمثيل دور المعلومات الموضوعية والأمثلة في رسائل الاتصال. وتفترض اهتمام الأفراد بالأمثلة وتأثُّرهم بها، أكثر من اهتمامهم بالمعلومات الموضوعية.

الأمثلة والمعلومات الموضوعية

المثال هو نموذج لمجموعة الأحداث التي تشترك في الميزات الأساسية مع جميع الأمثلة الأخرى من نفس مجموعة الأحداث التي تم تحديدها بواسطة تلك الميزات. بمعنى ما، الأمثلة هي تقارير حالة تُستخدَم لتمثيل الخصائص المميِّزة لمجموعة من الأحداث [58]. وبشكل عام هي تمثيلات توضيحية للمعلومات، وتوفر عرضًا لحدثٍ ما.

تُستخدم الأمثلة بالاقتران مع المعلومات الموضوعية كحالات شارحة لمجموعات الحدث لتعزيز أو الانتقاص من المعلومات الموضوعية لأن السمات البارزة للنموذج تمثِّل مجتمع الحدث [59]. كما هو الحال مع التقارير الإخبارية، غالبًا ما تتم إضافة الأمثلة لتقديم وصف لحدث تتم مناقشته في تقرير ويتم اختياره لصفاته الترفيهية [60].

أمَّا المعلومات الموضوعية فتقدِّم توصيفات تقتصر على خصائص عامة معينة لمجتمع الحدث. غالبًا ما تأتي المعلومات الموضوعية في شكل تمثيل رقمي مثل تكرار وقوع حدث ما. عادةً ما يُنظر إليها على أنها معلومات كمية حول مجتمع الأحداث [61]، أو وصفًا عامًا لعدد الأشياء أو الأشخاص في السياق.

يُنظر إلى المعلومات الموضوعية على أنها أقل وضوحًا من الأمثلة، وهي لم تحظ ببحث كافٍ مثل الأمثلة، وتطغى عليها الأمثلة في العديد من الحالات، ولا يبدو أنه يتم تجاهلها دائمًا. تشير الدراسات السابقة إلى أن صناع القرار ينظرون إلى المعلومات الموضوعية على أنها أكثر موثوقية ويمكن أن تؤثر على الثقة في القرار أكثر من الأمثلة. كما أنها أكثر صدقًا ودقة وإحكامًا من الأمثلة. ومع ذلك، فقد أظهرت الأبحاث الحديثة أن تأثيرات التمثيل عرضة لظواهر إدراكية أخرى [62].

تشير بعض الأبحاث إلى عدة عيوب لاستخدام الأمثلة، لا سيما فيما يتعلق بالتحيز الإدراكي الذي قد ينجم عن توظيفها. ويقال أيضًا أن الأمثلة تساعد على إدامة الصور النمطية السلبية، وكثيرًا ما تكون مصادر غير فعالة للمعلومات. أيضًا أظهرت الدراسات أن الأمثلة أقل موثوقية من المعلومات الموضوعية لأنه نادرًا ما يتم جمعها أو تقديمها بطريقة منهجية (63).

يوضح بحث التمثيل أن الأفراد غالبًا ما يبنون تقييمهم للواقع الاجتماعي على سمات الأمثلة المختارة لإدراجها في تقارير وسائل الإعلام أكثر من التمثيل الإحصائي للمعلومات. وقد وُجد أن هذا يمثِّل مشكلة عندما يكون المثال غير متكرّر ويتم اختياره لصفاته المسلية أو المثيرة، وهو أمر شائع في القصص الإخبارية.

وقد استفادت من هذه النظرية العديد من الدراسات بداية بالتطبيق على الوسائل المطبوعة (الجرائد والمجلات)، ثم لاحقًا في دراسات الراديو والتلفزيون، وحديثًا في دراسات المواقع والتطبيقات الإلكترونية (64). وبالتطبيق على المحتوى الإعلامي الرياضي، فالمعلومات الموضوعية تشمل الإحصائيات والبيانات والرقمية الكاملة والدقيقة، بينما تشمل الأمثلة فيديوهات الملخصات والحالات المُصوَّرة المُقتطعة من محتوى كامل Highlights. ويُعرض ويُنشر كلا نوعي المحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية.

بعد هذا العرض لنظرية التمثيل يمكن التأكيد على ملاءمتها للتوظيف في الدراسة الحالية استنادًا إلى الاعتبارات التالية:

1) يندرج المحتوى الرياضي المُقدَّم في وسائل الإعلام (سواءً البث الحي لبطولات رياضية، أو البرامج المباشرة أو المُسجَّلة) ضمن الشكلين الذين قدَّمتهما النظرية وهما الأمثلة والمعلومات الموضوعية.

2) تُعنى النظرية بقياس تأثير المحتوى الرياضي على كل من الأفكار والمشاعر، وانعكاساته على السلوك الظاهر. ولا تقف عند حدود التأثير الآني، وإنما تتبع تلك التأثيرات الممتدة طويلة الأجل.

3) يقوم المحتوى الرياضي المُقدَّم في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية بدور المُثير الَّذي يُحفِّز استجابات المبحوثين تُحدِّد مستوى ثقافتهم الرياضية.

4) طبَّقت النَّظرية واستفادت منها بعض دراسات الإعلام الرياضي القريبة في موضوعها من موضوع الدراسة الحالية.

الإطار المعرفي للدراسة

يُعتبر الإعلام الرياضي قديمًا وحديثًا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب والمدراس بمراحلها المختلفة وتتجاوزها، فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تُعدِّل من سلوكهم كبارًا وصغارًا بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة (65).

يرى روبرت ميلر أن ما يُبث عن الرياضة من العناصر الرئيسية في نشر الوعي الرياضي بين الجماهير بمختلف مستوياتها وثقافتها، وتساعد الفضائيات في إحداث التغيير الثقافي، وتكوين المعرفة الرياضية، إذ تحلِّل وترشِّح وتفسِّر وتُعلِّق على الأفكار والآراء خلال نقل وقائع المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة لمختلف البطولات المحلية والدولية والعالمية [66].

وللإعلام الرياضي أهمية في حياة الإنسان، ويُعتبر من 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 على شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات ومختلفة في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة [67].

لذا حظي الإعلام الرياضي باهتمام بالغ من المفكرين والأكاديميين والباحثين لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، واستطاع الإعلام الرياضي من خلال دوره الإنساني أن يضع الأفراد في قلب الأحداث الرياضية حال وقوعها، بالإضافة إلى إشاعة قيم ومفاهيم الرياضة السامية، ونقل تكنولوجيا التدريب الرياضي بأسلوب علمي إلى كافة شرائح المجتمع [68].

وبالمثل يحظى الإعلام الرياضي المُتخِّصص بأهمية لدى قطاعات كبيرة من الجمهور لما يقوم به من تغطية للأحداث والأنشطة الرياضية في العالم، حتى صارت متابعة وسائل الإعلام الرياضية سواء أكانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية، عادة متأصلة في الكثير من الجمهور على اختلافه، خاصة الشباب، الأمر الذي دفع إلى تكوين نظرة جديدة نحو الثقافة الرياضية والإعلام الرياضي بشكل عام، والفضائيات الرياضية بشكل خاص؛ حيث صار لها تأثيرها المباشر على الجماهير الرياضية ومعرفتهم، وهو ما أكسبها دورًا له أهميته في نشر الثقافة بين الجمهور عامة والشباب خاصة [69].

وقد أصبحت العلاقة بين الرياضة والإعلام هي الرابط التجاري والثقافي المحدد لكلا الصناعتين في بداية القرن الحادي والعشرين. لقد حولت وسائل الإعلام الرياضة من مجرد قضية للهواة إلى صناعة ذات طابع تجاري مفرط، في حين قدمت الرياضة جماهير ضخمة وعائدات إعلانات لوسائل الإعلام [70].

والعصر الذي نعيش فيه هو عصر التغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية. وتعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم [71].

وتُعد مختلف مواقع التواصل الاجتماعي حلقة مهمة في سلسلة انتشار الثقافة الرياضية، وهي من أقرب الوسائل الفعالة للمجتمع، وخاصة إذا تعلَّق الامر بالطبقات المثقفة وفي مقدمتها الشباب الجامعي [72].

ومن أهداف الإعلام الرياضي نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة، والتعديلات التي قد تطرأ عليها، وكذلك نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي، وإعطاؤه الفرصة لاتِّخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات [73].

وللإعلام الرياضي دور مُتشعِّب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين. لذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيون، وتوجهها نحو أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، وزيادة الوعي الرياضي لهم، وتعريفهم بأهمية دورها في حياتهم العامة والخاصة [74].

وتُمثِّل الثقافة الرياضية أحد الدعائم الهامة لتنمية التربية البدنية والرياضة، كما أنها تُعبِّر عن وجه ثقافي وحضاري متميز. لذلك فإن دور الثقافة الرياضية لا يمكن اعتباره دورًا هامشيًا خاصة بين أوساط الشباب، فهو يُشكِّل مطلبًا هامًا لهم [75].

وهناك درجة كبيرة من التداخل بين الثقافة الرياضية الموجهة نحو المتفرج والثقافة بشكل عام [76] فإذا كانت الثقافة بمفهومها الواسع تتضمن أبعادًا تتداخل مع مختلف جوانب الحياة البشرية على حين تقتصر الثقافة الرياضية على بعد واحد فقط من هذه الأبعاد يتعلق بالممارسة الرياضية وحدها، فلا يمكن إغفال أن هذه الأخيرة فرع حي من أصل عام هو الثقافة المجتمعية، وهي نتاج للثقافة السائدة في المجتمع، وهي وإن اختلفت معها في جوانب، فإنها تتقاطع معها في جوانب أخرى. وبالتالي يصبح فهمها وقياسًا مؤشرًا على الثقافة العامة للمجتمع.

تُعد الثقافة الرياضية ركيزة مهمة من ركائز المجتمع في ظل أن الرياضة أصبحت إحدى أهم الدعائم الرئيسية في نختلف مجالات الحياة، لذلك أصبح من أهمية توجيه المجتمع وتوعيته بالدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية، وأهميتها، وآثارها الإيجابية على الفرد والمجتمع، والقضاء على الآفات المجتمعية الخطيرة، وإشعال أوقات الفراغ عند الشباب [77].

والثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعدَّت المفهوم البدني للبحث لتشمل المفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترويحية والثقافية، وهي وسيلة مهمة من وسائل تعميق صلة المواطن بوطن وواقعه. إن ما سبق ذكره لا يجري بشكل عفوي، وإنَّما بشكل مُبرمج سواء في المدارس أو الكليات أو عن طريق التلفزيون والصحف والراديو والسينما أو المهرجانات، والهدف منها كلها هو تربية المواطن ثقافيًا [78].

ويُعتبر الاهتمام بالثقافة الرياضية من المؤشرات الدالة على ارتفاع المستوى الثقافي والتقدم في المجتمع، كما أن للثقافة الرياضية أثر واضح على الجانب الصحي والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان، وكذلك توجيه سلوك المواطن، وصقله من كل الممارسات السلبية التي تتعارض وقيم المجتمع [79].

وتبرز أهمية الثقافة الرياضية وفق ما جاء به ميساء ومهدي [80] في تنشيط الأطر المعرفية، وتحفيز التوجهات والميول لزيادة المعرفة الإنسانية المتعلِّقة بالأنشطة البدنية

والرياضية، وتجسيد المعرفة العلمية للرياضة والترويج، وبناء قاعدة معرفية علمية، بالإضافة إلى توسيع مدركات الفرد ثقافيًا بدور الرياضة وأهميتها على مختلف جوانب حياة الفرد الجسمية والشخصية والنفسية والاجتماعية، وكذلك تنمية وبناء اهتمامات واتجاهات ترويجية ورياضية قائمة على قواعد معرفية سليمة ثابتة.

وتلعب الثقافة الرياضية دورًا مؤثِّرًا وفعَّالاً في نشر وترسيخ مبادئ الروح الرياضية بين اللاعبين والمشاهدين من جهة، وكذلك نشر الوعي الثقافي الرياضي، وحجب السلوك غير المرغوب فيه، والتأكيد على التوافق النفسي والاجتماعي لهم [81].

وبذلك تظهر أهمية الثقافة الرياضية من خلال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في نشر الوعي بين المجتمعات، ومساعدة الفرد في اكتساب الخبرات الحياتية العملية، وتربية الفرد بدنيًا وسلوكيًا واجتماعيًا، وأن للثقافة آثر تربوي إيجابي على جميع الأفراد الممارسين وغير الممارسين من جميع الفئات العمرية ولكلا الجنسين [82].

وانطلاقًا من حقيقة قدرة التأثير التي تملكها وسائل الإعلام تجاه جمهورها، وبالنظر إلى التنوع في قطاعات المتعاملين مع المحتوى الإعلامي على اختلاف أنواعه، يمكن القول بوجود علاقة ما بين الإعلام الرياضي من جانب، والثقافة الرياضية من جانب آخر، وهي علاقة تمر في الاتجاهين، حيث يتبادل كلا الطرفين التأثير في الآخر؛ فوسائل الإعلام الرياضية (وتحديدًا هنا القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية) قادرة على إحداث تأثيرات في الثقافة الرياضية لمتابعيها، وهذه الأخيرة بدورها تعود بالأثر على وسائل الإعلام بتوجيه سياساتها وخطط عملها، سواءً تدعيمًا أو تعديلاً أو حتى تغييرًا.

تعريف مفاهيم الدراسة

باستيفاء المراجعة المُدقِّقة للدراسات السابقة، وبعد بناء إطار معرفي واضح الأبعاد للدراسة، واستنادًا إلى نظرية التمثيل Exemplification theory، تُعرِّف الدراسة الحالية مفاهيمها المُستخدمة على النحو التالي:

- **التَّعرُّض الانتقائي:** ميل الفرد، بوعي وعن قصد، إلى البحث عن محتوى إعلامي بعينه يتوافق مع اهتماماته، واختياره التَّعرُّض له دون غيره من المضامين المعروضة أو المنشورة. والمصطلح بهذا المفهوم يختلف عن التَّعرُّض العَرَضي Accidental exposure الذي يقع حين يشاهد الفرد أو يقرأ محتوى ما بالصدفة أو لمجرد ظهوره أمامه في القناة التلفزيونية أو على الموقع الإلكتروني.
- **المحتوى الرِّياضي**: ما تبثُّه أو تعرضه أو تنشره وسائل الإعلام من مضامين حيَّة أو مسجلة موضوعها نشاط أو حدث أو موضوع رياضي أو ذو بعد رياضي، وهي تشمل البطولات الرياضية في مختلِف الألعاب والمواد البرامجية الرِّياضية وغيرها من القوالب ذات الطابع الرياضي.
- **الثَّقافة الرِّياضية**: مُحصِّلة المكتسبات المعرفية والقيمية والمهارية للفرد اتِّصالاً بالشأن الرياضي، سواءً كان اكتسابها بالخبرة المباشرة (عبر ممارسة رياضة أو أكثر) أو بالاتصال غير المباشر (عبر استخدام وسائل الإعلام) أو بالطريقتين معًا، وتؤثر على فكر الشخص وسلوكه.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة ومنهجها

الدراسة من نوعية الدِّراسات الوصفية [83]، ويلائم هذا النَّوع من الدِّراسات وصف الأفراد أو المجموعات أو الأنشطة أو الأحداث أو المواقف، ويهدف إلى تقديم أوصاف مُتعمِّقة (تُعنَى بالتفاصيل، والمعاني، والسياق) للظاهرة البحثية من منظور الأشخاص الذين يعايشونها، كما يناسب تفسير الأسباب، والتأثيرات، والعلاقات، وتوضيح لماذا تسير الأمور على ما هي عليه، والكشف عن العلاقات الارتباطية بين المتغيرات. وتم إجرائها بطريقة البحوث المقطعية الَّتي عادة ما تُستخدم لتحديد وضع السِّلوك العام بشأن قضيَّة أو موضوع ما وقت إجراء الدِّراسة المسحيَّة [84].

واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لكونه أنسب المناهج العلمية لها؛ حيث يوفِّر أساسًا جيدًا لتسجيل، وتحليل، وتفسير التَّعرُّض الانتقائي للمحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية وعبر المواقع الإلكترونية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

أداة الدراسة

وظَّفت الدراسة أداة الاستبيان بعد عرضه على السَّادة المُحكِّمين [ن] للتأكد من صدقه الظاهري، حيث تم تصميمه إلكترونيًا على موقع Google Survey، واشتمل على 23 سؤالاً تُحقِّق الإجابة عن تساؤلات الدراسة، بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتحدَّد مجتمع الدِّراسة في الشباب المصري من سن 18 سنة إلى 35 سنة من مُتابعي القنوات الرياضية أو مُستخدمي المواقع الإلكترونية الرياضية. أما عينة الدراسة فهي عينة عمدية قوامها 600 مبحوثًا (حتى لا تتأثر نتائج الدراسة بمتغير المعرفة الرياضية المسبقة، فقد أُستبعدت استجابات طلبة وخريجي كليات التربية الرياضية). وتم تقدير حجم العينة استنادًا إلى معادلة هيربرت أركن التالية:

$$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$$

حيث:

N	هي حجم المجتمع الأصلي	
t	تعني الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95	تساوي 1.96
SE	نسبة خطأ التقدير	تساوي 0.05
p	نسبة توافر الخاصية	النسبة المحايدة 50%

وقد جُمِعت الاستجابات خلال شهر أغسطس 2022، وتوزَّع المبحوثون عينة الدراسة من حيث خصائصهم الديموغرافية على النحو التالي:

- **من حيث النوع**: بلغ عدد "الذكور" ضمن عينة الدراسة 399 بنسبة 66.5%، بينما كان عدد "الإناث" 201 بنسبة 33.5% من إجمالي العينة.
- **من حيث السن**: بلغ متوسط السن بين عينة الدراسة "25 سنة وستة أشهر" بانحراف معياري قدره 2.31، وذلك بين حدين أدني 18 سنة وأقصى 35 سنة.
- **من حيث المستوى التعليمي**: كانت أكثرية عينة الدراسة من "طلبة الجامعات"، حيث بلغ عددهم 200 مبحوث بنسبة 33.3%، يليهم "ذوي المؤهلات العليا" الذين بلغ عددهم

174 بنسبة 29%، ثم "الحاصلون على دبلومة عليا/ ماجستير/ دكتوراه" الذين بلغ عددهم 93 بنسبة 15.5%، ثم ذوي التعليم المتوسط أو فوق المتوسط الذين بلغ عددهم 79 بنسبة 13.2%، ليأتي أخيرًا ثم ذوي التعليم فوق المتوسط الذين بلغ عددهم 54 بنسبة 9% من إجمالي العينة.

- **من حيث نوع التعليم**: توزَّع المبحوثون بين أكثرية بلغ عدها 199 بنسبة 33.2% حصلت على تعليم خاص، يليهم الحاصلون على تعليم حكومي الذين بلغ عددهم 167 بنسبة 27.8%، ثم الحاصلون على تعليم دولي الذين بلغ عددهم 93 بنسبة 15.5%، ثم الحاصلون على تعليم لغات الذين بلغ عددهم 92 بنسبة 15.3%، ليأتي أخيرًا أصحاب التعليم الأزهري الذين بلغ عددهم 49 بنسبة 8.2% من إجمالي العينة.
- **من حيث نوع الدراسة**: ضمَّت العينة مبحوثين تلقوا دراسة أدبية بلغ عددهم 316 بنسبة 52.7%، بينما بلغ عدد من تلقوا دراسة علمية 284 بنسبة 47.3% من إجمالي العينة.
- **من حيث الدخل الشهري للأسرة**: أفاد 167 مبحوثًا بنسبة 27.8% أنه يتقاضون دخلاً من 3 لأقل من 5 ألاف جنيه، يليهم ذوي الدخل الشهري من 5 لأقل من 10 ألاف جنيه الذين بلغ عددهم 159 بنسبة 26.5%، ثم ذوي الدخل الشهري أقل من 3 ألاف جنيه من إجمالي العينة الذين بلغ عددهم 147 عددهم بنسبة 24.5%، ليأتي أخيرًا ذوي الدخل الشهري 10 ألاف جنيه فأكثر الذين بلغ عددهم 127 بنسبة 21.2% من إجمالي العينة.
- **من حيث مكان الإقامة**: بلغ عدد "الحضريين" ضمن عينة الدراسة 402 بنسبة 67%، بينما كان عدد "الإناث" 198 بنسبة 33% من إجمالي العينة.

تساؤلات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، ولحل مشكلتها البحثية، تم تحديد التساؤلات وصياغتها على النحو التالي:

1- ما نمط متابعة الشباب المصري القنوات الرياضية المُتخصَّصة (من حيث كثافة المتابعة، والقنوات المُفضَّلة، ونوع المحتوى، والبرامج المُفضَّلة)؟

2- ما نمط متابعة الشباب المصري البرامج الرياضية في القنوات العامة (من حيث كثافة المتابعة، والبرامج المُفضَّلة، ونوع المحتوى)؟

3- ما نمط متابعة الشباب المصري المواقع الإلكترونية الرياضية (من حيث كثافة المتابعة، ومِنصَّات المتابعة، والمواقع الإلكترونية المُفضَّلة)؟

4- ما مقدار انتقائية التعرض لدى الشباب المصري؟

5- ما درجة اهتمام الشباب المصري بالرياضة؟ وما الرياضات التي يتعرضون لها؟

6- ما مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري بأبعادها المعرفية والصحية والتربوية والاجتماعية؟

7- ما طبيعة الاتجاهات الثقافية للشباب المصري نحو المنافسين ورياضات المرأة؟

فروض الدراسة

بالاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة وما خَلُصَت إليه من نتائج، واعتمادا على الرؤية الفكرية التي يطرحها الإطار النظري للدراسة (نظرية التمثيل Exemplification theory)، تحدَّدت فروض الدراسة فيما يلي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين انتقائية التَّعرُّض ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة الاهتمام بالرياضة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

مقاييس الدراسة وخصائصها السيكومترية

1- كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة (المتوسط الحسابي=8.71، الانحراف المعياري=1.106، ثبات ألفا كرونباخ=0.779، معامل الصدق الذاتي=0.882)

مدى المتابعة	1- أتابعها بانتظام 2- أتابعها أحيانًا 3- أتابعها نادرًا	3 درجات درجتين درجة واحدة
عدد أيام المتابعة أسبوعيًا	1- يوم واحد فقط أسبوعيًّا 2- من يومين لأقل من أربعة أيام 3- من أربعة أيام لأقل من ستة أيام 4- يوميًّا	درجة واحدة درجتين 3 درجات 4 درجات
عدد ساعات المتابعة يوميًا	1- ساعة على الأكثر 2- من ساعة لأقل من ساعتين 3- من ساعتين لأقل من 4 ساعات 4- 4 ساعات فأكثر	درجة واحدة درجتين 3 درجات 4 درجات

2- كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة (المتوسط الحسابي=4.59، الانحراف المعياري=0.118، ثبات ألفا كرونباخ=0.704، معامل الصدق الذاتي=0.839)

مدى المتابعة	1- أتابعها بانتظام	3 درجات
	2- أتابعها أحيانًا	درجتين
	3- أتابعها نادرًا	درجة واحدة
مقدار المتابعة من الحلقة	1- أتابع الحلقة كاملة	درجة واحدة
	2- أتابع بعض الفقرات	درجتين
	3- أتنقل بين البرامج أغلب الوقت	3 درجات

3- كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية (المتوسط الحسابي=2.14، الانحراف المعياري=0.157، ثبات ألفا كرونباخ=0.614، معامل الصدق الذاتي=0.783)

مدى المتابعة	1- أتابعها بانتظام	3 درجات
	2- أتابعها أحيانًا	درجتين
	3- أتابعها نادرًا	درجة واحدة

4- انتقائية التَّعرُّض (المتوسط الحسابي=13.18، الانحراف المعياري=2.047، ثبات ألفا كرونباخ=0.914، معامل الصدق الذاتي=0.956)

اختار المحتوى الرياضي الذي أهتم به وأفضله	دائمًا (3 درجات)
أرتب مواعيدي بحيث أتمكن من مشاهدة المباريات المهمة	أحيانًا (درجتين)
أتابع فقط مقدمي البرامج الذين أفضلهم	نادرًا (درجة واحدة)
أتابع المحللين والخبراء الذين أقتنع بهم	
أتجنب متابعة أراء المنافسين ووجهات نظرهم	

5- درجة الاهتمام بالرياضة (المتوسط الحسابي=7.89، الانحراف المعياري=1.236، ثبات ألفا كرونباخ=0.841، معامل الصدق الذاتي=0.917)

قِيست من خلال الدرجة التي يختارها المبحوث لاهتمامه الرياضي على مقياس من درجة واحدة إلى عشر درجات، حيث يُعبِر الرقم الأصغر عن قلة الاهتمام، بينما يُعبّر الرقم الأكبر عن زيادة الاهتمام.

6- مستوى الثقافة الرياضية (و)

6-1 البعد المعرفي (المتوسط الحسابي=23.51، الانحراف المعياري=2.716، ثبات ألفا كرونباخ=0.875، معامل الصدق الذاتي=0.935)

تقوم بتغطية البطولات والأحداث المحلية والدولية	إلى حد كبير (3 درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
تساعد في معرفة المصطلحات والمفاهيم الرياضية	
تسهم في معرفة تاريخ الألعاب الرياضية	
تُبيِّن المعالم الرياضية وتعريف المتابعين بها	
تسهم في التعرف على المهارات الرياضية المختلفة	
تسهم في معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها	
تعرض الأخبار بطريقة حديثة ومبتكرة	
تسهم في معرفة الشخصيات البارزة في كل دول العالم	
تعتمد التشويق في عرض النواحي الفنية للألعاب الرياضية	

6-2 البعد الاجتماعي (المتوسط الحسابي=21.90، الانحراف المعياري=3.029، ثبات ألفا كرونباخ=0.802، معامل الصدق الذاتي=0.895)

تعمل على تطبيع العلاقات الثقافية والاجتماعية للفرد	إلى حد كبير (3 درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
تعمل على توطيد العلاقات بين البلدان	
تبين أهمية الأنشطة الرياضية في إشباع حاجات الفرد وميوله	
تعمل على تنمية القيم الاجتماعية المقبولة	
تساعد في توجيه الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة	
تنمي مفهوم الانتماء للجماعة والوطن	
تدعم باهتمام ملحوظ رياضات ذوي الهمم	
تنمِّي مفهوم التعاون وقيمه المجتمعية	
تشجع المشاهدين على الانتماء للمؤسسات والأندية الرياضية والشبابية	

3-6 البعد التربوي (المتوسط الحسابي=19.41، الانحراف المعياري=1.924، ثبات ألفا كرونباخ=0.793، معامل الصدق الذاتي=0.890)

تدعو إلى تجنب العنف والشغب في البطولات والمنافسات الرياضية	إلى حد كبير (3 درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
تؤدّي دورًا مهمًا في الكشف عن بعض الانحرافات في الوسط الرياضي	
تعمل على زيادة الوعي الرياضي بالرياضات المختلفة	
تهتم بالبحوث والدراسات التربوية التي تعمق العلاقة بين الرياضة والجمهور	
توضح السلوك الرياضي وتبعده عن التعصب	
تسهم في تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي	
تدعم الصلة بين الرياضة والعلوم الاخرى	
تسهم في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودورهم في الحضارة والأخلاق	

3-6 البعد الصحي (المتوسط الحسابي=13.08، الانحراف المعياري=1.147، ثبات ألفا كرونباخ=0.834، معامل الصدق الذاتي=0.913)

توضِّح للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة والجمال الجسمي	إلى حد كبير (3 درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
تعمل على توعية الفرد بمضار المنشطات	
تهتم ببرامج التأهيل البدني والصحة العلاجية	
تبرز أهمية ممارسة الرياضة في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية	
تبين كيفية تلافي الإصابات وعلاجها	

7- **اتجاه الثقافة الرياضية نحو المنافسين** (المتوسط الحسابي=10.39، الانحراف المعياري=1.842، ثبات ألفا كرونباخ=0.698، معامل الصدق الذاتي=0.835)

أتعصب لكل ما يخص فريقي المفضل	إلى حد كبير (3 درجات) إلى حد ما (درجتين) لا (درجة واحدة)
لا أقبل أن يوجِّه أحد المنافسين انتقادات لفريقي المفضل	
أشارك في السخرية من الفرق المنافسة حال خسارتها	
أحيانًا ما يسبِّب لي انتمائي الرياضي مشاحنات مع أصدقائي	

8- **اتجاه الثقافة الرياضية نحو رياضة المرأة** (المتوسط الحسابي=8.479، الانحراف المعياري=2.006، ثبات ألفا كرونباخ=0.795، معامل الصدق الذاتي=0.891)

للمرأة الحق في ممارسة أي رياضة تحبها أو ترغبها	إلى حد كبير (3 درجات)
تستهويني الرياضات النسائية	
دور المرأة في الرياضة يجب أن يقف عند حدود التشجيع لا الممارسة	إلى حد ما (درجتين)
الرياضة نشاط ذكوري بالأساس، ودخول المرأة فيه هو استثناء فقط	لا (درجة واحدة)

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3- حساب الوزن النسبي للبنود المُقاسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج X 100، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
4- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.
5- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
6- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة

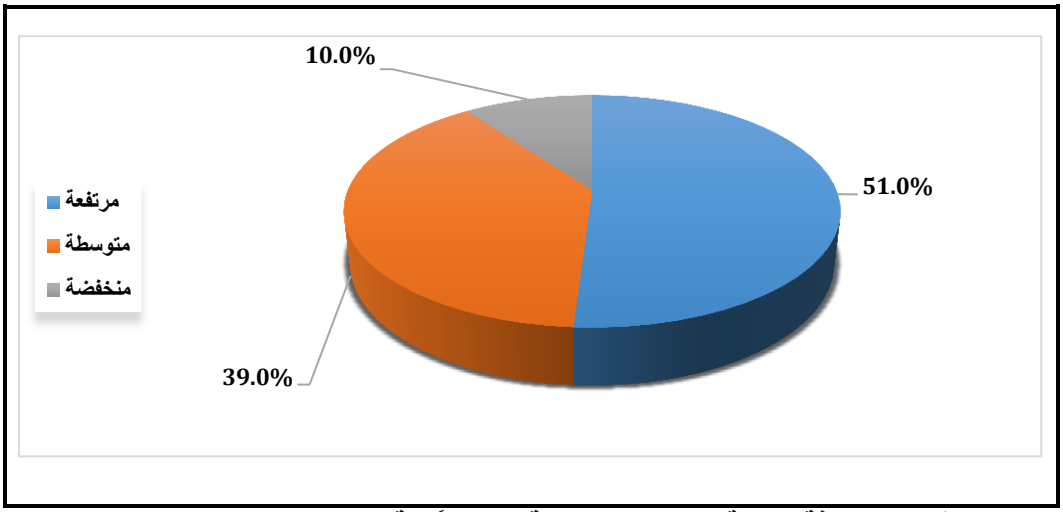
باستخراج النتائج الكمية للدراسة وتحليلها، وبمراعاة ما تستلزمه ضرورات الإجابة عن التساؤلات البحثية واختبار الفروض البحثية، يمكن تقسيم عرض النتائج على النحو التالي:

أولاً: النتائج العامة للدراسة

المحور الأول: التَّعرُّض للمحتوى الرياضي في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية

1) متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة

حظيت القنوات الرياضية المُتخصِّصة -سواء مصرية أو مصرية- بمتابعة من الشباب المصري عينة الدراسة، وقد أمكن تصنيفهم المبحوثين بحسب استجاباتهم من حيث المتابعة إلى ثلاث فئات على نحو ما يعرض الشكل البياني التالي رقم (1):



شكل رقم (1): كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة

كانت غالبية الشباب المصري عينة الدراسة بنسبة 51% من كثيفي التَّعرُّض للقنوات الرياضية المُتخصَّصة، يليهم من حيث العدد متوسِّطو التَّعرُّض بنسبة 39%، على حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي التَّعرُّض المنخفض للقنوات الرياضية المُتخصَّصة 10% من إجمالي العينة.

ومِن ثمَّ فمتابعة المحتوى الرياضي شكَّلت جزءًا من الأنشطة الاعتيادية للشباب المصري عينة الدراسة؛ إذ غالبيتهم تتابعها يوميًا، وبعدد أيام من يومين أقل من أربعة أيام في الأسبوع، وعدد ساعات من ساعة لأقل من ساعتين يوميًا.

وتتفق الدراسة في هذه النتيجة مع دراسة **(فوجيل، نور العابدين، وخيف، محمد زكريا، 2018)** [85] ودراسة **(بشير، حسام، 2014)** [86] التي أكدت على أهمية المحتوى الرياضي المُقدَّم عبر القنوات التلفزيونية في رفع مستوى الثقافة الرياضية للشباب. كما

أظهرت دراسة **(O'Boyle, N., & Kearns, C.، 2019)** [87] أهمية الصورة المرئية والمسموعة المتحركة لكونها السلعة الرئيسية في اقتصاد المحتوى الرياضي الإعلامي.

وبسؤال المبحوثين عن **أسماء القنوات الرياضية المُتخصّصة** التي يتابعون الرياضات من خلالها، أبرزت إجاباتهم توزُّعها بين قنوات مصرية وأخرى عربية وثالثة غير عربية، وذلك على النَّحو التالي:

- جاءت قنوات OnTimeSports [ج] الفضائية في صدارة جميع القنوات التي يتابعها الشباب المصري بنسبة 78.7% من عينة الدراسة.
- تقدَّمت شبكة قنوات beIN SPORTS [ط] على غيرها من القنوات العربية، حيث يتابعها ما نسبته 31.2% من إجمالي عينة الدراسة.
- حازت قنوات الأندية المصرية بمتابعة الشباب المصري، فقناة الأهلي يتابعها ما نسبته 20.8% من المبحوثين، بينما يتابع قناة الزمالك ما نسبته 19.7% منهم.
- عربيًا حازت شبكة قنوات أبو ظبي الرياضية متابعة ما نسبته 9.3% من المبحوثين، تليها شبكة قنوات الكأس القطرية بنسبة 7%، ثم شبكة قنوات دبي الرياضية التي ذكرها ما نسبته 5.7% من عينة الدراسة.
- جميع ما سبق من قنوات تلفزيونية تُبث على القمر الصناعي المصري نايلسات، وقد أورد بعض المبحوثين (بنسبة 9.8% من إجمالي العينة) عدَّة قنوات غير عربية تُبث على أقمار أخرى، وأمكنهم استقبالها من خلال أطباق كبيرة الحجم (180 سم فأكثر)، أو من خلال تركيب أكثر من عدسة LNB على طبق الاستقبال.

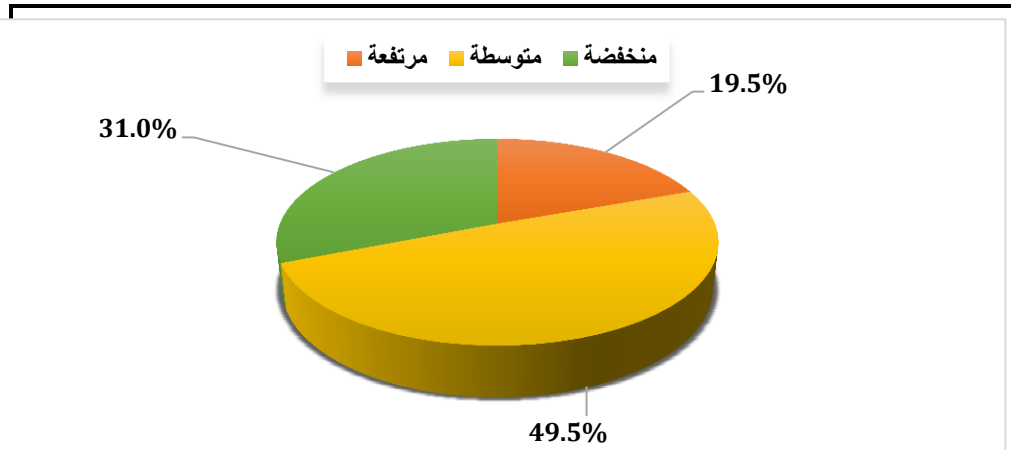
وفيما يتَّصل **بنوع المحتوى** الذي يُفضِّل الشباب متابعته على هذه القنوات الرياضية المُتخصِّصة، فقد جاءت المباريات في الصدارة حيث تابعها ما نسبته 82.8% من المبحوثين، تليها بفارق الاستوديوهات التحليلية للمباريات لدى ما نسبته 34.2%، ثم البرامج الرياضية بنسبة 22.3% من عينة الدراسة، وأخيرًا ذَكَر 20% أنهم يتابعون الملخصات Highlights.

وكانت دراسة **(Fele, G., & Campagnolo, G. M.، 2021)** [88] قد أبرزت كيف أن التحليل الرياضي أصبح جزءًا لا يتجزأ من وجبة كرة القدم التلفزيونية باعتبار التحليل عين أخرى تنضاف للكاميرات الناقلة.

وعلى مستوى **البرامج المُفضَّلة** في هذه القنوات، فقد أورد المبحوثون برامج هي: ملعب ONTime (تقديم سيف زاهر وأحمد شوبير)، ومساء أون تايم (تقديم مدحت شلبي) وجمهور التالتة (تقديم إبراهيم فائق)، وملاعب الأبطال (تقديم أميرة جمال) على قناة OnTimeSports، والشوط الثالث والجولة على قناة beIN SPORTS الإخبارية، وزملكاوي على قناة الزمالك، والبيت الكبير وملك وكتابة على قناة الأهلي.

2) متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة

إلى جانب القنوات الرياضية المُتخصِّصة فقد تابع الشباب عينة الدراسة بعض البرامج الرياضية المُذاعة على قنوات عامة، وقد أمكن أيضًا تصنيفهم بحسب استجاباتهم من حيث المتابعة إلى ثلاث فئات على نحو ما يعرض الشكل البياني التالي رقم (2):



شكل رقم (2): كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة

انخفضت نسبة الشباب المصري ذوي التعرض المرتفع للبرامج الرياضية على القنوات العامة لتكون 19.5% من عينة الدراسة، بينما ارتفعت نسبة المبحوثين ذوي التعرض المتوسط لهذه البرامج لتصل إلى 49.5%، أما الشباب ذوي التعرض المنخفض للبرامج فبلغت نسبتهم 31% من إجمالي عينة الدراسة.

وقد كانت غالبية المبحوثين تتابع أحيانًا البرامج الرياضية المُذاعة على القنوات العامة، واقتصرت المتابعة على بعض الفقرات وليس كامل الحلقة، كما غلب على سلوك مشاهدة المبحوثين التَّنقُّل بين البرامج بل وبين القنوات في أغلب الوقت.

وتقترب هذه النتيجة مما انتهت إليه دراسة **(دحماني، نعيمة، 2013)** [89] من كون البرامج الرياضية قادرة على اجتذاب الشباب الجزائري لمشاهدتها.

وبسؤال الشباب عينة الدراسة عن **أسماء البرامج الرياضية التلفزيونية** التي يتابعونها، فقد كانت اختياراتهم هي: برنامج اللعيب (قناة mbc مصر) بنسبة 9.1%، يليه برنامج كل يوم كورة (قناة الحياة) بنسبة 8.3%، ثم برنامج الريمونتادا (قناة المحور) بنسبة 7.5%، وبرنامج الماتش (قناة صدى البلد 2) بنسبة 6.7%، وبرنامج BOX 2 BOX (قناة LTC) بنسبة 5.8%، وبرنامج ملعب البلد (قناة صدى البلد) بنسبة 5%، وبرنامج الحريف (قناة صدى البلد) بنسبة 4.2%، وبرنامج رقم 10 (القناة الأولى) بنسبة 3.8%، وبرنامج البريمو (قناة Ten) بنسبة 3.7%.

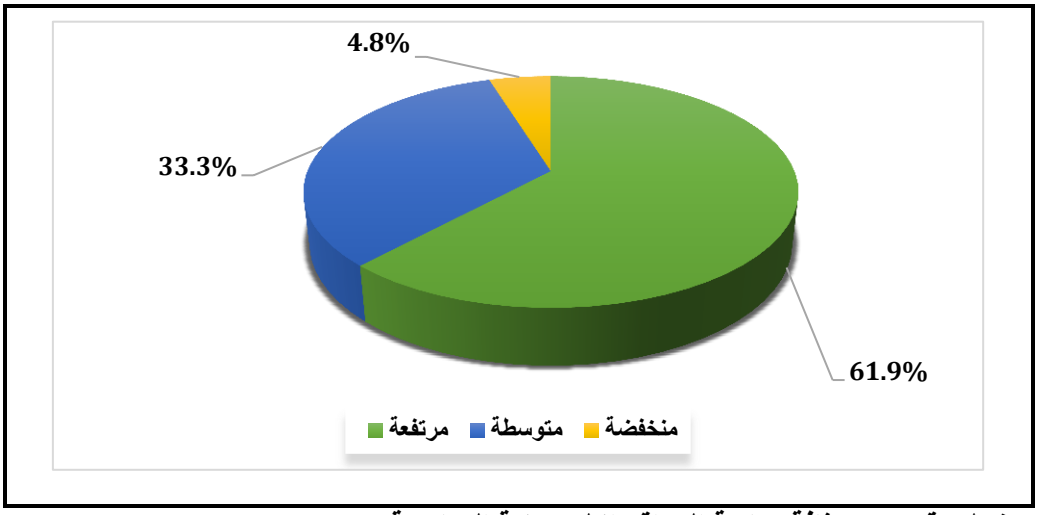
وكانت دراسة **(Henry, T. M., & Oates, T. P.، 2020)** [90] قد أبرزت أهمية الثقافة المجتمعية والسياسية ودورها في انتشار برامج المناظرات الرياضية. كما انتهت دراسة **(Galily, Y.، 2014)** [91] إلى أن الإمكانيات الفنية التي صارت تتوافر للبرامج الرياضية، وضيوفها من لاعبين ومُحلِّلين، والتقارير الميدانية من أرض الملعب وخارجه ومن غرف اللاعبين، كلها عوامل ضَمِنَت للمشاهد خبرة شديدة الثراء والكفاءة.

يُلاحظ في البرامج محل المتابعة أن جميعها برامج مصرية؛ فلم يتابع المبحوثون برنامجا رياضيًا على قناة عامة سوى برنامج أكشن مع وليد (على قناة MBC Action) بنسبة 2.2%. وغالب موضوعاتها تتعلق بالرياضة المصرية مع تركيز ملحوظ على رياضة كرة القدم، وهو ما يعكس اهتمامات المبحوثين الشباب في المشاهدة والتفاعل. كذلك فجميع هذه البرامج تُذاع في فترة المساء التي تزيد فيها كثافة المشاهدة. كما يلفت الانتباه توزُّع البرامج على عدد كبير من القنوات العامة، ما يعني أن هذه القنوات تدرك أهمية هذا النوع من المحتوى وقيمته بالنسبة للمهتمين بالرياضة، ومِن ثَمَّ تحرص على إشباع احتياجهم الرياضي.

وفيما يخص **نوع المحتوى** الذي يُفضِّل الشباب متابعته في هذه البرامج الرياضية، فقد جاءت فقرة الـ Info الإخبارية في المُقدِّمة بنسبة متابعين بلغت 6.7% من عينة الدراسة، تليها مباشرة التقارير لدى ما نسبته 6%، ثم الحوارات عن بعد بنسبة 5.3% من عينة الدراسة، وأخيرًا ذَكَر 5.2% أنهم يتابعون الحوارات الهاتفية.

3) متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية

تؤدِّي المواقع الإلكترونية دورًا هامًا كمصدر من مصادر متابعة الأخبار واستقاء المعارف. وقد صنَّفت الدراسة المبحوثين فيما يتَّصل بمدى متابعتهم محتوى المواقع الإلكترونية الرياضية إلى ثلاث مجموعات على نحو ما يعرض الشكل البياني التالي رقم (3):



شكل رقم (3): كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية

حازت المواقع الإلكترونية الرياضية المتخصصة بمتابعة مرتفعة لدى ما نسبته 61.8% من الشباب عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي المتابعة المتوسطة لها 33.4%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين منخفضي المتابعة لهذا المواقع عن 4.8% من إجمالي العينة.

وأظهر تحليل **منصَّات المتابعة** أن غالبية الشباب المصري بنسبة 58% من عينة الدراسة تابعوا هذه المواقع الإلكترونية الرياضية من خلال صفحاتها على موقع فيسبوك، يليها من خلال الموقع نفسه بنسبة 22.8%، ثم تطبيق الموقع على الهاتف المحمول بنسبة 16.5%، بينما بلغت نسبة متابعيه 8.2% من خلال موقع انستجرام و4.2% من خلال موقع تويتر. وعلى هذا فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة مهمة بل ورئيسية أطلَّت من خلالها المواقع الإلكترونية الرياضية على متابعيها، وربما يرجع هذا إلى اتساع نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري لاسيَّما بين الشباب، وكذلك الانتشار الكبير للهواتف الذكية التي يمكن تتيح خصائصها التقنية إمكانية الاتصال بالإنترنت في أي وقت ومن أي مكان.

وكانت دراسات (**منصوري، عبد الله، 2021**) [92] و(**العيسى، رنا مروان، 2020**) [93] و(**المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين، 2015**) [94] و(**الصعوب، سامر نهار سليمان، والزعيلات، مهند عودة، 2015**) [95] قد توصَّلت إلى أن موقع فيسبوك قد جاء في صدارة المواقع التي يتابعها الشباب الجامعي الجزائري الرياضة من خلالها، وتؤثر على ثقافتهم الرياضية. وذلك على عكس الدراسات الأجنبية ومنها دراسة (**Boehmer, J.، 2016**) [96] التي كان موقع تويتر يتوقف على بقية مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب الشباب للرياضة ولكن بعد التلفزيون.

وبسؤال المبحوثين عينة الدراسة عن **أسماء المواقع الإلكترونية الرياضية** التي يتابعونها، فقد جاءت في مقدمة اختياراتهم المواقع التالية: موقع btolat بنسبة 15.7%، وموقع yallakora بنسبة 15%، وموقع kooora بنسبة 14.5%، وموقع koraplus بنسبة 13.5%، وموقع filgoal بنسبة 12.3%، وموقع superkora بنسبة 12.7%.

وانضاف إلى هذه المواقع الإلكترونية بعض المصادر الأخرى التي يتابع الشباب المحتوى الرياضي من خلالها وهي: حسابات/ صفحات المشجعين Fans بنسبة 49.8%، تليها حسابات/ صفحات الإعلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 44.8%، ثم حسابات/ صفحات القنوات التلفزيونية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 41.7%، ثم حسابات/ صفحات اللاعبين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 40.8%، ثم حسابات/ صفحات الأندية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 38%، ثم حسابات/ صفحات المحللين والخبراء على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 28.7%، ثم تطبيقات رياضية على الهاتف المحمول بنسبة 24.5%.

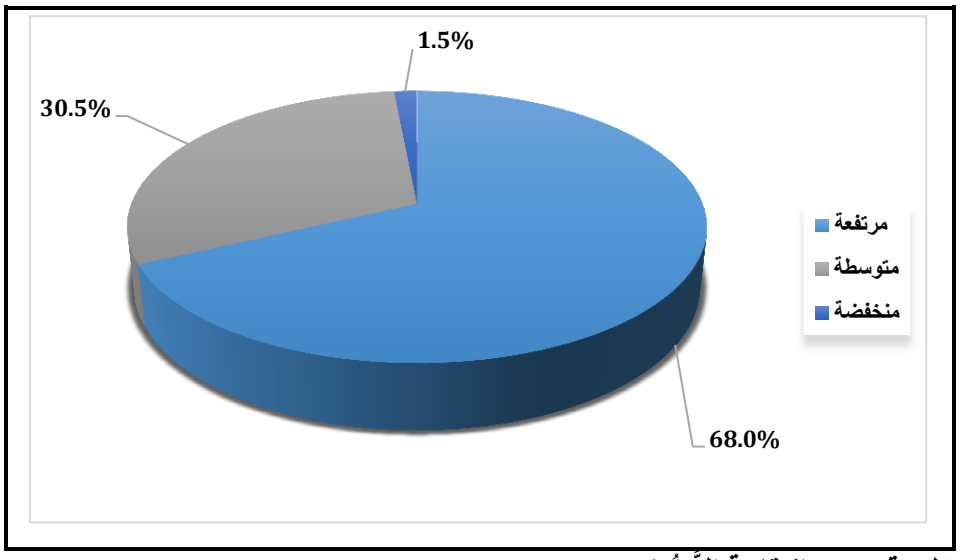
وتتفق الدراسة في هذه النتيجة مع ما توصَّلت إليه دراسة (**الهادي، عيسى، ورعاش، كمال، 2020**) [97] التي انتهت إلى أن للمواقع الإلكترونية الرياضية والجرائد الإلكترونية دور كبير في تنمية الثقافة الرياضية للطلبة.

4) انتقائية التَّعرُّض

يشير مصطلح التَّعرُّض الانتقائي إلى الاختيار بين الرسائل أو القنوات المتنافسة، وفي مجال الإعلام الرياضي يتنافس عدد كبير من القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية لاجتذاب متابعين لها ومستخدمين لمحتواها، وبالتالي يحظى المشاهدين/ المستخدمين المهتمين بالرياضة بخيارات مُتنوِّعة ومُتعدِّدة.

غير أن هذه القدرة على الانتقاء عادة ما تكون موجَّهة بميول المستخدم وتحيُّزاته المُسبقة، فهو يختار التُّعرُّض للمحتوى الذي يتَّفق وقناعاته الذاتية، ويبتعد عن كل ما من شأنه الاصطدام بما ينتمي إليه اختيارًا أو يعتقد في صحته.

وبقياس مدى انتقائية التَّعرُّض لدى الشباب المصري عينة الدراسة، توصلت الدراسة إلى النتيجة التي يعرض لها الشكل البياني التَّالي رقم (4):



شكل رقم (4): انتقائية التَّعرُّض

كانت غالبية الشباب المصري عينة الدراسة بنسبة 68% من ذوي الانتقائية المرتفعة، يليهم بفارق المبحوثين ذوي الانتقائية المتوسطة بنسبة 30.5%، على حين لم تزد نسبة المبحوثين ذوي الانتقائية المنخفضة عن 1.5% من عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "اختار المحتوى الرياضي الذي أهتم به وأفضله" بمتوسط حسابي 2.87 ووزن نسبي 95.7%، تليها عبارة "أتابع فقط مقدمي البرامج الذين أفضلهم" بمتوسط حسابي 2.61 ووزن نسبي 87%، ثم عبارة "أتابع المحللين والخبراء الذين أقتنع بهم" بمتوسط حسابي 2.34 ووزن نسبي 78%، ثم عبارة "أتجنب متابعة أراء المنافسين ووجهات نظرهم" بمتوسط حسابي 2.15 ووزن نسبي 70%، ثم جاءت أخيرًا عبارة "أرتب مواعيدي بحيث أتمكن من مشاهدة المباريات المهمة" بمتوسط حسابي 2.10 ووزن نسبي 71.7%.

تتفق الدراسة في هذه النتيجة مع دراسة **(Hahn, D. A., & Cummins, R. G.، 2022)** [98] التي توصَّلت إلى ارتفاع مستوى انتقائية التَّعرُّض لدى الشباب عينة دراستهما.

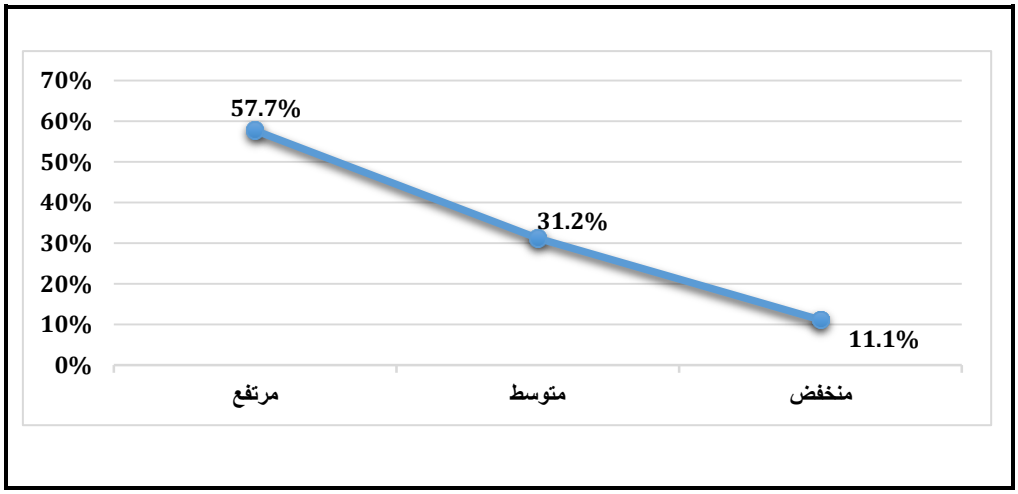
وإذا كانت طبيعة المحتوى الرياضي المعروض تحدِّد ما إذا كان المشاهد/ المستخدم سيتعرض له أم لا، فقد لعبت العوامل التقنية دورًا مهمًا كعامل جذب وسبب استمتاع بالمحتوى، حيث جاء في الترتيب الأول "استخدام عدد كبير ومُتنوِّع من الكاميرات" بمتوسط حسابي 2.74 ووزن نسبي 91.3%، يليه "توزُّع الكاميرات على مختلف أرجاء الملعب" بمتوسط حسابي 2.63 ووزن نسبي 87.7%، ثم "احترافية الإخراج" بمتوسط حسابي 2.60 ووزن نسبي 86.7%، ثم "أن تكون جودة القناة HD وليس SD" بمتوسط حسابي 2.48 ووزن نسبي 82.7%، ثم أخيرًا "جودة النقل من المصدر" بمتوسط حسابي 2.37 ووزن نسبي 79%.

تأتي هذه النتيجة الأخيرة تأكيدًا لما توصَّلت إليه دراسة **(Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S.، 2022)** [99] من أن توظيف تقنيات النقل التلفزيوني بوسعه أن يصنع أحداثًا رياضية تجذب الجمهور للمتابعة سواء في الملعب أو عبر وسائل الإعلام. كما تتسق مع نتائج دراسة **(Rowe, D.، 2014)** [100] التي كشفت عن أن طرق مشاهدة البث التلفزيوني المباشر للأحداث الرياضية تتيح للمشاهد أن يتحكم ليس فقط في وسيط المشاهدة وإنما أيضًا في ظروفها وسياقاتها.

المحور الثاني: الثقافة الرياضية للشباب المصري

5) درجة الاهتمام بالرياضة والرياضات المُفضَّلة

بالانتقال إلي بحث ثقافة الشباب المصري الرياضية، كان من الضروري بداية تحديد مدى اهتمامهم الرياضي، وقد اتضح من استجاباتهم توزُّعهم على ثلاث فئات على نحو ما يعرض الشكل البياني التالي رقم (5).



شكل رقم (5): درجة الاهتمام بالرياضة

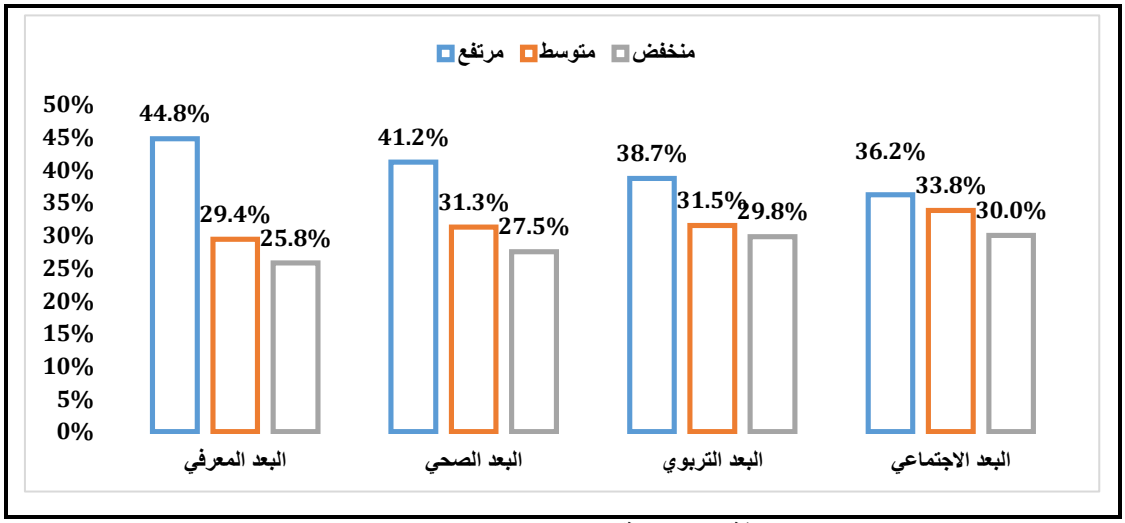
زادت درجة الاهتمام الرياضي لدى غالبية الشباب المصري عينة الدراسة، حيث كان هذا الاهتمام مرتفعًا لدى ما نسبته 57.7% من عينة الدراسة، بينما كانت درجة الاهتمام متوسطة لدى ما نسبته 31.2%، على حين بلغت نسبة الشباب ذوي الاهتمام المنخفض بالرياضة 11.1% من إجمالي العينة.

وبخصوص الرياضات المُفضَّلة للشباب المصري التي يتابعونها إعلاميًا، جاءت "كرة القدم" في الصدارة لدى ما نسبته 68.5%، تليها "كرة اليد" بنسبة 26.2%، ثم "كرة السلة" بنسبة 17.2%، ثم الكرة الطائرة بنسبة 14.7%، ثم المصارعة بنسبة 14.5%، ثم ألعاب القوى والأسكواش بنسبة 13.2% لكل منهما، ثم التنس بنسبة 11.7% من عينة الدراسة.

وقد قدَّم الباحثون تفسيرات مُتنوّعة ومُتعدِّدة لهذه النتيجة لعل أدقها ما قدَّمه الدكتور أحمد عكاشة [101] أستاذ الطب النَّفسي بكلية الطب جامعة عين شمس من أن السر وراء حب المصريين لكرة القدم يرجع إلى تمتُّعها بـ "الحوكمة الرشيدة" التي تتكوَّن من ثلاثة أشياء، هي: الشفافية، المساءلة، وتبادل السلطات. ويوضح عكاشة، أن الشفافية تعني أن كل شيء يكون واضحًا أمام الجماهير، أما العدل الناجز والمسائلة الفورية فتعني هنا أن من يرتكب خطأً في الملعب يتم إنذاره أو طرده على الفور. أما تبادل السلطات فهي أن الحكم يستطيع أن يطرد كل من يرتكب سلوكًا مخالفًا لقوانين اللعبة حتى لو كان كابتن الفريق أو مُدرّبه.

6) مستوى الثقافة الرياضية

بقياس مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري مُقسّمة إلى أبعادها المعرفية والصحية والتربوية والاجتماعية، توصَّلت الدِّراسة الميدانية إلى النتيجة التي يعرض لها الشكل البياني التالي رقم (6):



شكل رقم (6): مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

وكشف قياس مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري عينة الدراسة عن النتائج التالية:

- **فيما يخص البعد المعرفي**: كانت أكثرية العينة بنسبة 44.8% ذوي مستوى مرتفع على هذا البعد، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي المستوى المعرفي المتوسط بنسبة 29.4%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الدرجات المنخفضة على مقياس البعد المعرفي 25.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "تعتمد التشويق في عرض النواحي الفنية للألعاب الرياضية" بمتوسط حسابي 2.78 ووزن نسبي 92.7%، تليها عبارة "تسهم في معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها" بمتوسط حسابي 2.51 ووزن نسبي 83.7%، ثم عبارة "تعرض الأخبار بطريقة حديثة ومبتكرة" وعبارة "تقوم بتغطية البطولات والأحداث المحلية والدولية" بمتوسط حسابي 2.5 ووزن نسبي 83.3%.

- **فيما يخص البعد الصحي**: كانت أكثرية العينة بنسبة 41.2% ذوي مستوى مرتفع على هذا البعد، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي المستوى المتوسط بنسبة 31.3%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الدرجات المنخفضة على مقياس البعد الصحي 27.5% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "تعمل على توعية الفرد بمضار المنشطات" بمتوسط حسابي 2.77 ووزن نسبي 92.3%، تليها عبارة "تبرز أهمية ممارسة الرياضة في زيادة كفاءة أجهزة الجسم الوظيفية" بمتوسط حسابي 2.75 ووزن نسبي 91.7%، ثم عبارة "تهتم ببرامج التأهيل البدني والصحة العلاجية" بمتوسط حسابي 2.69 ووزن نسبي 89.7%.

- **فيما يخص البعد التربوي**: كانت أكثرية العينة بنسبة 38.7% ذوي مستوى مرتفع على هذا البعد، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي المستوى المتوسط على البعد التربوي بنسبة 31.5%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الدرجات المنخفضة على مقياس البعد التربوي 29.8% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "تؤدِّي دورًا مهمًا في الكشف عن بعض الانحرافات في الوسط الرياضي" بمتوسط حسابي 2.66 ووزن نسبي 88.7%، تليها عبارة "تسهم في تجنب العادات الخاطئة أثناء ممارسة النشاط الرياضي" بمتوسط حسابي 2.51 ووزن نسبي 83.7%، ثم عبارة "تعمل على زيادة الوعي الرياضي بالرياضات المختلفة" بمتوسط حسابي 2.26 ووزن نسبي 75.3%.

- **فيما يخص البعد الاجتماعي**: كانت أكثرية العينة بنسبة 36.2% ذوي مستوى مرتفع على هذا البعد، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي المستوى المتوسط على البعد الاجتماعي بنسبة 33.8%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الدرجات المنخفضة على مقياس البعد 30% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "تعمل على تنمية القيم الاجتماعية المقبولة" بمتوسط حسابي 2.53 ووزن نسبي 84.3%، تليها عبارة "تبين أهمية الأنشطة الرياضية في إشباع حاجات الفرد وميوله" بمتوسط حسابي 2.43 ووزن نسبي 81%، ثم عبارة "تساعد في توجيه الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة" بمتوسط حسابي 2.3 ووزن نسبي 76.7%.

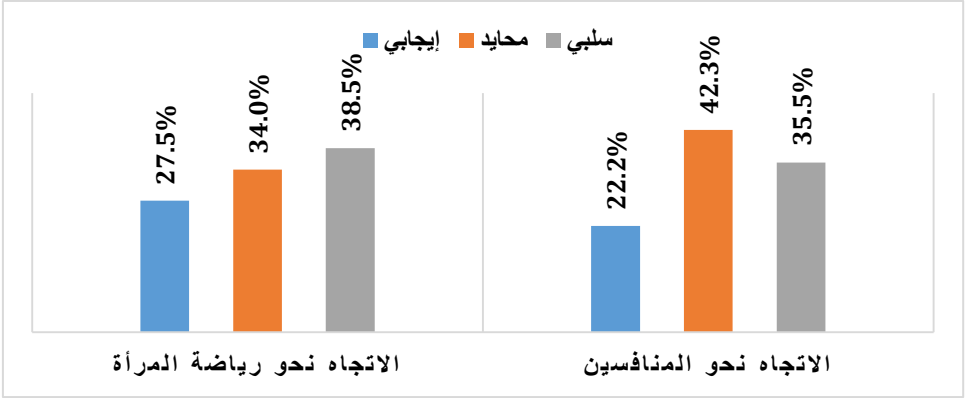
تعكس هذه النتيجة في مجملها ارتفاع مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري عينة الدراسة، وقد تقدَّم لديهم البعد المعرفي (بمتوسط حسابي 23.71 ووزن نسبي 87.8%)، يليه البعد الصحي (بمتوسط حسابي 12.34 ووزن نسبي 82.3%)، ثم البعد التربوي (بمتوسط حسابي 19.01 ووزن نسبي 79.2%)، ثم أخيرًا جاء البعد الاجتماعي (بمتوسط حسابي 22.18 ووزن نسبي 76.5%).

وتكاد تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات **(جمال، إيهاب عادل فوزي، وصبري، أشرف منير، 2018)** [102] و**(شلش، فالح جعاز، ورسول، عبد الحكيم مصطفى، 2015)** [103] و**(الزيود، خالد محمود، 2013)** [104] و**(مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وآخرون، 2020)** [105] وجميعها طُبِّقت على شباب عربي يحمل الكثير من السمات المُشتركة مع الشباب المصري.

وقد ظهر البعد المعرفي لثقافة الشباب الرياضية في فهمهم لقوانين الألعاب بمتوسط حسابي 2.65 ووزن نسبي 88.3%، وزيادة معرفتهم بخطط اللعب وتكتيكاته بمتوسط حسابي 2.41 ووزن نسبي 80.3%، والوقوف على مهارات اللاعبين بمتوسط حسابي 2.24 ووزن نسبي 74.7%، واكتساب القدرة على التحليل الفني للمباريات بمتوسط حسابي 2.09 ووزن نسبي 69.7%، ثم أخيرًا تذكُّر أسماء اللاعبين والمدربين والفرق بمتوسط حسابي 1.87 ووزن نسبي 62.3%.

7) اتجاهات الثقافة الرياضية نحو المنافسين ورياضات المرأة

أما فيما يتعلَّق بقياس اتجاه هذه الثقافة نحو الآخر المُتمثِّل في المنافسين والمرأة، فيعرض لنتيجته الشكل البياني التالي رقم (7)



شكل رقم (7): اتجاه الثقافة الرياضية نحو المنافسين ورياضة المرأة

وأظهر قياس اتجاه ثقافة المبحوثين نحو المنافسين ورياضة المرآة النتائج التالية:

- **فيما يخص المنافسين رياضيًا**: كانت أكثرية العينة بنسبة 42.3% ذات اتجاه ثقافي محايد نحو المنافسين، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي الاتجاه السلبي بنسبة 35.5%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الاتجاه الثقافي الإيجابي نحو المنافسين رياضيًا 22.2% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "أتحمس لكل ما يخص فريقي المفضل" بمتوسط حسابي 2.83 ووزن نسبي 94.3%، تليها عبارة "لا أقبل أن يوجّه أحد المنافسين انتقادات لفريقي المفضل" بمتوسط حسابي 2.71 ووزن نسبي 90.3%، ثم عبارة "أشارك في السخرية من الفرق المنافسة حال خسارتها" بمتوسط حسابي 2.16 ووزن نسبي 72%.

- **فيما يخص رياضات المرأة**: كانت أكثرية العينة بنسبة 38.5% ذات اتجاه ثقافي سلبي نحو رياضات المرأة، يليهم من حيث العدد الشباب ذوي الاتجاه المحايد بنسبة 34%، بينما بلغت نسبة الشباب ذوي الاتجاه الثقافي الإيجابي نحو رياضات المرأة 27.5% من إجمالي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل عبارة من العبارات التي قاست هذا البعد، فقد جاءت في الترتيب الأول عبارة "الرياضة نشاط ذكوري بالأساس، ودخول المرأة فيه هو استثناء فقط" بمتوسط حسابي 2.64 ووزن نسبي 88%، تليها عبارة "دور المرأة في الرياضة يجب أن يقف عند حدود التشجيع لا الممارسة" بمتوسط حسابي 2.57 ووزن نسبي 85.7%، ثم عبارة "تستهويني الرياضات النسائية" بمتوسط حسابي 2.45 ووزن نسبي 81.7%.

تشير هذه النتيجة إلى ما تحمله ثقافة الشباب المصري الرياضية من تحيزات سلبية تجاه منافسيهم الرياضيين، وبخلاف ظاهرة التعصب الرياضي ذو الطبيعة السلوكية التي تناولتها بالبحث عديد الدراسات ولا يندرج قياسها ضمن أهداف الدراسة الحالية، فشيوع هذا النمط الثقافي المنحاز للذات والرافض للأخر في مجال تنافسي بطبيعته يوفِّر بيئة فكرية خصبة يمكن أن تنطلق منها ممارسات ضارة مُجتمعيًا.

وربما تجد هذه النتيجة تفسيرًا لها من دراسة **(Courtney, M., et al.، 2020)** [106] التي حمَّلت وسائل الإعلام مسئولية الانتقاص من الحضور الإعلامي للمرأة بسبب تحيزاتها الثقافية، فهي لا تراعي التوازن في العرض الإعلامي الرياضي بين الرجال والنساء. كما أشارت دراسة **(Merrill, K., et al، 2015)** [107] إلى إسهام وسائل الإعلام في فرض التشيؤ والتسليع على المرأة، وكيف أنها تساعد على استمرار الهيمنة والنظرة الذكورية على العمل الرياضي. وهو نفسه ما انتهت إليه **(Cooky, Messner & Hextrum، 2013)**. [108]

كذلك فغلبة الاتجاه السلبي نحو رياضة المرأة بين عينة الدراسة يؤشر إلى أن المِخيال الجمعي المصري ما تزال تتخلّله أفكار من شأنها أن تُكرّس هيمنة الذكور على الرياضة، وتؤثر بالسلب على الجهود الرَّامية إلى محو الصبغة الجنوسية عنها، وصولاً للتعامل معها باعتبارها نشاطًا إنسانيًا مُشتركًا لا يقبل الإقصاء أو التَّهميش [ي].

غير أنه عند اختبار معنوية الفروق بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو رياضة المرأة، أظهرت نتيجة اختبار T (بقيمة 12.511) أن الإناث كن أقل سلبية في هذا الاتجاه بمتوسط حسابي 6.57 مقارنة بالذكور بمتوسط حسابي 9.01، وربما أمكن إرجاع هذه النتيجة إلى النجاحات التي استطاعت أن تحققها الرياضيات المصريات خلال مشاركتهن في أولمبياد طوكيو 2020 ومن قبلها في أولمبياد ريو دي جانيرو 2016 (ك)، حيث أتاحت للفتيات أن يرين قريناتهن لا يكتفين بالمشاركة في البطولات العالمية والمنافسة فيها، بل يحرزن مراكز متقدمة، وينلن التكريم والميداليات أيضًا.

أيضًا أظهر اختبار معنوية الفروق بحسب مكان الإقامة باستخدام اختبار T (بقيمة 13.227) أن ساكني الريف كانوا أكثر سلبية في اتجاهاتهم نحو رياضة المرأة بمتوسط حسابي 8.45 مقارنة بساكني الحضر بمتوسط حسابي 7.01. بينما لم يكن متغيرات السِّن ونوع التعليم والدخل الشهري ذات تأثير دال إحصائيًا على هذا الاتجاه الأخير بعد إجراء اختبار F للمتغيرات الثلاثة.

وإلحاقًا بالاتجاه نحو رياضة المرأة، فإن الموقف من الإعلاميات الرياضيات قد اختلف إلى حد ما، فقد ارتفعت نسبة تقُّبل الشباب المصري ممارسة المرأة العمل الإعلامي الرياضي، وقد جاء على رأس المهن الإعلامية التي وافقت عينة الدراسة على قيام المرأة بها مهنة "قارئة نشرة أخبار رياضية" بمتوسط حسابي 2.48 ووزن نسبي 82.7%، تليها مهنة "مقدِّمة برنامج بمفردها" بمتوسط حسابي 2.22 ووزن نسبي 74%، ثم "مُحاورة" بمتوسط حسابي 1.93 ووزن نسبي 64.3%، بينما تراجعت للترتيب الأخير مهنة "مُراسلة" مقدِّمة برنامج بمتوسط حسابي 1.47 ووزن نسبي 49%.

ثانيًا: نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين انتقائية التَّعرُّض ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

جدول رقم (1)

معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

أبعاد الثقافة الرياضية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
البعد المعرفي	**0.469	0.000
البعد الصحي	**0.251	0.000
البعد التربوي	**0.227	0.001
البعد الاجتماعي	**0.195	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، وكذلك لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها حال ثبوت معنويتها، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، أُستخدِم معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

وتكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (1) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض والبعد المعرفي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.469، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة متوسطة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زاد معدل انتقائية الشباب المحتوى الرياضي الذي يتعرضون له زادت درجاتهم على مقياس البعد المعرفي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض والبعد الصحي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.251، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زاد معدل انتقائية الشباب المحتوى الرياضي الذي يتعرضون له زادت درجاتهم على مقياس البعد الصحي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض والبعد التربوي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.227، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زاد معدل انتقائية الشباب المحتوى الرياضي الذي يتعرضون له زادت درجاتهم على مقياس البعد التربوي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض والبعد الاجتماعي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.195، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زاد معدل انتقائية الشباب المحتوى الرياضي الذي يتعرضون له زادت درجاتهم على مقياس البعد الاجتماعي، والعكس بالعكس.

وبذلك يكون اختبار صحة الفرض الأول القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين انتقائية التَّعرُّض ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

جدول رقم (2)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

أبعاد الثقافة الرياضية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
البعد المعرفي	**0.412	0.000
البعد الصحي	**0.187	0.001
البعد التربوي	**0.201	0.000
البعد الاجتماعي	*0.173	0.023

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، وكذلك لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها حال ثبوت معنويتها، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، أُستخدِم معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

وتكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (2) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة والبعد المعرفي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.412، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة مرتفعة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة الشباب المصري القنوات الرياضية المُتخصَّصة زادت درجاتهم على مقياس البعد المعرفي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة والبعد الصحي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.187، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة الشباب المصري القنوات الرياضية المُتخصَّصة زادت درجاتهم على مقياس البعد الصحي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة والبعد التربوي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.201، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة الشباب المصري القنوات الرياضية المُتخصَّصة زادت درجاتهم على مقياس البعد التربوي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة والبعد الاجتماعي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.173، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة الشباب المصري القنوات الرياضية المُتخصَّصة زادت درجاتهم على مقياس البعد الاجتماعي، والعكس بالعكس.

وبذلك يكون اختبار صحة الفرض الثاني القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي. تأتي نتيجة هذا الفرض مُتَّسقة مع ما توصلت إليه **دراسة (الخطيب، يوسف أحمد، 2015)** [109].

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

جدول رقم (3)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

أبعاد الثقافة الرياضية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
البعد المعرفي	**0.227	0.000
البعد الصحي	*0.154	0.042
البعد التربوي	*0.176	0.037
البعد الاجتماعي	*0.166	0.029

* دال عند مستوى معنوية 0.05

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، وكذلك لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها حال ثبوت معنويتها، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، أُستخدِم معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

وتكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (3) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة والبعد المعرفي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.227، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة زادت درجاتهم على مقياس البعد المعرفي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة والبعد الصحي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.154، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة زادت درجاتهم على مقياس البعد الصحي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة والبعد التربوي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.176، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة زادت درجاتهم على مقياس البعد التربوي، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة والبعد الاجتماعي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.166، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة ضعيفة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة زادت درجاتهم على مقياس البعد الاجتماعي، والعكس بالعكس.

وبذلك يكون اختبار صحة الفرض الثالث القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

جدول رقم (4)

معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

أبعاد الثقافة الرياضية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
البعد المعرفي	**0.387	0.000
البعد الصحي	**0.315	0.000
البعد التربوي	**0.326	0.000
البعد الاجتماعي	**0.200	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، وكذلك لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها حال ثبوت معنويتها، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، أُستخدِم معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

وتكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (4) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية والبعد المعرفي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.387، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية الرياضية زادت درجاتهم على مقياس البعد المعرفي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية والبعد الصحي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.315، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية الرياضية زادت درجاتهم على مقياس البعد الصحي، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية والبعد التربوي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.326، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية الرياضية زادت درجاتهم على مقياس البعد التربوي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية والبعد الاجتماعي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.200، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة منخفضة، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب المصري للمواقع الإلكترونية الرياضية زادت درجاتهم على مقياس البعد الاجتماعي، والعكس بالعكس.

وبذلك يكون اختبار صحة الفرض الرابع القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة الاهتمام بالرياضة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

جدول رقم (5)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام بالرياضة ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري

أبعاد الثقافة الرياضية	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
البعد المعرفي	**0.762	0.000
البعد الصحي	**0.731	0.000
البعد التربوي	**0.711	0.000
البعد الاجتماعي	**0.749	0.000

** دال عند مستوى معنوية 0.01

لاختبار معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، وكذلك لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها حال ثبوت معنويتها، وبالنظر إلى أن كلا المتغيرين قد تم قياسه على المستوى الفتري Interval، أُستخدِم معامل ارتباط بيرسون لتحقيق هذا الغرض.

وتكشف القيم الكمية الواردة في هذا الجدول رقم (5) عن النتائج التالية:

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام والبعد المعرفي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.762، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة قوية، أما من حيث

اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت درجة اهتمامهم الرياضي زادت درجاتهم على مقياس البعد المعرفي، والعكس بالعكس.

- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام والبعد الصحي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.731، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة قوية، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت درجة اهتمامهم الرياضي زادت درجاتهم على مقياس البعد الصحي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام والبعد التربوي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.711، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة قوية، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت درجة اهتمامهم الرياضي زادت درجاتهم على مقياس البعد التربوي، والعكس بالعكس.
- معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام والبعد الاجتماعي للثقافة الرياضية للشباب المصري، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.749، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01. ومن حيث شدة العلاقة فهي علاقة قوية، أما من حيث اتجاهها فهي علاقة طردية، ما يعني أنه كلما زادت درجة اهتمامهم الرياضي زادت درجاتهم على مقياس البعد الاجتماعي، والعكس بالعكس.

وبذلك يكون اختبار صحة الفرض الخامس القائل بمعنوية العلاقة الارتباطية بين درجة الاهتمام ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري قد انتهى إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

مناقشة نتائج الدراسة

هَدِفت الدراسة إلى رصد المحتوى الرياضي الذي يختار الشباب المصري التَّعرَّض له عبر القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية من حيث كثافة المتابعة، ونوع المحتوى، ووسائل عرضه. كما سعت لقياس مستوى الثقافة الرياضية لهؤلاء الشباب من خلال أبعادها المعرفية، والصحية، والتربوية، والاجتماعية. ولأهمية الدَّور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التأثير على المجتمعات لاسيما فيما يتعلَّق بثقافتها الرياضية، فقد انتهت الدِّراسة إلى فهم طبيعة العلاقة القائمة بين المحتوى الرياضي المعروض في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية ومستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري.

وانطلقت الدراسة من مُقاربة مفاهيمية تتجاوز النَّظر القاصر للثقافة الرياضية باعتبارها نشاطًا بدنيًا يمارسه الفرد وينعكس على صحته العامة، حيث تعاملت معها باعتبارها "تحصيل معرفي وقيمي ومهاري" ينعكس على "فكر الفرد وسلوكه"، ويؤدَّي انتشار تبنِّيه إلى سيادة ثقافة رياضية عامة تضيف للمجتمعات ولا تخصم منها، وتدفعها للأمام تنمويًا ولا تعود بها للوراء.

وبتطبيق الدراسة ميدانيًا على عينة مكوَّنة من 600 مبحوث من الشباب المصري توصَّلت الدراسة إلى ارتفاع كثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة، وهي قنوات OnTimeSports، تليها شبكة قنوات beIN SPORTS، ثم قنوات الأندية المصرية (الأهلي، والزمالك)، وشبكة قنوات أبو ظبي، وشبكة قنوات الكأس القطرية، ثم شبكة قنوات دبي الرياضية، بخلاف بعض القنوات الأخرى غير العربية.

وقد تابع المبحوثون عبر هذه القنوات مجموعة متنوعة من البرامج التي تغطي رياضات مختلفة مع التركيز على كرة القدم باعتبارها الرياضة الأكثر جماهيرية في مصر، وهي تُبث في توقيتات متباينة على مدار اليوم بما يتيح مشاهدة أكبر لها.

واحتفظت المباريات المُذاعة على الهواء مباشرة بصدارة قائمة المحتوى الرياضي الذي يتابعه الشباب المصري عينة الدراسة، وجاءت من بعدها الاستوديوهات التحليلية للمباريات، ثم البرامج الرياضية، ثم الملخصات Highlights.

أيضًا ارتفعت كثافة متابعة الشباب المصري البرامج الرياضية في القنوات العامة، وهي برامج برنامج كل يوم كورة (قناة الحياة)، وبرنامج الريمونتادا (قناة المحور)، وبرنامج الماتش (قناة صدى البلد 2)، وبرنامج BOX 2 BOX (قناة LTC)، وبرنامج ملعب البلد (قناة صدى البلد)، وبرنامج الحريف (قناة صدى البلد)، وبرنامج رقم 10 (القناة الأولى)، وبرنامج البريمو (قناة Ten).

وتوزَّع المحتوى الذي يتابعه الشباب المصري في هذه البرامج بين فقرات الـ Info الإخبارية، تليها مباشرة التقارير، ثم الحوارات عن بعد، لتأتي أخيرًا الحوارات الهاتفية.

ويَغلُب على المحتوى الذي تقدِّمه القنوات الرياضية المُتخصَّصة والبرامج الرياضية في القنوات العامة تقديم أراء وتحليلات فنية للأحداث الرياضية، ومن ثمَّ يعتمد عليها الشباب في بناء أراءهم وإصدار أحكامهم الرياضية.

تعرَّض المبحوثون أيضًا للمحتوى الرياضي في المواقع الإلكترونية الرياضية، وقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وانستجرام، وتويتر) في مُقدِّمتها، وقام المبحوثون بزيارة صفحات المواقع للغرض ذاته. ومن هذه المواقع btolat، وyallakora، وkooora، وkoraplus، وfilgoal، وsuperkora. وتأتي الأخبار على رأس المواد التي يبحث عنها الشباب، ويقرأونها عند استخدام المواقع الإلكترونية الرياضية.

من هذا يمكن القول بتنوُّع خيارات التعرض للمحتوى الرياضي بين الشباب المصري عينة الدراسة سواء من حيث القالب أو فيما يتعلَّق بالوسيلة. كما تعكس النتيجة أن التلفزيون ما يزال وسيلة نشطة للمشاهدة في مجال الرياضة، وأن ما رصدته الدراسات والمسوح من هجران قطاعات كبيرة من الشباب وسائل الإعلام التقليدية (بما فيه التلفزيون)، وتحوُّلهم إلى استخدام المنصَّات الرقمية إذا كانت حقيقة يمكن رصدها والتدليل عليها، فيبقى المحتوى الرياضي سببًا في الاستثناء فيها، وكما أظهرت دراسة **(Podara et al، 2021)** [110] فالرياضة هي المادة الإعلامية القادرة في الوقت الراهن على ربط الشباب صغير السِّن بالتلفزيون، حيث يحظى المحتوى الرياضي المباشر باهتمام ومتابعة كبيرين منهم.

كما كشفت النتائج عن ارتفاع درجات الشباب المصري على مقياس انتقائية التعرض للمحتوى الرياضي التلفزيوني والإلكتروني، وهو ما جاء مواكبًا لزيادة درجة اهتمامهم بالرياضة. وقد مارست العوامل التقنية المرتبطة بالنقل والعرض التلفزيوني دورًا تعزيزًا فيما يخص زيادة تعرض الشباب للمحتوى الرياضي، وهي تتمثَّل في استخدام عدد كبير ومُتنوِّع من الكاميرات، وتوزُّع الكاميرات على مختلف أرجاء الملعب، واحترافية الإخراج، وأن تكون جودة القناة HD وليس SD، وأخيرًا جودة النقل من المصدر.

ويختار الشباب المصري التَّعرُّض لمجموعة مختلفة من الرياضات تتنوَّع بين ألعاب جماعية (مثل كرة القدم، وكرة اليد، وكرة السلة، والكرة الطائرة) وأخرى فردية (التنس، وألعاب القوى، والمصارعة). لكن تبقى لكرة القدم سطوتها على اهتمام الجمهور المصري بشكل عام، والشباب على وجه الخصوص، فينتظرون مبارياتها، ويتابعون استوديوهاتها التحليلية، وتشكِّل مادة خصبة للنقاش والتفاعلات بينهم، سواء الشخصية أو في المجتمعات الافتراضية.

ينضاف إلى ما سبق أن الرياضة لم تعد مجرد نشاطًا حركيا فحسب، وإنما صارت تجربة إنسانية توفِّر للمشاركين فيها المُتعة والمعرفة في الوقت ذاته. فكما كشف دراسة **(Rogers, R.، 2018)** [111] يستمد المشجعّون قيمة من الحدث الرياضي الذي لا يُمثِّل المتعة فقط، بل يُمثِّل رابطة بالآخرين، والمتعة هنا ليست سطحية بالضرورة، بل كثيرًا ما تكون مبنية على ما تُحقِّقه له المشاهدة من معرفة، وخبرة، واستقلالية، وشعور بالجدارة، ونظرة جديدة للحياة.

أمَّا فيما يخص مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري، فقد كشفت النتائج عن ارتفاع درجاتهم على هذا المقياس بأبعاده الأربعة المعرفية والصحية والتربوية والاجتماعية على الترتيب. فالمحتوى الرياضي زاد من معارف الشباب ومعلوماتهم بخصوص الألعاب والرياضات المختلفة، كما عزَّز وعيهم الصحي بخصوص التأهيل السليم للجسم، والمخاطر الصحية التي يمكن أن تتهدَّده، وأضفى بعدًا تربويًا على فهم للرياضة باعتبارها نشاطًا يجب أن يبقى بعيدًا عن دوائر الفساد أو الاحتكار أو التمييز، وأخيرًا أسهمت وسائل الإعلام في تعزيز القيم الاجتماعية المقبولة، وساعدت على توجيه الشباب نحو أهداف نافعة ومفيدة.

غير أن هذا المستوى المرتفع لثقافة الشباب الرياضية قد شابته بعض الاتجاهات السلبية نحو المنافسين وكذلك نحو رياضة المرأة. فقد ظهر بين أفراد عينة الدراسة الحماس تجاه كل ما يخص الفرق التي يشجعونها، وعدم قبول الانتقادات الموجهة من الفرق المنافسة، والمشاركة في السخرية من المنافسين.

أيضًا ففي موقفهم من رياضة المرأة اتضح من النتائج انتشار بعض التنميطات الفكرية تجاه مشاركة المرأة الرياضية بين الشباب عينة الدراسة. التوجُّه نفسه كانت قد رصدته بعض الدراسات التي أُجريت في مجتمعات أخرى غير المجتمع المصري. وهو ما يمكن أن يمثِّل عقبة في طريق الجهود التي تستهدف تمكين المرأة مجتمعيًا وفي مختلف الأنشطة.

وتجد هذه الاتجاهات السلبية المشار إليها تفسيرًا في نظرية التمثيل Exemplification theory؛ إذ إن هذه الاتجاهات تقوم على أفكار نمطية ومُتعجِّلة ورائجة تشتمل عليها الأمثلة Exemplars المنتشرة بوفرة في وسائل الإعلام الرياضية من

قنوات ومواقع إلكترونية، ولأنها بطبيعتها سهلة الفهم والتحليل، ومتاحة على نطاق واسع، فسرعان ما تتبادر إلى الأذهان على نحو ما أوضحت النظرية. وهو ما يستلزم بدوره جهود في الاتجاه المقابل تقوم على نشر معلومات صحيحة وأراء مستنيرة، يُقدِّمها متخصصين وخبراء ومسئولين، وبأسلوب يراعي الجاذبية مع النفع في الوقت ذاته، وذلك من أجل تصحيح الأفكار الخاطئة، وصولاً إلى اتجاهات أصوب وأرشد يتبنَّاها هؤلاء الشباب نحو كل من المنافسين والمرأة.

أخيرًا فقد انتهت اختبار الفروض البحثية للدراسة إلى إثبات معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى الثقافة الرياضية للشباب المصري من جانب، ومتغيرات انتقائية التَّعرُّض، وكثافة متابعة القنوات الرياضية المُتخصَّصة، وكثافة متابعة البرامج الرياضية في القنوات العامة، وكثافة متابعة المواقع الإلكترونية الرياضية، ودرجة الاهتمام بالرياضة من جانب آخر.

بناء على هذه المناقشة تكون الدراسة قد حقَّقت أهدافها في التَّعرُّف على المحتوى الرياضي الذي يتعرَّض له انتقائيًا الشباب المصري (من حيث كثافته، ونوعه، ووسائل عرضه)، وقياس مستوى الثقافة الرياضية (بأبعادها المعرفية، والصحية، والتربوية، والاجتماعية) للشباب المصري، كما يمكن القول استخلاصًا إن القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية من خلال ما تُقدِّمه من محتوى رياضي لها أهمية فائقة في تزويد الشباب المصري بالثقافة الرياضية، وتعزيز مستواها لديهم.

الخاتمة

عالجت الدراسة إحدى الظواهر الاجتماعية وثيقة الصِّلة بوسائل الإعلام وهي مستوى الثقافة الرياضة للشباب المصري في الوقت الرَّاهن، وبالتالي انصب اهتمامها على ما يجمع الثقافة والرياضة ووسائل الإعلام، وهي العناصر التي أطلق عليها ديفيد روي في كتابه [112] وصف "الثَّالوث الصَّعب"؛ إذ الرياضة لم تعد مجرد نشاطًا بدنيًا أو ممارسة صحية، وإنما صارت صناعة مُعترفًا بها تُضخ فيها استثمارات ضخمة، وتتولَّى شئون التَّخطيط لها فنيًّا واقتصاديًا هيئات ومُنظَّمات عالمية وقارية ودولية، وأصبح المحتوى الرياضي مُكوّنًا أساسيًا في الجدولة البرامجية لوسائل الإعلام المختلفة.

وتسعى كل من الهيئات الرياضية ووسائل الإعلام إلى إشباع احتياجات الجمهور ذوي الاهتمام الرياضي، إذ هي مُطالبة بالحفاظ على "حيوية الأحداث الرياضية وإثارتها ومتعتها التي تحفظ للرياضة مكانتها وتأثيراتها الإيجابية القادرة على اجتذاب قطاعات عريضة في المجتمع" بحسب نص مدوَّنة سلوك الإعلام الرياضي [113] الصادرة عن المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام.

ومن ثَّم فقد فرض الإعلام الرياضي نفسه على الجميع بما فيهم مجتمع الباحثين، وصرنا جميعا مُطالبين بمواجهة ومناقشة قوة وحضور وسائل الإعلام الرياضية "سواء كنا من مُحبِّي الرِّياضة المشهود لنا، أو كنا نهتم بها اهتمامًا عابرًا، أو لا نبالي بها إلى حد كبير، أو حتى إذا كنا نكرهها ونرفضها بشدة" كما يقول ديفيد روي.

وإذا كان استهلاك المحتوى الرياضي يُمثِّل "أحد وجوه الثَّقافة الأكثر امتاعًا" [114] على حد تعبير إيلين كيندي ولورا هيلز، فهذا ما يكون حين تعمل وسائل الإعلام الرياضية على تعزيز معارف جمهورها، والارتقاء به قيميًا، ونشر السلوكيات الإيجابية ذات البعد التنموي اجتماعيًا وفرديًا. ولأن الوضع ليس هكذا على طول الخط؛ إذ تَرُوج ممارسات إعلامية سلبية ومخالفة للأكواد المهنية، وهو ما تكون له تأثيراته الضارة مجتمعيًا، تبقى الفرصة سانحة ومُتجدِّدة لإجراء مزيد من الدراسات في هذا الحقل المعرفي الخصب الزَّاخر بالأفكار.

هوامش الدراسة

(أ) من هذه الدراسات على سبيل المثال:

- ابن عبد الكريم، بوبكر إبراهيم (2021). ثقافة ممارسة الأنشطة البدنية والرياضية الحرة لدى التونسيين وأثرها على التنشئة الاجتماعية الرياضية. مجلة الاجتهاد للأبحاث العلمية، ع8، 87-110.
- السيد، سحر السيد أبو العلا (2021). البناء الأيدولوجي للأسرة المصرية في تدعيم الثقافة الرياضية لتشكيل الهوية الاجتماعية للرياضيين. المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، مج65، 1-41.
- العبد، بن سميشة (2021). دور الثقافة الرياضية في تحقيق الأمن الفكري لدى المراهقين: دراسة مقارنة بين الممارسين وغير الممارسين للأنشطة الترويحية الرياضية، مجلة دفاتر المخبر، مج16، ع2، 372-386.
- المالح، المصطفى على إبراهيم (2021). الثقافة الرياضية كمدخل لتحقيق الأمن الفكري للشباب بمحافظة شمال سيناء. مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع56، ج4، 1476-1495.
- شمس، أمل عبد الفتاح عطوة (2019). دور الثقافة الرياضية في تحقيق الأمن الفكري والتنمية البشرية المُستدامة: بحث مقارن على عينة من الشباب. مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، مج25، ع4، 143-228.

(ب) من هذه الدراسات على سبيل المثال:

- أحمد، ميساء نديم (2012). الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين-ديالي. مجلة علوم التربية الرياضية، مج5، ع3، 140-166.
- زريقات، عبد علي (2020). علاقة مستوى الثقافة الرياضية بالصحة النفسية لدى لاعبي كرة السلة على الكراسي المتحركة. مجلة جامعة النجاح للأبحاث- العلوم الإنسانية، مج34، ع2، 215-232.
- الشوربجي، أحمد محمد عبد الله (2011). تفعيل حصة الثقافة الرياضية في المنهج المدرسي وعلاقته بتطوير الوعي الصحي لتلاميذ المرحلة الإعدادية. مجلة بحوث التربية الرياضية، مج45، ع85، 240-276.
- القدومي، محمد، وسليمان العمد (2017). مستوى الثقافة الرياضية وعلاقتها بالهوية الرياضية لدى طلبة تخصص التربية الرياضية في جامعة النجاح الوطنية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث، مج31، ع1، 35-58.
- كوانش، منيرة (2017). أثر الثقافة الرياضية في تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي في شخصية الطالب: دراسة ميدانية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية. مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، ع11، 108-123.

(ج) هي (وقت إجراء الدراسة): ONTime Sport 1 و2، والنيل للرياضة، والأهلي، والزمالك.

(د) هي (وقت إجراء الدراسة): ON Time (مع البث الأرضي لقناة النيل للرياضة).

(هـ) منها على سبيل المثال لا الحصر:

- https://www.kooora.com/
- https://www.yallakora.com/
- https://koraplus.com/

- https://www.filgoal.com/
- https://www.superkora.football/
- https://www.yalla-shoot.com
- https://www.btolat.com

(و) اعتمدت الدراسة على مقياس الثقافة الرياضية الذي استخدمه خالد الزيود في دراسته عام 2013.

(ز) السادة المحكمون هم:

أ.د. نسمة أحمد البطريق	أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. ماجي الحلواني	أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. أشرف عبد المعز	أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان
أ.د. كوثر الموجي	أستاذ الإدارة الرياضية بكلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان
أ.د. سهير صالح	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق
أ.د. نشوة عقل	أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
أ.د. الأميرة سماح صالح	عميد كلية الإعلام جامعة سيناء بالقنطرة شرق
د. هويدا الدر	رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة المنوفية

(ح) وهي مجموعة قنوات مصرية تتبع الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية، وكانت تُسمى On Sport قبل أن تأخذ اسمها الحالي في مارس 2020 بعد دمج قناتي On Sport وTimeSports، وتنقل بطولات في عدة رياضات منها كرة القدم وكرة اليد وكرة السَّلة والكرة الطائرة والسباحة وألعاب الماء وغيرها، وتحتكر بث الدوري المصري لكرة القدم وكأس مصر وكأس الرَّابطة، بالإضافة إلى بعض البطولات الرياضية الأخرى.

(ط) وهي شبكة قنوات تلفزيونية عربية تحتكر البث باللغة العربية في منطقة الشرق الأوسط لأربعة من الدوريات الخمسة الكبرى لكرة القدم (الإنجليزي، والإسباني، والفرنسي، والألماني)، بالإضافة إلى بعض البطولات الأوروبية والأسيوية واللاتينية الأخرى.

(ي) تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن الهدف الخامس من أهداف التنمية المستدامة عالميًا ومحليًا ينص على "تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات".

(ك) هن: فريال أشرف (ذهبية كاراتيه)، وهداية ملاك (برونزية تايكوندو)، وجيانا فاروق (برونزية كاراتيه) في أولمبياد طوكيو 2020، وسارة سمير (برونزية رفع أثقال)، وهداية ملاك (برونزية تايكوندو) في أولمبياد 2016.

مصادر الدراسة ومراجعها

(1) https://www.statista.com/statistics/1220883/live-tv-sports/#statisticContainer

(2) Hahn, D. A., & Cummins, R. G. (2022). Selective Exposure and Exemplification within Sports Highlights. *Journal of broadcasting and electronic media*, *66*(1), 22-46. https://doi.org/10.1080/08838151.2021.2008938

(3) Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S. (2022). The Routinization of Media Events: Televised Sports in the Era of Mega-TV. *Television & New Media*. https://08113ns9p-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/15274764221080989

(4) Choi, E.-Y. (2022). The Mediating Role of Interaction Between Watching Motivation and Flow of Sports Broadcasting in Multi-Channel Network. *SAGE Open*. https://08113nwiu-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/21582440211068513

(5) Fenwick, J. (2022). BSkyB and the 1991 World Student Games: The Transformation of Live Sports Television Acquisition and Coverage in the UK in the Early 1990s. *Television & New Media*. https://08113l0ew-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/15274764221110194

(6) Fele, G., & Campagnolo, G. M. (2021). Expertise and the work of football match analysts in TV sport broadcasts. *Discourse Studies*, *23*(5), 616–635. https://08113ns9p-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/14614456211016799

(7) Podara, A., Matsiola, M., Kotsakis, R., Maniou, T. A., & Kalliris, G. (2021). Generation Z's screen culture: Understanding younger users' behaviour in the television streaming age – The case of post-crisis Greece. *Critical Studies in Television*, *16*(2), 91–109. https://08113l0ew-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/17496020211005395

(8) Henry, T. M., & Oates, T. P. (2020). "Sport Is Argument": Polarization, Racial Tension, and the Televised Sport Debate Format. *Journal of Sport and Social Issues*, *44*(2), 154–174. https://08113ns9p-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/0193723519881199

(9) Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2019). "Froome with His SKY Bodyguards, Layers of Armour": The 'Sport is War' Conceptual Metaphor in Grand Tour Cycling Commentary. *Communication & Sport*, *7*(2), 176–197. https://08113nsiq-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479517752431

(10) Jenkins, T. (2013). The Militarization of American Professional Sports: How the Sports–War Intertext Influences Athletic Ritual and Sports Media. *Journal of Sport and Social Issues*, *37*(3), 245–260. https://doi.org/10.1177/0193723512470686

(11) O'Boyle, N., & Kearns, C. (2019). The Greening of Euro 2016: Fan Footage, Representational Tropes, and the Media Lionization of the Irish in France. *Television & New Media*, *20*(1), 96–116. https://08113nwiu-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1527476417741201

(12) Rogers, R. (2018). How Sports Entertain: Enjoyable and Meaningful Experiences for Sports Audiences. *Media Watch*, *9*(3), 372–382. https://08113nwiu-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.15655/mw_2018_v9i3_49486

(13) Hahn, D. A., & Cummins, R. G. (2018). Differentiating Objective Sport Knowledge Versus Subjective Sport Fanship via a Test of Exemplification in Sport Media. *Communication & Sport*, *6*(3), 331–348. https://08113kq10-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479517695090

(14) Boehmer, J. (2016). Does the Game Really Change? How Students Consume Mediated Sports in the Age of Social Media. *Communication & Sport*, *4*(4), 460–483. https://08113l0ag-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479515595500

(15) Birkner, T., & Nölleke, D. (2016). Soccer Players and Their Media-Related Behavior: A Contribution on the Mediatization of Sports. *Communication & Sport*, *4*(4), 367–384. https://08113l0ew-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479515588719

(16) Rowe, D. (2014). New Screen Action and Its Memories: The "Live" Performance of Mediated Sport Fandom. *Television & New Media*, *15*(8), 752–759. https://08113ns9p-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1527476414527835

(17) Galily, Y. (2014). When the Medium Becomes "Well Done": Sport, Television, and Technology in the Twenty-First Century. *Television & New Media*, *15*(8), 717–724. https://08113l0ew-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1527476414532141

(18) Courtney, M., Breen, M., McGing, C., McMenamin, I., O'Malley, E., & Rafter, K. (2020, July). Underrepresenting Reality? Media Coverage of Women in Politics and Sport. *Social Science Quarterly*, *101*(4), 1282–1302. https://doi.org/10.1111/ssqu.12826

(19) Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). "It's Dude Time!": A Quarter Century of Excluding Women's Sports in Televised News and Highlight Shows. *Communication & Sport*, *3*(3), 261–287. https://08113nwiu-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479515588761

(20) Hull, K. (2017). An Examination of Women's Sports Coverage on the Twitter Accounts of Local Television Sports Broadcasters. *Communication & Sport*, *5*(4), 471–491. https://08113l0ag-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479516632520

(21) Merrill, K., Bryant, A., Dolan, E., & Chang, S. (2015). The Male Gaze and Online Sports Punditry: Reactions to the Ines Sainz Controversy on the Sports Blogosphere. *Journal of Sport and Social Issues*, *39*(1), 40–60. https://doi.org/10.1177/0193723512455920

(22) Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women Play Sport, But Not on TV: A Longitudinal Study of Televised News Media. *Communication & Sport, 1*(3), 203–230. https://08113kwww-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2167479513476947

(23) المشهداني، إيمان عبد الرحمن (2020). دور القنوات الفضائية العراقية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بغداد. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع70، 199-212. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1108108

(24) مريشيش، خالد، وصلاح الدين، جلال (2020). دور البرامج التفاعلية الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة الإعلام والاتصال الرياضي. مجلة الإبداع الرياضي، معهد علم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، مج11، ع1، 519-536. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1065025

(25) مصطفى، دروازي، وبوسكرة، أحمد (2019). اقتراح برنامج اعلامي رياضي لتنمية الثقافة الرياضية لدى جمهور التلفزيون الجزائري. مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، مج10، ع2، 282-297. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1039467

(26) قديد، عمر، وجزار، نسيمة، ورياض، دوار صالح (2018)، دور التلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة معاهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية بالجامعات الجزائرية. مجلة المحترف، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، مج4، ع15، 93-95. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1044157

(27) شعبان، أفنان محمد (2018). فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب- دراسة ميدانية. مجلة الباحث الإعلامي، ع40، 131-142. مسترجع من https://abaa.uobaghdad.edu.iq/index.php/abaa/article/view/49

(28) الخطيب، يوسف (2015). دور قنوات beIN SPORT في رفع مستوى الثقافة الرّياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط الأردنية. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/742252

(29) سهيلة، مباركة حاج سعيد (2015). آراء وتوجهات الطلبة حول دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية .. دراسة مسحية على عينة من طلبة ثانية ماستر إذاعة وتلفزيون بدنية ورياضية "جامعة بسكرة"؟ رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خضير بسكرة- قطب شتمة، الجزائر. مسترجع من http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/6734

(30) شعبان، كريمة (2022). تجليات الثقافة الرياضية من خلال الميديا الجديدة دراسة وصفية تحليلية لعينة من المضامين المعرفية والصحية لمجموعة (الثقافة الرياضية) على موقع الفايسبوك. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، مج10، ع1، 267-290. مسترجع من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/193853

(31) منصوري، عبد الله (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية بين المدخنين أواسط الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على الطلبة المدخنين لجامعة أم البواقي. مجلة العلوم الإنسانية، مج8، ع2، 297-306. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1165704

(32) العيسى، رنا مروان (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط الأردنية. مسترجع من https://search.mandumah.com/Record/1130690/Details

(33) الهادي، عيسى، ورعاش، كمال (2020)، الإعلام الرياضي الإلكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر

والتوزيع، الجزائر، ع20، 67-89. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1083303

(34) جمال، إيهاب عادل فوزي، وصبري، أشرف منير (2018)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي "السوشيال ميديا" على مستوي الثقافة الرياضية لطلاب جامعة حلوان. المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، ع84، 1-36. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1077885

(35) المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين (2015). دور موقع الفيسبوك كوسيلة إعلامية لنشر الثقافة الرياضية لدى طلاب جامعة السليمانية بإقليم كوردستان العراق، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، ع24، 103-120. مسترجع من https://search.mandumah.com/Record/718988

(36) شلش، فالح جعاز، ورسول، عبد الحكيم مصطفى (2015). دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى طلبة سكول التربية الرياضية في جامعة سوران، رانكو-مجلة العلوم الإنسانية، جامعة صلاح الدين، العراق، مج19، ع3، 1-10. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/716566

(37) الزيود، خالد محمود (2013). دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، مج21، ع4، 321-345. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/649709

(38) الصرايرة، يوسف أحمد (2022). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية. المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، مج071، ع1، 53. مسترجع من https://ijssa.journals.ekb.eg/article_254169.html

(39) مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وسليمان، منى عوض حسين، وعبد المعبود، منى عبد المنعم (2020). دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية والصحية بين طالبات السنة التحضيرية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل. مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية، مج4، ع2، 131-147، مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1091454

(40) القيسي، أسامة خليل إسماعيل (2019)، دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية. رسالة دكتوراه، جامعة الشرق الأوسط الأردنية. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1014163

(41) فوجيل، نور العابدين، وخيف، محمد زكريا (2018)، دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي. مجلة المحترف، مج5، ع17، 474-478. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1044140

(42) عوض، منير سعيد علي، والشنباري، أزير خميس (2016). دور وسائل التكنولوجيا الحديثة في اكتساب الثقافة الرياضية لدى طلبة كلية التربية البدنية والرياضة في جامعة الأقصى. مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية، مج5، ملحق، 204-218. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1103068

(43) الصعوب، سامر نهار سليمان، والزغيلات، مهند عودة. (2015). مستوي الثقافة الرياضية لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة مؤتة. مجلة التربية، ع166، ج1، 428-455. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/77177

(44) بشير، حسام (2014). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية في الجزائر، مجلة التحدي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، الجزائر، ع7، 57-70. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/983524

(45) دحماني، نعيمة (2013)، أهمية الإعلام التربوي في نشر الثقافة الرياضية، مجلة الإبداع الرياضي، معهد علم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، ع20، 84-94. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/850865

(46) Hendrickson, N. (2006). Towards a More Plausible Exemplification Theory of Events. *Philosophical Studies*, 129(2), 349–375.

(47) Spence, Patric R., Lachlan, Kenneth A., Lin, X., Lin, X., Westerman, D., Sellnow, Timothy L., Rice, Robert G., Seeger, H. (2019). Let Me Squeeze a Word In: Exemplification Effects, User Comments and Response to a News Story. *Western Journal of Communication*. 83 (4), p.1.

(48) Zillmann, D. (1999). Exemplification theory: Judging the whole by some of its parts. *MediaPsychology*, *1*, 69–94. doi:10.1207/s1532785xmep0101_5.

(49) Zillmann, D. (2002). Exemplification theory of media influence. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 19–41). Mahwah, NJ: LawrenceErlbaum Associates Publishers.

(50) Zillmann, D. (2002). Op.cit.

(51) Westerman, D., Spence, P. R., & Lachlan, K. A. (2009). Telepresence and the exemplification effectsof disaster news. *Communication Studies*, *60*, 542–557. doi:10.1080/10510970903260376

(52) Zillmann, D. (2006). Exemplification effects in the promotion of safety and health. *Journal of Communication*, *56*, S221–S237. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00291.x

(53) Zillmann, D. (2000). Mood management in the context of selective exposure theory. In M. Roloff (Ed.), Communication Yearbook 23 (pp. 103–123). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

(54) Gibson, R. & Zillmann, D. (1998). Effects of citation in exemplifying testimony on issue perception. Journalism & Mass Communication Quarterly, 75, 1, 167–176. https://doi.org/10.1177/107769909807500116

(55) Rothbart, M., Fulero, S., Jensen, C., Howard, J., & Birrell, P. (1978). From individual to group impressions: Availability heuristics in stereotype formation. Journal of Experimental Social Psychology, 14, 237–255. https://doi.org/10.1016/0022-1031(78)90013-6

(56) Zillmann, D., Gibson, R., Sundar, S.S., & Perkins, J.W. (1996). Effects of exemplification in news reports on the perception of social issues. Journalism and Mass Communication Quarterly, 73, 2, 427. https://doi.org/10.1177/107769909607300213

(57) Worrell, T.R. & Tamborini R. (2009). The TV made me do it: The impact of exemplars and base- rates on behavioral intentions. A paper presented at the 95th meeting of the National Communication Association, Chicago, IL.

(58) Zillmann, D. & Brosius, H.B. (2000). Exemplification in Communication: The influence of case reports on the perception of issues. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

(59) Brosius, H.B. & Bathelt, A. (1994). The utility of exemplars in persuasive communications. *Communication Research*, 21, 1, 48–79. https://doi.org/10.1177/009365094021001004

(60) Gibson, R. & Zillmann, D. (1994). Exaggerated versus representative exemplification in news reports. *Communication Research*, 21, 5, 603–625. https://doi.org/10.1177/009365094021005003

(61) Zillmann, D. & Brosius, H.B. (2000). *Op.cit*.

(62) Koehler, J.J. (1996). The base rate fallacy reconsidered: descriptive, normative, and methodological challenges. *Behavioral and Brain Sciences*, 19, 1, 1–54. DOI:10.1017/S0140525X00041157

(63)Scherr, S., Müller, P., & Fast, V. (2013). Do third-person perceptions amplify exemplification effects? *International Journal of Communication*, 7, 1603–1621.

(64)Hann, D. (2014). Exemplification effects in sports media: Examning the impact on fanship, exemplar type, and time. *PHD*. Texas Tech University, p.24

(65) الأسونجي، سهيل محمد (2022). تحديات الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث. مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، مج8، ع3، 5. مسترجع من https://fjssj.journals.ekb.eg/article_216747.html

(66) روبرت ميلر وآخرون (1998). اللعب النظيف للجميع، ترجمة أمين أنور الخولي. سلسلة الفكر العربي، القاهرة، مصر. دون رقم طبعة، ص452.

(67) الزيود، خالد محمود (2013). مرجع سابق، ص322.

(68) الخطيب، يوسف أحمد، والزيود، خالد أحمد خلف (2015). دور قنوات (Bein Sport) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك، أربد، مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/742252

(69) عبد الحميد، بلال بداع (2014). الإعلام الرياضي والشباب، مجلة البحوث والدراسات العربية، ع61، ص379. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/615262

(70) Nicholson, M., Kerr, A., & Sherwood, M. (2015). *Sport and the media: Managing the Nexus*. Taylor and Francis. 2ed. p.10.

(71) شاكر، نبيل محمود، وشحاذة، عثمان محمود (2009). دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي. مجلة الفتح، ع43، 467. مسترجع من https://iasj.net/iasj/article/17268

(72) الشافعي، حسين أحمد (2001). مرجع سابق، ص76.

(73) عويس، خير الدين علي، وعبد الرحيم، عطا حسن (2009). الإعلام الرياضي ج1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، ص24.

(74) بن يونس، حسين (2019). دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، ص6.

(75) معارك، أحمد عبد العزيز محمد (2006). مصادر الثقافة الرياضية لطلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية. عالم التربية، مج8، س6، ع18، 170-171. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/619636

(76) Shapiro, M. (1989). Representing world politics: The sport/war intertext. In Derian, J. Der, Shapiro, M. (Eds.), International/Intertextual relations: postmodern readings of world politics (p.72). Lexington, MA: Lexington Books.

(77) الصرايرة، يوسف أحمد (2022). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية. المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، مج071، ع1، 53. مسترجع من https://ijssa.journals.ekb.eg/article_254169.html

(78) صادق، غسان محمد (1990). مبادئ التربية والتربية الرياضية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، العراق، دون رقم طبعة، ص20-21.

(79) الشافعي، حسين أحمد (2001). التربية الرياضية وقانون البيئة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط1، ص76.

(80) أحمد، ميساء نديم، ومهدي، محمد اسماعيل (2012). الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين – ديالى. مجلة علوم التربية والرياضة، مج5، ع3، مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/739613

(81) الشريف، أحمد (2019). بناء مقياس للثقافة الرياضية .مجلة بحوث وتطوير أنشطة علوم الرياضة، مج5، ع2، 1-38. مسترجع من https://search.emarefa.net/detail/BIM-1085150

(82) أبو العلا، سحر السيد، وعبد الواحد، الشيماء محمد إبراهيم أحمد (2021). البناء الأيديولوجي للأسرة المصرية في دعم الثقافة الرياضية لتشكيل الهوية الاجتماعية للرياضيين. المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، مج065، ع065، 303. مسترجع من https://ijssa.journals.ekb.eg/article_170134.html

(83) Leavy, P. (2017), Research Design .. Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches, New York: The Guilford Press. 1st ed, pp.5-6.

(84) Gunter, B. (2000), Media research methods .. Measuring audiences, reactions and impacts, SAGE Publications Ltd; 1st Ed, p.241.

(85) فوجيل، نور العابدين، وخيف، محمد زكريا (2018)، مرجع سابق.

(86) بشير، حسام (2014). مرجع سابق.

(87) O'Boyle, N., & Kearns, C. (2019). Op.cit

(88) Fele, G., & Campagnolo, G. M. (2021). Op.cit

(89) دحماني، نعيمة (2013)، مرجع سابق.

(90) Henry, T. M., & Oates, T. P. (2020). Op.cit

(91) Galily, Y. (2014). When the Medium Becomes "Well Done": Sport, Television, and Technology in the Twenty-First Century. *Television & New Media*, *15*(8), 717–724. https://08113l0ew-1103-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/1527476414532141

(92) منصوري، عبد الله (2021). مرجع سابق.

(93) العيسى، رنا مروان (2020). مرجع سابق.

(94) المرسي، حسام الدين السيد، وفرج، مجاهد محمد أمين (2015). مرجع سابق.

(95) الصعوب، سامر نهار سليمان، والزغيلات، مهند عودة. (2015). مرجع سابق.

(96) Boehmer, J. (2016). Op.cit

(97) الهادي، عيسى، ورعاش، كمال (2020)، مرجع سابق.

(98) Hahn, D. A., & Cummins, R. G. (2022). Op.cit

(99) Tamir, I., & Lehman-Wilzig, S. (2022). Op.cit
(100) Rowe, D. (2014). Op.cit
(101) https://www.youtube.com/watch?v=xYpD6AW3Pzg
(102) جمال، إيهاب عادل فوزي، وصبري، أشرف منير (2018)، مرجع سابق.
(103) شلش، فالح جعاز، ورسول، عبد الحكيم مصطفى (2015). مرجع سابق.
(104) الزيود، خالد محمود (2013). مرجع سابق
(105) مصطفي، رانيا محمد عبد الجواد، وسليمان، منى عوض حسين، وعبد المعبود، منى عبد المنعم (2020). مرجع سابق.
(106) Courtney, M., Breen, M., McGing, C., McMenamin, I., O'Malley, E., & Rafter, K. (2020, July). Op.cit
(107) Merrill, K., Bryant, A., Dolan, E., & Chang, S. (2015). Op.cit
(108) Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Op.cit
(109) الخطيب، يوسف (2015). مرجع سابق.
(110) Podara, A., Matsiola, M., Kotsakis, R., Maniou, T. A., & Kalliris, G. (2021). Op.cit
(111) Rogers, R. (2018). Op.cit
(112) ديفيد رؤي (2006). الرّياضة والثَّقافة ووسائل الإعلام .. الثَّالوث الصَّعب. ترجمة هدى فؤاد. مجموعة النيل العربية، مصر، القاهرة، ط1.
(113) https://2u.pw/V6VKH
(114) Kennedy, E. & Hills, L. (2009). Sport, Media, and Culture, BERG, 1st ed. p.6.