



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية

دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية
القيم لدى الشباب
- دراسة ميدانية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف:

الدكتور: رشيد خضير

الطالبة:

هاجرة بالهادي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
عبد الرحمان تركي	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
رشيد خضير	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
حمزة قدة	أستاذ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا

السنة الجامعية: 1435 - 1436هـ / 2014 - 2015م



قال تعالى: ﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ

وَالْمُؤْمِنُونَ وَسُيَرَّدُونَ اِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ

بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾

[التوبة: 105].

الإهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك ولا تطيب الدنيا إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا بلحظات رؤيتك . . . الله جل جلالك .

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ومروح العالمين سيدنا محمد ﷺ .

أهدي ثمرة جهدي هذا:

إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب، وإلى معنى الحنان، إلى بسمتي في الحياة، وسر الوجودي، إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى أغلى الحبايب . . . "أمي المحببة" .

إلى من كلفه الله بالهبة والوقار، إلى من علمني العطاء دون انتظار، إلى من أحمل اسمه بكل اقتنار . . . أرجوا من الله أن يمد في عمره ليرى ثمرا قد حان قطعها بعد طول انتظار، وستبقي كلماته نجوم أهتدي بها إلى الأبد واليوم وفي الغد "أبي الغالي" .

إلى من قاسموني هذه اللحظات لحظة بلحظة إخواني وأخواتي، خاصة شموع البيت "سهام وعماد الدين" إلى نروجة أخي .

إلى أنرواج أخواتي "عمار، الهاشمي، سليمان"، وأبنائهم "لينة، سندس، سارة، المؤيد بالله، حسام الدين، محمد نزياد، طه البشير، سجاد" .

إلى جدتي الغليتان أطل الله في عمرهما "هنده وضريفة" .

إلى أعمامي وعماتي وخالي وخالاتي ونزوجاتهم وأنرواجهم وأبنائهم .

إلى من كانوا نعم الأخوة والرفقاء زملائي وزميلاتي في الدراسة وفي مجال الدعوة والإعلام والاتصال وخاصة حبيبات قلبي "وفاء، سليمة، سهلة، مروة، مريمصاء، عائشة، الزهرة" .

إلى الذين أشرقوا لي طريق المنير أساتذتي الكرام .

هـ هاجر هـ

شكر وعرفان

استناداً لقوله ﷺ «لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ»¹، فإنني أقدم بفائق الشكر والتقدير وكامل معاني العرفان إلى:

أتوجه بخالص شكري وتقديري إلى الأستاذ الفاضل "مرشيد خضير" الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث وعلى ما قدمه لي من توجيهات ونصائح وملاحظات فجزاه الله عني كل خير.

كما توجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام للأستاذ الفاضل "هشام ميسة" الذي لم يخل عليّ بالمساعدة والتوجيه والنصائح كلما إلتجأت إليه، فجزاه الله كل خير.

كما لا أنسى كل أساتذتي بدعوة والإعلام والاتصال الذين كانوا لي بمصايح هداية وقناديل معرفة الذين علموني كيف يكون العطاء بلا حدود وخاصة الأستاذ "بشير مسعي" الذي كان نعم الأخ والأستاذ لي، وكذلك أستاذتي "عبد الرحمن طيبي"، والطاهر الأدغم، وصالح فالح، ونسيبة فرحجات" فلهم الفضل بعد الله في وصولي إلى ما أنا عليه.

الأخ الفاضل . . . البعيد في المسافة . . . القريب بالنصيحة

"أحمد غربي" بجامعة لمسيلا أتمنى له التوفيق في مشواره الدراسي.

كما أقدم بخير الشكر والاحترام إلى كل من مد لي يد العون وأسهم في أن يرى بحثي هذا نوراً.

أدعوا الله العليّ القدير أن يوفقني والياكم إلى ما يحبه ويرضاه.

هـ هاجر

¹ أخرجه أبو داود في سننه، كتاب الأدب، باب شكر المعروف، الحديث رقم: 4811، (4/255).

- قائمة الرموز والإشارات

رمزه	اسم
- د.ت	- بدون ذكر تاريخ
- ت	- التكرار
- ج	- الجزء
- ص	- الصفحة
- ط	- الطبعة
- لا.م	- لا مكان الطبع
- لا.ن	- لا ناشر
- م	- الميلادي
- ن.م	- النسبة المئوية
- هـ	- الهجري

1- ملخص باللغة:

تناولت هذه الدراسة موضوعا هاما وهو دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب - دراسة ميدانية - على عينة من شباب ولاية الوادي، بهدف الإجابة عن التساؤلات المطروحة للوصول إلى أهداف ونتائج المحققة في دور الإعلام الرياضي في تنمية القيم لدى الشباب، وقد اشتملت الخطة على أربع فصول.

المقدمة والفصل التمهيدي الذي يشمل على الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع وفرضيات الدراسة والأهمية والأهداف والمصطلحات الدراسة والدراسات السابقة وإجراءات الدراسات ومنهجها، ولقد كان اختياري للعينة العشوائية من 200 عينة، أما المنهج فقد اخترت المنهج الاستقرائي الوصفي المقارن.

الفصل الأول: الذي كان بعنوان الإعلام الرياضي المكتوب، حيث اشتمل على مبحثين فالأول تحدثت فيه عن ما هية الإعلام، أما الثاني فصلت فيه ما هية الصحافة الرياضية. أما الفصل الثاني فكان من نصب الجزء الثاني من عنوان بحثي ألا وهو علاقة الإعلام الرياضي بالقيم لدى الشباب، فقسمته كذلك إلى مبحثين أول عن ما هية القيم والثاني فخصصته عن ما هية الشباب.

الفصل الثالث: خصصت هذا الفصل لدراسة الميدانية، والتي باعتبارها الجزء الأهم من الموضوع البحث، حيث تم تحليل النتائج ومناقشتها.

Abstract

This study deals with an important subject which is the role of sports media written in values development among young people - Study field - a sample of the youth of the mandate of the valley, in order to answer the questions posed to reach the goals and the results achieved in the role of sports media in values development among young people, included plan four .seasons

Provided preliminary separation which includes the problem and the reasons for choosing the topic and hypotheses of the study and the importance, objectives and terminology study and previous studies and procedures Studies and approach, and it was optional random from 200 samples of the sample, the .method I chose inductive descriptive comparative

Chapter One: which was written titled sports media, where the former included two sections talked about 'What is the media, .and the second separated the' What sports journalism

The second chapter of the monument was the second part of the title of research, namely the sports media relationship values among young people, Vksmth well as to the first two sections of what deity values and the second Fajssth about . 'What is the youth

Chapter III: This chapter devoted to the study of the field, which as the most important part of the subject search, where the .results were analyzed and discussed

المقدمة

الحمد لله الذي أنزل على عبده الكتاب ولم يجعل له عوجاً، أحمدته سبحانه أن هدانا للإسلام وما كنا لنهتدي لولا هدانا الله، وصلى الله على محمد خاتم النبيين وأشرف المرسلين، أما بعد:

لقد تطورت وسائل الإعلام والاتصال تطوراً هائلاً بفضل التقدم التكنولوجي والثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم، ونظراً للأهمية الكبرى التي بدأت تحتلها وسائل الإعلام في عالمنا اليوم قامت بعض العلوم الأخرى بالاستفادة من هذه الوسائل الإعلامية المتعددة، وذلك لتحقيق الهدف المطلوب، ولهذا نجد أنواع متعددة من وسائل الإعلام منها الإعلام الديني والإعلام السياسي والإعلام الرياضي وغيرها.

ولعل من أبرز من استفاد من وسائل الإعلام الحديثة هو الإعلام الرياضي فنجد اليوم الكثير من أمور الرياضة بدأت تستفيد من أهمية وسائل الإعلام سواء كانت هذه الوسائل مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

والإعلام الرياضي كجزء من هذه المنظومة الإعلامية أصبح يكتسي في عالمنا الحالي أهمية عظيمة للدور الأساسي الذي تؤديه الرياضة في المجتمع عامة ولدى فئة الشباب خاصة، لأن هذه الفئة تمتاز بسمات تميزها عن غيرها من فئات المجتمع الأخرى ويملك الشباب في هذه الفترة إحساساً اكتشافياً، وخاصة من جهة الرياضة، وبالتحديد من خلال الإعلام الرياضي المكتوب لأن هذا الإعلام يعتبر من أهم الوسائل الرئيسية التي تعتمد على الكلمة المطبوعة لنشر الآراء والأخبار وتحليلها. ومما لا شك فيه أن الصحافة من أقدم وسائل الإعلام فهي التأثير الفكري والنفوذ الأول الذي يقنع ولا يرهب والذي يرشد ولا يكره ويتعاضد دور هذه الوسيلة من مجتمع إلى آخر. فضلاً عن مالها من مميزات وخصوصيات تنفرد بها عن غيرها. حيث يتأثر الفرد بما تقدمه هذه الصحف من أخبار ومعلومات التي تؤثر فيه بشكل كبير ومباشر. وتزيد من تنمية قيمه، فكلما قرأ الفرد للصحف أصبحت لديه القدرة على فهم المواضيع واستيعابها. فالصحافة عامل مهم جداً في التأثير على القارئ، حيث تصل إلى أكبر قدر من الجمهور وخاصة فئة الشباب من خلال تعلقهم بهذه الوسيلة الإعلامية، وخاصة من جهة الرياضة لأنهم أكثر عرضة لها خاصة في تنمية القيم الأخلاقية. مما يستدعي الوقوف عندها ودراستها لتبيين تنمية القيم لدى

الشباب من خلال هذه الوسيلة الإعلامية من الناحية الرياضية في وقتنا الحاضر، وخاصة نحن نعيش في الأوقات الكروية وظاهرة العنف المتواجدة في الملاعب الرياضية وغيرها بسبب تدني هذه القيم لذلك يجب على الصحافة الرياضية الاهتمام الكبير والعميق بفئة الشباب ومراعاة ثقافتهم ونشر كل ما يهمهم ويفيدهم في تنمية قيمهم. وهذا ما دفعني لمعرفة دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب. حيث إتبع في دراسته الخطة التالية:

الفصل التمهيدي:

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

ثالثاً: فرضيات الدراسة.

رابعاً: أهمية الموضوع.

خامساً: أهداف الموضوع.

سادساً: مصطلحات الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للبحث.

الفصل الأول: الإعلام الرياضي المكتوب.

المبحث الأول: ما هية الإعلام الرياضي.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته.

فرع الأول: تعريف الإعلام الرياضي.

فرع الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وعناصره.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام الرياضي ومبادئه.

فرع الأول: وسائل الإعلام الرياضي.

فرع الثاني: المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي.

المبحث الثاني: الصحافة الرياضية.

المطلب الأول: تعريف الصحافة الرياضية وأهدافها وخصائصها.

فرع الأول: تعريف الصحافة الرياضية.

فرع الثاني: أهداف الصحافة الرياضية وخصائصها.

المطلب الثاني: أنواع الصحافة الرياضية ووظائفها.

فرع الأول: أنواع الصحافة الرياضية.

فرع الثاني: وظائف الصحافة الرياضية.

الفصل الثاني: علاقة الإعلام الرياضي بالقيم لدى الشباب.

المبحث الأول: ما هية القيم.

المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها.

فرع الأول: تعريف القيم.

فرع الثاني: خصائص القيم.

المطلب الثاني: مصادر القيم وتصنيفها ومنهج الإسلام في تكوينها.

فرع الأول: مصادر القيم وتصنيفها.

فرع الثاني: منهج الإسلام في تكوين القيم.

المبحث الثاني: ما هية الشباب.

المطلب الأول: تعريف الشباب وأهميته وخصائصه.

فرع الأول: تعريف الشباب.

فرع الثاني: أهمية الشباب وخصائصه.

المطلب الثاني: حاجات الشباب ومشاكله وعلاقته بالإعلام الرياضي.

فرع الأول: حاجات الشباب ومشاكله.

فرع الثاني: دور وسائل الإعلام في غرس القيم

الفصل التطبيقي: الدراسة الميدانية.

أولاً: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة.

والحمد لله رب العالمين.

الفصل التمهيدي : الإطار المنهجي

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

ثالثاً: فرضيات الدراسة.

رابعاً: أهمية الموضوع.

خامساً: أهداف الموضوع.

سادساً: مصطلحات الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للبحث.

أولاً: الإشكالية.

تتمثل الإشكالية الرئيسية لبحثي فيما يلي: ما دور الإعلام الرياضي المكتوب في

تنمية القيم لدى الشباب؟

تساؤلات الدراسة:

1- ما هو دور الإعلام الرياضي المكتوب بين الشباب؟

2- ما هو حجم تعرض الشباب للصحافة الرياضية؟

3- هل للإعلام الرياضي المكتوب تأثير على قيم الشباب؟

4- هل يؤثر الإعلام الرياضي على سلوكيات الشباب؟

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

إن اختيار أي موضوع بحث وتحديد إشكاليته يكون نتيجة لمجموعة من الأسباب،

ولقد كانت أسباب بحثي مقسمة إلى مجموعتين ذاتية وموضوعية وهي كالاتي:

1- الأسباب الذاتية:

أ- الميل الشخصي للإعلام والإعلام الرياضي المكتوب بصفة خاصة.

ب- حب معرفة كيفية تعامل الشباب مع الإعلام الرياضي المكتوب.

ج- الفضول الذي دفعني إلى الاهتمام بهذه الفئة ومدى تعلقها بالإعلام الرياضي المكتوب.

2- الأسباب الموضوعية:

أ- التوجه العام للشباب نحو الإطلاع على مستجدات الأخبار الرياضية، وبيان قيمة الإعلام الرياضي المكتوب بالأخص.

ب- الدور الهام الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي المكتوب في التأثير على القيم لدى الشباب.

ج- تزايد قراءة ومتابعة الإعلام الرياضي المكتوب لدى الشباب.

ثالثاً: فرضيات الدراسة.

أ- التعرض للصحف الرياضية له دور في نشر القيم لدى الشباب.

ب- الإعلام الرياضي المكتوب يؤثر في القيم لدى الشباب.

ج- الإعلام الرياضي المكتوب يؤثر على الجانب السلوكي لدى الشباب.

د- دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم.

رابعاً: أهمية الموضوع.

تتبع أهمية الدراسة من كونها تتناول موضوعاً هاماً ألا وهو الإعلام الرياضي المكتوب، وما يمكن أن تقدمها هذه الدراسة من توضيحات وإجابات عن الأسئلة المطروحة في البحث.

1- معرفة الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم.

2- مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية قيم الشباب.

3- أهمية الدور الذي يمكن أن يحققه الإعلام الرياضي المكتوب.

4- التأثير على الشباب من خلال هذا الإعلام على القيم.

5- زيادة حجم المعلومات الرياضية لدى الشباب.

6- تحسين سلوك الشباب من خلال الإعلام الرياضي المكتوب وخاصة فئة الشبابية المتخصصة بالرياضة.

خامساً: أهداف الموضوع.

إن قيمة أي موضوع يرتبط بقيمة أهدافه ونتائجه التي يتوصل إليها.

1- الكشف عن تعرض الشباب للإعلام الرياضي عامة والإعلام الرياضي المكتوب بصفة خاصة.

2- تقييم دور الإعلام الرياضي وفعاليته في تنمية القيم.

3- معرفة مدى مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر القيم لدى الشباب وخاصة في وقت النشاطات الكروية.

4- معرفة مدى دور الإعلام الرياضي المكتوب في تحسين السلوك لدى الشباب من خلال الصفحات الرياضية.

سادساً: مصطلحات الدراسة.

1- الإعلام:

هو كلمة اتسع مدلولها لدرجة أنه أصبح من الصعب تعريفها فهي تعني:

أ- **في اللغة:** الإعلام من علم، حيث يقال إعلام المحاكم في إصلاح المحاكم وهو صورة الحكم الذي يصدره الحاكم، وأعلمه أبلغه بالمعلومة¹.

ب- **في الاصطلاح:** الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا تعبيراً موضوعياً في عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم بمعنى أن الغاية الوحيدة للإعلام هي نقل المعلومات والحقائق².

2- الرياضية:

أ- **في اللغة:** الرياضة مأخوذة من الفعل راض، حيث قيل راض المهر رياضة أي ذلل فهو راض من راضية، ورواضٍ وارتاض المهر صار مروضاً³.

ب- **في الاصطلاح:** تهذيب النفس وتزكيتها وربطها بجميع أو غالب حركات النفس الجسدية والعقلية بينما يستمر ويغلب على الأذهان ارتباط الرياضة بالألعاب⁴.

3- **الإعلام الرياضي:** هو عملية اتصال متخصص بالرياضة تمارس فيها نشر وإذاعة وبث الأخبار الرياضية وتغطية الأحداث، وإعلام الجمهور بالحقائق والمعلومات وشرح وتفسير القوانين وتعليمات والنظم ورصد وتحليل الحالات والقضايا التي تشغل الوسط الرياضي⁵.

التعريف الإجرائي: من خلال هذا التعريف يمكن القول بأن الإعلام الرياضي عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر وتنمية الوعي والقيم بين أفراد المجتمع.

¹ المنجد الأبجدي، المؤسسة الوطنية للكتاب. (ط: 6؛ لا.م: دار الشروق، 1998م)، ص108.

² أحمد عصام الصفيدي ومحمد رضا البغدادي، تكنولوجيا التعليم والإعلام. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة الفلاح، 1980م)، ص36.

³ الفيروز أبادي، القاموس المحيط. (ط: 1؛ بيروت: دار التراث العربي، 1490هـ)، ص831.

⁴ علي يونس، الألعاب الرياضية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت)، ص21.

⁵ هادي عبد الله العيثاوي، موجز تاريخ الإعلام الرياضي في العراق وسائله ووسائله. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، 2010م)، ص11.

4- الإعلام الرياضي المكتوب (الصحافة الرياضية): هي تلك الجرائد التي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية¹.

التعريف الإجرائي: الصحافة الرياضية هي نوع من أنواع الاتصال الجماهيري التي تخاطب الناس بطريقة الكلمة المطبوعة، وقد تكون متخصصة أو عامة وتقوم بنشر جميع الأخبار والآراء المتعلقة بالمجال الرياضي من لاعبين ومباريات وأندية وغيرها وخاصة مسائل الرياضة التي تخص فئة الشباب بصفة خاصة.

5- القيم:

أ- في اللغة: القيمة واحدة القيم، وأصله الواو ولأنه يقوم مقام الشيء، ويقال قومت السلعة والاستقامة الاعتدال وقومت الشيء وهو قويم أي مستقيم والقوام العدل قال تعالى: ﴿وَكَانَ بَيْنَ تِلْكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: 67]، وقوام الرجل أيضا قامته وحسن طوله².

ب- في الاصطلاح: القيم هي مستوى أو مقياس أو معيارٌ حُكم بمقتضاه وتقيس به وتحدد على أساسه المرغوب فيه والمرغوب عنه³.

القيم إجرائيا: هي مجموعة المبادئ والقواعد والضوابط والمعايير التي تنظم سلوك الفرد والجماعة المستمدة من القرآن والسنة النبوية التي يمارسها شباب العصر.

6- الشباب:

أ- في اللغة: الشباب جمع شاب وكذا الشَّبَان. والشباب يعني الحداثة وكذا الشَّيْبَة وهو خلاف الشَّيْب⁴.

ب- في الاصطلاح: الشباب هم طاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدوا خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة تمثل معظم المجتمعات⁵.

¹ مجموعة من الباحثين، دراسات في الصحافة الرياضية. ترجمة أديب خضور، (ط: 1، سوريا: المكتبة الإعلامية، 1995م)، ص5.

² محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، مختار الصحاح. تحقيق: يوسف الشيخ محمد، (ط: 5؛ لبنان: المكتبة العصرية - الدار النموذجية، 1420هـ / 1999م)، مادة: ق و م، ص262.

³ عدد من المتخصصين بإشراف الشيخ صالح بن عبد الله حميد، نضرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول ﷺ. (ط: 4؛ السعودية: دار الوسيلة، د.ت)، ص78.

⁴ محمد بن أبي بكر، مصدر سابق، مادة: شب، ص244. ابن منظور، لسان العرب. (ط: 4؛ لبنان: ل.ن، 2005م)، ماد: شب، ص48.

⁵ محمد علي محمد، الشباب العربي والقيم الاجتماعية. (ط: 1؛ لبنان: دار النهضة، د.ت)، ص2.

التعريف الإجرائي: هي مرحلة عمرية يمر بها الفرد وهذه المرحلة هي مرحلة النضج والتطور وتحمل المسؤولية وبداية لدخول مرحلة جديدة.

ولقد اختلفت الدراسات في تحديد هذه الفئة العمرية فهي تختلف من دولة لأخرى ومن مجتمع لآخر.

وبعد الإطلاع على عدة دراسات وتحديد لها لفئة الشباب قد اعتمدت على الدراسات التي اختارت أكثر فئة عمرية وهي ما بين 15 إلى 30 سنة، حيث يمثل مرحلة الشباب.

سابعاً: الدراسات السابقة.

الدراسة الأولى: دور الإعلام الرياضي المكتوب إتجاه ظاهرة العنف الرياضي لدى فئة الشباب الجامعي، جريدة الشروق اليومي أنموذجاً¹، إشكالية موضوعه هي ما هو دور الإعلام الرياضي غير المتخصص من خلال جريدة الشروق اليومي إتجاه العنف الرياضي لدى فئة الشباب الجامعي؟، وكيف حقق تغطية ومعالجة الظاهرة الإعلامية من طرف هذه الجريدة، وهذا لإبراز دور الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه العنف الرياضي لدى الشباب الجامعي، حيث اختار الباحث المنهج الوصفي التحليلي والأدوات التالية المقابلة، تحليل مضمون واستمارة الاستبيان، وتم توزيع (210) استبياناً في معهد التربية البدنية والرياضية على كل الأطوار.

ونستخلص مجموعة من النتائج منها ما يلي:

أ- أن نسبة مساهمة الصحافة المكتوبة من خلال جريدة الشروق اليومي في التقليل من ظاهرة العنف قليلة وبسيطة على الشباب.

ب- تسعى جريدة الدراسة إلى نشر الوعي والروح الرياضية من خلال جل ما تنشره عبر صفحاتها الرياضية، وأن هذه الجريدة تحاول أن تعالج الظاهرة بكل وسائل وأدوات صحفية

¹ لونس عبد الله، دور الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه ظاهرة العنف الرياضي لدى فئة الشباب الجامعي -جريدة الشروق اليومي أنموذجاً-. رسالة ماجستير، منشورة، جامعة باتنة: كلية الإعلام، 2011م.

الدراسة الثانية: دور الإعلام الرياضي في التقليل من السلوك العدواني في الوسط الجامعي¹، حيث تتمثل إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي: هل للإعلام الرياضي المكتوب دور في التقليل من السلوك العدواني في الوسط الجامعي؟

أما التساؤلات الفرعية فهي كالتالي:

- هل هناك إقبال من ظرف طلبة قسم الإعلام والاتصال رياضي على متابعة الصحف الرياضية؟

- هل لصحف الرياضية دور في نشر الروح الرياضية في الوسط الجامعي؟

وكانت تهدف هذه الدراسة إلى نشر الروح الرياضية وتحفيز مجال البحث في ميدان الإعلام الرياضي خاصة، ومدى معرفة تأثير الصحف الرياضية على التقليل من سلوك العدواني في الوسط الجامعي.

واتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت عينة دراسته في (32) طالب من طلبة قسم الإعلام والاتصال الرياضي، وتمثلت أدوات البحث في استمارة استبيان وكانت النتائج المتحصل عليها أنه هناك إقبال واهتمام وتأثير من قبل هذه الفئة على متابعة الصحف الرياضية.

أما فيما يخص التوصيات والاقتراحات فمن أهمها ما يلي: محاولة الاستفادة من الإعلام وأخذ كسلطة رابعة لخدمة مصالح الشباب، وتنبنّي فكرة إنشاء قنوات وجرائد ومجلات ومواقع على الأنترنت تصب الاهتمام على جانب التوعية والتحسين من ظاهرة السلوك العدواني في كل مكان من خلال برامج خاصة.

الدراسة الثالثة: دور الإعلام الرياضي في مواجهة وشغب الملاعب الرياضية²، وتمثلت إشكالية بحثهما في التساؤل التالي: ما هو دور الإعلام الرياضي في مواجهة عنف وشغب الملاعب؟

¹ مقبرش خالد، دور الإعلام الرياضي المكتوب في التقليل من السلوك العدواني في الوسط الجامعي – طلبة قسم واتصال الرياضي أنموذجاً- رسالة ماستر، غير منشورة، جامعة لمسيلا: معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة، 2014م.

² حمادة النوار العنتيلي وهشام عبد الحليم محفوظ، دور الإعلام الرياضي في مواجهة وشغب الملاعب الرياضية. بحث مشترك، منشور، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014م.

واستهدفا الباحثان دور الإعلام الرياضي في مواجهة عنف وشغب الملاعب واستخداما المنهج الوصفي، حيث اعتمدا على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، حيث اختارا (210) عينة.

وتوصلا إلى النتائج التالية:

- أن ظاهرة العنف وشغب الملاعب التي يبدوها اللاعبين تتمثل في تعطيل بالملعب المقامة فيه المباراة، وقيام البعض من المشجعين بالتشجيع الغوغائي والهتافات الغير تربوية، وأن من أسباب العنف وشغب الملاعب الحماس الزائد والتعصب الأعمى لبعض الجماهير.
- انتشار مظاهر العنف في المجتمع، وأن من دور الإعلام الرياضي في هذه الظاهرة نقل صورة واضحة وصادقة لهذه العبارات وخاصة الجزء الخاص بالجمهور.
- الامتناع على كل ما يحرض الجمهور.

وتمثلت أهم التوصيات في:

- التأكيد على دور الهيئات الرياضية في توفي برامج وخطط لتحسين السلوك الرياضي من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
 - ضرورة تركيز الإعلام الرياضي على سلوكيات الرياضية الإيجابية للاعبين والجماهير.
- موقع دراستي من الدراسات السابقة:**

أفادتني الدراسات السابقة الذكر في الجانب النظري، وذلك من خلال ما تضمنته تلك الدراسات من مواضيع ذات الصلة بموضوع بحثي، إلا أن دراستي تختلف عن الدراسات السابقة في الجانب التطبيقي، حيث كانت دراستي تعالج موضوع تنمية القيم لدى الشباب، بخلاف الدراسة الأخرى فإنها تناولت ظاهرة العنف والسلوك العدواني في الملاعب الرياضية؛ أي قيمة من هذه القيم، بينما دراستي فإنني تناولت القيم بصفة عامة لدى فئة الشباب وهو ما لم يرد في أي من الدراسات السابقة بشكل مباشر

ثامنا: الإجراءات المنهجية للبحث.

1- منهج الدراسة:

المنهج العلمي هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة التي تتعتبر أساس موضوع الدراسة، وهذا بهدف اكتشاف ورصد الحقائق والوصول إلى النتائج، أو

بمعنى آخر يعتبر المنهج العلمي مجموعة من القواعد والأسس التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى الحقائق معينة¹.

ولقد اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لهذه الدراسة حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه يهتم بوصف ما هو كائن وتفسيره ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد من الوقائع بمعنى أنه يعتبر أحد مشاكل التحليل والتفسير العلمي المنظم بوصف الظاهرة المدروسة وتصنيفها وإخضاعها للدراسة الدقيقة².

2- مجتمع الدراسة: يعتبر مجتمع الدراسة إطاراً منهجياً للباحث في اختيار عينة البحث، وقد يكون هذا الإطار مجتمع كبيراً أو صغيراً، وقد يكون إطار أفراد أو مدارس أو جامعات...³.

وكذلك يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراسة⁴. وتتمثل عينة دراستي في فئة الشباب ولاية الوادي بالجزائر دون مراعاة عامل الجنس.

3- عينة البحث: ونظراً لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات المجتمع، فإنني اتبعت أسلوب العينة، حيث عرفت العينة بأنها هي جزء من المجتمع البحث، والتي تسمح لي بانجاز بحثي وإعطاء النتائج الأكثر إيجابية، وذلك تفادي لاستجاب جميع أفراد المجتمع لأنه غير ممكن، وكان اختياري للعينة عشوائية، لأنها تعطي فرص متكافئة لجميع أفراد المجتمع البحث، والعينة العشوائية من أبسط طرق العينات ولأنه لا يأخذ أي اعتباراً ولا تميزاً⁵. وتم اختيار العينة المقدرة بـ 200 شاب من ولاية الوادي.

4- مجالات البحث:

¹ عمار بوحوش ومحمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق البحث. (ط: 1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995م)، ص29.

² سامي محمد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 1؛ لا.م: دار العبرة، 2000م)، ص370.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم. طرق ومناهج البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية. (ط: 1؛ الأردن: دار الثقافة، 2006م)، ص95.

⁴ سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 3؛ الأردن: دار المسيرة، 2005م)، ص269.

⁵ محمد سليم، منهجية البحث العلمي لجيل طلاب العلوم الاجتماعية والإنسانية. (ط: 1؛ الجزائر: دار الغرب، 2004م)، ص36.

أ- المجال الزمني: لقد تم انجاز هذا البحث في مدة زمنية من نصف فيفري إلى غاية 2015/05/05م.

ب- المجال المكاني: وزعت استبيان بحثي على حوالي 200 شاب من شباب ولاية الوادي.

5- الدراسة الاستطلاعية: تشكل الدراسة الاستطلاعية الشرط الضروري والإلزامي للدراسة، إذ لا يمكن أن نتصور من دونها أي مصداقية للعمل العلمي وعليه فإن الدراسة الاستطلاعية هي لمتراذفات لها غاية علمية لا يمكن تجاهلها بأي حال من الأحوال¹.

6- إجراءات الدراسة الاستطلاعية: قمت بالتقرب من الفئة المدروسة من أجل الوقوف على السلبيات والإيجابيات التي قد تعرض أو توافق التجربة الأساسية وكذلك مدى ملائمة أسئلة الاستبيان مع العينة التي تم اختيارها للتعرف على اجابات الشباب حيث قدم استبيان استطلاعي على عشرة شباب حتي أتمكن من الحصول على استبيان متكامل وملائم لخصائص العينة.

7- أدوات البحث: استخدمت في بحثي هذا الاستبيان الموجه للشباب على كافة المستويات وفئة الشباب محددة من السن 15 إلى 30 سنة، وهذا لجمع المعلومات التي تساعدني في الوصول إلى الإجابات الصحيحة، حيث أن الأسئلة المطروحة في بداية مشوار البحث إجاباتها متنوعة.

للاستبيان ثلاث أنواع من الأسئلة:

- **أسئلة مفتوحة:** وهي إعطاء كل الحرية للمبحوث للإجابة على الأسئلة كما يشاء.
- **أسئلة مغلقة:** وتكون الإجابة في معظمها محددة، حيث تعتمد على النتائج التي نطمح للوصول إليه.
- **أسئلة نصف مفتوحة:** تنقسم إلى نصفين، الأول يكون مغلق الإجابة، والثاني يكون فيه إعطاء الحرية للمستجوب.

وقمت بإعداد بحثي هذا بإتباع خطوات التالية:

- 1- مراجعة البحوث والدراسات النظرية والميدانية التي تناولت مثل هذه المواضيع.
- 2- تكييف الاستبيان حسب متطلبات البحث.

¹ سامي محمد ملحم، مرجع سابق، ص29.

3- توجيه المشرف والأساتذة.

4- الصورة الأولية للاستبيان، حيث قمت بتحضير مجموعة من الأسئلة مقدرة بـ 26 سؤال، رتبته في استمارة استبيان ثم قمت بتقديمها للمشرف.

5- صلاحية الاستبيان، بفضل مراجعة المشرف والأساتذة المحكمين تمت الموافقة.

6- مرحلة التجريب وضبط الاستبيان.

7- صدق الاستبيان، ويقصد به طلب الباحث من المحكمين والمتخصصين في هذا المجال بإبداء الرأي في مدى وضوح عبارة أسئلة الاستبيان ومدى ملائمة هذه العبارات التي وضعت لأجله، ووضع التعديلات اللازمة لتطوير أداة دراسة الاستبيان الموجه للشباب، ويعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة يتم وضعها على شكل استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين، وذلك للحصول على أجوبة. وهو من انجح الطرق لجمع المعلومات المراد الحصول عليها، ولقد وجهت للشباب دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب.

7- الصورة النهائية للاستبيان: بعدما تم تحكيم الاستبيان وتقديم الأسئلة حسب الفرضيات للإجابة على التساؤل العام حيث قسم إلى ثلاث محاور، ويضم 26 سؤالاً وهي كالتالي:

أ- المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية ويضم الأسئلة (1-5).

ب- المحور الثاني: خاص بعادات وأنماط متابعة قراءة الشباب للأخبار الرياضية في الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف)، ويضم الأسئلة (6-14).

المحور الثالث: وتناولت فيه علاقة الصحف الرياضية بتنمية القيم لدى الشباب ويضم الأسئلة (15-26).

8- الأساليب الإحصائية: وتستخدم لدراسة أي عينة بهدف التعرف على المجموع الكلي للموضوع والتوصل إلى صحة الفرضيات أو خطئها والدراسة الإحصائية تعطينا الصحة والدقة باعتبار أنها تترجم إلى أرقام على شكل نسب مئوية

الفصل الأول:

الإعلام الرياضي المكتوب

المبحث الأول: ما هية الإعلام الرياضي.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته.

الفرع الأول: تعريف الإعلام الرياضي.

الفرع الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وعناصره.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام الرياضي ومبادئه.

الفرع الأول: وسائل الإعلام الرياضي.

الفرع الثاني: المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي.

المبحث الثاني: الصحافة الرياضية.

المطلب الأول: تعريف الصحافة وأهدافها وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف الصحافة الرياضية.

الفرع الثاني: أهداف الصحافة الرياضية وخصائصها.

المطلب الثاني: أنواع الصحافة الرياضية ووظائفها.

الفرع الأول: أنواع الصحافة الرياضية.

الفرع الثاني: وظائف الصحافة الرياضية.

الفصل الثاني:

علاقة الإعلام الرياضي بالقيم لدى الشباب

المبحث الأول: ما هية القيم.

المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف القيم.

الفرع الثاني: خصائص القيم.

المطلب الثاني: مصادر القيم وتصنيفها ومنهج الإسلام في تكوينها.

الفرع الأول: مصادر القيم وتصنيفها.

الفرع الثاني: منهج الإسلام في تكوين القيم.

المبحث الثاني: ما هية الشباب.

المطلب الأول: تعريف الشباب وأهميته وخصائصه.

الفرع الأول: تعريف الشباب.

الفرع الثاني: أهمية الشباب وخصائصه.

المطلب الثاني: حاجات الشباب ومشاكله وعلاقته بالإعلام الرياضي.

الفرع الأول: حاجات الشباب ومشاكله.

الفرع الثاني: دور وسائل الإعلام في غرس القيم.

الفصل التمهيدي : الإطار المنهجي

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

ثالثاً: فرضيات الدراسة.

رابعاً: أهمية الموضوع.

خامساً: أهداف الموضوع.

سادساً: مصطلحات الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للبحث.

الفصل التطبيقي

الدراسة الميدانية

أولاً: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة.

المبحث الأول: ما هية الإعلام الرياضي.

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع مهما كانت درجة تطوره، بل أن الإعلام الرياضي أصبح ظاهرة رياضية اجتماعية، لا يعدوا أن تكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال، والإعلام الرياضي جزء مسير للأمم وسجل حافل بالإنجازات والمكاسب الرياضية للبلدان والشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية محليا وخارجيا.

ولزيادة التوضيح وتقريب المفهوم نعرف الإعلام الرياضي.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته.

الفرع الأول: تعريف الإعلام الرياضي.

الإعلام الرياضي مركب إضافي من كلمتين " الإعلام " و " الرياضي " وتتوقف حقيقته على فهم جزئيه كل على حده، وتوضيح ذلك كالآتي.

1- تعريف الإعلام.

أ- في اللغة: الإعلام في اللغة مشتق من عِلِمَ، فيقال أَعْلَمَ بالأمر، أي اطلع عليه¹. والإعلام كذا لك من مادة عِلِمَ والعلم نقيض الجهل وعلم علما والعلم هو في نفسه تعليما أي أنبالشيء أدنأً وَأَتَنَ علم بالأمر، كما في قوله عز وجل: ﴿ فَأَتَتْهُمُ بَحْرِبِ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ﴾ [البقرة: 249].

في لسان العرب الإعلام من فعل أعلم وعلم بالشيء، أي شعر به، ويقال استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه، وعلم بالأمر وتعلمه، أي أتقنه، ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته².

ب- اصطلاحا: عرف العلماء المعاصرون الإعلام بعدة تعريفات متباينة في الألفاظ لكنها في أغلبها لا تختلف في المعني أذكر منها:

- عرفه عبد اللطيف حمزة بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة³.

¹ المنجد الأبجدي، المؤسسة الوطنية للكتاب. مرجع سابق، ص946.

² ابن منظور، مصدر سابق، ماد: علم، ص264.

³ زهير حداد، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. (ط: 4؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007م)، ص14.

- وعرفه سمير حسين على أنه كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تهدف إلى تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين، للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الواقع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة¹.

- وعرفته كذلك جيهان رشتي بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصائيات، وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها².

- وعرف أيضا على أنه تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله، ومعنى ذلك أن الغاية من الإعلام هو التنوير عن طريق المعلومات³.

- ويعرف على أنه نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها، بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد⁴.

2- الرياضي:

أ- في اللغة: الرياضة مأخوذة من الفعل رض، حيث جاء في القاموس المحيط معنى راض المهر، رياضة، وذلك فهو راض، من راضٍ ورواض، إرتاض المهر، صار مروضاً⁵. ويقال: راض الدابة يروضها روضاً ورياضة، أي وطَّأها وتَّلَّأها أو علمها السير والريض، والريض من الدواب الذي لم يقبل الرياضة ولم يمهر المشي ولم يذل لراكبه والريض من الدواب والإبل ضد الذلول، الذكر والأنثى في ذلك سواء⁶.

¹ عاطف العدلي عبيد، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، 1999م)، ص16.

² جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي. (ط: 1؛ لا.م: دار الفكر العربي، د.ت)، ص3.

³ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري. (ط: 2؛ مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985م)، ص11.

⁴ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 2؛ لبنان: دار الكتاب اللبناني، 1994م)، ص84.

⁵ الفيروز أبادي، مصدر سابق، ص831.

⁶ ابن منظور، مصدر سابق، باب: الرء، مادة: روض، ص1776.

ب- في الاصطلاح:

يختلف تعريف الرياضة وفق خبرات القائمين بالتعريف، ففي الوقت الذي يراه البسطاء من الناس حركات للهوى وقضاء للوقت، فإن المتخصصين يرون أن تعريف الرياضة لابد أن يفترق بشكل الذي تؤده حيث تعددت تعريفها أذكر منها ما يلي:

- عرّفها الأمم المتحدة بأنها التعبير في الأنشطة البدنية، البشرية التي تحكمها قواعد معينة¹.

- ويصفها آخرون: بأنها ظاهرة اجتماعية تاريخية، وهي جزء من بنية حضارية متكاملة تتجسد فيها القيم والأخلاق والثقافة والتربية وتتأثر بالعلم والتكنولوجيا وتقوم بأدوار وتحقق وظائف وتنجز مهام مختلفة ومتباينة².

- وتعرّف الرياضة كذلك بأنها التدريب البدني بهدف تحقيق أفضل نتيجة ممكنة في المنافسة، لا من أجل الفرد الرياضي فقط، وإنما من أجل الرياضة في حد ذاتها³.

- والرياضة كذلك هي الوسيلة فعالة لتربية وتعديل سلوك وهي ضرورية لاكتساب الصحة ولياقة البدنية⁴.

3- تعريف الإعلام الرياضي.

يعتبر الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام، فهو إعلام يهتم بمجال واحد هو مجال الرياضي، حيث يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين، حيث يعتبرون الموضوع الأساسي له، فالإعلام الرياضي يهدف أولاً وقبل كل شيء إلى إيصال المعلومات والأخبار إلى الرياضيين والعاملين في مجال الرياضي بشكل عام، وفي هذا المجال يمكن لنا عرض بعض التعاريف الخاصة بالإعلام الرياضي أذكر منها:

- عرفه أديب خضور على أنه علمية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر ثقافة عنصر

¹ هادي عبد الله العيثاوي، مرجع سابق، ص4.

² مرجع نفسه، الصفحة نفسها.

³ أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع. (ط: 1؛ الكويت: عالم المعرفة، 1996م)، ص25.

⁴ فاروق عبد الوهاب، الرياضة صحة ولياقة بدنية. (ط: 1؛ لا.م: دار الشروق، 1995م)، ص13.

جذب واستقطاب الجمهور والمساهمة في تثقيفهم وإكسابهم المهارات والمعلومات العلمية والفنية والرياضية فيصبحون أكثر قدرة على تحقيق قدر من النمو المتكامل¹.

- ويعرف كذلك كل من قبل خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم على أنه تلك العملية التي تتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره².

- وكذلك يعرف بأنه يشكل عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره، ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهو ظاهرة الاتصال، والإعلام الرياضي هو فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الناس³.

- وكذلك هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة⁴.

- أما محمد الحماحي يرى أن الإعلام الرياضي، أي الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي بغرض تغيير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والإعلام في المجال الرياضي يهتم بتوضيح الرؤية العلمية من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضية، وذلك من خلال وسائل الاتصال أو الإعلام الجماهيري بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو مواجهة أوجه النشاطات البدنية وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية⁵.

¹ أديب خضور، الإعلام الرياضي-عملية التحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة وتلفزيون-. (ط: 1؛ سوريا: المكتبة الإعلامية، 1994م)، ص87.

² خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي. ج1(ط: 1؛ لا.م: مركز الكتاب للنشر، 1998م)، ص21.

³ علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ الأردن: دار اليازوري، 2013م)، ص10.

⁴ حسين أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية. (ط: 1؛ مصر: دار الوفاء، 2003م)، ص37.

⁵ محمد الحماحي وأحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ. (ط: 1؛ مصر: مركز الكتاب للنشر، 2006م)، ص98.

- ويرى آخرون أن الإعلام الرياضي هو جزء من التغطية الإعلامية وهي منظومة فرعية متخصصة في موضوع حول الرياضة، وتظم هذه المنظومة مختلف وسائل الإعلام المتخصصة في المجال الرياضي (صحف، إذاعة، تلفزيون)¹.

الفرع الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وعناصره.

أولاً- أهمية الإعلام الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب، بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل من سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص للرياضة الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتوجهها وتحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة².

واستخدامها أيضاً للوصول إلى أهدافها الخارجية، بحيث تعرف العالم بحضارة شعوبها الرياضية، والذي يعكس بدوره ورقي هذه الدول في شتى المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي.

وتبرز أهميته كذلك في ضرورة إحاطة الأفراد بالمجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار، ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا، بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية، وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أو

¹ هادي عبد الله العيثاوي، مرجع سابق، ص 11.

² ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ الأردن: دار أسامة، 2010م)، ص 47.

اجتماعية والسياسية، وعدم قدرة الفرد في ملاحظة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات، والذي يعد أمراً صعباً، فأقل ما يوصف به هذا العنصر هو عصر المعلومات¹.

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في القيام بالإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات، بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجارب معه، والإنسان في نظر جال الإعلام (نفس إعلامية) تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر وتتعاوى باللحن، ومن هنا تبدوا أهمية الإعلام الرياضي في السيطرة على جمهور الرياضة والتوجيه مشاعرهم الوجهية التي يريدونها، فإن وصفت في الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء، وإن وصفت في غير ذلك كانت شراً مستطيراً، ومن خلال هذا العرض يمكن القول أن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضة وبرامج يؤثر تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن على النمو السلوكي والقيمي للأفراد المجتمع في المجال الرياضي².

وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع في المجال الرياضي تبرز أهميته في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع³.

ثانياً- عناصر الإعلام الرياضي.

للإعلام الرياضي أربعة عناصر وهي كالآتي: المرسل، المستقبل، الأداة أو الوسيلة، الرسالة (المضمون).

أ- المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة، سواء كانت هذه الجهة الإتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب...إلخ.

ب- المستقبل: هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية، سواء كانت فرد أو جماعة.

ج- الأداة (الوسيلة): هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية، سواء كانت صحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون...إلخ⁴.

¹ أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية الأساليب والعلاج. (ط: 1؛ مصر: مركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، 1993م)، ص19.

² أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية الأساليب والعلاج. مرجع نفسه، ص19.

³ على عبد الفتاح، مرجع سابق، ص60.

⁴ مرجع نفسه، ص46.

د- الرسالة (المضمون): هو ما تحمله الوسيلة الإعلامية الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتمادهم على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحجاتهم، ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابياً أو سلبياً في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر، تحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنيت نظرية الاتصال وتغييراتها السيكلوجية الإعلام الرياضي¹.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام الرياضي ومبادئه.

الفرع الأول: وسائل الإعلام الرياضي.

تنقسم وسائل الإعلام الرياضي على حسب تأثيرها على الجمهور كالتالي:

1- الوسائل المقروءة: وهي الرسائل التي تعتمد على الكلمة المطبوعة وتفصل ذلك كالاتي:

أ- **الصحيفة:** تعتبر الصحيفة من الوسائل المقروءة الأولى التي بواسطتها استمدت البشرية على المعلومات والأخبار والمعارف والأفكار²، كما أنها النور الذي أضاء نواحي كثيرة من حياة البشرية، وإن تطور الصحافة من ناحية الشكل والمحتوى جعلها تحقق الانتصار على الوسائل الإعلامية الأخرى، وأكثر تفاعلاً مع الجمهور.

ب- **المجلة:** تعتبر المجلة امتداد لصحيفة، وهذه الأخيرة تتميز عن الأول بمتابعة آخر المجريات الواقعة بمعنى آخر تحتوي على أخبار الساعة، بينما المجلة فهي حاضرة في ذلك، لكن تتبعها بانتظام وتفصيل، حيث تعرض القضايا الفكرية والاجتماعية والسياسية والرياضية³.

ج- **الكتاب:** يعتبر الكتاب من أقدم الوسائل المقروءة، حيث خرج إلى الوجود قبل اختراع الطباعة وبزمن طويل، وللكتاب دور كبير زيادة حجم المقروئية، باعتباره فضاء واسع

¹ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، (22/1).

² محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة. (ط: 1؛ السعودية: دار المنار، 1985م)، ص 146.

³ مرجع نفسه، ص 146.

من المعلومات والأفكار ومختلف ألوان الثقافة، التي يسعى الشباب القارئ دائما إلى بلوغها¹.

وتحضر الصحف والمجلات بجاذبية خاصة وجماهيرية واسعة، خاصة المجالات والصحف المهتمة بالأحداث الرياضية².

د- صحف الحائط: وهي إحدى وسائل الإعلام المقروءة التي تهدف إلى إبراز الثقافة ومختلف المعلومات الهامة، فقد تصدر من طرف المؤسسات والهيئات الموجهة إلى مختلف فئات المجتمع وخاصة الشباب.

هـ- النشرات: وهي لا تعبر عن رأي شخص معين، بل تحمل رسالة منظمة أو هيئة، أي جماعة من الإعلام عنها، أو دعوة لفكرة معينة.

2- الوسائل المسموعة: وهي الوسائل التي تعتمد على الكلمة المسموعة، وهي على الشكل الآتي:

أ- الراديو: وسيلة إعلامية مسموعة تمتاز بأثر الكلمة المسموعة وهي تعمل على نشر الثقافة بشكل واسع عبر موجات الأثير.

ب-شرطة التسجيل: إن الشريط المسموع هو من الوسائل المسموعة، يشبه الإذاعة لكن يختلف عنها في بعض العناصر، أهمها أن الشريط المسموع بعد التسجيل لمختلف المعلومات، يصبح كالمرجع أو الكتاب يرجع إليه المستمع في حالة العودة إلى تلك المعلومات³.

ج- وكالات الأنباء: تعرفها اليونسكو بأنها تستخدم مجموعة من المرسلين الصحفيين الموزعين عبر أنحاء المعمورة، أو في بور التوتّر العلمي، وهذا من أجل تقصي مختلف الأخبار وتقديمها إلى وكالة الرئيسية⁴.

¹ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. (ط: 1؛ الأردن: دار الصفاء، 1993م)، ص 252.

² كمال الدين عبد الرحمان درويش ومحمد صبحي حسانين، موسوعة مناهج الإدارة الرياضية في مطلع القرن الجديد. مج 3 (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، 1424هـ)، ص 169.

³ محمد موفق الغلاييني، مرجع سابق، ص 148 - 153.

⁴ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (ط: 1؛ مصر: دار العالمية، 1998م)، ص 153.

3- الوسائل المرئية المسموعة: وهي الوسائل التي تعتمد على حاستي السمع والبصر.

أ- السينما: وهي أول الوسائل السمعية البصرية، التي عمد الإنسان على اختراعها، ويعتبر التصوير الفوتوغرافي في بداية نشأة السينما وتطورها¹.

ب- التلفزيون: إن التلفزيون باعتباره وسيلة اتصالية فإنه لا يخاطب حاسة السمع أو البصر كلا على حدا، ولا ينحصر على العقل والوجدان كما هو الحال بالنسبة إلى الوسائل المقروءة، بل يخاطب الشعور والعاطفة والحاجات النفسية ويعمل على ربط الشعوب ببعضها البعض².

ج- الانترنت: يمكن أن نصف الإنترنت ضمن وسائل المرئية السمعية، حيث تعتمد على بث الصورة والصوت في آن واحد، وساعدت الإنترنت الجمهور الرياضي على تنمية قدراتهم الرياضية واهتمامهم بمجال البحث، ورفع زادهم الثقافي.

4- الوسائل الثابتة: وهي التي يتوجه إليها الناس للإطلاع عليها.

أ- المعارض: وهي من إحدى وسائل الإعلام الثابتة، تتمثل في طريقة معينة في عرض فكرة أو التعبير عنها، ويتجسد هذا التعبير عن تلك المعروضات من أحسام أو صور أو أشياء أخرى.

ب- الندوات: وهي عملية تربوية يقودها مجموعة من المختصين لا يفوق عددهم خمسة، ولكن سرعان ما يبدوون النقاش بطريقة علمية دون موضوع معين³.

ج- المحاضرات: فن شفهي يخلص إلى إيصال الإقناع إلى الجمهور المستهدف، وبالتالي فهي شرح وتفصيل عن طريق الكلام للمواضيع الهامة، ويغلب عليها طابع الإثارة⁴.

د- المكتبة: تعتبر المكتبة مؤسسة تعليمية ثقافية تضم مجموعة من الكتب وغيرها من المطبوعات ومواد المكتبة وموضوعات بطريقة مقصودة وفق تصنيف معين.

هـ- المدرسة: وهي مؤسسة اجتماعية، حيث تعكس المجتمع بصورة مصغرة وتوفر الوسائل والظروف الكفيلة، ويتم اكتساب مهارات الرياضة عن طريقها⁵.

¹ محمد موفق الغلاييني، مرجع سابق، ص131.

² نبيل العارف الجروي، مقدمة في علم الاتصال. (ط: 3؛ سوريا: مكتبة الإمارات، 1985م)، ص190.

³ محمد محمود المهدي، مدخل في تكنولوجيا الإعلام الاجتماعي. (ط: 1؛ مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1998م)، ص141-142.

⁴ محمد موفق الغلاييني، مرجع سابق، ص115.

⁵ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - علم تعليم الكبار. ج3(ط: 1؛ تونس: لان، 1989م)، ص145.

الفرع الثاني: المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي.

تمتاز وسائل الإعلام الرياضي بانتشارها وتغطيتها الكبير، إذ أنه تصل إلى كل بيت في المجتمع، وهناك شبه اتفاق حول أساسيات العمل الإعلامي في المبادئ والأسس التي يقوم عليها وهي:

1- الجانب الإنساني والاهتمام بالإنسان: إن الإنسان هو العنصر المستهدف في البرنامج الإعلامي، سواء كان مواطناً في المجتمع أو عضو في جماعة، وذلك من أجل تغيير اتجاهاته، وتعديلها أو تصحيح أفكاره وتكوين اتجاهات جديدة، كما أن الهدف الأسمى الذي تسعى إليه برامج الإعلام في رفاة الإنسان وصالحه العام، بحيث تدرك الجماهير ما يقده لهم من معلومات وحقائق تضمن النفع والفائدة لهم ولمجتمعهم بالدرجة الأولى.

2- مناسبة وسائل الإعلام المستخدمة للجماهير: يجب أن تكون الوسيلة الإعلامية المستخدمة ملائمة لطبيعة الجمهور المستهدف.

3- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية: يجب إرسال الرسالة في الوقت المناسب، فإذا وصلت الرسالة إلى المستقبل قبل وقتها، فإنه قد لا يكون مستعد لاستقبالها والانتباه لها والتفاعل معها، وإذا وصلت متأخرة فقد تفقد اهتمام وانتباه المستقبل لذلك فإنه من الضروري جداً اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة الإعلامية.

4- صدق ووضوح الرسالة الإعلامية: فالرسالة الإعلامية الناجحة هي التي تتميز بالصدق والوضوح والبعد عن الألفاظ المعقدة والغامضة، فتكون الأفكار واضحة والألفاظ سهلة والأسلوب سلس.

5- الاعتماد على المصادر الموثوقة فيها: إن المصادر العلية المصدقية أكثر تأثيراً في تغيير اتجاه المستقبل من المصادر المنخفضة المصدقية لأن المعلومات مهما بلغت من الأهمية لا يكتب لها النجاح إذا كان مصدرها غير موثوق¹.

6- العلاقة المتبادلة بين المؤسسة الإعلامية والجماهير: إن مصداقية ومكانة المرسل (المؤسسة) لدى الجمهور تساعد على تحقيق أهدافه بسرعة وبأقل جهد، أما إذا كان غير معروف لديهم، فإن عليه أن يحاول كسب ثقتهم أولاً، حتى يتمكن من استقطابهم من هنا

¹ حسن عبد الحميد وأحمد رضوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع. (ط: 1؛ مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1997م)، ص 249.

نرى بأن التفاعل الاجتماعي بين المرسل والجمهور هو معيار حقيقي لنجاح العملية الإعلامية.

7- تكرار وتأکید المكاسب: إن من شروط نجاح البرامج الإعلامية تكرار المادة الإعلامية، بحيث لا يكون هذا التكرار مملاً، وأن تعرض الرسالة الإعلامية في أشكال وطرق مختلفة وبأسلوب أكثر جذبا لانتباه الجماهير.

8- التقييم: تهدف عملية التقييم إلى التعرف على أوجه النجاح والفشل والتقصير كما نعرفنا بالجمهور ومن أكثر أنواع التقييم تأثيراً هو التقييم المستمر، وكذلك عن طريق استقبال رسائل الجمهور المستهدف وقراءتها¹.

من خلال التطرق إلى مفاهيم الإعلام والإعلام الرياضي خاصة، نجد أن الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة هو المرآة التي يرى من خلالها الجمهور مفاهيم المعلومات والموضوعات عن الرياضة كقيمة تربوية وترفيهية.

¹ حسن عبد الحميد وأحمد رضوان، مرجع سابق، ص252.

المبحث الثاني: الصحافة الرياضية.

تعد الصحافة من أقدم وسائل الإعلام أو اتصال الجماهير مقارنة بالإذاعة والتلفزيون، حيث ظهرت بعد اختراع الطباعة ثم تطورت من خلال تطور أشكالها وفنون تحريرها وقد اتجهت الصحافة إلى التخصص، ولا يخفى عن أحد أن الصحافة الرياضية اليوم ليست كالأمس، فبعدما كانت مقصورة على إيصال الأخبار بصفة مجردة ولا تحتل رسالتها الإعلامية أبعادا حضارية يعود على المجتمع والرياضة بالتطور والازدهار، ولكن اليوم وفي ظل المعطيات التي يعرفها العصر تعاضت مهامها، فأصبحت الصحافة وبكافة وسائلها تتحمل الثقل الكبير في الدفع بالحياة الرياضية في الوسط الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف الصحافة وأهدافها وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف الصحافة الرياضية.

1. تعريف الصحافة:

أ- في اللغة:

تعددت التعريفات حول الصحافة حيث أنها عرفت بأنها: صحف صحيفة التي يكتب فيها والجمع صحائف والصحف، ومعنى الصحف في قوله تعالى: ﴿إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى﴾ [الأعلى: 18-19]. يعني الكتب المنزلة عليهما صلوات الله وسلامه. قال سبويه: أما الصحائف فعلى بابه، والصحف داخل عليه لأن فعلا في هذا القبيل. وقال الأزهري: الصحف جمع صحيفة من النوادر. وصحيفة الوجه بشرة جلدة، وقيل هي ما أقبل عليك منه والجمع صحف¹. وأول من استخدم الكلمة الصحافة في اللغة الشيخ نجيب الحداد الذي أنشأ جريدة لسان العرب في الإسكندرية².

¹ ابن منظور، مصدر سابق، باب: الصاد، مادة: صحب، ص2404.

² صلاح الدين عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة. (ط: 1؛ مصر: مطبعة الإشعاع الفنية، 2002م)، ص8.

والصحافة مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة، والنسبة إليها صحفي والصحيفة ما يكتب فيه من ورق ونحوه¹.

وفي قاموس إكسفورد تستخدم كلمة الصحافة بمعنى press وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة والنشر والأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا gounal ويقصد بها الصحيفة و gournulim بمعنى الصحافة gounalist بمعنى الصحفي، فكلمة الصحافة تشمل إذا الصحيفة والصحفي في نفس الوقت².

وعرفت الصحافة في المعجم الوسيط على أنها الصحيفة ما يكتب فيه من ورق ونحوه، ويطلق على المكتوب فيها الصحف، وهي إضمامة من الصحف تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة بأخبار السياسة أو الاجتماع أو الثقافة العامة، وهي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في الصحيفة³.

ب- في الاصطلاح:

1- الصحافة تعني فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم، مع الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيهه والاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها، ووصف نشاطها ثم وتسليتها وتروج أوقات فراغها، وعلى هذا فالصحافة هي مرآة تعكس عليها صورة الجماعة وآراءها وخواطرها⁴.

2- وعرفت الصحافة على أنها الرسالة قبل كل شيء، ثم موهبة واستعداد وفن علم، وهي المهنة الصحفية إذا كانت صادها مكسورة الصحفية وهي مجموعة ما ينشر في الصحف إذا كانت صادها مفتوحة الصّحفية.

3- والصحيفة هي نشرة تطبع آليا من عدة نسخ وتصدر عن مؤسسة وتظهر في مواعيد منتظمة، وذات طابع جماهيري⁵.

4- ويعرفها فريزر بوند بأنها نقل المعلومات من هنا أو هناك بدقة وتبصر وسرعة، وبطريقة تخدم الحقيقة وتجعل الصواب يبرز ببطئ حتى لو لم يبرز فوراً، وهي كذلك

¹ المعجم الوجيز، معجم اللغة العربية. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، 1994م)، ص360.

² فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1986م)، ص360.

³ أبي القاسم الحسن بن محمد، المفردات في غريب القرآن. (ط: 1؛ لبنان: دار الفكر، د.ت)، ص508.

⁴ أديب مروة، الصحافة العربية-نشأتها وتطورها-. (ط: 1؛ لبنان: دار المعارف، 1960م)، ص18.

⁵ خليل صابات، الصحافة مهنة ورسالة. (ط: 1؛ مصر: دار المعارف، د.ت)، ص3.

كل جريدة أو مجلة تصدر باسم واحد بصفة دورية في مواعيد منتظمة بقصد التداول العام¹.

5- وحسب تعريف أديب خضور فالصحافة هي ثقافة العين، أي الثقافة البصرية، وهي بالتالي ثقافة تفكير وتأويل، أي ثقافة نقدية، وهي ليس بالمنطق ثقافة خضوع ونقل، فالعمل الصحفي أساسا عملية إبداعية محكومة بالتفاعل الخلف مع الواقع الموضوعي من خلال مواكبة تطوراتهِ ورصد تحولاتهِ، واستيعاب تحولاتهِ عبر فن صحفي متطور².
6- وعرفت كذلك بأنها الوسائل المطبوعة التي تعرف على أنها من مساحات من الورق المطبوع بطريقة آلية لنقل الرسائل الاتصالية من القائل بالاتصال أو المرسل إلى أعداد كبيرة ومنتشرة من الأفراد³.

7- وكذلك هي العملية الاجتماعية لنشر الأخبار والمعلومات الشارحة للجمهور من خلال الصحف المطبوعة لتحقيق أهداف معينة⁴.

8- وهي كذلك وسيلة نقل الأخبار والمعلومات التي لها تأثير في مصالح الناس، فتثير اهتمامهم بأمانة ولها قوة فعالة في التأثير على أفراد المجتمع⁵.

2- تعريف الصحافة الرياضية:

أ- الصحافة الرياضية من المتعارف عليه أن الصحافة المكتوبة بما فيها الصحف اليومية أو الأسبوعية العالمية، تعالج وتحوي أخبار ومعلومات في كل المجالات والتخصصات منها الثقافية والسياسية والرياضية غيرها للأخبار الرياضية ما يهمننا هنا هي الصحافة المكتوبة المتخصصة في المجال الرياضي، وهي تتابع يوميا ما يجري في الساحة الرياضية، سواء داخليا أو خارجيا.

¹ قانون الصحافة والمطبوعات اليمنية. رقم 25، 1990م، المادة: 2.

² أديب خضور، أزمة إعلام وأزمة أنظمة. (ط: 1؛ سوريا: المكتبة العامة، 2003م)، ص 60.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1997م)، ص 43.

⁴ محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1992م)، ص 22.

⁵ خضير شعبان، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 1؛ لا.م: دار اللسان العربي، 2000م)، ص 177.

ويعد إنشاء هذه الجرائد المتخصصة استجابة لحاجة إعلام موضوعية تتجسد في تزايد الاهتمام بالرياضة في المجتمع بشكل عام وفي أوساط الجمهور أو القراء بشكل خاص¹.

ب- والصحافة الرياضية هي التي تعالج الموضوعات الرياضية والتي توجه أساسا إلى الجمهور المعني بالرياضة، أي المختص والمهتم بالرياضة، حيث توجه إلى هذه الشرائح المتخصصة والمعينة بالأنشطة الرياضية².

ج- وكذلك الصحافة هي التي تتناول الموضوعات والقضايا والمشكلات الرياضية من حيث الشكل والمضمون، بهدف وصف وتوضيح وتحليل الأحداث الرياضية مما يترك أثر في المجتمع، وقد تسهم في عملية صنع القرار في المجال الرياضي³.

د- ويعرفها الساعاتي بأنها وسيلة نقل الأخبار والمعلومات والمعارف التي تعمل على تنمية الفرد وتكيفه جسمانيا وعقليا ووجدانيا، في إطار الأنشطة الرياضية، وبوسائل تخدم الحقيقة وتتصف بالسرعة والتبصر والدقة، التي من شأنها مساعدة القيادة الإنسانية⁴.

الفرع الثاني: أهداف الصحافة الرياضية وخصائصها.

أولا: أهداف الصحافة الرياضية.

تسعى الصحافة المكتوبة لتحقيق عدة أهداف، يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- الأخبار والأعلام حيث تقوم بتزويد الجماهير بالأخبار اللازمة لما لتكون حكمها على الموضوعات العامة.
- التعليق على الأنباء الرياضية.
- تعكس آراء الآخرين في الموضوعات والأحداث الرياضية وتعليق عليها من خلال عرض آراء ووجهات نظرهم.
- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية.

¹ غازي زين عوض، الصحافة الرياضية -النشأة والتطور-. (ط: 2؛ مصر: دار الكتب المصرية، 2006م)، ص15.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد: 14، قانون رقم: 90، 1996م، ص15.

³ حافظ سامع كمال عبد القادر، الصحافة الرياضية وعلاقتها بصنع القرار في الأندية والاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية. (رسالة دكتوراه في الفلسفة في التربية الرياضية) جامعة الزقازيق. ص15.

⁴ ساعاتي أمين، الإعلام في المملكة العربية السعودية -تاريخه وتطوره-. (ط: 1؛ السعودية: دار المدني، 1990م)، ص8.

- التعريف بالأبطال في مجالات الرياضة المختلفة، والتركيز على الناشئين.
- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.
- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد على التعصب والكرهية بين أبناء الوطن.
- التعريف بالقواعد المختلفة للألعاب الرياضية¹.
- توعية وتنقيف الجماهير الرياضية.
- التوجيه والإرشاد للأفراد والنوادي والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والأهلية.
- ولكي تحقق الصحافة أغراضها يجب أن تتميز ببعض الصفات أذكر منها:
- حسن اختيار أفراد القسم الرياضي، ممن تتوفر فيهم الصفات الصحفي الرياضي الناجح.
- أن تكون الناقد أو المحرر الرياضي رياضياً، ويفضل أن يكون خريج من كليات التربية الرياضية.
- تحري الصدق وعدم التسرع في كتابة ونشر الأخبار الرياضية².
- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق، فهي التي تحدد أنماط السلوك الرياضي.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تغييرها وتعليق عليها.
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية³.

¹ حسام الدين رفقي عبد الخالق، وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة لاكتساب السلوك الرياضي. رسالة دكتوراه، 2003م، ص13.

² خير الدين عويس، الإعلام الرياضي. مرجع سابق، ص103.

³ مرجع نفسه، ص104.

ثانياً: خصائص الصحافة الرياضية.

يشير أديب خضور إلى أنه حتى تمكن الصحافة الرياضية من تحقيق أهدافها على الوجه الأفضل، لابد لها أن تتميز ببعض الخصائص منها ما يلي:

أ- **موضوع الصحافة الرياضية:** الرياضة كفلسفة ونظرية وكمارسة وكجمهور... هي موضوع الصحافة الرياضية، ولكن بالرغم من التطور النوعي والشامل والعميق الذي تشهده الرياضة فإنها لم تتأصل كما يجب، ولم تصبح كما هو مطلوب، وحاجة وضرورة، كما هو الحال بالنسبة لصناعة والتجارة والتعليم، وما زالت الرياضة تقع ضمن الرياضة صناعة الترفيه، وقد انعكس هذا كله على موضوع الصحافة الرياضية، لذلك يجب على الصحافة الرياضية القيام بما يلي:

- أن تعيد تقويم ذاتها، وتأخذ نفسها بقدر أكثر من الجدية.
- أن تهتم الصحافة الرياضية بتقديم المادة الثقافية الرياضية، وحقيقة ومتنوعة تواكب التطور الحاصل في الحياة الرياضية فكراً وممارسة.
- أن تهتم الصحافة الرياضية بمعالجة أعمق وأشمل للجوانب المختلفة للدور الذي تقوم به الرياضة في المجتمع.

- أن تنتوع المنظومة الرياضية الإعلامية، بحيث تغطي الرياضات المختلفة، والمناطق المختلفة والشرائح الجمهور الرياضي المختلفة¹.

ب- **الطبيعة الخاصة للحدث الرياضي:** يأخذ الحدث الرياضي خصائص ويكتسب ملامح وسميات من هذه الخصائص، ومن أبرز هذه الخصائص ما يلي:

- الحدث الرياضي يتمتع بقدر كبير من الديناميكية.
- الحدث الرياضي عبارة عن سلسلة من المواقف المتلاحمة والمتغيرة.
- الحدث الرياضي يثير اهتمام القارئ بشكل مؤقت وربما لحظي.
- يشكل الحدث الرياضي حلقة ضمن سلسلة متكاملة ومتواصلة².
- يقع الحدث الرياضي خارج أو على هامش الاهتمامات المصيرية الجدية للقارئ³.

¹ خضور أديب، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ سوريا: لان، 1994م)، ص 76.

² ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص 172.

³ خضور أديب، الإعلام الرياضي. مرجع سابق، ص 76.

ج- جمهور الصحافة: يمكن تحديد سمات جمهور الصحافة على النحو التالي:

- جمهور ضخم ومتنوع، ولكن غير متجانس.
 - جمهور إيجابي يسعى للإطلاع على الأحداث الرياضية ويبحث عنها.
 - جمهور تهتم شرائح واسعة من منه بما هو إجباري فوري ومثير.
 - جمهور شاب محدود الاهتمام بالقضايا السياسية والاجتماعية.
 - جمهور ليس له تقاليد راسخة عميقة، تتعلق بالذوق والسلوك.
 - جمهور مهتم ويتابع ومطلع يعرف القواعد والأنظمة، ويتابع الأحداث والأسماء.
 - جمهور مزاجي انفعالي عاطفي متقلب من صعب إرضائه¹.
- د- لغة الصحافة الرياضية: ابرز سمات الصحافة الرياضية ما يلي:

- العفوية الحيوية الرشاقة البساطة الجاذبية.
 - غلبة الجمل الفعلية على العناوين والمتن.
 - كثرة المصطلحات الفنية الخاصة بالعبة.
 - كثرة الألفاظ العامة والمألوفة جداً، والمتداولة في الأوساط الرياضية.
 - علبة طابع السرد والصرف، أو السرد مع التحليل، في الكتابة الصحفية والرياضة.
- هـ- الصورة في الصحافة الرياضية: تتعاظم أهمية الصورة في الصحافة الرياضية، وتكون خصائصها على النحو التالي:

- 1- الصورة في الصحافة الرياضية تعكس وتجسد لحظة خصبية في سياق الحدث الرياضي المتطور والمتسلسل.
- 2- الصورة الغالبة في الصحافة الرياضية، هي أما الصورة الإخبارية التي تنقل الحدث أو الصورة الفنية التي تبرز التقنيات العالية في الأداء الرياضي.
- 3- تلعب الصورة في الصحافة الرياضية دوراً متزايد الأهمية في تجسيد المادة الإعلامية².

¹ ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص172.

² مرجع نفسه، ص173.

و- هامش أوسع من حرية التعبير والإبداع:

إن البعد النسبي للموضوع الرياضي عن القضايا الحاسمة تتيح لصحفي الرياضي هامشا أوسع من الحرية في معالجة الموضوع الرياضي، وعلى ضوء ذلك يمكن تغير غلبة الطابع الانتقادي في الكتابة الصحفية الرياضية، وبروز شخصية الصحفي كأساس في التحرير الصحفي الرياضي عموما، ويتمتع الصحفي الرياضي بقدر أكبر من الحرية في اختيار المادة¹.

المطلب الثاني: أنواع الصحافة الرياضية ووظائفها.

الفرع الأول: أنواع الصحافة الرياضية.

يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع، وذلك حسب عدة معايير منها:

أ- من حيث دورية الصدور:

- صحف الرياضة اليومية.
- صحف الرياضة الأسبوعية.
- صحف الرياضة النصف شهرية.
- صحف الرياضة الشهرية.

ب- من حيث التغطية الجغرافية:

- صحف رياضة محلية: حيث يغطي توزيعها إقليم معين، وتهتم بالأخبار الرياضية في هذا الإقليم.

- صحف رياضة قومية: وهي التي توزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم معين، وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية.

- صحف رياضة دولية: وهي صحف الرياضة القومية، تصدر طبقات خاصة لتوزع خارج الدولة نفسها.

¹ خضور أديب، الإعلام الرياضي. مرجع سابق، ص 77.

ج- من حيث المضمون:

- صحف عامة: وهي الصحف التي تجمع بين المضمون العام والمتنوع، وتكون الرياضة أحد صفحاتها، حيث أنها تشتمل على صفحات الأدب والسياسة وغيرها¹.
- صحف رياضة متخصصة: وهي صحف لها جمهورها الخاص من المتخصصين علميا في المجال الرياضي، ويغلب عليها أسلوب الدراسات والبحوث.

د- من حيث حجم التوزيع:

- الصحف الرياضية الجماهيرية أو الشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم وتكوين رخيص الثمن، وتركز على الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي وتخطب عواطفه معتمدة على الأسلوب السهل في الكتابة.
- صحافة النخبة أو المحافظة: وهي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار والأحداث الرياضية.

هـ- من حيث الشكل الفني:

- الجريدة الرياضية.
- المجلة الرياضية².

ويتفقان معا من حيث صدورهما دوريا، إلا أن هناك مجموعة من الاختلافات أذكر منها:

- * تختلف الجريدة أو المجلة في الشكل والحجم، حيث أن الجريدة عبارة عن طيات لعدد من صفحات بدون غلاف بخلاف المجلة فهي أكثر صفحات وذات غلاف.
- * وتختلف الجريدة عن المجلة أيضا في دورية الصدور، فالجريدة الرياضية لا تزيد دورية صدورها على أسبوع، بخلاف المجلة الرياضية فهي لا تقل دورية صدورها على الأسبوع.

و- من حيث جهة الصدور:

- صحف الأندية الرياضية أو مراكز الشباب: وهي التي تصدر في بعض الأندية أو مراكز الشباب، وتقوم بتغطية مختلف الأنشطة الرياضية.

¹ خير الدين عويس وعطاء حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص108.

² ياسين فضل ياسين، مرجع سابق، ص174.

- صحف الاتحادات الرياضية: وهي التي تصدر عن بعض الاتحادات الرياضية، حيث تقوم بتغطية نشاط الاتحاد في اللعبة التي يقوم بالإشراف عليه، وتكون لسان هذا الاتحاد¹.

الفرع الثاني: وظائف الصحافة الرياضية.

لم تعد وظيفة الصحافة الرياضية تقتصر على ذكر نتائج المباريات أو وقتها أو تحليلها فقط، بل أصبح دورها أعم وأشمل، حيث يلعب دورا فعالا في تطوير الرياضة ونشرها بين الشباب، كما أنها تسهم في ترسيخ القيم الإنسانية من خلال مكافحتها لظاهر العنف، وتجسيد معنى المحبة والصداقة بين الشعوب، وتساهم الصحافة في تسجيل الوقائع والأحداث الرياضية بالكلمة والصورة، فتعد بذلك مرجعا إرشاديا لا غنى عنه. كما تساهم في عملية التنمية والتطوير من خلال التوعية بأهداف الرياضة ومبادئها الأساسية، وتوجيه الرياضيين من خلال النقد الهادف والكلمة الصادقة الموضوعية².

وكذلك تختلف وظائف الصحافة الرياضية باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع.

كما تختلف وظائفهم الصحافة الرياضية من فترة إلى أخرى في نفس المجتمع، ولكن يمكن تحديد أهم الوظائف للصحافة الرياضية كالآتي:

أ- **الأخبار والإعلام**: وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناه الحقيقي، ولا يكفي أن تعلم الصحيفة قراءها بالأحداث، بل عليها أن تنير اهتمامهم.

ب- **الشرح والتفسير والتحليل**: ويعني تقديم المزيد من التفاصيل والتوضيح للأحداث الرياضية المختلفة وللموضوعات والقضايا الرياضية المثارة في المجتمع مما يعطي لهذه الموضوعات والأحداث دلالتها المختلفة، ويساعد القراء على فهمها، وإدراكها وتكوين

¹ خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 115.

² أمين ساعاتي، أزمة الصحافة. مرجع سابق، ص 44.

وجهات نظر أو رؤية حولها، ويتم هذا من خلال وضع الحدث أو الموضوع الرياضي في التيار العام للأحداث¹.

وباستخدام أشكال الصحيفة المختلفة تقوم هذه الوظيفة على أساس التحليل السببي أو الغرض في أعماق الحقائق وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائقية لهذه الحقائق والأحداث إذ لا بد للصحافة الرياضية من أن تقدم لقراءها أو لجماهيرها تغير للأحداث الرياضية وتوضيح لأسبابه ومسبباتها².

ج- النقد والتعليق وطرح الرأي: يتوقف القدر الذي تمارس به الصحافة الرياضية هذا الدور على مدى تمتعها بالحرية التعبير على الآراء المختلفة، إذ أن الصورة المثلى هو أن تقوم الصحافة الرياضية بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات والتيارات في المجتمع، وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع³.

د- التثقيف: الصحافة الرياضية تقدم للقراء والجماهير الثقافة الرياضية، كما تقوم بنقل التراث الثقافي الرياضي من جيل إلى آخر، وتعرف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع والمشكلات التي واجهته.

هـ- الإرشاد والتوجيه: هذا هو بالطبع النتيجة المنطقية للشرح والتفسير والتحليل والنقد والتعليق وطرح الرأي، فالصحافة الرياضية بعد أن تفسر وتوضح لا بد أن ترشد وتوجه إلى الطريق الصحيح، حتى تكون مهتما إيجابيا.

و- التوثيق والتاريخ: تقوم الصحافة الرياضية بتسجيل الوقائع الحية الرياضية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحمة.

وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة وثيقة تاريخية على فهم الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي تصدر في ظلها الصحيفة، وعلى تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في هذا المجتمع، لقد أصبحت الصحافة الرياضية مرجعا وثائقيا لا يمكن الاستغناء عنه⁴.

¹ محمود علم الدين وليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي. (ط: 1؛ مصر: دار الحكيم، 2000م)، ص46.

² مرجع نفسه، ص46.

³ عواطف عبد الرحمان وآخرون، تحليل مضمون في الدراسات الإعلامية. (ط: 1؛ مصر: العربي للنشر والتوزيع، 1983م)، ص36.

⁴ عصام سليمان موسى، الثقافة الإعلامية العربية-مشاكل ومقترحات-. مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت: ل.ن، العدد: 4، مج: 16، ص76.

ي- التنقيب على الفساد وكشف الانحرافات: تقوم الصحافة الرياضية في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الهيئات الرياضية المختلفة مثل المجلس القومي لشباب أو الأندية الرياضية أو الأمور التي تتحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد، ويساعدها على القيام بهذا الدور ما يتمتع به من حرية¹.

ومن هنا نستخلص أن الصحافة الرياضية وسيلة هامة لنشر الحقائق لأنها متخصصة في الشأن الرياضي وتحرص على نشر الخبر الداخلي والخارجي وحرصها على نيل ثقة قراءها وهي مصدر موثوق للمعلومات والحقائق، وكذلك الوسيلة الوحيدة التي يستطيع القارئ عرض نفسه عليها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه.

¹ حسن محمد مطر، فن الصحفي في عصر المعلومات- تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية- (ط: 1؛ لا.م: دار الكتاب الجامعي، 2005م)، ص66.

الفصل الثاني:

علاقة الإعلام الرياضي بالقيم لدى الشباب

المبحث الأول: ما هية القيم.

المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف القيم.

الفرع الثاني: خصائص القيم.

المطلب الثاني: مصادر القيم وتصنيفها ومنهج الإسلام في تكوينها.

الفرع الأول: مصادر القيم وتصنيفها.

الفرع الثاني: منهج الإسلام في تكوين القيم.

المبحث الثاني: ما هية الشباب.

المطلب الأول: تعريف الشباب وأهميته وخصائصه.

الفرع الأول: تعريف الشباب.

الفرع الثاني: أهمية الشباب وخصائصه.

المطلب الثاني: حاجات الشباب ومشاكله وعلاقته بالإعلام الرياضي.

الفرع الأول: حاجات الشباب ومشاكله.

الفرع الثاني: دور وسائل الإعلام في غرس القيم.

المبحث الأول: ما هية القيم.

خلق الله الإنسان وميزه عن الكائنات الأخرى، وهذا التمييز ليس فقط من الناحية التشريحية بل إنه قد منحه العقل، وتلك النعمة الكبيرة التي منى الله بها على الإنسان لتمييزه عن غيره من الكائنات الأخرى، وتمكينه من إدراك ما حوله، والتمييز بين الصواب والخطأ كخطوة أولى لإدراك القيم والتحلي بها، إذا فالقيم هي من أعطت الإنسان وصفا مميز عن باقي الكائنات الأخرى، وبالقيم تتحدد مكانة الفرد وسموه داخل عالمه الإنساني.

المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف القيم.

1- القيم في اللغة:

جاء في معجم مقاييس اللغة، القاف والواو والميم أصلا ن صحيحان يدل أحدهما على جماعة الناس وربما ستغير في غيرهم وآخر على انتصاب وعزم وقل ومن باب قومت الشيء تقويما، وأصله أنه تقيم هذا المكان ذاك¹. القيام والقوام اسم لما يقوم به الشيء، العمد والسند لما يعتمد ويشد به².

والقيم مفرد لها قيمة، وهي إذا كانت مبناها في اللغة واحدا، إلا أن معانيها قد تتعدد فهي من قام، قوما، قياما، قومه انتصب واقفا، وقوم المعوج: عدله وأزال عوجه، وقوم الشيء قدر قيمته، واستقام الشيء اعتدل وإستوى، ورمح قوام، مستقيم وقوام الإنسان قامته وحسن طوله، والقوام قوام كل شيء، عماده ونظامه، وقوام الأمر ما يقوم به، وقيمة الشيء قدره، وقيمة المتاع ثمنه، والقيم من يقوم بالأمر³.

وكذلك وردت بمعاني متعددة ترجع إلى الفعل قول، هي على النحو التالي:

- نقيض الجلوس: قوم، القيام، قام يقوم، وقياما، وقومه، وقامة، والقومة المرة الوحيدة.
- وتأتي بمعنى العزم ودليله قوله عز وجل: ﴿إِنَّ قَائِمُوا فَقَالُوا رَبُّنَا رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ﴾ [الكهف: 13].

¹ ابن فارس أحمد، معجم مقاييس اللغة. (ط: 1؛ لبنان: دار الإحياء لتراث العربي، 1422هـ)، ص 839.

² الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن. (ط: 2؛ لبنان: دار المعارف، 1420هـ)، ص 418.

³ معجم اللغة العربية، مرجع سابق، ص 521.

- وتأخذ معنى الاستقامة، حيث ورد في التنزيل العزيز في قول تعالى: ﴿فِيهَا كُتِبَ قِيمَةً﴾ [البينة: 3]. أي كتب من الله مستقيمة، وكذلك قوله سبحانه وتعالى: ﴿وَلِلَّهِ دِينُ الْقِيمَةِ﴾ [البينة: 5]، أي دين القمة الملة، أي المستقيمة¹.

وفي المختار الصحيح القيمة واحد القيم، قوم الشيء تقويما فهو قويم مستقيم، وقيمة الشيء أي قدره².

ويذكر مخلوف حسن في كتابه كلمات القرآن مفسرا قوله تعالى: ﴿دِينًا قِيمًا﴾ [الأنعام: 161]. أي ثابتا مقوما لأمر المعاش والمعاد، وفي قوله تعالى: ﴿فِيهَا كُتِبَ قِيمَةً﴾ [البينة: 3]. أي أحكاما مستقيمة، فيبين الحق من الباطل وقوله تعالى: ﴿لِلَّهِ الدِّينُ الْقِيمُ﴾ [الروم: 30]. أي مستقيم الذي لا اعوجاج فيه³.

2- القيم في الاصطلاح:

- هي مجموعة من المعايير التي تحقق الاطمئنان، للحاجات الإنسانية، ويحكم عليها الناس بأنها حسنة، ويكافحون لتقديمها إلى الأجيال القادمة ويحرصون على الإبقاء عليها⁴.

- ويعرفها عدد من الباحثين على اعتبار أنها محددات لسلوك الفرد وأفعاله⁵.

- تعرف كذلك على أنها مجموعة من المعتقدات والتطورات المعرفية والوجدانية والسلوكية الراسخة التي يختارها الفرد بحرية بعد تفكير عميق، ويعتقد بها اعتقادا جازما، بحيث يشكل لديه منظومة من المعايير ويحكم بها على الأشياء بالحسن أو القبح، وبالقبول أو الرد، ويصدر عنها سلوك منتظم يتميز بالثبات والتكرار والاعتزاز⁶.

- وكذلك تعرف القيم بأنها الاتجاهات الفكرية، نحو ما هو مرغوب فيه أو نحو ما هو يصلح وما لا يصلح، وهذه الاتجاهات قد تكون حبا أو كراهية أو ميلا أو نفور من مواقف وموضوعات وأشخاص، أو أي جوانب أخرى⁷.

¹ أبي بكر جابر الجزائري، من الكلام العلي القدير. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، د.ت)، ص 174.

² محمد بن بكر الرازي، مصدر سابق، مادة: ص 232.

³ مخلوف حسن محمد، كلمات القرآن تفسير وبيان. (ط: 1؛ ل.م: مكتبة أيوب، 2000م)، ص 104.

⁴ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، القيم السياسية في الإسلام. (ط: 1؛ مصر: دار الثقافة، 2010م)، ص 20.

⁵ عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم- دراسة نفسية-. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، 1992م)، ص 46.

⁶ عبد النقي وآخرون. المجلة العربية لتطوير التفوق، ل.م: ل.ن، العدد: 6، 2013م، مج: 4، ص 56.

⁷ محمد أكرم العدولي، منهجية العمل المؤسسي. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، د.ت)، ص 10.

هـ- أو هي ما يعلق عليه الإنسان أو مجموعة من الناس أهمية أكبر ليكون مبدأ من مبادئ السلوك الأخلاقي أو الإيماني الديني أو الفلسفي، ويكون هذا بطبيعة الحال شيئاً مجرداً، نسبياً في رأي بعضهم مثل حرية بوصفها قيمة من القيم الديمقراطية¹.

و- هي مجموعة من ضوابط السلوكية والأسس الاجتماعية المحددة لتصرفات وعلاقات الأفراد في الجماعة الرياضية، بحيث تصب هذه القوالب في أطر معينة وثابتة ولها أهميتها في جمع الأفراد وتحقيق الوحدة الذهنية والفكرية والسلوكية بينهم².

الفرع الثاني: خصائص القيم.

القيم كانت مثلاً عالياً، ولكن تحولت النظرة إليها فأصبحت اليوم حاجات تفرزها أوضاع الحياة الاجتماعية وتطورت النظرة إلى القيم من التجريد إلى الواقعية، فصارت القيم استشفافاً من خلال انتهاكات القانون بالحقيقة الاجتماعية، فتطور النظر إلى القيم عما اتصفت به في الماضي بأنها تطلعات ميتافيزيقية، ففهمت على أنها معاني يحكم بها المسالك والأشياء تبعاً لجودها أو عدم جودها في إشباع غايات إنسانية متصورة ومستهدفة على أنها حاجات واجبة الإيفاء بها³.

ولذلك فقد أصبح الآن أن مجرد نسبة قيمة معينة إلى مجموعة من الأفراد، إنما يعني أن لديهم اتجاهات إيجابية، اتجاه بعض جوانب الحياة وأخرى سلبية اتجاه بعض مختلف، أو بمعنى آخر أن أفراد بحكم ما لديهم من قيم محضة يكونون مهيين لعمل اختيارات معينة، دون غيرها، ذلك التهيؤ الذي تلعب فيه القيم دوراً هاماً⁴، وللقيم خصائص متعددة ومتنوعة، تتعدد من حيث الزمان والمكان، ومن حيث المضمون والأهمية النسبية لها، ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:

1- الذاتية: تتميز القيم بالذاتية، حيث تتمثل في تعلقها بالطبيعة الإنسانية السيكولوجية للإنسان التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من العوامل النفسية، فالقيمة باعتبارها أحكاماً تصدر على أشياء تتضمن معاني كبيرة مثل الاهتمام والاعتماد والرغبة

¹ الشيخ غريب، معجم الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب. (ط: 1؛ لبنان: دار النخبة، 2007م)، ص308.

² إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع الرياضي. (ط: 1؛ الأردن: دار وائل للنشر، 2005م)، ص116.

³ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مرجع سابق، ص28.

⁴ نعيم عطية، القانون والقيم الاجتماعية. (ط: 1، مصر: الهيئة المصرية للتأليف والنشر، 1971م)، ص16.

وكل هذه المعاني تعبر عن عناصر الشخصية الذاتية، وتضمن القيمة عنصرا عاطفيا إلى جانب العنصر المعرفي والسلوكي¹.

2- الموضوعية: ونعني بموضوعية القيم أنها خارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسدهم الفردية، وأن ذاتية القيم ونسبتها لا تتعارض مع ضرورتها، لأن هناك بعض القيم الموضوعية التي يجمع عليها اغلب الناس داخل المجتمع، فلا يجب أن ننظر إلى هذه القيم، نظرة ذاتية، بل نظرة موضوعية، إذ لا يمكن لعنصر الذاتية للقيم أن تولد قاعدة عامة². وإنما الذي تولده باعث على تصرف ما، لأن القيمة في النظرة الذاتية تتلون وتتشكل بالاعتبارات المتعلقة بالشخص لا بالموضوع في حد ذاته.

ولذلك يجب طرح النظرة الذاتية للقيمة، والاعتداد بدلالاتها الموضوعية، أي بالقيمة المعتمدة كصفة بالموضوع ذاته، وموجودة فيه ولأجله، لا من أجل الشخص الذي يمسها الموضوع، فالقيمة في النظرة الموضوعية لا تتأثر بالشخص بل تتأثر في الشخص، وهذه الحالة التأثيرية ليتسبب القيمة بل هي النتيجة المترتبة عليها³.

3- النسبية: وتعني نسبة القيم بأنها تختلف من شخص إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر ومن ثقافة إلى آخر، بل إنها تختلف في الشخص الواحد على حسب رغباته وحاجاته وميوله، وكذلك لا يمكن أن نفهم القيمة، إلا في مجال السلوكي وفي الإطار الثقافي الذي يعيش فيه الفرد.

4- الترتيب الهرمي: نقصد بالترتيب الهرمي للقيم، أن هناك بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها، فنجد الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعا، ولكن إذا حدث تعارض بينهما فإن بعضها يخضع للبعض الآخر وفقا لترتيب خاص به، فهناك قيمة لها الأولوية في حياة الفرد عن باقي القيم.

¹ سميحة محمد أبو ناصر، دراسة للقيم الاجتماعية لدى الفتاة الكويتية وأبعادها التربوية. رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس، كلية البنات، 1982م، ص102.

² إسماعيل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص19.

³ نعيم عطية، مرجع سابق، ص20.

5- الثبات النسبي: أي المحافظة على موجات السلوك الكبرى، مما يضمن الثبات النسبي لكثير من القيم، أن عدد من القيم يمتصها الفرد شعوريا ولا شعوريا منذ طفولته، ويربطها وجدانيا وتأثيرا باحترام الناس لها فيصعب عليه أن يتحرر منها¹.

6- الدينامية: تعني القابلية لتغيير الاجتماعي، ولكن قد يكون التغيير سريعا كما في الدول الصناعية المتقدمة التي تعتبر الرغبة في التغيير، قيمة اجتماعية وقد يكون بطيئا جدا، ثم في المجتمعات البدائية والثبات النسبي للقيم لا يعني عدم قابليتها للتغيير.

7- يمكن النظر للقيم على أنها ظاهرة اجتماعية لها صفت الظواهر الاجتماعية وتؤدي إلى تحقيق وظائف معينة في المجتمع، ويمكن قياس القيم ودراستها باستخدام أساليب عديدة.

8- القيم عملية قابلة للترشيد، فترشيد القيم يتطلب تفهم ومعايشة وممارسة هذه القيم والرجوع بها إلى جذورها الثقافية والوقوف على وظائفها الاجتماعية².

المطلب الثاني: مصادرها وتصنيفها ومنهج الإسلام في تكوينها.

الفرع الأول: مصادر القيم وتصنيفها.

أولا: مصادر القيم.

للقيم مصادر عديدة وتختلف هذه المصادر من مجتمع إلى آخر، ويمكن حصرها

فيما يلي:

1- الدين الإسلامي: ومتمثلا في كتاب الله وسنة رسوله ﷺ والإجماع والاجتهاد وهذا المصدر هو المصدر الأساسي للقيم في مجتمعنا وإن آخر التمسك بها يصف شيئا فشيئا، إلى أن يبعث الله على رأس كل مئة سنة من يجدد لهذه الأمة أمر دينها، وجميع القيم المستمدة من هذا المصدر، هي الخير كله، ومصدر سعادة للبشرية في دنياه وأخراه إن تمسكت بها حق التمسك³.

¹ فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية. (ط: 2، لبنان: دار النهضة العربية، 1980م)، ص28.

² إسماعيل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص22.

³ عبد الوهاب، "دور المعاهد التقنية في المجتمع العربي المتغير". المجلة العربية للبحوث التعليم العالي، لا.م: لا.ن، العدد: 6، 1986م، ص82.

2- العادات والتقاليد: حيث أن هناك قيم لازال الكثير من الناس يتمسك بها، وكانت سائدة في العصر الجاهلي وبعض هذه القيم إيجابية كالنخوة والشجاعة، وإغاثة الملهوف وبعضها قيم سلبية تضر الأفراد والمجتمع كالعصبية القبلية والأخذ بالثأر¹.

3- التراث الإنساني العالمي: فنظرا لسهولة الاتصال بين أنحاء العالم أصبح من السهل انتقال القيم من مكان لآخر، ولقد فقدت إلينا الكثير من القيم في خلال العالم الغير إسلامي.

4- موارد الدراسات المنهجية: فقد ظهرت على المستوى التربوي الكثير من القيم ذات العلاقة بالدراسة المنهجية، وأغلبها نافع ومفيد إذا طبق تطبيقا سليما مراعيًا واقعنا وظروفنا ومن هذه القيم الاستدلال الدقة، التساؤل، العصف الفكري... إلخ².

ثانيا: تصنيف القيم.

يرى الكثير من العلماء الذين تعرضوا لدراسة القيم أنه من العسير تصنيفها تصنيفا شاملا، يتم الاتفاق عليه من الجميع، إلا أن ذلك لم يمنعهم من المحاولة في تصنيفها لأبعاد مختلفة، كل بحسب المنصور الذي ينظر به لذا ظهرت تصنيفات عديدة من أهمها:

1- على أساس بعد المحتوى: وقسمت فيه القيم إلى ست أنواع وهي كالآتي:

أ- القيم النظرية: ويعبر عنها في اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة فيتخذ اتجاهها معرفيا من العالم المحيط به³.

ب- القيم الاقتصادية: ويعبر عنها في اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع، وهو في سبيل هذا الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها على طريق الإنتاج⁴.

ج- القيم الجمالية: ويعبر عنها في اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل، لذا فهو ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير على أساس التكوين والتوافق⁵.

¹ عبد الوهاب، مقال سابق، ص

² عبد الملك الناشف، القيم وطرائق تعليمها وتعلمها. (ط: 1؛ الأردن: لان، 1981م)، ص82.

³ فوزية دياب، مرجع سابق، ص74.

⁴ حامد عبد سلام زهران، علم النفس الاجتماعي. (ط: 6، مصر: عالم الكتب، 2000م)، ص159.

⁵ عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الاجتماعي أصوله ومبادئه. (ط: 1؛ لبنان: دار النهضة، 1999م)، ص175.

د- القيم الاجتماعية: ويقصد بها اهتمام الفرد بالآخرين ويسعى إلى مساعدتهم وإبداء الماعونة متى ما تطلب الأمر ذلك، يجد في ذلك متعة وإشباع لرغباته¹.

هـ- القيم السياسية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة لذا الأشخاص الذين يحملون هذه القيم يتصفون بحب السيطرة والتحكم في الأشياء².

و- القيم الدينية: يهتم حامل هذه القيم في معرفة ما وراء هذا العالم الظاهري وأصل الإنسان ومصيره والطبيعة الإنسانية والوجود ويرى أن هناك قوة سيطرة على العالم الذي يعيش فيه³.

2- على أساس بعد الشدة: نميز ثلاث مستويات لمستوى الشدة القيم.

أ- القيم الملزمة: وهي القيم التي تتصل اتصالاً وثيقاً بالمبادئ التي تساعد على تحقيق الأنماط المرغوب فيها، والتي تصطلح عليها الجماعة وتنظيم السلوك⁴.

ب- القيم التفضيلية: وهي القيم التي لا يلزم المجتمع أفرادها على التمسك بها وإنما يشجعهم عليها.

ج- القيم المثالية: وهي القيم التي يجد الناس صعوبة في تحقيقها بصورة كاملة رغم أنها تؤثر بشكل قوي في توجيه سلوك الأفراد⁵.

3- على أساس العمومية: وتنقسم إلى قسمين.

أ- قيم عامة: وهي القيم التي تنتشر في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه أو حضره وطبقاته وفئاته المختلفة.

ب- قيم خاصة: وهي القيم المتعلقة بمناطق محدودة أو بطبقة أو جماعة خاصة أو بموفق أو مناسبات اجتماعية معينة⁶.

¹ فوزية دياب، مرجع سابق، ص74.

² عباس محمود عوض، القياس التقييمي بين النظرية والتطبيق. (ط: 1؛ مصر: دار المعرفة الجامعية، لا.ت)، ص253.

³ حامد عبد سلام زهران، علم النفس الاجتماعي. مرجع سابق، ص159.

⁴ حاتم حاسم وعزيز السعدي، القيم التربوية في فكر الإمام الحسن. (ط: 1؛ لا.م: دار الكتب والوثائق، 2013م)، ص99-102.

⁵ فوزية دياب، مرجع سابق، ص76.

⁶ محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي. (ط: 1؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1982م)، ص160.

4- على أساس بعد الوضوح: وتنقسم إلى قسمين.

- أ- القيم الظاهرة الصريحة: وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام، وقد تكون هذه القيم غير حقيقية، لأن العبرة في القيم ليست بالكلام المنطوق، بل بالعمل والسلوك الفعلي¹.
- ب- القيم الضمنية: وهي تلك القيم التي تستخلص وتستدل على وجودها من الملاحظة والاختبارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد².

5- على أساس بعد الدوام: وتنقسم إلى نوعين.

- أ- القيم العابرة: وهي القيم الموقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال مثل القيم المرتبطة بالموضة.
 - ب- القيم الدائمة: وهي القيم التي تتصف بالديمومة والبقاء لمدة طويلة وديمومة هنا نسبة، ومن هذه القيم، القيم المتعلقة بالعادات والتقاليد³.
- الفرع الثاني: منهج الإسلام في تكوين القيم.

المنهج الإسلامي يتسم بثبات القيم، وأيضا بتغير دائم ومستمر، تبعا للمكان والزمان والظروف التي يعيشها الإنسان بحيث لا تخالف تعاليم الدين وتوافق فطرته وميوله.

والقيم الإسلامية صاغها خالق الإنسان والكون والحياة، وفق مجموعة من الخصائص، وحينما جاء الدين الإسلامي، أشاع بين جنات الأرض قيما جديدة، وأخذ يدعوا إلى اعتناق هذه القيم، عن طريق الحكمة والموعظة الحسنة⁴، وصدق الله العظيم بقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: 125].

- حيث أتى القرآن لا يصطدم مع طبيعة البشرية، بل ليضبطها ويفجر أحسن ما عندها ومن ثم كان لابد أن يقيم السلوك على أساس قيم ضابط حيث اهتم القرآن بالتالي:
- اهتمام القرآن في المرحلة المكية ببناء الإيمان في نفوس المسلمين.
- اهتمام القرآن بتصحيح علاقة الإنسان مع نفسه ثم مع من حوله من الناس وأتم رسول الله ﷺ بناء القيم في نفوس المسلمين، وكانت طريقته أبداع ما تكون الطريقة، وأساليبه أشهر

¹ حامد عبد سلام زهران، علم النفس الاجتماعي. مرجع سابق، ص60.

² حاتم حاسم وعزير السعدي، مرجع سابق، ص105.

³ فوزية دياب، مرجع سابق، ص98.

⁴ طهطاوي سيد أحمد، القيم التربوية في القصص القرآني. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، 1996م)، ص58.

ما تكون وأعظم ضربه القدرة بنفسه، وفي مجالسه، وباستخدامه كافة الطرق لاستثارة إمكانيات الإنسان من أجل تمثل بعض القيم¹.

ومن بعض القيم التي ذكرت في القرآن الكريم والسنة النبوية أذكر منها:

1- الشورى: ولقد أمرنا القرآن الكريم بالأخذ بالشورى في تنظيماتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية... وغيرها.

وقد أمر الله سبحانه وتعالى نبيه محمد ﷺ أن يشاور أصحابه²، فقال تعالى: ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾ [آل عمران: 159].

2- العدل: وهو المبدأ الذي يعطي حصانة القانون لكل فرد، وفي المجتمع الإسلامي لم يقبل الرسول ﷺ الشفاعة في حد من حدود الله (الوساطة)، وبمحاداة الله لأنه يضيع حقا لذوي الحق³.

3- الجهاد: والأمة الإسلامية في هذه المهمة اختارها الخالق سبحانه وتعالى، وفي مقابل هذا الاختيار والتميز قد حملها في نفس الوقت رسالة التضحية بكل ما يملكه الإنسان من تعز عليه في هذه الدنيا تضحية بحياة الإنسان حينما يبذلها في سبيل هذه الرسالة وفي سبيل بقاء الإنسان واستمرار هذه الصفات الإنسانية⁴.

4- الأمانة: وهي أس الدين المتين، ويختلف الناس في تمكن هذه القيمة الخلقية من نفوسهم، ذكر الله عز وجل في كتابه العزيز الأمانة وأمر بها وأكد شأنها وشأن أهلها، حيث تكرر لفظها في القرآن الكريم منها قوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ﴾ [النساء: 58].

5- الحكم: الحكم من صفات الأنبياء والمرسلين والصالحين، يرفع المتحلين به إلى مستوى من حسن الخلق الكريم ومن ترفع عن الدنيا، ما هو سيدنا يوسف ﷺ يقابل إساءة إخوانه بالحلم والصفح⁵.

¹ علي خليل مصطفى، فلسفة التربية الإسلامية في القرآن الكريم. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة إبراهيم حلمي، 1988م)، ص99.

² عبيدات زهاء الدين، القيادة والإدارة التربوية في الإسلام. (ط: 1؛ الأردن: دار البيارق، 2001م)، ص141.

³ بكر عبد الجواد السيد، فلسفة التربية الإسلامية في الحديث الشريف. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، د.ت)، ص154.

⁴ سلطان محمود السيد، مفاهيم تربوية في الإسلام. (ط: 2؛ مصر: دار المعارف، 1981م)، ص36.

⁵ عبيدات زهاء الدين، مرجع سابق، ص203.

6- الحب والإخاء: قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ [الحجرات: 10]، ومن هذا الإخاء يجعل الإنسان يعترف بحق الإنسان في الحياة والوجود.

7- الصدق: إن الله خلق السموات والأرض بالحق، وطلب إلى الناس أن يبنوا حياتهم على الحق، فلا يقولوا إلا حقا ولا يعملوا إلا حقا، والعمل الصادق هو الذي لا ريب فيه لأنه وليد اليقين¹، ودليله قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: 119].

¹ محمد الغزالي، خلق المسلم. (ط: 1؛ مصر: دار الريان للنشر، 1987م)، ص34.

المبحث الثاني: ما هية الشباب.

يمثل الشباب مكانة هامة في المجتمع بسبب المرتبة التي يثبؤونها داخل الأسرة والمدرسة، فعند العلماء النفس وعلماء الاجتماع، فنظروا لما يملكونه من طاقة وحركية وفعالية ورأس مالي بشري ثابت، وفي ذات الوقت فهم يمثلون تحديا حقيقيا لجميع الأمم، بسبب تطلعاتهم الجامحة وآمالهم العريضة، وميلهم نحو كل ما هو جديد، ما يجعلهم يشرعون إلى التمرد عن الوضع القائم، والتقاليد والعادات.

المطلب الأول: تعريف الشباب وأهميته.

الفرع أول: تعريف الشباب.

1- الشباب في اللغة: ورد في لسان العرب معنى الشباب بمعنى الفناء والحادثة¹، أما في القاموس المحيط الشباب الفناء، كالشبية، وشب يشب، جمع شباب، كالشبان، أي أول الشيء².

- والشباب جمع شاب وهو ما بين الثلاثين والأربعين³.
- وجاء في صحاح اللغة: الشباب جمع شاب، والشباب يعني أيضا الحادثة، وكذلك الشبية، وهو خلاف الشيب، ونقول شبّ الغلام، يشب شباباً⁴.
- وجاء في المعجم الوسيط أنه من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة⁵.

2- اصطلاحا:

نتيجة لاختلاف المنطلقات الفكرية للباحثين، اختلفت المعايير المعتمدة في تعريف مرحلة الشباب، من جملة هذه التعريفات ما يلي:

- **علماء الاجتماع:** تبدأ مرحلة الشباب في نظرهم عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد لكي يحتل مكانة اجتماعية، ولكي يؤدي دورا أو أدوارا في بناء المجتمع، وتنتهي فترة الشباب

¹ ابن منظور، مصدر سابق، مادة: شب، ص48

² الفيروز أبادي، مصدر سابق، ص180.

³ إبتهاج حجازي بدوي وسالم غبور، علو الهمة ينادي شباب الأمة. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، دت)، ص9.

⁴ محمد بن أبي بكر، مرجع سابق، ص244.

⁵ معجم اللغة العربية، مصدر سابق، ص47.

عندما الفرد من اختلال مكانته الاجتماعية وأداء أدواره، أي أن الشخصية الإنسانية تظل شاذة طالما أنها لم تعد لأداء أدوارها الاجتماعية بعد¹.

- أما من العلوم الاجتماعية يقصدون بالمصطلح أفراد في مرحلة المراهقة، أي الأفراد ما بين مرحلتين البلوغ الجنسي والبلوغ أحياناً، يستعمله بعض العلماء أمثال جزل ليشمل المرحلة من السادس عشرة إلا أن الفترة التي تتم فيها الشباب غير محدودة، وقد تمتد حسب البعض حتى سن الثلاثين.

- أما علماء النفس يرون أن الشباب عبارة عن حالة نفسية تصاحب مرحلة عمرية معينة يتميز فيها الفرد بالحيوية والقدرة على تحمل المسؤولية، ويربطون بداية ونهاية مرحلة الشباب بنمو الفرد واكتمال بناءه الدافعي.

- بينما يرى علماء الاقتصاد أن الشباب هو من يعلم وينتج ويبيع ولا دخل للسن في التسمي فيها، إن الإنسان يعمل ويشارك في العملية الإنتاجية فهو شاب في المعنى الاقتصادي.

وما يقصد من هذه التعاريف أنها لن تحدد مصطلح واضح الحدود، ولم تحدد متى تبدأ الشاب ومتى ينتهي.

- أما الجمعية العامة للأمم المتحدة عرفت الشباب عام 1995م بأنهم مجموعة من الأفراد تتراوح أعمارهم بين سن 15 إلى 25 سنة، وأقرت الجمعية عام 2000م أن هذا المدى يختلف باختلاف الجمعيات².

الفرع الثاني: أهمية مرحلة الشباب وخصائصه.

أولاً: أهمية الشباب.

إن الشباب في كل أمة عماد نهضتها وشرائينها التي تقوم عليها، وهم الرجال المستقبل المنظر فهم العاملون بما يجب عليهم من واجبات الله رب العالمين، ثم لأمتهم وبلادهم والذود عنها وعن مقدساتها والتضحية بكل غال ونفيس في سبيل رخائها وسعادتها وعزها وكرامتها، ولا يكون الشباب كذلك إلا إذا تمسكوا بدينهم وأخلاقهم الإسلامية

¹ أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص. (ط: 1؛ مصر: المكتبة العصرية، 2009م)، ص 17-18.
² بدر الجويعد، "العولمة الثقافية تأثيرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم". جامعة الملك سعود، السعودية: ل.ن، د.ت.

المستفادة من كتاب الله وسنة نبيهم محمد ﷺ اللذين لن يضل من تمسك بهما ولن يشقى، فإذا اتصف الشباب بهذه الصفة السامية حينئذ يحق للأمة أن تعتز وتفتخر بهم¹.

والشباب دائما هم أمل المستقبل وعدة المجتمع وعتاده في السلم والحرب، وهم ورثة الغد ورجاله، وإليهم تؤول مسؤولية حمل الأمانة العمل الوطني والقومي وهم رمز الحيوية والنشاط.

وهناك تكمن الأهمية برعايتهم فعلهم تقع مسؤولية الصيانة المكاسب القومية والوطنية وسير بها إلى الأمام، وشباب اليوم هو رجل الغد وهو أيضا طفل الأمس، وبذلك تكمن أهمية في الاهتمام به صحيا وجسميا وهذا يتمثل في التغذية وممارسة الرياضة والوقاية والعلاج وتزويده بالحقائق والمعلومات وتدريب عقله على التفكير الموضوعي، وحمايته من موافق الفشل والإحباط والحرمان والقسوة، وإشباع حاجاته بالحب والحنان والعطف والدفء، لأنهم آمال المستقبل وقدرته في أعمالهم وخبراتهم².

ثانيا: خصائص مرحلة الشباب.

إن مرحلة الشباب توصف بأوصاف متضاربة من ظرف الباحثين والمهتمين نظرا لما تتميز به من مميزات، ومن بين هذه المميزات بالنسبة للبعض أنها مرحلة الخلق والإبداع والابتكار، ويرى آخرون أنها مرحلة الشك والحيرة والمشكلات الصعبة، وهذه الأوضاع تختلف بطبيعة الحال باختلاف البيئة التي يعيش فيها الشباب، ولكن الثابت أن مرحلة الشباب تعتبر مدة طويلة نسبيا، إذ قد تتعدى العشر سنوات، وعليه ومن الطبيعي أن يختلف الشباب في حضارتهم وملامحهم الجسمية، ويمكن أن نذكر بعض الخصائص التي أشار إليها العديد من الباحثين على النحو التالي³:

1- النمو الجسمي: ويتميز النمو الجسمي في مرحلة الشباب بالسرعة، وبعدم الانتظام، كالزيادة في الطول والوزن، وعليه تبدأ ملامح الطفولة تتغير، فيزول يناسق الوجه ويأخذ شكلا جديدا، وتتسبب هذه التغيرات السريعة والمفاجأة، في حساسية المراهق نحو جسمه أو

¹ عبد بن جار الله بن إبراهيم، دور الشباب المسلم في الحياة. (ط: 1؛ ل.م: ل.ن، د.ت)، ص4.

² عبد الرحمان محمد العيسوي، مشكلات الشباب العربي المعاصر-دراسة ميدانية للوعي المروري لدى الشباب الخليجي-. (ط: 1؛ ل.م: دار الجامعة، 1992م)، ص45-46.

³ علي ليلة وآخرون، الشباب القطري - اهتماماته وقضاياها-. (ط: 1؛ قطر: مركز الوثائق والدراسات الشبانية، 1991م)، ص67-68.

ذاته لأن جسم الإنسان من المقومات الأساسية في تكوين شخصية وهذه التغيرات ليست مهمة في حد ذاتها بقدر ما هي مهمة من حيث تأثيرها الغير مباشر على شخصية المراهق وقدراته وسلوكه، والمراهق إزاء هذه التغيرات، لا يدري ماذا يفعلوا، وكثيرا ما لا يستطيع التكيف والتوافق السريع مع جسمه الجديد¹.

2- الخصائص الجنسية: من النمو الفزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور².

3- القدرات العقلية: في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير، مثل القدرة على التعبير اللفظي والقدرة على العدديّة ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور وينمو التذكر والانتباه معتمدا على الفهم واستنتاج العلاقات والمتعلقات.

وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف، وعند الذروة تزداد القدرة على التخيل المجرد، الغير محصور في نطاق الصورة الحسية، كما ينمو التفكير المجرد وتزداد القدرة على الاستعداد والإنتاج والحكم على الأشياء³.

4- عدم الاستقرار الانفعالي: في مرحلة الشباب وبصفة خاصة بدايتها يجتاح الشباب ثورة من القلق والضيق والتجرب يصبح ثائرا على أوضاع، متمردا على الكبار، ويكون مرهق الحس، شديد الحساسية ويتأثر تأثيرا بالغا ينقد الآخرين، ويستغرق في أحلام اليقظة، ويحقق عن طريقها ما لم يستطع تحقيقه في الواقع⁴.

5- النزعة إلى الاستغلال: في المرحلة الأخيرة من الشباب يشرع الشباب إلى الاستغلال الاجتماعي والانتقال من الاعتماد على غيره إلى الاعتماد على نفسه والتطلع إلى احتمال بعض المسؤوليات الاجتماعية، وهكذا مع نهاية مرحلة السباب يبلغ الشاب آخر درجات النضج الجسمي والعقلي، ومن الناحية الاجتماعية ينمي اتجاهات جديدة تميز فكرته عن

¹ مرجع نفسه، ص 67-68.

² سامية قطوش، عمل الأبناء الشباب وعلاقته بالاتصال مع الآباء في الأسرة. (رسالة ماجستير في علم الاجتماع)، جامعة الجزائر، 2002م، ص 150.

³ عزت الحجازي، مقال سابق، ص 87.

⁴ محمد مصطفى زيدان، النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية. (ط: 1؛ السعودية: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1990م)، ص 53.

نفسه، واتجاهاته نحو والديه وزملائه ومن يكبرونه، وينتقل من علاقات محدودة بالأسرة إلى حياة اجتماعية خارجية على نطاق أوسع¹.

المطلب الثاني: حاجات الشباب ومشاكله وعلاقته بالإعلام الرياضي.

الفرع الأول: حاجات الشباب ومشاكله.

أولاً: حاجات الشباب.

يمثل الشباب مرحلة جبارة، وهي مرحلة الإعداد السليم، بإشباع كافة حاجات وتهيئة الفرص التي تحقق لهم التنشئة الاجتماعية والقدرة على تحمل مسؤوليات المستقبل ويحتاج الشباب إلى فرص مختلفة للنجاح، وإلى التخلص من التوتر الانفعالي، كما يحتاج إلى الشعور بالانتماء إلى الجماعة والشعور بقيمتهم، والشعور بالمساهمة في حياة المجتمع، وإن لديهم دور إيجابي واضح في تفسير المجتمع وتطوره وحددت احتياجات الشباب كالآتي²:

1- الحاجة إلى الأمن: وتتضمن الحاجة إلى الأمن الصحي والجسمي والحاجة إلى الشعور بالأمن الداخلي وحاجة إلى تجنب الخطر والأمن والحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة.

2- الحاجة إلى الحب والقبول: وتتضمن الحاجة إلى الحب والمحبة والحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، والحاجة إلى الأصدقاء، والانتماء إلى الجماعات والحاجة إلى الشعبية وإلى إسعاد الآخرين.

3- الحاجة إلى مكانة الذات: تتضمن الحاجة إلى الانتماء إلى جماعة الرفاق وإلى المركز والقيمة، وإلى الشعور بالعدالة في المعاملة وإلى الاعتراف بالآخرين والحاجة إلى المساواة مع رفاق السن والزملاء في المظهر والملبس والمصاريف والمكانة الاجتماعية.

4- الحاجة إلى النمو العقلي والابتكار: وتتضمن الحاجة إلى التفكير وتوسيع الفكر والسلوك والحاجة إلى الخبرات الجديدة والتنوع وإلى إشباع الذات عن طريق العمل، والحاجة إلى النجاح والتقدم الدراسي والحاجة إلى التعبير عن النفس وإلى المعلومات والتعود على أخذ القرارات³.

¹ سامية قطوش، مرجع سابق، ص70.

² عبد الرحمان الوافي، في سيكولوجية الشباب. (ط: 1؛ الجزائر: دار هومة، 1996م)، ص36.

³ محمد لبيب، الأسس الاجتماعية في التربية. (ط: 4؛ مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1971م)، ص167.

5- الحاجة إلى الإشباع الجنسي: ويتضمن الحاجة إلى التربية الجنسية أو بالأحرى الاهتمام بالجنس الآخر والحاجة إلى التوافق الجنسي، بالإضافة إلى التخلص من التوتر النفسي، وهي حاجة نفسية، وحاجة إلى الترفيه والتسلية والحاجة الاقتصادية.

وتتعدد حاجات الشباب التي يمكن لو سائل الإعلام الإسهام في إشباعها:

- الحاجة إلى المعلومات والمعارف والثقافة العامة والأخبار.

- الحاجة إلى التنمية والاستعدادات والقدرات الخاصة.

- الحاجة التوجيه والإرشاد.

- الحاجة إلى الترشيد وقت الفراغ والترفيه¹.

ثانياً: مشاكل الشباب.

مشاكل الشباب في هذا العصر كثيرة ومتعددة منها:

1- يتعرض الشباب اليوم لتيارات خطيرة وهذه من أعظم المشاكل إذ تركوا معها فإنها تفسد أخلاقهم وسلوكهم وتفسد عقدهم وهي تيارات كثيرة ومتنوعة ومتعددة المصادر تتلقها أيدي الشباب، أو كثير من الشباب الذي لا يميز بين الضار والنافع هذه التيارات المتنوعة من مقروءة ومسموعة ومرئية، فإن نتائجها وخيمة، لأن الشباب كثير منهم تغيرت أخلاقه وصاروا يقلدون الغرب أو الشرق في لباسهم، في شعورهم في حركاتهم، والأهم من ذلك تغيير عقيدتهم، إلى غير ذلك من الأفكار الهدامة، لأنه ما دام أنه مقبل على تلقف هذه الدعايات وهي تدفع إليه ببسر وسهولة وهو فارغ الذهن ليس عنده من الحصانة ولا من العمل ما يفهم به هذه الشبهات المدسوسة أو هذه الدعايات المظلمة فإنه يتقبل ما يصل إليه.

2- جهل كثير من الشباب بدينهم لأنهم لم يتلقوا من دينهم وعلومه الحصانة الكافية التي يعرفون بها الخبيث من الطيب والضرر من النافع ويميزون بها بين الحلال والحرام².

3- انحراف الشباب، ويرجع ذلك لأسباب كثيرة ومتنوعة وذلك لأنه في هذه المرحلة يكون على جانب كبير من التطور الجسمي والفكري والعقلي، لأنها مرحلة النمو فيحصل له

¹ محمد لبيب، مرجع سابق، ص 167.

² صالح بن فوزان الفوزان، من مشكلات الشباب وكيف عالجه الإسلام. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت)، ص 10.

تطورات سريعة في تحول وتقلب، فمن ثما كنا من الضروري في هذه المرحلة أن تهيأ له أسباب ضبط النفس وكبح جماحها والقيادة الحكيمة التي توجهه إلى الصراط المستقيم¹.

4- الصراع النفسي عند الشباب ليس ظاهرة شذوذ وجدت فجأة في أحاسيسهم، وإنما هو انعكاس اصطبغ بها المجتمع بشتى مرافقه وجوانبه، وكان لا بد لهذا الانعكاس أن يرسم بجلاء وخطورة على نفسية الشباب التي هي أدق حساس من نوعه، وإن من الطبيعي أن تجد أكثر هؤلاء الشباب لا يؤمنون بشيء هو نتيجة المنطقية لصراع المستمر، ثم إنها تتمثل في النقد النفسي لأن النفس الإنسانية إنما تسير في فجاج الحياة بدافع من مجموع عواطفها المدافعة والرادعة، وهذه العواطف إنما تألف نسيجها في النفس عن طريق المجتمع وما فيه من دوافع الرجاء والحب والروادع والخوف والعقاب².

وكذلك مشكلات الشباب ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالحضارة وبما تفرضه عليها من مشكلات مناهضة للفطرة³.

الفرع الثاني: الإعلام في مرحلة الشباب.

يرتبط النشاط الإعلامي بمجموعة من الشروط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، والتي تصبغه بنوع وتوجهات الفكر الذي يعبر ويخدم مصالح القوي المتحكمة فيه، ومن ثم يصبح بديهياً، والإعلام يتأثر بالمجتمع الذي ينتمي إليه وبما يحمله هذا المجتمع من قيم وأفكار واتجاهات التي تسهم جميعها في تحديد شكل ومضمون الخطاب الإعلامي عبر وصوله إلى الجماهير⁴.

وفي واقع الأمر، يعيش الشباب العربي أزمة ما يسمى بالتعبير، حيث يواجه العديد من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي الذي تسوده جملة من القيم الرديئة والفوضى الاقتصادية والانحراف بكل ألوانه وأشكاله في عصر تتزاحم فيه وسائل الإعلام على بث أكبر عدد ممكن من المعلومات المختلفة، أصبح لشباب أكثر عرضة للتيارات المتلاطمة والمعلومات المتجددة مما يجعلهم يستمدون من هذه السيماءات المفتوحة،

¹ محمد صالح بن العثيمين، من مشكلات الشباب. (ط: 1؛ السعودية: مكتبة الملك فهد، 1429هـ)، ص18.

² محمد سعيد رمضان البوطي، الإسلام ومشكلات الشباب. (ط: 1؛ سوريا: لان، 1393هـ)، ص10.

³ يوسف مخائيل أسعد، الشباب والتوتر النفسي. (ط: 1؛ مصر: دار غريب للطباعة والنشر، 2001م)، ص4.

⁴ خنوش زكي، "أزمة الشباب العربي بين التعبير والإرهاب وصراع القيم". مجلة الفكر العربي، لا.م. لان، العدد: 8، 1995م، ص46.

سلوكهم، ونمط تفكيرهم، وأسلوب حياتهم، بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطا اجتماعيا سائدا في حياتهم اليومية¹.

كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة حتى الآن على بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة المفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه الشباب، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كما هائلا من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهها يختلف عن الحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمع، وخاصة فئة الشباب².

الفرع الثالث: دور الإعلام الرياضي في غرس القيم.

يظهر لي مما سبق ذكره أنه يتجسد فيه معنى نظرية الغرس الثقافي التي تنطلق من فرضية أساسية مفادها أن الأشخاص الذين يتعرضون لفترات طويلة لوسائل الإعلام يدركون العالم الواقعي بشكل مختلف عن أولئك الذين يقضون وقت أقل³.

وتذكر هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر على سلوك المتلقين، وقدرتها على تكوين الأنماط الثقافية. وترجع هذه النظرية للباحث الأمريكي جورج جرنبر من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية⁴.

وطبقا لهذه النظرية يمكن القول بأن متابعة الشباب للإعلام الرياضي المكتوب بشكل مكثف وتكرار متابعته له تجعلهم يتأثر فيه وأنه يقدم لهم أنماط وسلوكيات يمكن أن تساهم في تنمية الشباب واكتسابه قيما ايجابية وسلبية تظل معه.

تقوم وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من إذاعة وتلفزيون وصحافة، وبما لديها من إمكانيات متعددة ومتنوعة، بدور فعال في التنشئة الدينية والخلقية والسياسية والاجتماعية والرياضية....، ولكنها في ذات الوقت تصحب معها الكثير من السلبيات التي أصبح تأثيرها واضحا وملموسا في الفروق عن القيم وعدم التمسك بها⁵.

¹ البباني باسل، "فضائيات الثقافة الرائدة ووساطة الصورة". مجلة الفكر العربي، (116/14).

² مطر عاطف، دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، (رسالة ماجستير)، مصر، 2003م، ص118.

³ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام. (ط: 3؛ مصر: عالم الكتب، 1999م)، ص147.

⁴ ميرفت طرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال. (ط: 1؛ مصر: دار النهضة، 2006م)، ص114.

⁵ عبد الله النعيمي، "التنشئة الاجتماعية مفهومها وسياستها". مجلة كلية الدعوى الإسلامية، ليبيا: لان، العدد: 5، 1988م، ص323.

وفي ضوء المتغيرات الثقافية والعلمية المتزايدة أصبحت وسائل الإعلام مصدرا من مصادر التأثير، كما أنها تشارك بعض المؤسسات التربوية والاجتماعية في تقبل عمليات التغيير الاجتماعي وغرس القيم المرغوبة، وذلك لأنها تزيد من حيز الحياة التي يتعامل معها الفرد، ومن نطاق الشخصيات التي يستند إليها في تكوين القيمة والإقتداء بها¹.

وتعد وسائل الإعلام اليوم من الوسائل المهمة في الثقافة، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في اكتساب الجماهير والأفراد اتجاهات وقيم جديدة، أو تعدل من اتجاهاتهم وقيمهم القديمة².

ولقد أثبتت عدة دراسات أن خبرة الفرد بموضوع المادة المبنوثة في وسائل الإعلام تؤثر على اكتساب الاتجاهات والقيم المرغوبة، حيث أنه كلما قلت خبرة الفرد المستقبل لموضوع المادة الإعلامية أدى ذلك إلى زيادة احتمال اكتسابه الاتجاهات والقيم المرغوبة، وتقوم وسائل الإعلام بدور خطير في تربية وتنشئة أبناء المجتمع، حيث تنقب لهم أنماط السلوك المقبولة والقيم الأصلية ومساندتها³.

ويؤدي استخدام الوسائل الإعلامية وما بصحبها من مؤثرات صوتية وحركية وجمالية إلى تعديل السلوك وتكوين الاتجاهات التي تتفق مع القيم المرغوبة في المجتمع، فمشاهدة البرامج والأفلام شاهد على تعديل اتجاهات الطلاب نحو بعض العادات وتأكيد القيم، وعليه فإن لوسائل الإعلام تأثير كبير في تكوين الاتجاهات والقيم لدى الأفراد⁴.

ولا تقتصر وسائل الإعلام على تكوين اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، بل تعمل أيضا على تثبيت القيم المرغوبة.

مما سبق ذكره نلخص أن مرحلة الشباب هي الظاهرة بيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف عن غيرها من فئات المجتمع من عدة نواحي سواء تعلق الأمر بالاحتياجات أو غيرها.

¹ ضياء زاهر، القيم التربوية. (ط: 2؛ مصر: مؤسسة الخليج العربي، 1986م)، ص72.

² حامد زهران، علم النفس الاجتماعي. مرجع سابق، ص263.

³ إبراهيم محمود، التعلم أسسه ونظرياته وتطبيقه. (ط: 1؛ مصر: دار المعرفة الجامعية، 1990م)، ص243.

⁴ وزارة التربية بدولة الكويت، دور وسائل الإعلام في المجال التربوي. ج(2 ط: 1، الكويت: لان، دت)، ص242.

ومنه فالحديث عن الشباب كثرة يجب أن لا يكون بعيدا عن الوعي الحقيقي بهذه الفئة من حيث خصوصيتها ومتطلباتها، لأن الشباب ليس مادة أولية يمكن الاستفادة منها بمجرد الحصول عليها بل هو بمثابة الماكينة التي تحتاج دائما إلى التطوير والصيانة، وتطوير الشباب يكون من خلال البرامج التعليمية، أما الصيانة قديما تكون من خلال التربية منذ ولادته إلى غاية وفاته.

الفصل التطبيقي

الدراسة الميدانية

أولاً: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة.

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث العلمي، لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة.

وفي بحثي هذا ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري الذي حاولت فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة، الذي يعتبر القاعدة النظرية للموضوع البحث. من خلال ما تضمنه من فصول مختلفة، ويأتي الجانب الميداني لتحقيق نتائج دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب، وذلك قصد جمع النتائج التي يمكن أن تزيد من توضيح الدراسة والإجابة عن التساؤلات التي طرحت في الإشكالية، وذلك بتحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق استمارة الاستبيان، ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج بحث عملية دقيقة، ويشمل هذا الفصل ما يلي:

- عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها.

- مناقشة نتائج الدراسة.

أولاً: عرض بيانات الدراسة وتحليلها.

1 - عام:

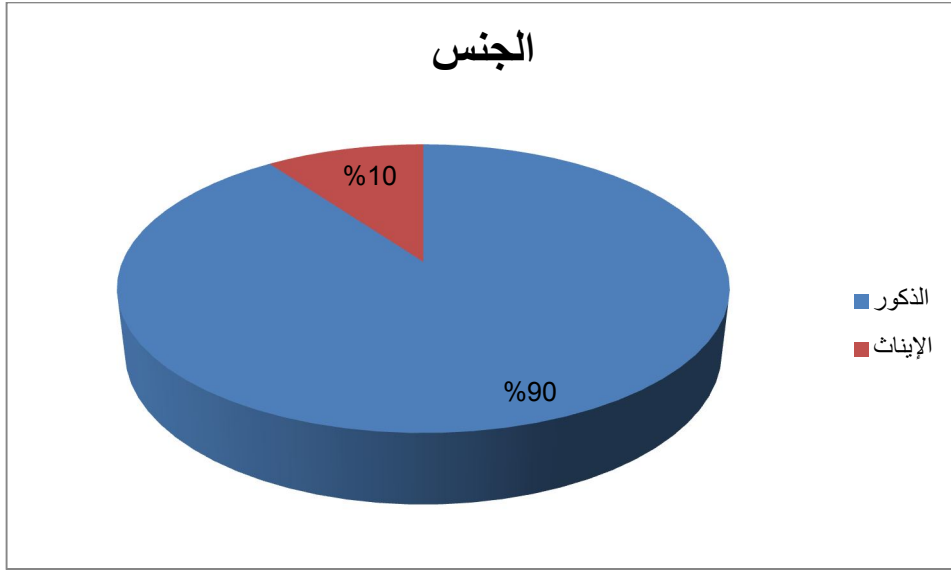
أ - البيانات الشخصية:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمت بها تحصلت على البيانات التالية الذكر، حيث سيتم عرضها بالترتيب وفقاً لما جاء في استمارة استبيان.

جدول 1 يوضح نوع الجنس لأفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الجنس
90%	180	الذكر
10%	20	الأنثى
100%	200	المجموع

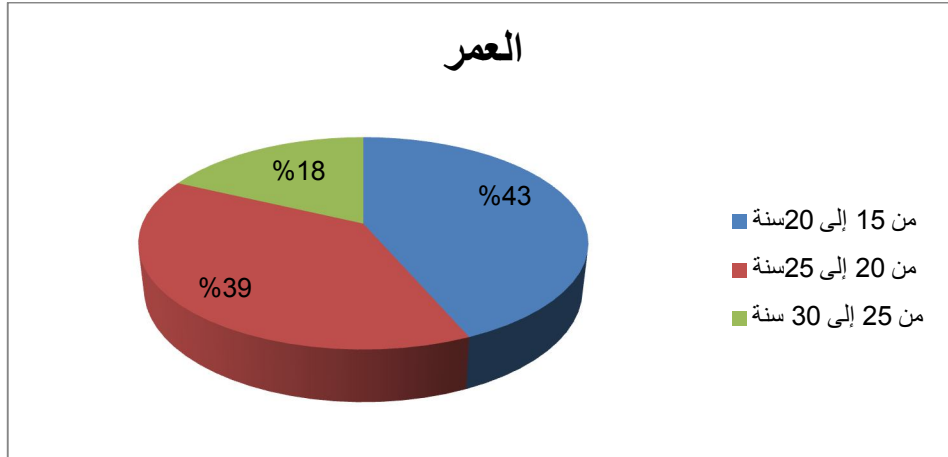
دائر نسبية توضح نوع الجنس.



من خلال الجدول (1) يتبين أن أكثر أفراد العينة من الذكور، حيث بلغت نسبتهم 90%، في حين بلغت نسبة الإناث 10%، من خلال هذه النسبة يتبين أن اهتمام الذكور بالإعلام الرياضي المكتوب أكبر بكثير من الإناث.

جدول (2) يوضح نسبة العمر لأفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م العمر
43.5%	87	من 15 إلى 20
38.5%	77	من 20 إلى 25
18%	36	من 25 إلى 30
100%	200	المجموع



دائرة نسبية توضح أعمار أفراد عينة الدراسة.

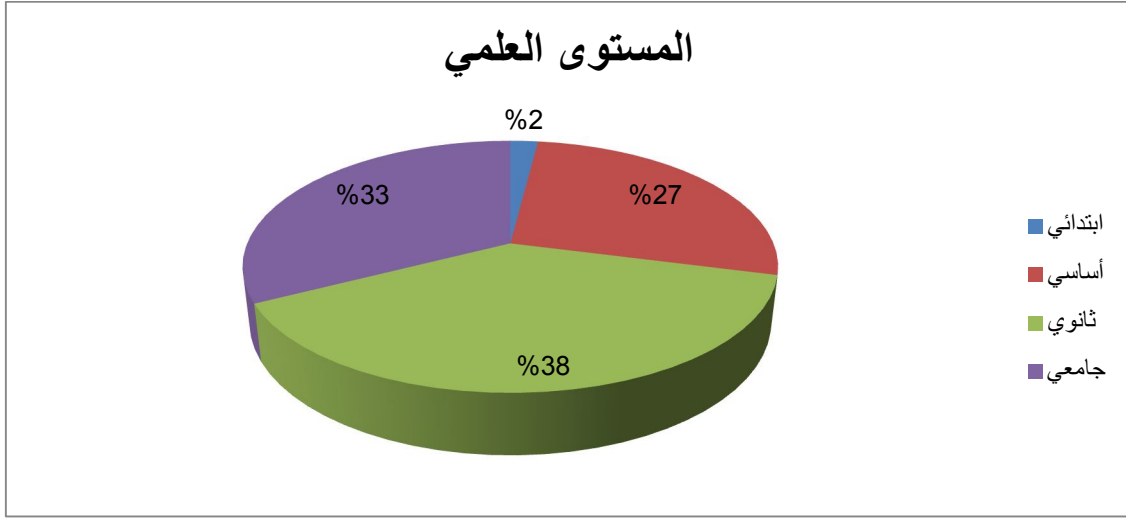
نلاحظ أن أكثر فئة عمرية تتابع الإعلام الرياضي المكتوب هي ما بين 15 إلى 20 سنة، حيث كانت نسبتهم ما يقارب 43.5% من المبحوثين، وتليها الفئة الثانية التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة والتي تقدر نسبتهم حوالي 38.5%، وتقعها الفئة الثالثة التي تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 30 سنة ونسبتهم قدرت بـ 18%.

تدرجت نسبة متابعة الشباب لإعلام الرياضي تبعا لأعمارهم، أي أن كل ما زاد عمر نقصت النسبة المتابعة.

جدول 3 يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المستوى التعليمي
2%	4	ابتدائي
27%	54	أساسي
38.5%	77	ثانوي
32.5%	65	جامعي
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة.



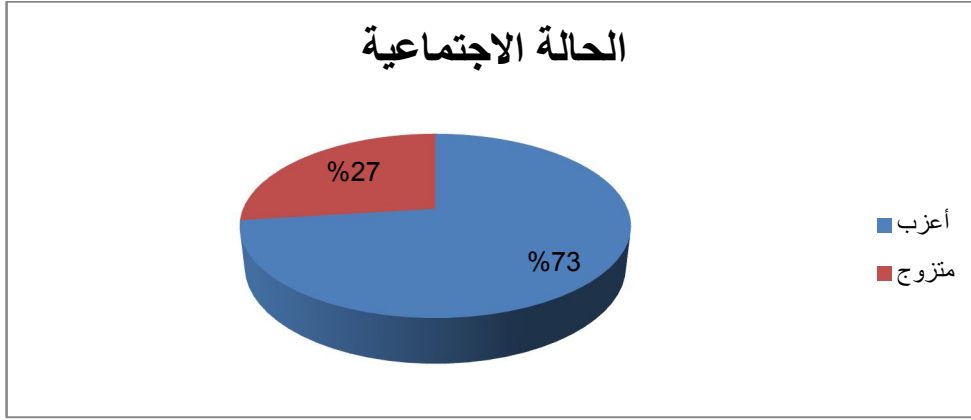
عند عرضي لهذه النتائج لاحظت أن المستوى التعليمي الذي له رغبة أكثر في متابعة الإعلام الرياضي المستوى الثانوي، حيث قدرت نسبة متابعتهم بـ 38.5%، وتليها فئة الجامعية التي قدرت نسبة متابعتهم للإعلام الرياضي بـ 32.5%، أما المستوى الأساسي فكانت نسبة متابعتهم لرياضة نسبة 27%، أما المستوى الابتدائي فكانت نسبة متابعتهم ضعيفة 2%.

يلاحظ من خلال عرض النتائج المستوى التعليمي الذي يتابع الإعلام الرياضي، أن المستوى الابتدائي لا يعتمد على استنتاج النتائج.

جدول 4 يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الحالة الاجتماعية
73%	164	أعزب
27%	54	متزوج
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة.

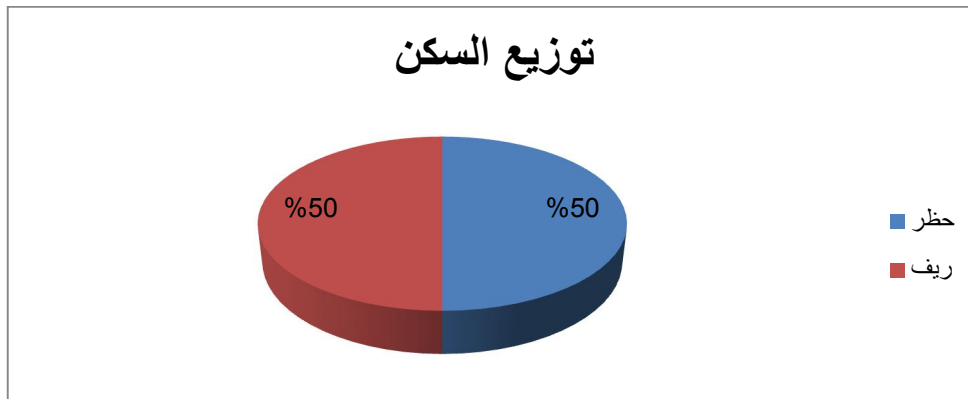


نلاحظ أن أغلب أفراد العينة المدروسة غير متزوجين، مما بلغت نسبة متابعتهم للإعلام الرياضي 73%، بينما نسبة 27% الباقية من نسبة العينة المدروسة متزوجين. نستنتج مما سبق أن أغلب فئة الشباب غير متزوجين.

جدول 5 يوضح سكن أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	
50%	100	حضر
50%	100	ريف
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.



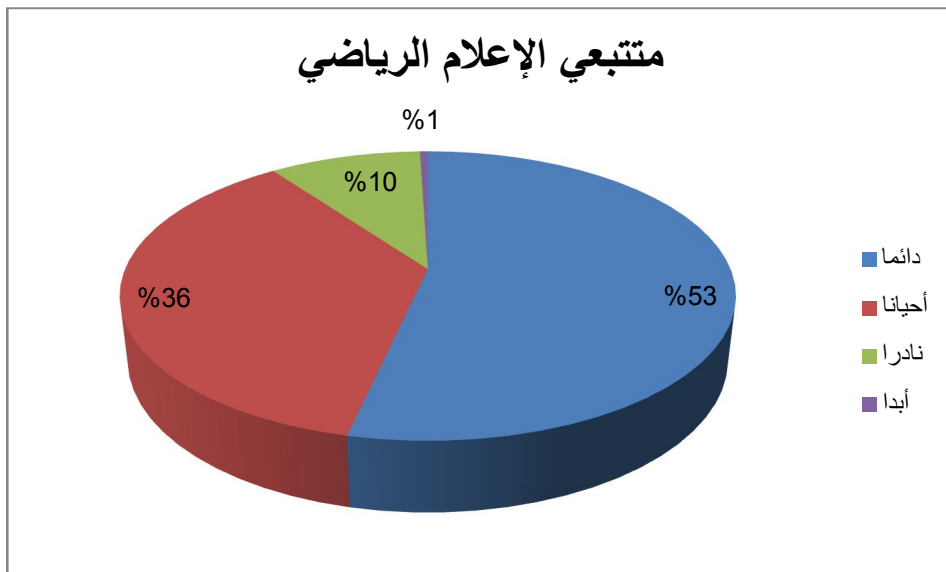
تتساوي نسبة مكان السكن لأفراد عينة الدراسة، حيث بلغ لكل منهما 50% وهي معتمد عند توزيع استمارة الاستبيان.

ب - تحليل عادات وأنماط متابعة قراءة الشباب للأخبار الرياضية في الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف).

. جدول 5 يوضح نسبة متابعة أفراد عينة الدراسة للإعلام الرياضي.

النسبة المئوية	التكرار	ت/م.ن متبعي الإعلام
53.5%	107	دائما
36.5%	73	أحيانا
9.5%	19	نادرا
0.5%	1	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة متابعة أفراد عينة الدراسة.

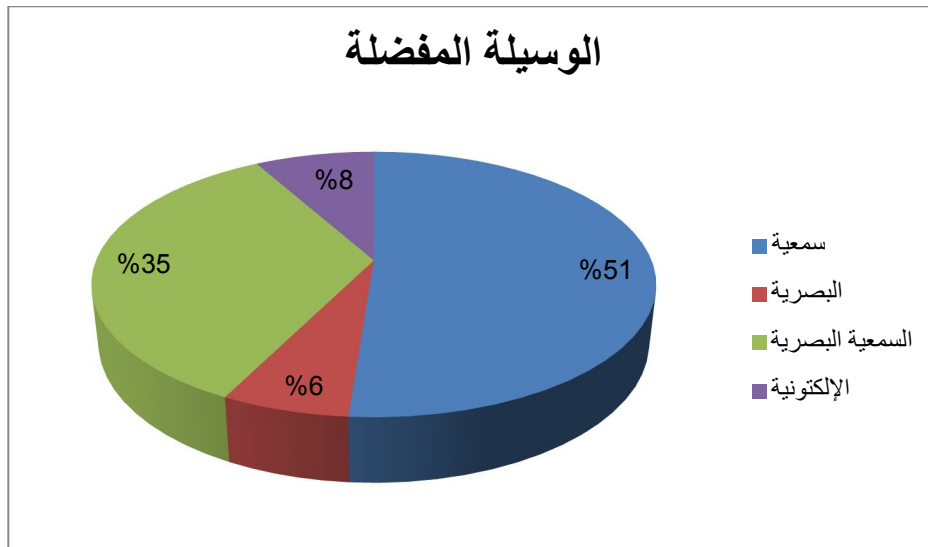


نلاحظ أن أعلى نسبة الإجابات أفراد عينة الدراسة كانت دائما بنسبة 53.5%، أما أحيانا فكانت نسبتها 36.5% ، وتليها نادرا قدرت بـ 9.5%، وأضعفها أبدا 0.5%. يتضح من خلال عرض النتائج أنه جميع أفراد عينة الدراسة من متتبعي الإعلام الرياضي، ولكن بنسب متفاوتة.

جدول 6 يوضح الوسيلة الإعلامية الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الوسيلة المفضلة
49%	98	المكتوبة
6.5%	13	السمعية
36%	72	السمعية البصرية
8.5%	17	الإلكترونية
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح الوسيلة الإعلامية المفضلة.



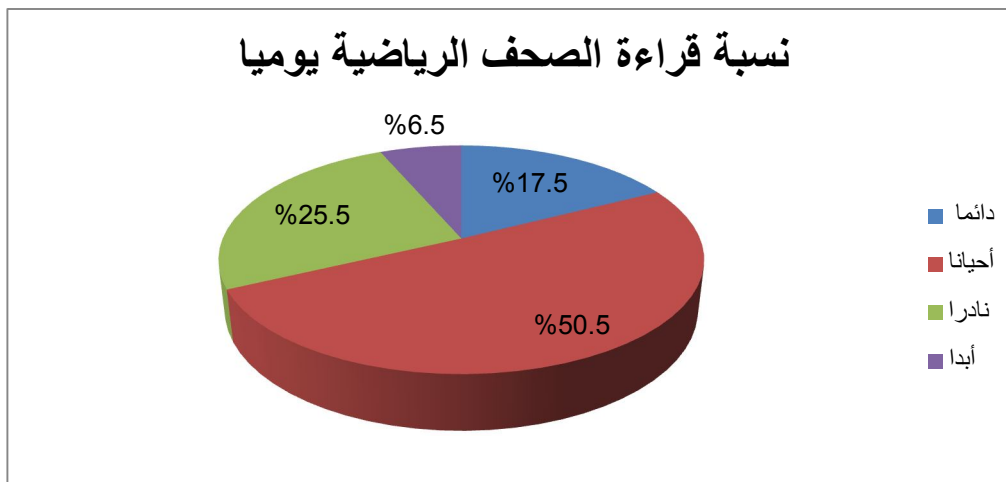
الوسيلة الإعلامية المفضلة لدى الشباب من خلال دراستي الميدانية هي المكتوبة ونسبتها 49%، وتليها السمعية البصرية بنسبة 36%، أما الوسيلة الإلكترونية بنسبة 8.5%، والسمعية فكانت في الدرجة الرابعة والأخيرة في ترتيب وسائل الإعلام ونسبتها 6.5%.

نستنتج مما سبق أن لدى أفراد العينة تعلق كبير بالوسيلة الإعلامية المكتوبة، وهذا سيكون مفيدا لي بإعطائي نتائج جيدة للدراسة.

جدول 7 يوضح نسبة مدى القراءة اليومية للشباب.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م قراءة الصحف يوميا
17.5%	35	دائما
50.5%	101	أحيانا
25.5%	51	نادرا
6.5%	13	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة مدى قراءة أفراد عينة الدراسة لصحف الرياضية يوميا.

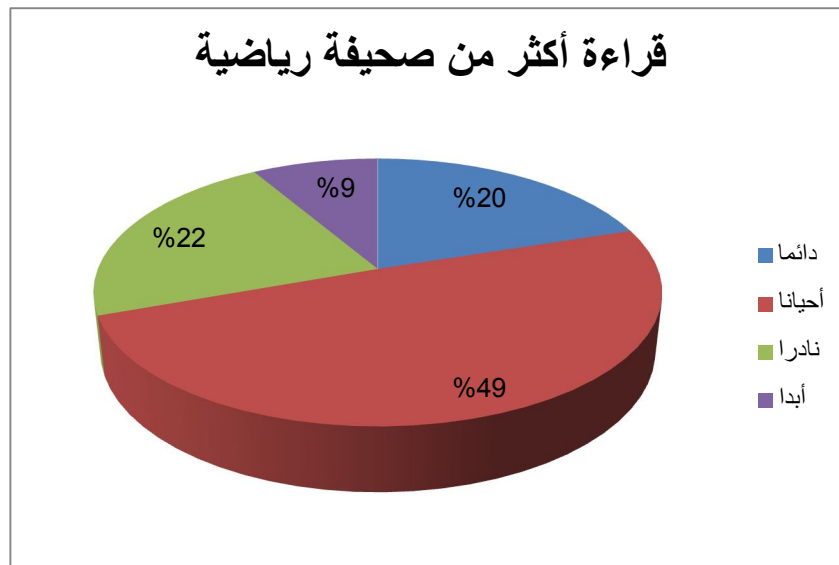


من خلال نتائج الجدول (8) نلاحظ أن أكثر نسبة أفراد عينة الدراسة يقرؤون الصحف الرياضية يوميا، حيث كانت أغلب نتائج المقروئية ما بين أحيانا ونادرا ، فالأول 50.5%، أما الثانية فنسبتها 25.5%، وتليها دائما بنسبة 17.5%، أما الذين لا يقرؤون الصحف الرياضية يوميا، فبلغت نسبتهم 6.5%.

جدول 8 يبين نسبة قراءة أفراد عينة الدراسة لأكثر من صحيفة رياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م مقروئية الصحف
20%	40	دائما
49.5%	99	أحيانا
22%	44	نادرا
8.5%	17	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة قراءة أفراد عينة الدراسة لأكثر من صحيفة رياضية.



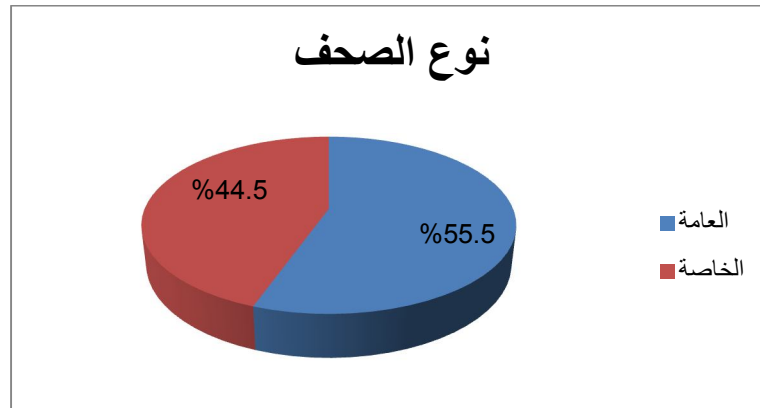
من خلال الجدول (9) أغلب نسبة الإجابات أفراد عينة الدراسة هي أحيانا وبلغت نسبتهم 49.5% وتليها نادرا بلغت نسبة 22%، وبعدها دائما بسبة 20%، أما أبدا فكانت نسبتهم 8.5%.

نستنتج أن نسبة أفراد عينة الدراسة يقرؤون أكثر من صحيفة رياضية أي أنهم يتابعون في قراءتهم للأخبار الرياضية على أكثر من صحيفة.

جدول 9 يمثل نسبة اعتماد أفراد العينة في قرائتهم للصحف الرياضية العامة والمتخصصة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م نوعية الصحف
55.5%	111	العامة
44.5%	89	المتخصصة
100%	200	المجموع

دائر نسبية توضح نوعية الصحف المعتمدة لدى أفراد عينة الدراسة.



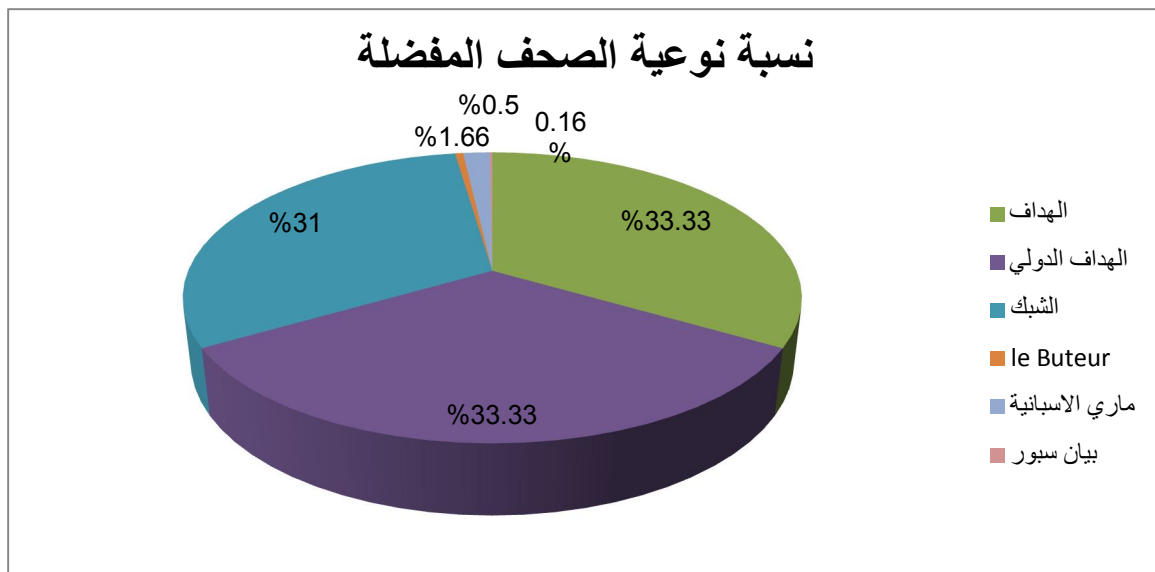
دائر نسبية توضح نوعية الصحف المعتمدة لدى أفراد عينة الدراسة.

نلاحظ أن أغلب الشباب يفضل قراءة الصحف العامة في انتقاء الأخبار الرياضية والذي بلغت نسبتهم 55.5%، على خلاف الصحف الخاصة بالأخبار الرياضية فكانت نسبتهم 44.5%.

جدول 10 يبين الصف الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م اسم الصحف المفضلة
%33.33	200	الهداف
%33.33	200	الهداف الدولي
%31	186	الشباك
%1.66	10	ماركا الاسبانية
%0.5	3	Le Buteur
%0.16	1	بيان سبور
%100	600	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة نوعية الصحف الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة



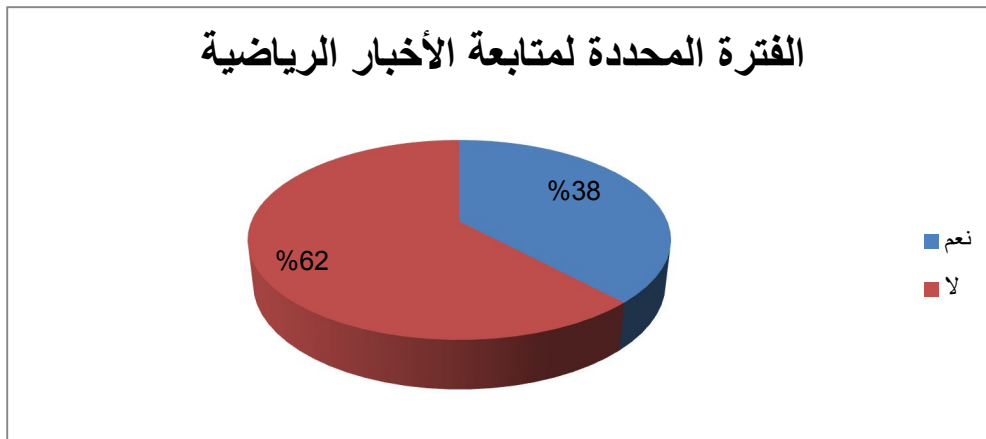
نلاحظ اختلاف الشباب في متابعتهم للصحف الرياضية المتخصصة في انتقائهم للأخبار الرياضية، ما بين ستة صحف نذكرها على حسب رغبتهم في المتابعة تنازليا الهدف 33.33%، والهدف الدولي نسبة 33.33%، والشباك نسبة 31%، و ماركا الأسبانية نسبة 1.66%، و Le Buteur نسبة 0.5%، وبيان سبور 0.16%.

نلاحظ أن هناك متابعة كبيرة لكل من الهداف والهداف الدولي والشباك من قبل الشباب، وهذا يستلزم أن هذه الصحف لها مصداقية عالية في نقل الأخبار الرياضية، وكذلك أنها الصحف الأكثر تواجدا في السوق والمعقولة السعر، مما يمكن الشباب من سهولة العثور عليها.

جدول 12 يوضح نسبة فترة متابعة أفراد عينة الدراسة للأخبار الرياضية

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م فترة المتابعة
38%	76	نعم
62%	124	لا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة فترة متابعة أفراد عينة الدراسة للأخبار الرياضية.



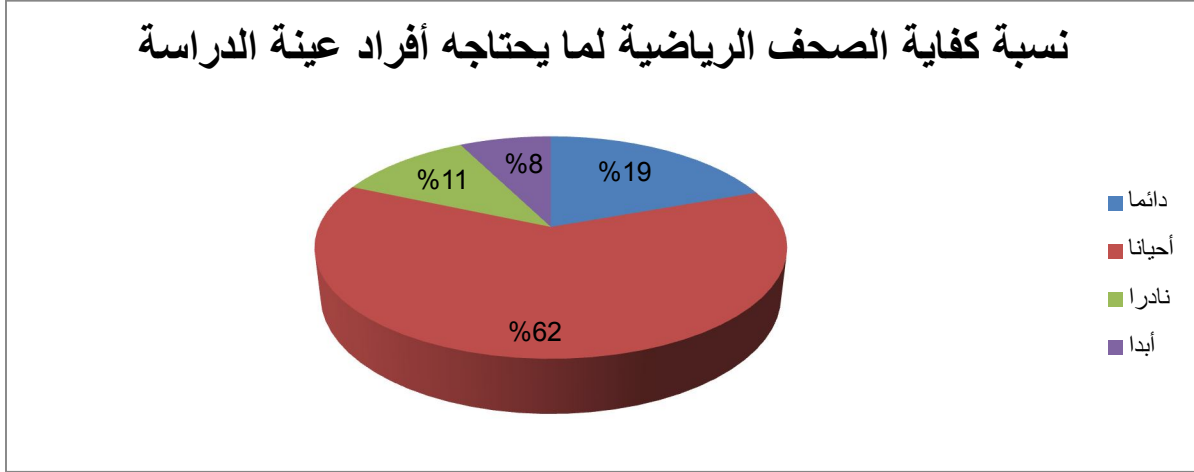
نلاحظ من خلال الجدول (12) أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم بـ (لا) بنسبة 62% أي أنه ليس هناك فترة محددة لمتابعة الأخبار الرياضية، ونسبة 38% كانت إجاباتهم (نعم) أي أنهم يرون أنه هناك فترة للمتابعة الأخبار الرياضية. إن اختلاف إجاباتهم هذا نتيجة على رغبتهم الحقيقية في متابعتهم للأخبار الرياضية، فالذين كانت إجاباتهم (نعم) وهم متتبعي وعشاق حقيقيين للأخبار الرياضية على مدار الساعة وأنه ليس هناك فترة محددة لمتابعتهم للأخبار الرياضية، فهم الذين يعتمد عليهم في استنتاج النتائج.

أما الذين يعتبرون أن هناك فترة محددة لمتابعة الأخبار الرياضية، فهم ليس لديهم حب الحقيقي للرياضة، وإنما متابعتهم لها من باب الترفيه عن النفس وملئ فراغهم، متابعة الأحداث الكبرى المونديال والبطولات الرياضية.

جدول 11 يبين نسبة كفاية الصحف الرياضية لما يحتاجه أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م كفاية الصحف الرياضية
19.5%	39	دائما
62%	124	أحيانا
11%	22	نادرا
7.5%	15	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة كفاية الصحف الرياضية لما يحتاجه أفراد عينة الدراسة من أخبار الرياضة.

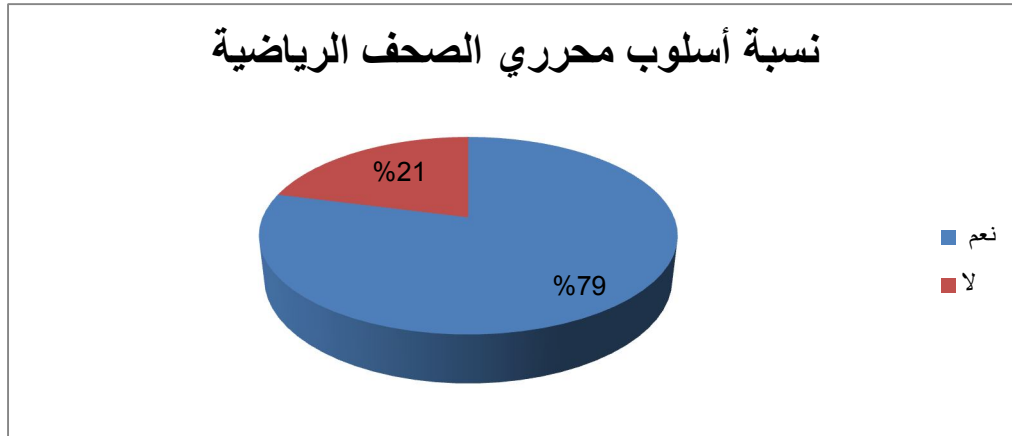


نلاحظ أنه أكثر من نصف العينة المدروسة توفر لهم الصحف الرياضية المعلومات الكافية والتي يحتاجونها من الأخبار الرياضية، والذين تراوحت إجاباتهم بين دائما وأحيانا، بلغت نسبتهم على الترتيب 19.5% و 62%، أما نسبة القليلة من الشباب الرياضي المطلع الذي لا تلبي رغبته الأخبار الرياضية المنشورة في الصحف، كانت إجاباتهم بين نادرا وأبدا ونسبتهم كذلك على الترتيب 11% و 7.5%.

جدول 12 رأي أفراد عينة الدراسة في أسلوب محرري الصحف الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الرأي في أسلوب المحرر
79%	158	نعم
21%	42	لا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح أسلوب محرري الصحف الرياضية.

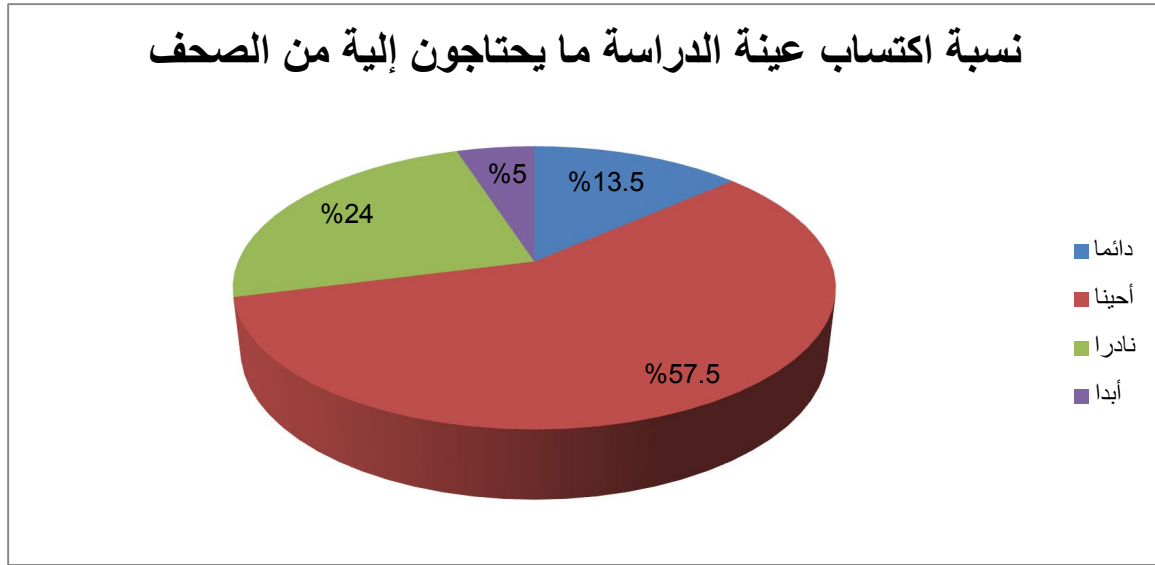


يلاحظ من خلال الجدول أنه هناك أسلوب خاص لمحرري الصحف الرياضية، وذلك نتيجة استفتاء الشباب، حيث كانت النتيجة أكثر من ثلث وبالتحديد نسبة 79% من الشباب، أما نسبة 21% فكانت إجابتهم بـ لا وأنه ليس هناك أسلوب خاص عند محرري الصحف الرياضية.

ج- علاقة الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف الرياضية) بتنمية القيم لدى الشباب.
جدول 13 يوضح نسبة اكتساب الشباب ما يحتاجون إليه عند قرائتهم للصحف الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الاكتساب من الصحف الرياضية
13.5%	27	دائما
57.5%	115	أحيانا
24%	48	نادرا
5%	10	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من الصحف.



نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر نسبة إجابات أفراد عينة الدراسة كانت أحيانا أي بنسبة 57.5%، ونسبة 24% كانت إجاباتهم نادرا، وبلغت دائما نسبة 13.5%، وأبدا نسبة 5%.

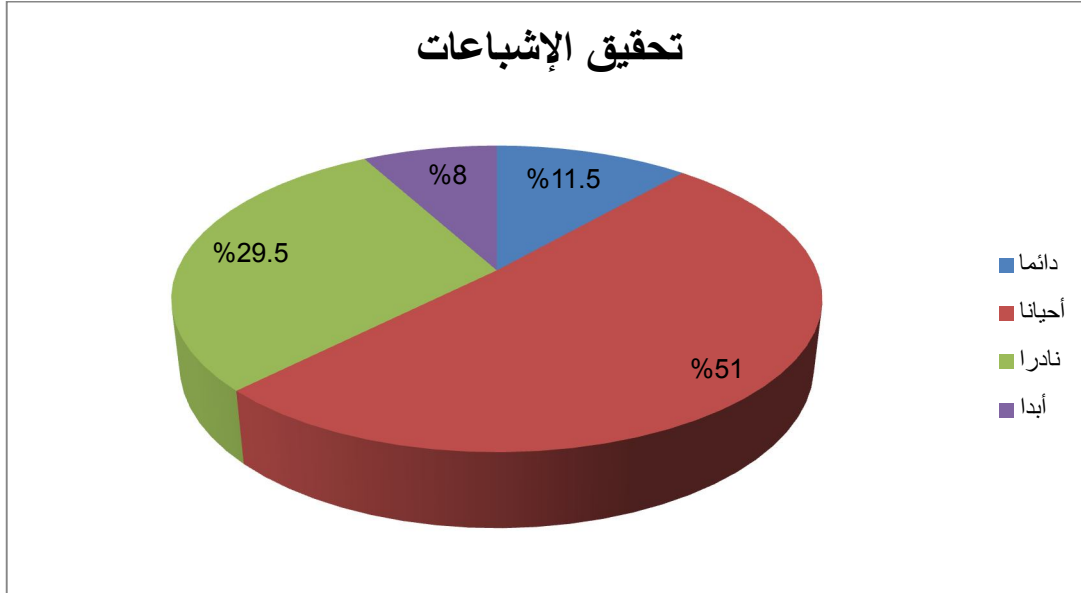
نلاحظ أن أكثر نسبة أفراد عينة الدراسة يرون أنهم عند قراءتهم للصحف الرياضية يكسبون ما يحتاجون إليها من أخبار رياضية، أما نسبة قليلة منهم يرون أنها غير كافية لاكتساب ما يحتاجون إليها.

جدول 14 يوضح نسبة ما تحققه الصحف الرياضية من إشباعات لرغبة أفراد عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م تحقيق الإشباعات
11.5%	23	دائما
51%	102	أحيانا
29.5%	59	نادرا
8%	16	أبدا

المجموع	200	%100
---------	-----	------

دائرة نسبية توضح نسبة ما تحققه الصحف الرياضية من إشباعات لأفراد عينة الدراسة.



يلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت معظمها أحيانا بنسبة 51%، ونادرا بنسبة 29.5%، ودائما بنسبة 11.5%، وأبدا بنسبة 8%.

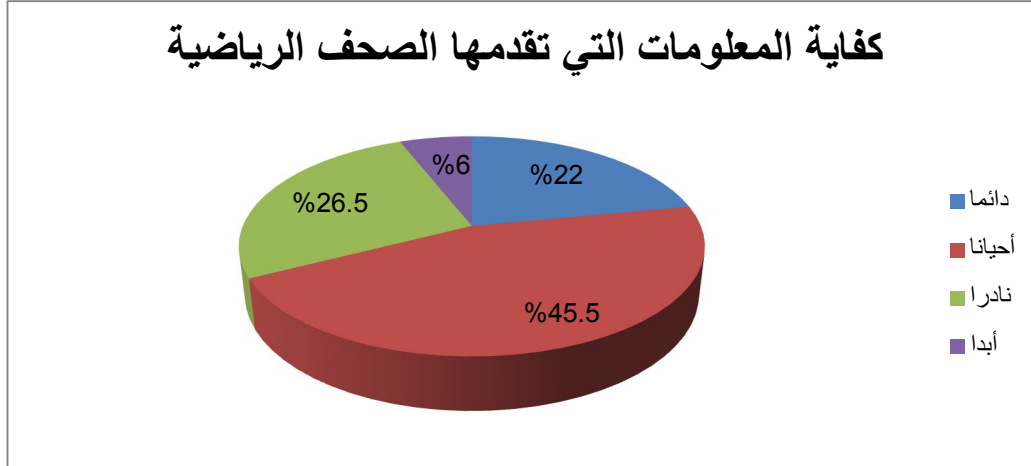
نستنتج أن الصحف الرياضية تحقق وتلبي إشباعات الشباب لما يحتاج إليه من أخبار ومعلومات رياضية.

جدول 15 يوضح نسبة ما تقدمه الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرتهم الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المعلومات الكافية
22%	44	دائما
45.5%	91	أحيانا
26.5%	53	نادرا
6%	12	أبدا

المجموع	200	%100
---------	-----	------

دائرة نسبية توضح كفاية المعلومات التي تقدمها الصحف الرياضية لأفراد عينة الدراسة.



من خلال نتائج الجدول (17) نلاحظ أن أكثر أفراد عينة الدراسة تقدم لهم الصحف الرياضية المعلومات الكافية لتنمية قدرتهم الرياضية، حيث إجاباتهم كانت أحيانا بنسبة 45.5%، وتليها نادرا بنسبة 26.5%، وبعدها دائما بنسب 22%، أما أبدا كانت بنسبة 6%.

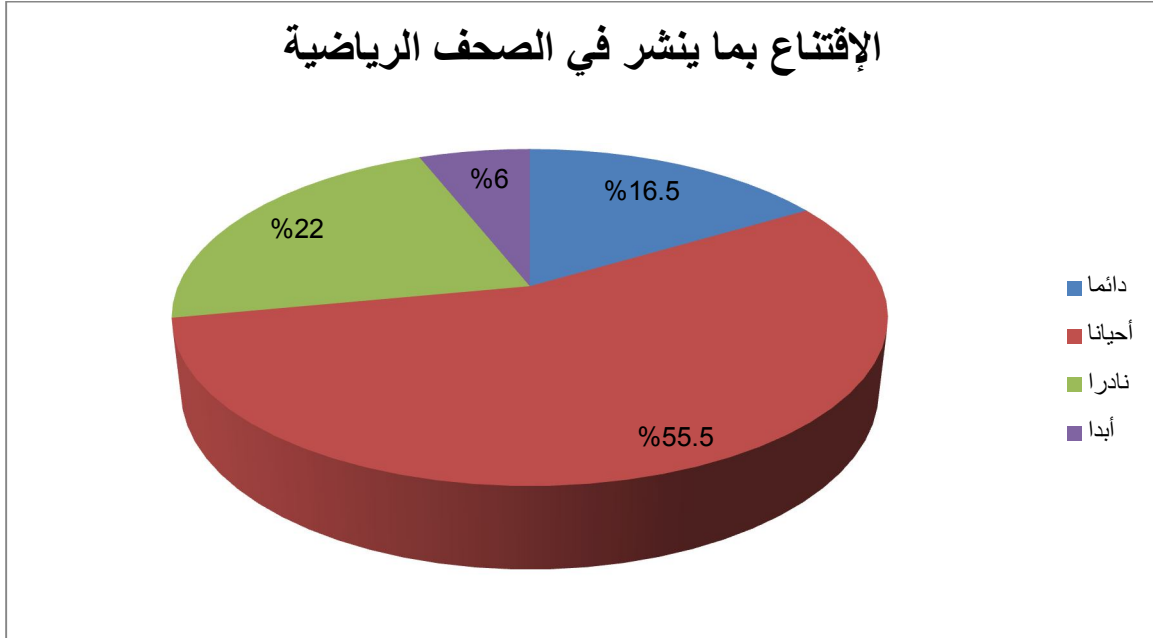
نستنتج أن الصحف الرياضية لها قدرة على تقديم معلومات كافية للشباب .

جدول 16 يوضح نسبة إقتناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الاقتناع بما ينشر في الصحف
%16.5	33	دائما
%55.5	111	أحيانا
%22	44	نادرا
%6	12	أبدا

المجموع	200	%100
---------	-----	------

دائرة نسبية توضح نسبة إقتناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية.



نلاحظ من خلال نتائج المعروضة في الجدول أن أكبر نسبة أحيانا حيث بلغت 55.5%، يعني أنهم أكثر من نصف المبحوثين، أما نادرا كانت نسبة 22%، أما دائما فنسبتهم 16.5%، أما أبدا فنسبته 6%.

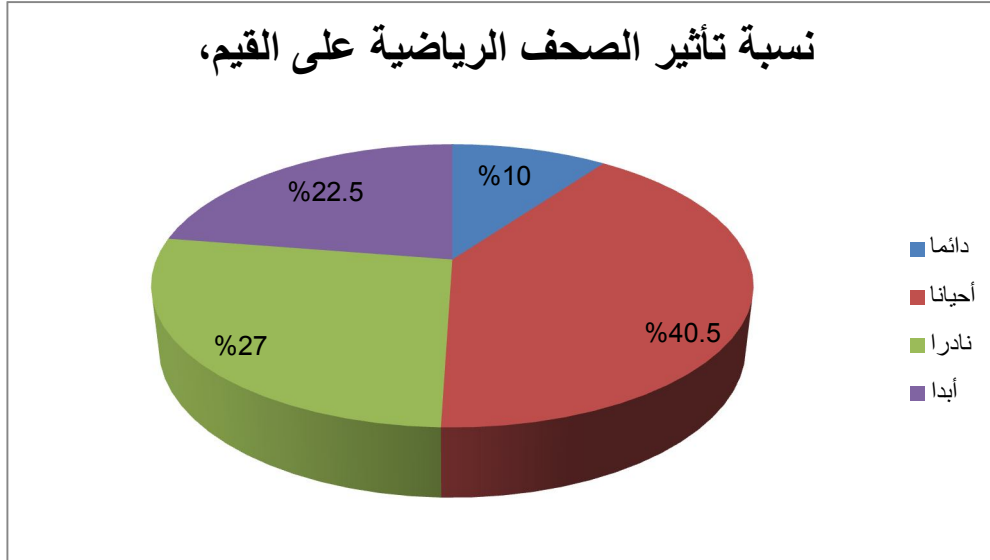
من هنا نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة مقتنعين بما تنشره الصحف الرياضية، وبنسبة قليلة غير مقتنعين بما تنشره الصحف الرياضية.

الجدول 19 يوضح نسبة قدرة تأثير الصحف الرياضية على قيم أفراد العينة.

ت/ن.م	التكرار	النسبة المئوية
دائما	20	10%
أحيانا	81	40.5%
نادرا	54	27%
أبدا	45	22.5%

المجموع	200	%100
---------	-----	------

دائرة نسببة توضح نسبة قدرة تأثير الصحف الرياضية على قيم أفراد عينة الدراسة.



من خلال ما سبق دراسته حول قدرة الصحف الرياضية في قدرتها على التأثير على قيم الشباب، نلاحظ اختلاف الإجابات وهي ترتيب تنازليا: أحيانا وبنسبة 40.5%، ونادرا وبنسبة 27%، وأبدا وبنسبة 22.5%، ودائما وبنسبة 10%.

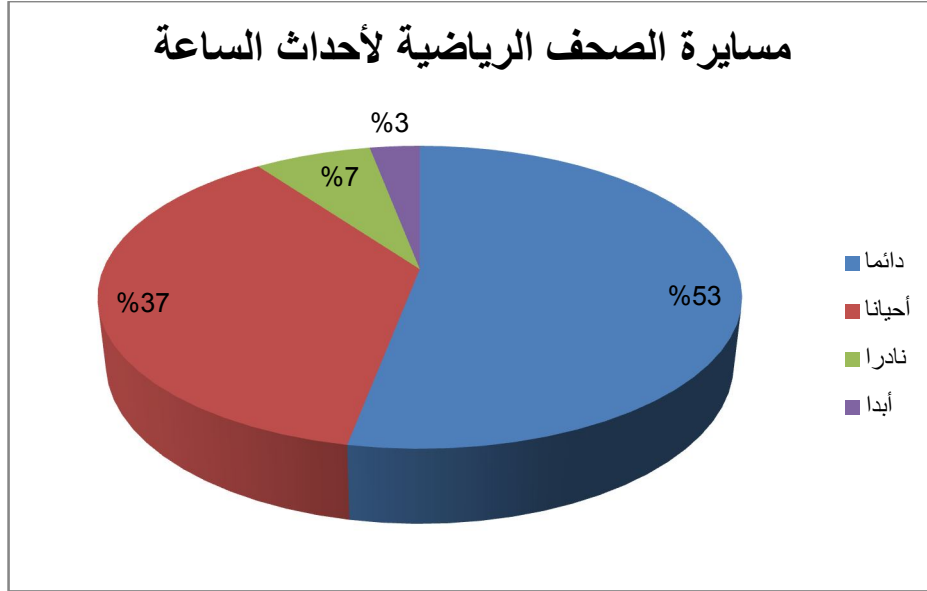
من هنا نلاحظ أن عدد كبير من الشباب يرون أن للصحف الرياضية تأثير على قيمهم، وقليلون هم الذين ينفون هذا الاحتمال.

جدول 17 يبين نسبة مسايرة الصحف الرياضية لأحداث ساعة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م السير وفق أحداث الساعة
%53	106	دائما
%37	74	أحيانا
%7	14	نادرا
%3	6	أبدا

المجموع	200	%100
---------	-----	------

دائرة نسبية توضح مسايرة الصحف الرياضية لأحداث الساعة.



نلاحظ أن أكثر من نصف الأفراد المبحوثين يرون أن الصحف الرياضية تسير وفق أحداث الساعة، وبلغت نسبتهم 53% وأحيانا 37%، أما عن باقي الاحتمال الأخرى فهي على الترتيب ونادرا 7%، وأبدا 3%.

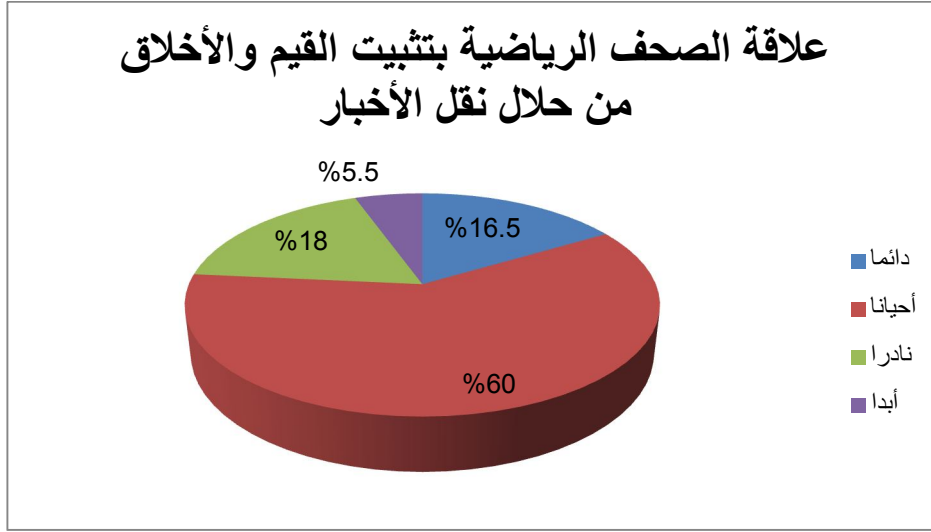
الصحف الرياضية تسير وفق أحداث الساعة في نظر الشباب.

جدول 18 يبين نسبة علاقة الصحف الرياضية بتثبيت القيم والأخلاق من خلال نقل

الأخبار.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م تثبيت القيم والأخلاق
%16.5	33	دائما
%60	120	أحيانا
%18	36	نادرا
%5.5	11	أبدا
%100	200	المجموع

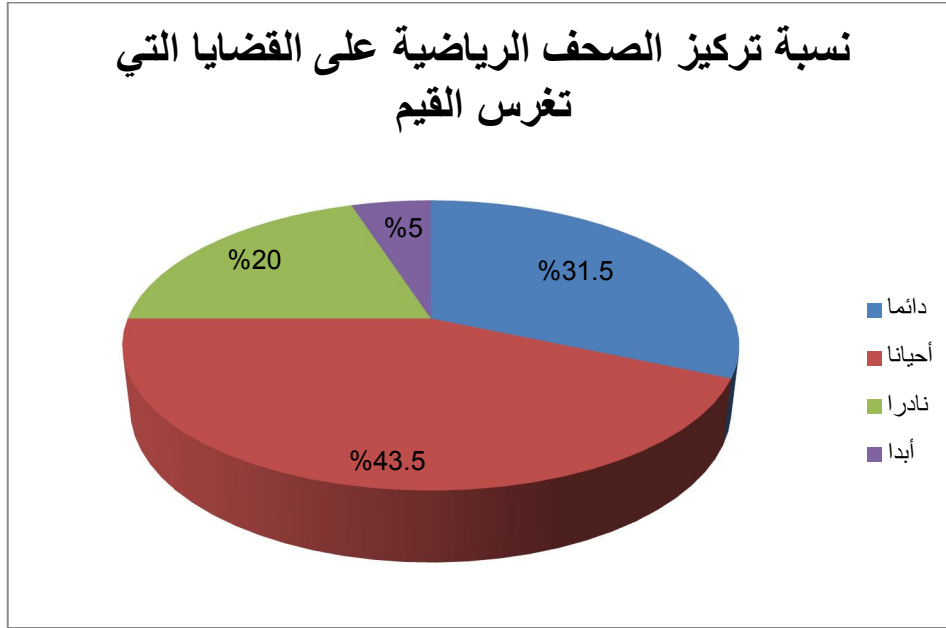
دائرة نسبية توضح نسبة تثبيت القيم والأخلاق من خلال نقل الأخبار لأفراد عينة الدراسة.



نلاحظ أن أكبر نسبة من إجابات أفراد عينة البحث هي أحيانا ، أي نسبة 60%.
أن للصحف الرياضية علاقة بتثبيت قيمهم وأخلاقهم، أما نادرا فكانت بنسبة 18%،
ودائما بنسبة 16.5%، وأبدا بنسبة 5.55%، وهذا الأخير هم الذين لا يرون أن للصحف الرياضية تأثير في تثبيت القيم.

جدول 19 يبين نسبة تركيز الصحف الرياضية على القضايا التي تغرس القيم.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ ن.م غرس القيم
31.5%	63	دائما
43.5%	87	أحيانا
20%	40	نادرا
5%	10	أبدا
100%	200	المجموع



دائرة نسبية توضح نسبة تركيز الصحف الرياضية على القضايا التي تغرس القيم الرياضية.

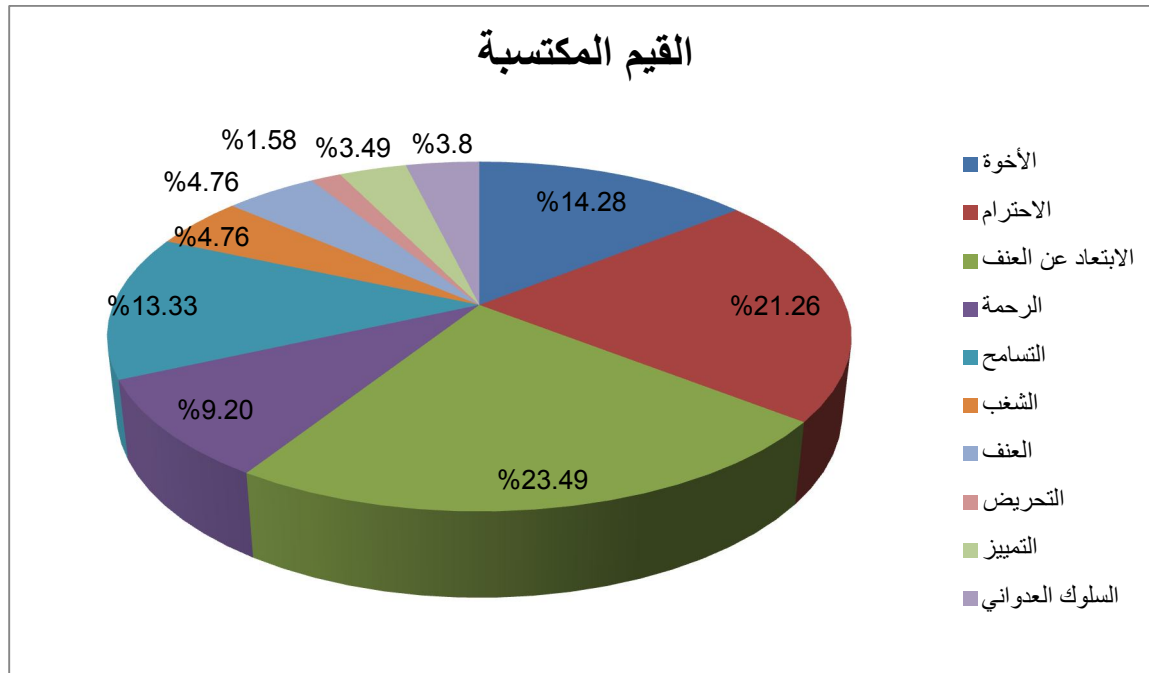
نلاحظ أن أكثر إجابات أفراد عينة الدراسة أن صحف الرياضية لها تركيز على القضايا التي تغرس القيم، وكانت أغلب إجاباتهم بين أحيانا ودائما بنسب على التوالي 43.5% و 31.5%، أما النادر فكان بنسبة 20%، وأبدا بنسبة 5%.

جدول 20 يوضح نسبة القيم التي يكتسبها الشباب من قرائتهم للصحف الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م القيم المكتسبة
14.28%	45	الأخوة
21.26%	67	الاحترام
23.49%	74	الابتعاد عن العنف
9.20%	29	الرحمة
13.33%	42	التسامح
4.76%	15	الشغب

العنف	15	%4.76
التحريض	5	%1.58
التمييز	11	%3.49
السلوك العدواني	12	%3.8
المجموع	315	%100
★ السماح لمبحوث الاختيار أكثر من إجابته		

دائرة نسبية توضح نسبة القيم التي يكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية.



نلاحظ من خلال الجدول أن القيم الأكثر اكتساباً للشباب هي الابتعاد عن العنف بنسبة 23.49%، والمرتبة الثاني قيمة الاحترام وبلغت نسبة 21.26%، والثالثة للأخوة بنسبة 14.28%، أما المرتبة الرابعة التسامح بنسبة 13.33%، وفي المرتبة الخامسة الرحمة بنسبة 9.2%، أما المرتبة السادسة فكانت لقيمتي الشغب والعنف بنسبة 4.76%،

والمرتبة الثامنة فقمة السلوك العدواني بنسبة 3.8%، والمرتبة التاسعة التمييز بنسبة 3.49%، والأخيرة العاشرة التحريض بنسبة 1.58%.

نستنتج من خلال ما عرض في الجدول من إحصائيات للقيم المكتسبة من قراءة الشباب للصحف لرياضية على ترتيب:

- الابتعاد عن العنف، وهذا ما اشتهر في المقابلات الرياضية، كانت تركيز على طلب معالجتها.

- الاحترام المتبادل بين الطرفين، سواء بين الفريقين متقابلين وجمهور لكل فريق أن هزيمته لا تنقص من قيمة أي فريق، وإنما هي مسابقة في شكل لعبة،

- غرس مبدأ الأخوة بين فريق متقابلين و جماهير لكل طرف.

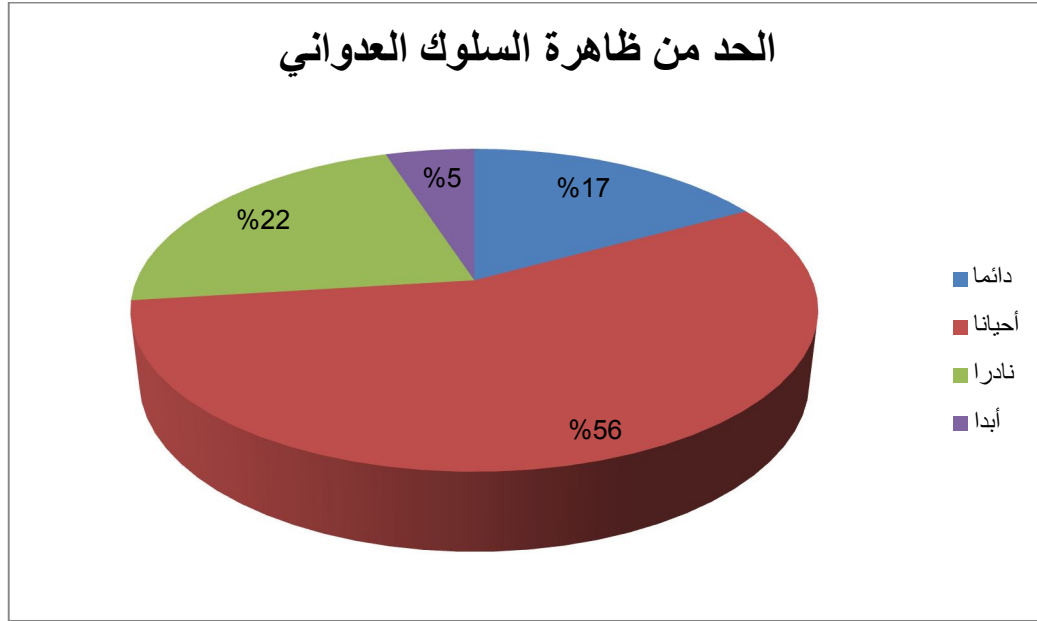
- التسامح والرحمة بين الفريقين والجماهير عن كل سوء تفاهم، لأن كل من التسامح والرحمة من مبادئ الإسلام.

- أما القيم الأخرى كالشغب والتحريض والتمييز والسلوك العدواني كانت بنسب متفاوتة.

جدول 21 يبين نسبة قدرة الصحف الرياضية الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الحد من ظاهر السلوك العدواني
17%	34	دائما
56%	112	أحيانا
22%	44	نادرا
5%	10	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني.

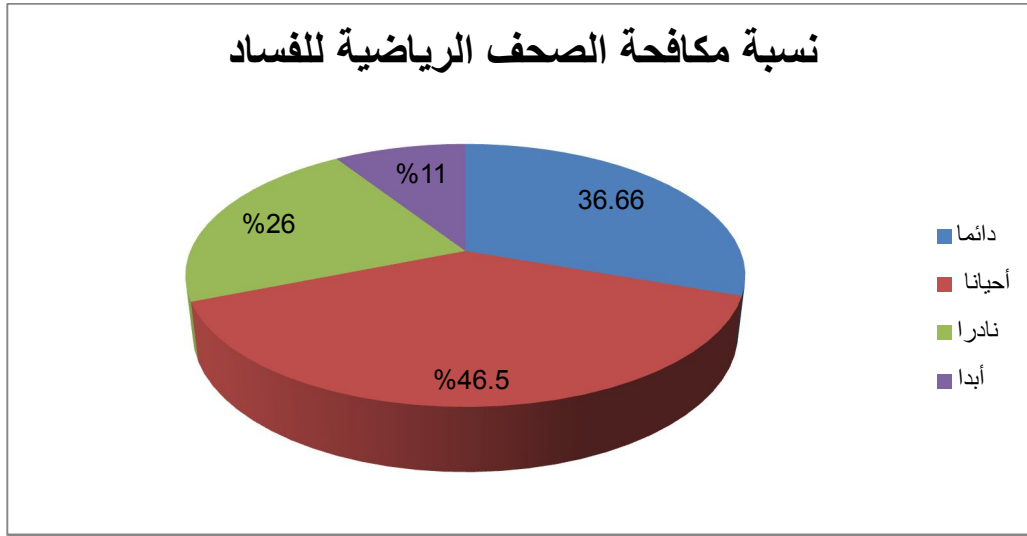


نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات المبحوثين كلها تقريبا كانت أن الصحف الرياضية قادرة على الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب الرياضية، حيث بلغت أعلى نسبة أحيانا بـ 56%، وتليها نادرا بنسبة 22%، دائما بنسبة 17%، وأخيرا أبدا بنسبة 5%، نسبة من كانت أراؤهم أن الصحف الرياضية غير قادرة على الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب الرياضية.

جدول 22 يبين قدرة الصحف الرياضية على مكافحة الفساد.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م مكافحة الفساد
36.66%	33	دائما
46.5%	93	أحيانا
26%	52	نادرا
11%	22	أبدا
100%	200	المجموع

دائرة نسبية توضح نسبة مكافحة الصحف الرياضية للفساد في المجال الرياضي.



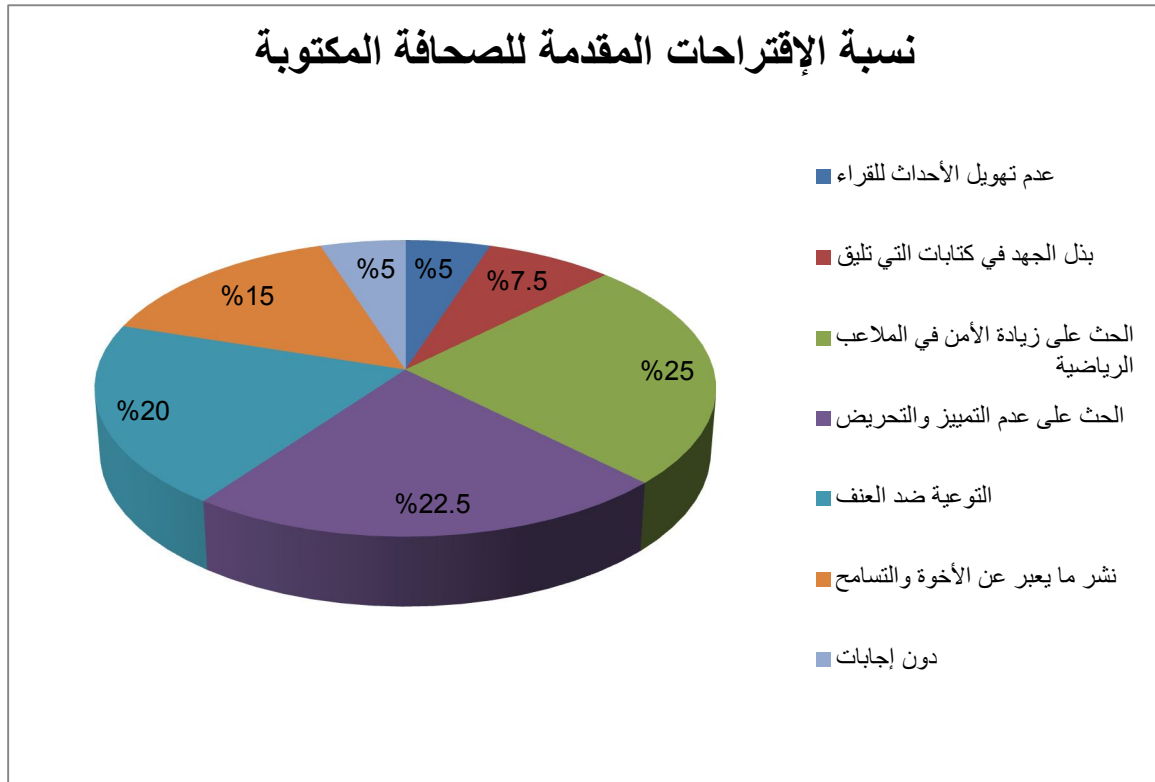
نلاحظ أن نسبة إجابات المبحوثين كانت أعلى نسبة أحيانا حيث قدرت بـ 46.5%، وتليها دائما بنسبة 36.66%، ونادرا بنسبة 26%، هم الذين يرون أن لصحف الرياضية قدرة على مكافحة الفساد في المجال الرياضي، على خلاف من رأى غير ذلك فكانت نسبتهم 11%.

جدول 23 يتضمن نسبة الإقتراحات المقدمة للصحافة المكتوبة للتقليل من ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الإقتراحات
5%	30	عدم تهويل الأحداث للقراء
7.5%	45	بذل الجهد في الكتابات التي تليق باللاعبين
25%	150	الحث على زيادة الأمن في الملاعب الرياضية
22.5%	135	الحث على عدم التمييز والتحريض
20%	120	التوعية ضد العنف

نشر ما يعبر عن الأخوة والتسامح	90	15%
دون إجابات	30	5%
المجموع	600	100%
★ مسموح للمبحوث اقتراح أكثر من إجابة		

دائرة نسبية توضح الاقتراحات المقدمة للصحافة المكتوبة للتقليل من ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية.



بعد جمع البيانات وتصنيفها، وجمع الإجابات المتقاربة من بعضها توصلنا إلى النتائج التي ضمها الجدول رقم (26).

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكبر نسبة من الاقتراحات المقدمة للصحافة المكتوبة، للتقليل من ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية أذكرها على الترتيب تنازليا:

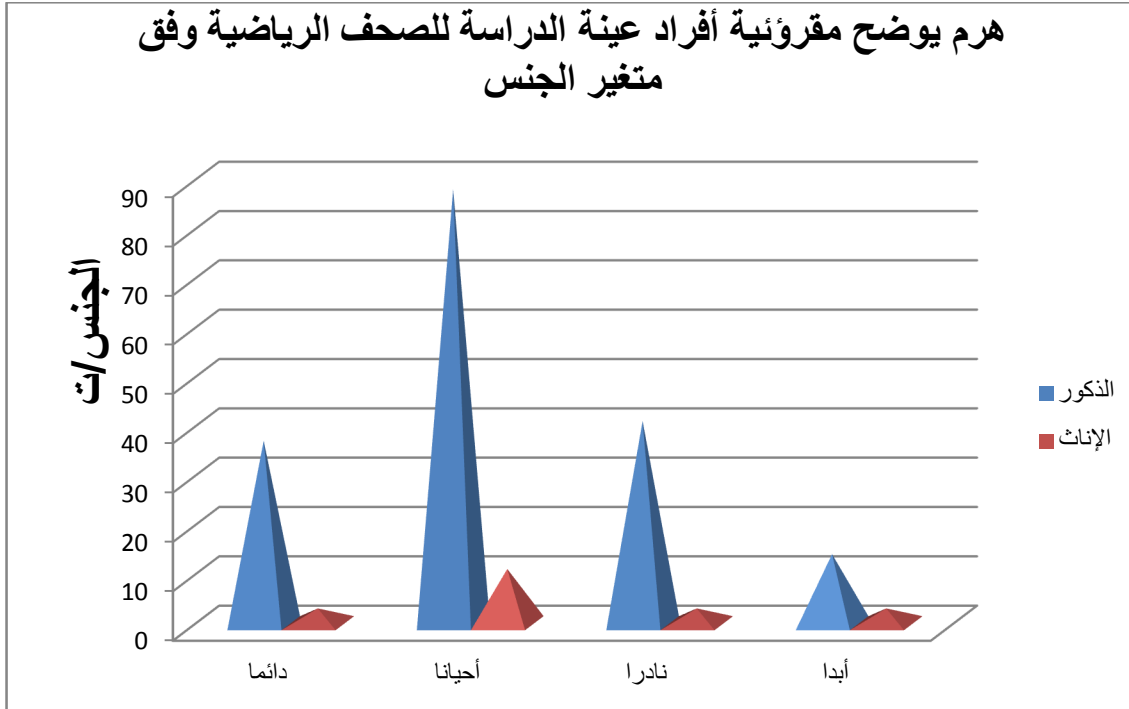
- الحث على زيادة الأمن في الملاعب، وكان الطلب على معالجة هذه الظاهرة بنسبة 25% من أفراد عينة الدراسة.

- الحث على عدم التمييز والتحريض في سير الألعاب الرياضية، وهذا الذي يخلف العنف في الملاعب، فطلب اقتراح هذه الظاهرة بنسبة 22.5%.
- التوعية ضد العنف، نشرها وتوعية الجماهير بعدم ممارسة الأساليب العنيفة ضد بعضهم البعض، وهذا يكون نتيجة هزيمة أحد الفريقين في أغلب الأحيان، ونسبة طلب للمكافحة هذه الظاهرة كان بنسبة 20%.
- نشر ما يعبر عن الأخوة والتسامح، لأنه من مبادئ ديننا الحنيف، ونسبة اقتراحها تقدر بـ 15%.
- بذل الجهد في الكتابات التي تليق باللاعبين، وكانت نسبته 7.5%.
- عدم تهويل الأحداث للقراء، وذلك سواء بالإيجاب أو السلب، لأن تضخيم الأمور يزيد بها تعقيدا، وكانت نسبته 5%.

2- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير الجنس:

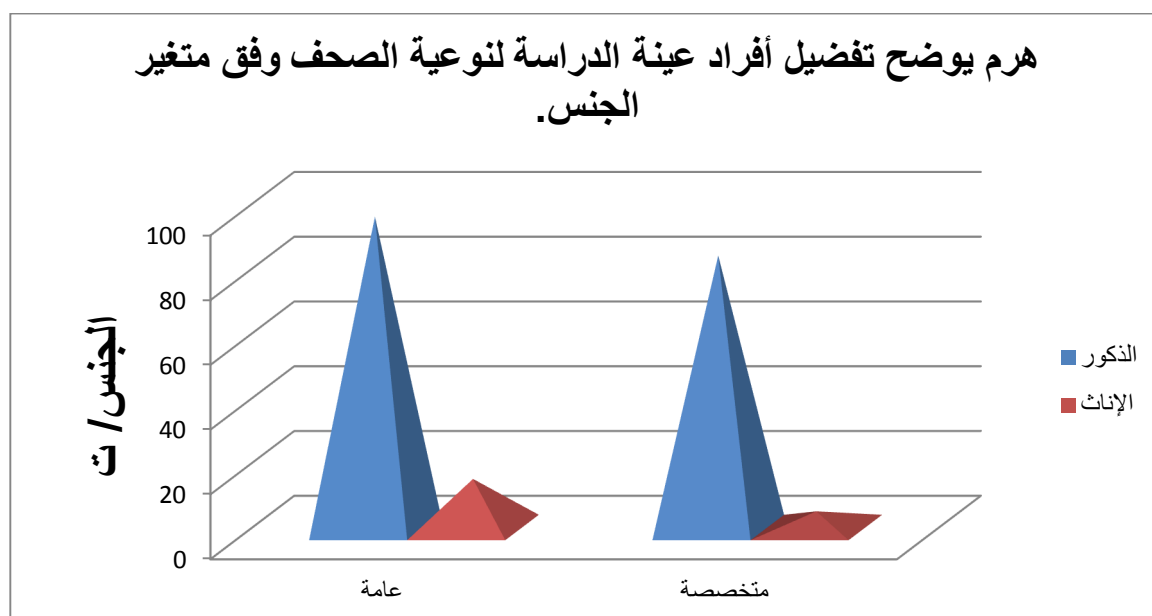
الجدول رقم 27 يوضح مقروئية أكثر من صحيفة رياضية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس.

الجنس/ت/ن.م الإجابات	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما	37	%92.7	3	%7.5	40	%100
أحيانا	88	%88.88	11	%11.12	99	%100
نادرا	41	%93.18	3	%6.82	44	%100
أبدا	14	%82.35	3	%17.65	17	%100



يوضح الجدول أن أكثر أفراد عينة الدراسة إيجاباتهم أحيانا، وهم الذين يقرؤون أكثر من صحيفة رياضية، وقد ارتفعت نسبة الذكور تقريبا 88.88% ، في حين بلغت نسبة الإناث 11.12%، وفي المرتبة الثانية إجابات نادرا التي بلغت عند الذكور نسبة 93.18% أما 6.82% الباقية فهي نسبة مقروئية الإناث، والمرتبة الثالثة دائما فبنسبة عالية، حيث وصلت عند الذكور بـ 92.7% أما الإناث فبنسبة 7.5%، أما المرتبة الرابعة والأخيرة فكانت إجابات أبدا فيها بنسبة 82.35% ذكور و17.65% إناث. وعليه فغالبية مقروئية الصحف الرياضية عند الذكور في أفراد العينة كانت تفوت بكثير نسبة المقروئية عند الإناث. وهذا يدل على أن طبيعة الإناث قليلة الاهتمام بالرياضة. **الجدول 28** يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لنوعية الصحف وفق متغير الجنس.

الجنس/ت/ن.م	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
عامة	96	86.48%	15	13.52%	111	100%
متخصصة	84	94.38%	5	5.6%	89	100%



نلاحظ من خلال نتائج الجدول تفوق الذكور من فئة الشباب يلعب دورا كبيرا في اختيار الصحف المفضلة ، فنجد أن الصحف العامة عند الذكور نسبتها 86.48% ، وهي أكبر نسبة من الإناث التي قدرت بـ 13.52%، وفي المرتبة الثانية الصحف الخاصة بنسبتها عند الذكور 94.38% والباقي القليل من الإناث بنسبة 5.62%.

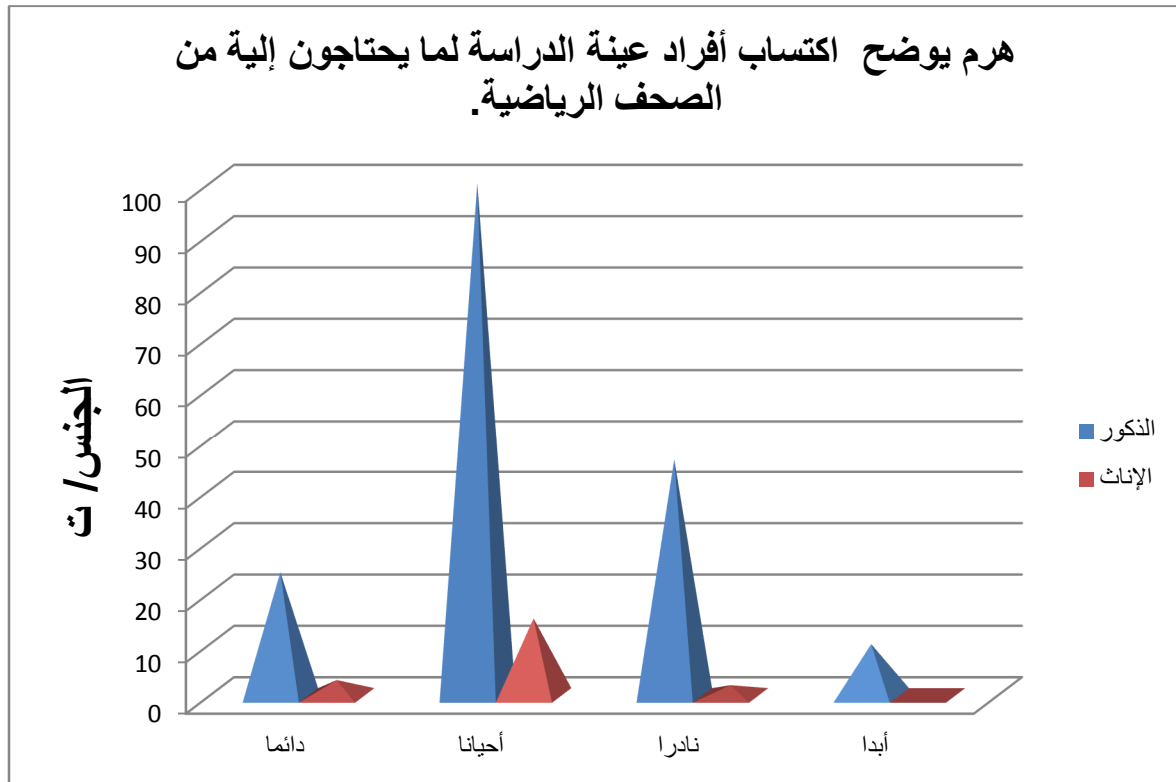
نستنتج أن الشباب من الذكور يفضلون الصحف المتخصصة أكثر من الصحف العامة، بخلاف الإناث فيفضلون الصحف العامة على الخاصة. وهذا يدل على أن عامل الجنس له دور كبير في تفضيل واختيار الصحف الرياضية.

أما عن تفضيل الإناث للصحف العامة، يدل على أنهم يقرآن كل ما ينشر في هذه الصحف، ويدل كذلك على قلة اهتمامهن بالرياضة، بخلاف الذكور.

ومن هذا نستنتج أن أغلب الشباب يفضلون الصحف العامة في قراءتهم للأخبار الرياضية، لأنها الصحف الأكثر انتشارا وأسعارها معقولة.

الجدول 29 يوضح مدى اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه في قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس.

الجنس/ت/ن.م		الذكور		الإناث		المجموع	
الإجابات		التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما		24	88.88%	3	11.12%	27	100%
أحيانا		100	86.95%	15	13.04%	115	100%
نادرًا		46	95.84%	2	4.16%	48	100%
أبدا		10	100%	0	0%	10	100%

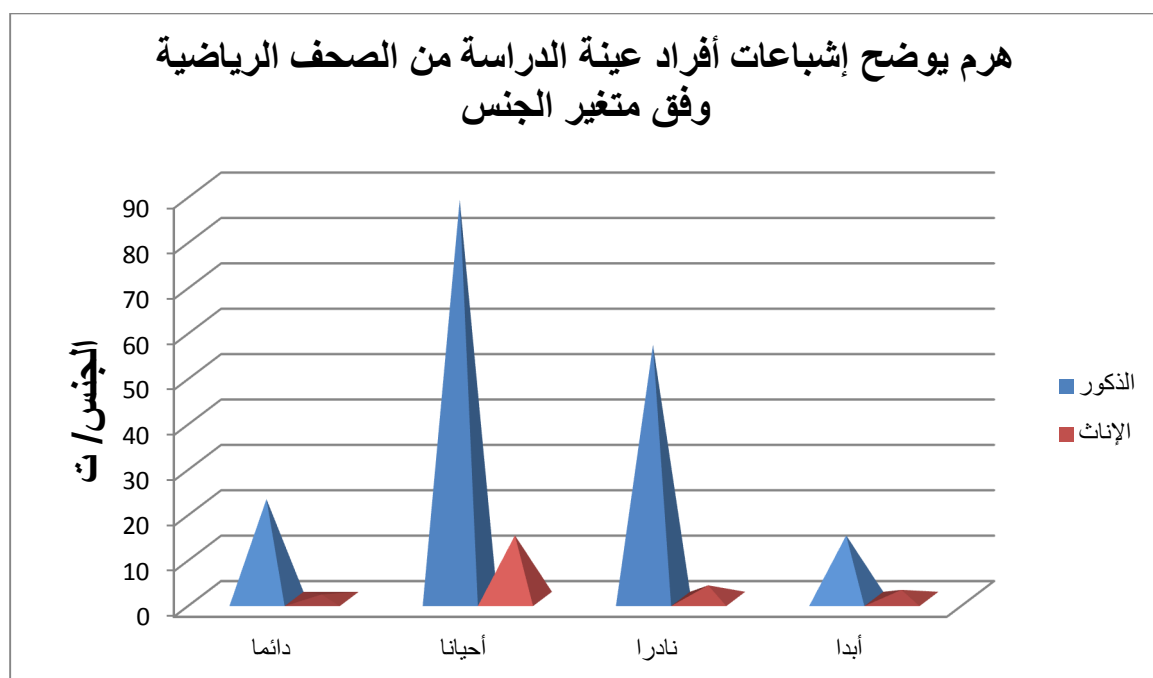


نلاحظ من خلال الجدول أن اكتساب الشباب لما يحتاجونه من قراءتهم للصحف الرياضية، أنه تفوق إجابات دائما بنسبة 88.88% عند الذكور، وهي أكبر من الإناث التي قدرت بـ 11.12% الباقية، وتليها نادرا التي بلغت نسبتها عند الذكور 95.84% وهي أكبر من الإناث والتي تقدر بـ 4.16%، بينما أبدا بنسبتها كاملة لذكور ولا تشاركهم أنثى فيها.

نستنتج أن أغلب الشباب – كلا الجنسين- يرون أن الصحف الرياضية قادرة على اكتساب ما يحتاجون إليه من معلومات رياضية لتنمية قدراتهم الرياضية. إلا أن جنس الذكور يعتمدون أكثر على الصحف الرياضية في اكتساب ما يحتاجون إليه، بخلاف الإناث فهم يعتمدون على وسائل أخرى.

الجدول 30 يوضح مدى تحقيق إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.

الجنس/ت/ن.م		الذكور		الإناث		المجموع
الإجابات		التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار
دائما		22	%95.65	1	%4.34	23
أحيانا		88	%86.27	14	%13.73	102
نادرا		56	%94.92	3	%5.08	59
أبدا		14	%87.5	2	%12.5	16



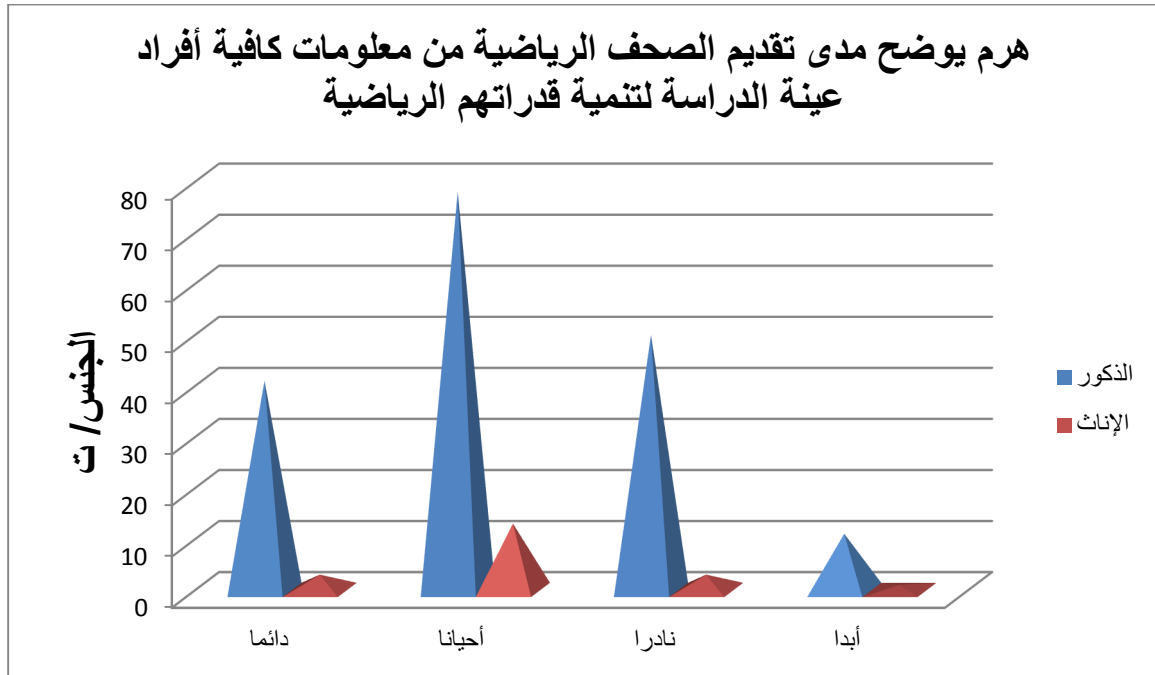
يوضح الجدول السابق نسبة إشباعات الشباب المحققة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس، فكانت نسبة دائما %95.65 عند الذكور، أما عن نسبة الباقية %4.34 فهي للإناث، بينما أحيانا وصلت نسبة الذكور منها إلى %86.27،

والإناث نسبة 13.73%، وتليها نادرا نسبة الذكور فيها 94.92% وهي أكثر من نسبة الإناث التي قدرت بـ 5.08%، وبعدها أبدا وكانت إجاباتها تقدر عند الذكور بـ 87.5% والإناث بـ 12.5%.

ومن هنا نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة من الذكور يرون أن كل ما تنشره الصحف الرياضية يحقق إشباعاتهم ورغباتهم وميولهم للأخبار الرياضية، بخلاف الإناث. نوع الجنس له تأثير في إشباعات الشباب ورغباتهم وميولاتهم المحققة من خلال الصحف الرياضية.

الجدول 31 يوضح مدى تقديم الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرة أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		النسبة/ت.ن.م. الإجابات
نسبة المنوية	التكرار	نسبة المنوية	التكرار	نسبة المنوية	التكرار	
100%	44	6.18%	3	93.18%	41	دائما
100%	91	14.28%	13	85.72%	78	أحيانا
100%	53	5.67%	3	94.33%	50	نادرا
100%	12	8.33%	1	91.66%	11	أبدا

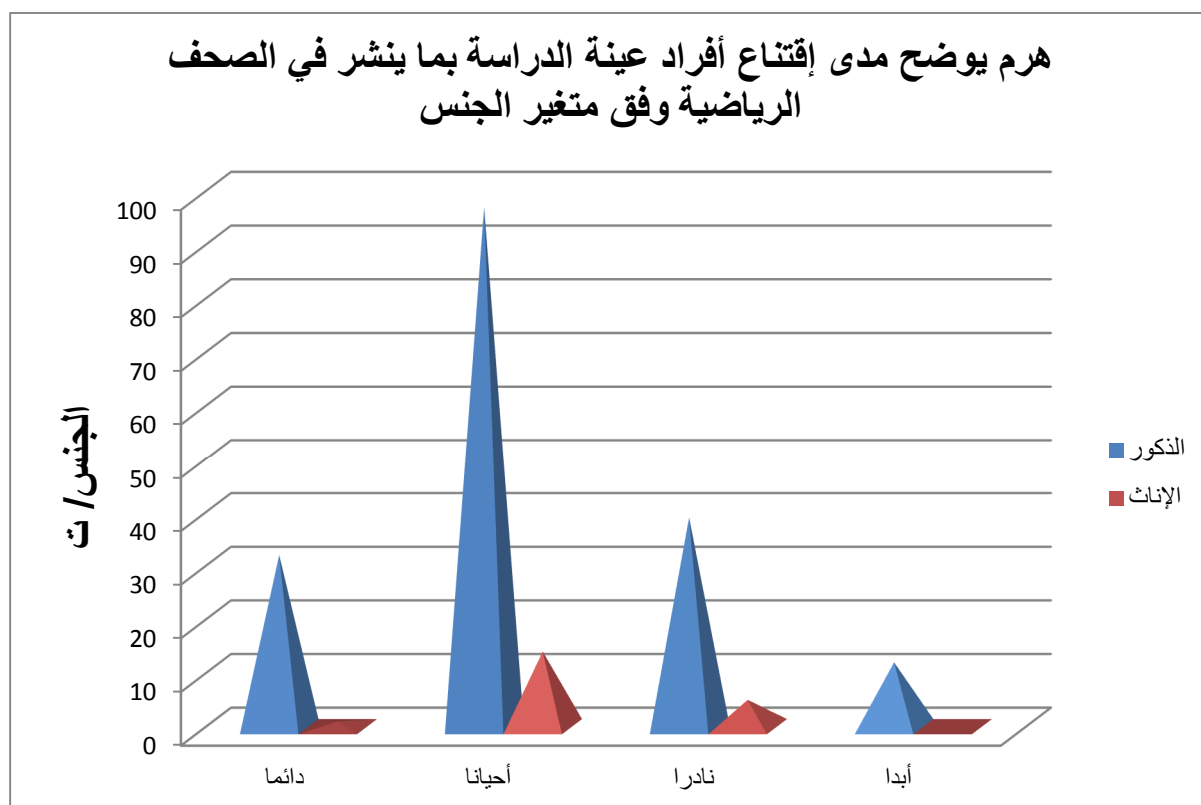


نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يرون أن للصحف الرياضية القدرة على تنمية قدراتهم بالمعلومات الكافية وهذا كان دائما بنسبة 93.18% عند الذكور، أما الإناث فنسبة 6.18%، وإجابات أحيانا نجد فيها نسبة الذكور 85.72% وهي أكبر كثير من نسبة الإناث التي قدرت بـ 14.28%، ونادرا وقدرت نسبة الذكور فيها بـ 94.33% بينما نسبة الإناث فقدرت بـ 5.67%، وأبدا التي كانت نسبة 91.66% ذكور، أما الإناث نسبة 8.33%.

من خلال تحليل نتائج الجدول نلاحظ أن نسب كلا الجنسين متفاوتة في تنمية قدراتهم الرياضية وإعطائهم المعلومات الكافية.

الجدول 32 يبين مدى إقناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.

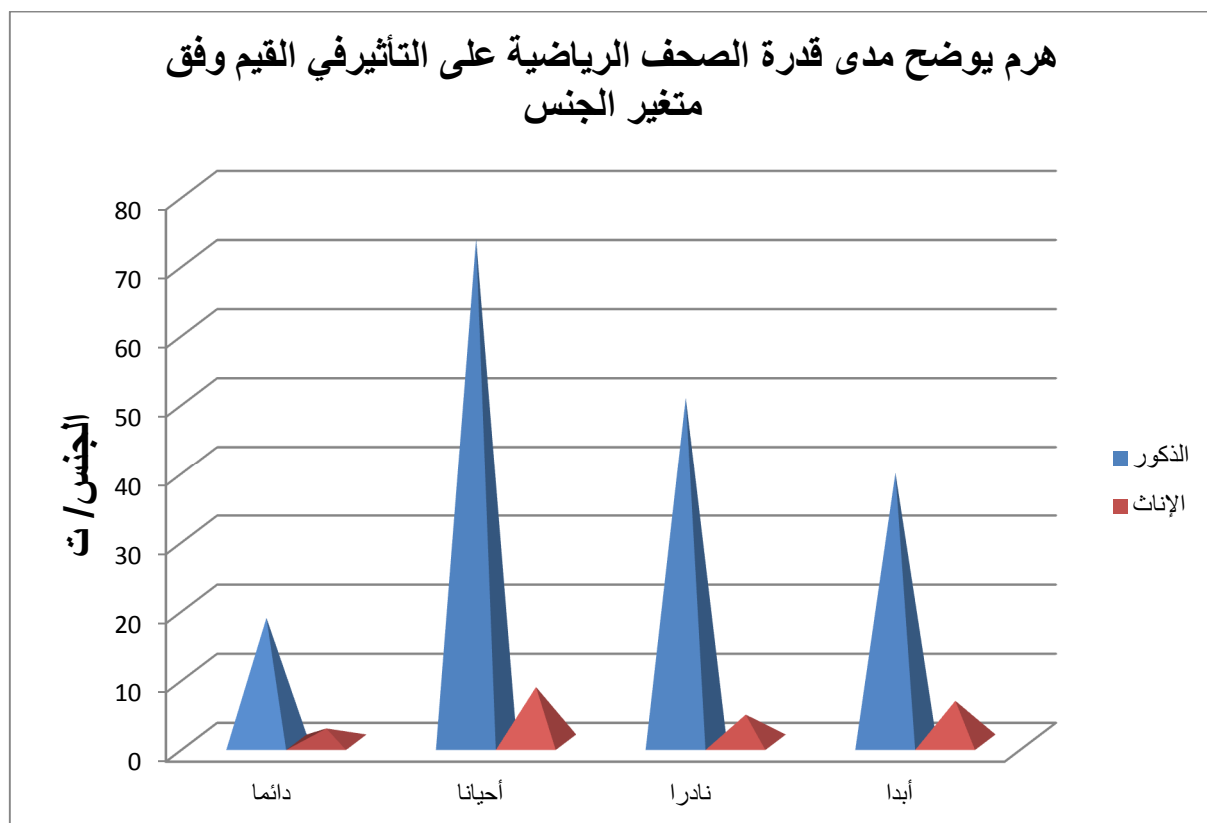
الجنس/ت/ان.م	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما	32	%96.96	1	%3.04	33	%100
أحيانا	97	%87.38	14	%12.62	111	%100
نادرا	39	%88.63	5	%11.37	44	%100
أبدا	12	%100	0	%0	12	%100



من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم دائما بلغت نسبة الذكور بـ 96.96%، والإناث بـ 3.04%، وأحيانا نسبة الذكور 87.38% والإناث نسبة 12.62%. ونادرا كانت نسبة الذكور فيها بـ 88.63%، بينما نسبة الإناث وصلت 11.37%، وأخيرا أبدا التي كانت نسبة 100%، وهي كلها من جنس الذكور. نستنتج أن للجنس فرق في الإقناع بما ينشر في الصحف الرياضية من أخبار ومعلومات عن الرياضة والرياضيين. وإنهم يرضون بما ينشر في هذه الصحف الرياضية. مع العلم أن جنس الذكور يحتل المراتب الأولى في كل الاحتمالات، بخلاف الإناث فنسب قليلة وهذا ما يدل على أن الذكور من اهتماماته الكبيرة الرياضة، أما الإناث فيشغلها غير الأخبار الرياضية.

الجدول 33 يبين مدى رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية على التأثير في القيم وفق متغير الجنس.

الجنس/ت/ن.م		الذكور		الإناث		المجموع	
الإجابات		التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما		18	90%	2	10%	20	100%
أحيانا		73	90.12%	8	9.87%	81	100%
نادرا		50	92.59%	4	7.41%	54	100%
أبدا		39	86.67%	6	13.33%	45	100%



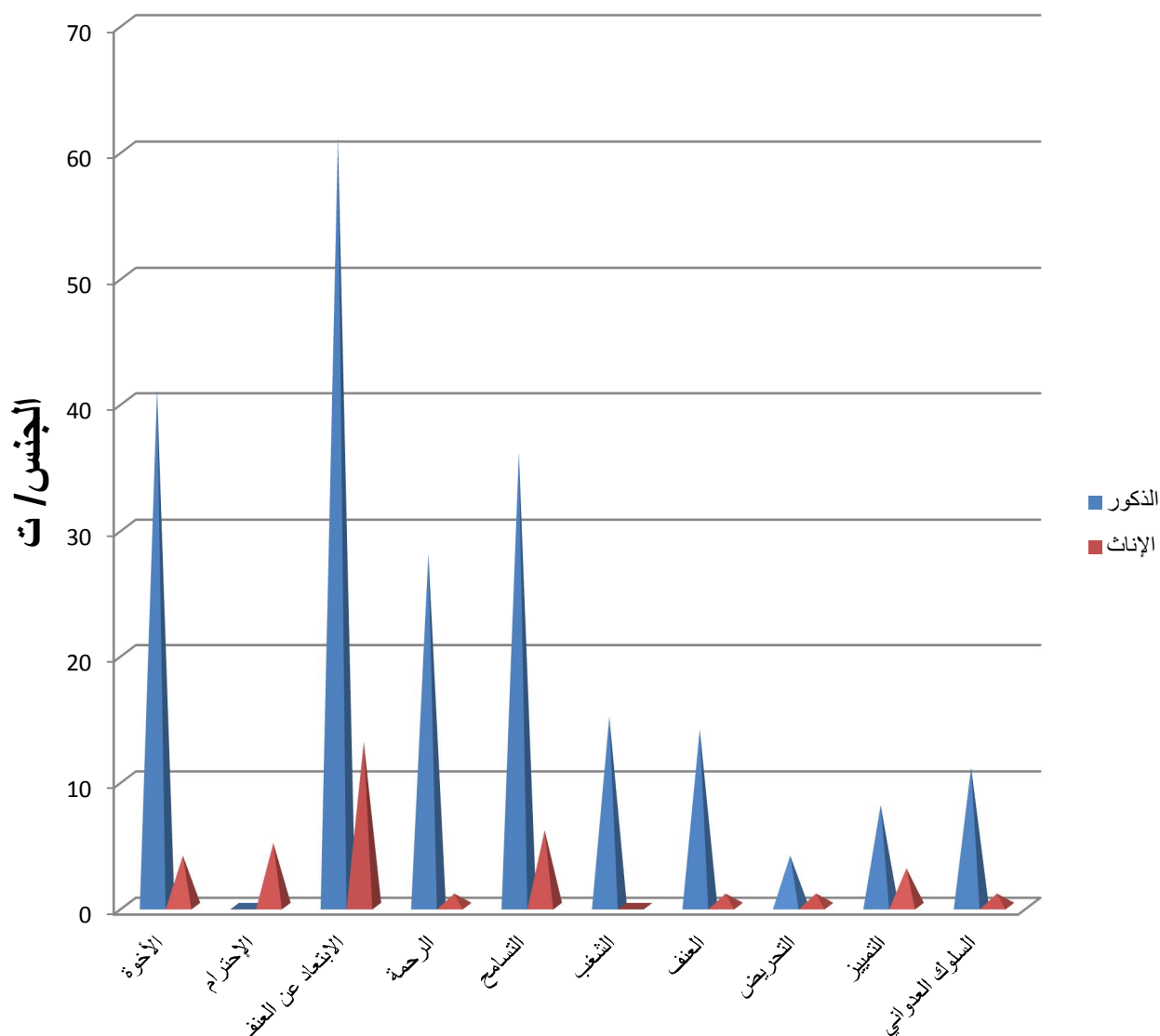
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة تأثير الصحف الرياضية على القيم والأخلاق دائماً عند الذكور بنسبة 90% ، أما الإناث فنسبة 10%، أما الاحتمال الثاني أحياناً فنسبة الذكور قدرت بـ 90.12% أما الإناث بـ 9.87%، ونادراً نسبة 92.59% لذكور ونسبة 7.41% للإناث. بينما أبداً فوصلت عند الذكور إلى 86.67% وعند الإناث بـ 13.33%.

نستنتج من خلال عرض النتائج السابقة الذكر أن معظم أفراد عينة الدراسة هم الذكور يرون أن الصحف الرياضية قادرة على التأثير في أخلاقهم وقيمهم من خلال ما تنشره ويطلعون عليه من أخبار حول الرياضة والرياضيين.

الجدول 34 يبين القيم التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		السكن/ان.م
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	الإجابات
%100	45	%8.89	4	%91.12	41	الأخوة
%100	67	%7.46	5	%92.53	62	الاحترام
%100	74	%17.57	13	%82.43	61	الابتعاد عن العنف
%100	29	%3.45	1	%96.55	28	الرحمة
%100	42	%14.29	6	%85.71	36	التسامح
%100	15	%00	00	%100	15	الشغب
%100	15	%6.67	1	%93.33	14	العنف
%100	5	%20	1	%80	4	التحريض
%100	11	%27.27	3	%72.73	8	التمييز
%100	12	%8.33	1	%91.67	11	السلوك العدواني
★ السماح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة						

هرم بين القيم التي اكتسب أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس.



نلاحظ أن نسبة القيم المكتسبة لدى الشبابختلفت الترتيب مما يتبعه في النسبة، حيث بلغت الأخوة عند الذكور نسبة 91.12% وهي في المرتبة السادسة، أما الإناث فبلغت نسبة 8.89%، وهي في الرتبة الخامسة، أما قيمة الاحترام فكانت عند الذكور بنسبة 92.53% وهي في المرتبة الرابعة ، حيث وصلت عند الإناث نسبتها 7.46% وهي في المرتبة السابعة، بينما كانت قيمة الابتعاد العنف عند الذكور في المرتبة الثامنة وبنسبة 82.43%، وعند الإناث بنسبة 17.57 وأخذت الترتيب الثالثة، وقيمة الرحمة عند الذكور

بنسبة 96.55% وهي في المرتبة الثانية، بينما وصلت عند الإناث 3.45% وهي المرتبة التاسعة، أما عن قيمة التسامح فالذكور في المرتبة الخامسة بنسبة 85.71%، في حين عند الإناث بنسبة 14.29% واحتلت المرتبة الرابعة، أما قيمة الشغب فبلغت عند الذكور نسبة 100% واحتلت المرتبة الأولى، أما الإناث فلا تكتسب من خلال قراءتهن للصحف الرياضية، أما قيمة العنف فقد بلغت نسبة عند الذكور نسبة 93.33% وكانت في الرتبة الثانية، حيث بلغت عند الإناث 6.67% واحتلت المرتبة الثامنة، أما قيمة التحريض فقد وصلت عند الذكور نسبة 80%، أما عند الإناث فبلغت 20% وهي المرتبة الثانية.

بينما قيمة التمييز فقد كانت عند الذكور في المرتبة العاشرة والأخيرة حيث بلغت نسبة 72.73% بينما عند الإناث فوصلت إلى 27.27% وكانت في الصدارة أي في الرتبة الأولى، أما قيمة السلوك العدواني فقد بلغت عند الذكور 91.67% واحتلت المرتبة الخامسة حيث وصلت نسبتها 8.33% وهي في المرتبة السادسة بالنسبة للإناث.

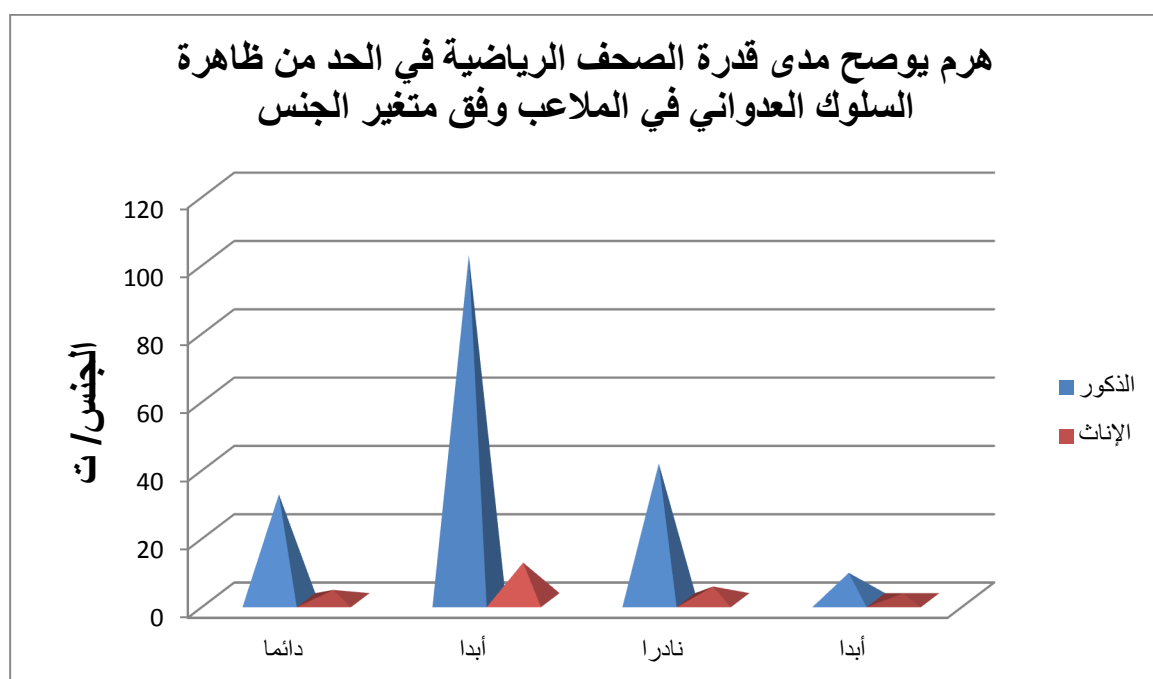
من خلال هذه النتائج نستنتج أن القيمة المكتسبة تختلف باختلاف الجنس في نسبها، وهذا ما يدل على أن الجنس يلعب دورا كبيرا في اكتساب القيم.

القيم الايجابية هي التي بلغت أكبر نسبة من حيث الجنس سواء عند الذكور أو الإناث، أما القيم السلبية فكانت المراتب الأخيرة في كلا الجنسين وبنسب قليلة.

نستنتج أن للصحف الرياضية قدوة كبيرة في اكتساب القيم الايجابية لدى أفراد عينة الدراسة سواء كان ذلك لدى الإناث أو الذكور، فكلا الجنسين يكتسبان من الصحف الرياضية قيم متنوعة وخاصة القيم الايجابية فهي الأكثر تأثيرا عليهم ويرون أن لهذه الصحف الرياضية دور في تنمية القيم لديهم.

الجدول 35 يوضح رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير الجنس.

المجموع	الذكور		الإناث		المسكن/ت/ن.م	الإجابات
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
دائماً	91.17%	31	8.83%	3		
أحياناً	90.17%	101	9.83%	11		
نادراً	90.90%	40	9.10%	4		
أبداً	80%	8	20%	2		



نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة قدرة الصحف الرياضية على الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب الرياضية بلغت دائماً عند الذكور بنسبة 91.17% أكثر من نسبة الإناث التي بلغت 8.83%، حيث كانت أحياناً نسبة الذكور فيها ما يقارب

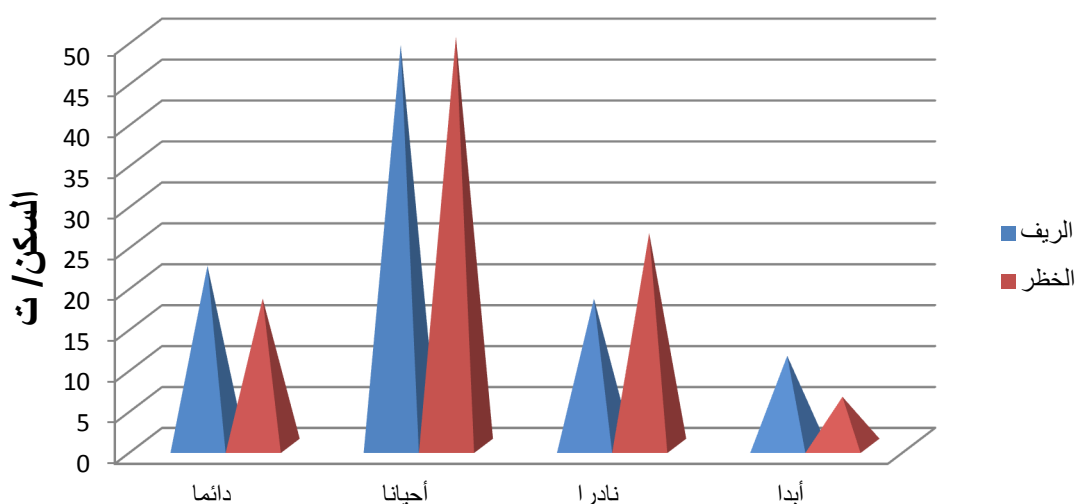
90.17%، أما الإناث فنسبة 9.83%، ونادرا فكانت بنسبة 90.90 ذكور ونسبة الإناث قدرت بـ 9.10%، وأبدا فنسبتها بلغت فيها نسبة الذكور 80% بينما الإناث 20%. نستنتج أن إجابات الذكور متقاربة نسبيا، حيث إنهم يرون أن للصحف الرياضية قدوة في حد من سلوك العدوان في الملاعب الرياضية مقارنة نسبة الإناث.

3- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير السكن:

الجدول 36 يمثل عدد المقروئية أفراد عينة الدراسة للصحف الرياضية وفق متغير السكن.

السكن/ت.ن.م الإجابات	الحضر		الريف		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما	22	55%	18	45%	40	100%
أحيانا	49	49.50%	50	50.5%	99	100%
نادرا	18	40.90%	26	59.10%	44	100%
أبدا	11	64.70%	6	35.30%	17	100%

هرم يوضح مقروئية أفراد عينة الدراسة للصحف الرياضية وفق متغير السكن

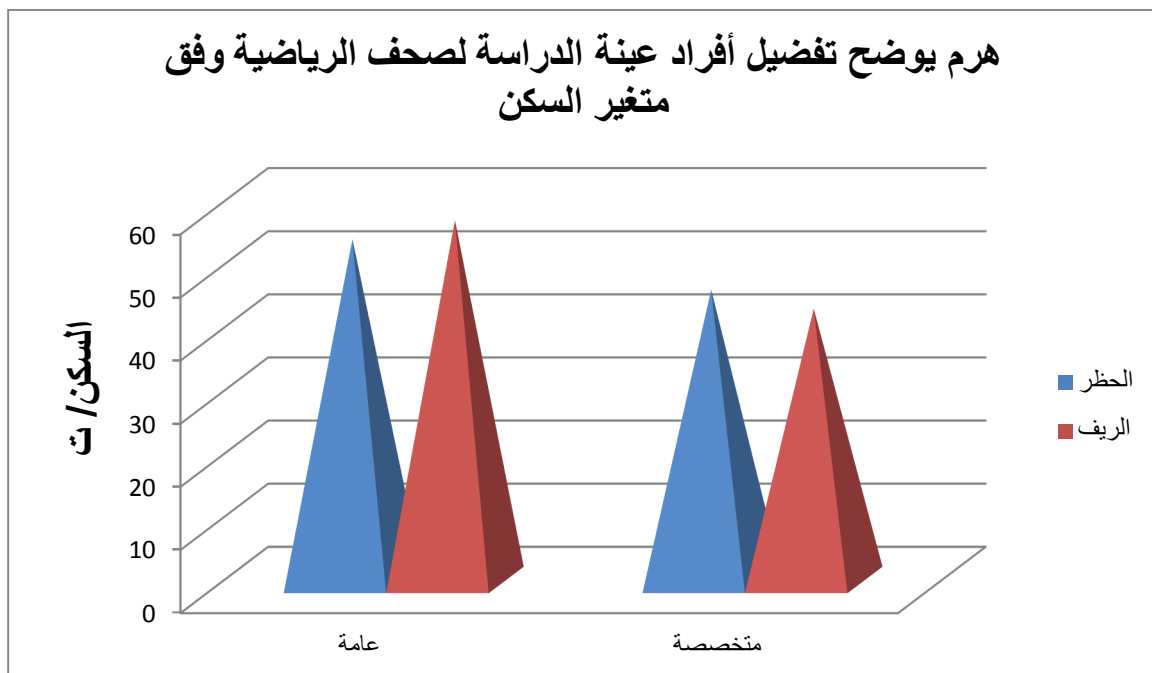


نرى أن أكثر أفراد عينة الدراسة إجاباتهم حسب متغير السكن في عدد المقروئية لأكثر من صحيفة رياضية كانت بالنسب التالية، حيث بلغ الاحتمال الأول دائما نسبة 55% في الحظر بينما في الريف فنسبته 45%، أما الاحتمال الثاني أحيانا بلغت نسبة 49.5% في الحظر حيث كان في الريف بنسبة 50.5%، أما نادرا وصلت نسبة 40.9% في الحظر، بينما بلغت نسبته في الريف 59.10%، أما أبدا فكانت نسبة 64.7% حظر و35.3% ريف.

من خلال هذه النتائج نلاحظ أن أغلب الإجابات أفراد عينة الدراسة يقرؤون أكثر من صحيفة رياضية سواء في الحظر أو الريف نسب متقاربة، وهذا يدل على أن متغير السكن لا يلعب دورا في تعداد مقروئية الصحف الرياضية.

الجدول 37 يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لنوعية الصحف وفق متغير السكن.

السكن/ت/ن.م	الحظر		الريف		المجموع	
	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
عامة	54	48.65%	57	51.35%	111	100%
متخصصة	46	51.68%	43	48.32%	89	100%

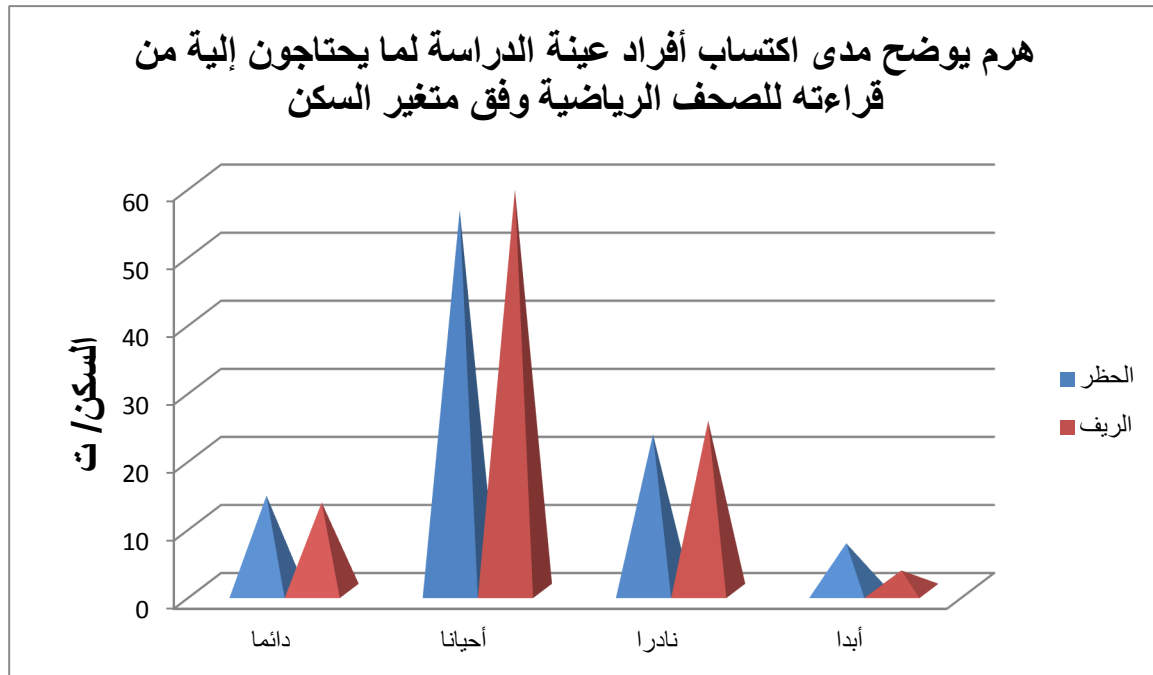


نلاحظ من خلال النتائج المعروضة في الجدول السابق أن الشباب يعتمد على الصحف العامة في الحظر حيث بلغت نسبته في 48.65% أكثر من نسبة الشباب في الريف 51.35%، بينما الذين يعتمدون على الصحف المتخصصة بلغت نسبتهم في الحظر فيها 51.68% أكثر من نسبة الريف التي بلغت 48.32%.

من هنا نلاحظ لمتغير السكن أثر في نوعية قراءة الصحف الرياضية المفضلة وهذا يدل على أن الشباب في الحضر يعتمدون أكثر على الصحف المتخصصة بخلاف أفراد عينة الدراسة في الريف الذين يعتمدون على الصحف العامة، وهذا راجع لأن الصحف الرياضية المتخصصة أكثر انتشارا في الحضر من انتشارها في الريف، وهذا ما يجعل أفراد عينة الدراسة في الريف يعتمدون على قراءة الصحف العامة.

الجدول 38 يوضح مدى اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.

المجموع		الريف		الحضر		السكن/ت/ن.م الإجابات
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	
100%	27	48.15%	13	51.85%	14	دائما
100%	115	51.3%	59	48.70%	56	أحيانا
100%	48	52.09%	25	47.91%	23	نادرا
100%	10	30%	3	70%	7	أبدا

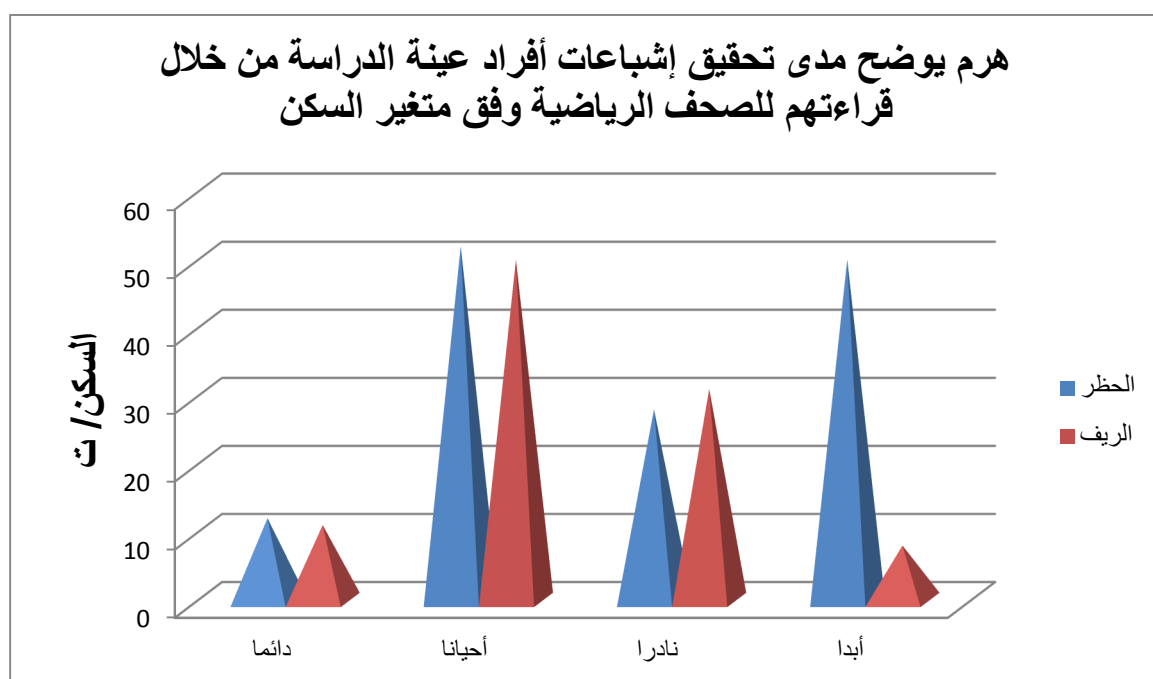


نلاحظ من خلال الجدول أن اكتساب الشباب لما يحتاجون إليه من الصحف الرياضية وفق متغير السكن كانت دائماً بنسبة 51.85% في الحضر بينما كانت في الريف بنسبة 48.15%، أما احتمال أحياناً بنسبة 48.70% عند الحضر وفي الريف كانت بنسبة 51.30%، بينما وصلت نادراً إلى نسبة 47.91% في الحضر أما الريف فنسبة 52.09%، في حين كانت أبداً بنسبة 70% في الحضر و30% في الريف.

نستنتج من عرض النتائج السابقة الذكر أن نسب اكتساب الشباب وفق متغير السكن كانت متقاربة، هذا ما يدل على أن عامل تغير السكن لا يؤثر كثير في اكتساب ما يحتاجونه من الصحف الرياضية.

الجدول 39 يوضح مدى تحقيق إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال الصحف الرياضية وفق متغير السكن.

المجموع		الريف		الحضر		السكن/ت/ن.م الإجابات
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	
%100	23	%47.83	11	%52.17	12	دائماً
%100	102	%49.02	50	%50.98	52	أحياناً
%100	59	%52.55	31	%47.45	28	نادرًا
%100	16	%50	8	%50	8	أبداً

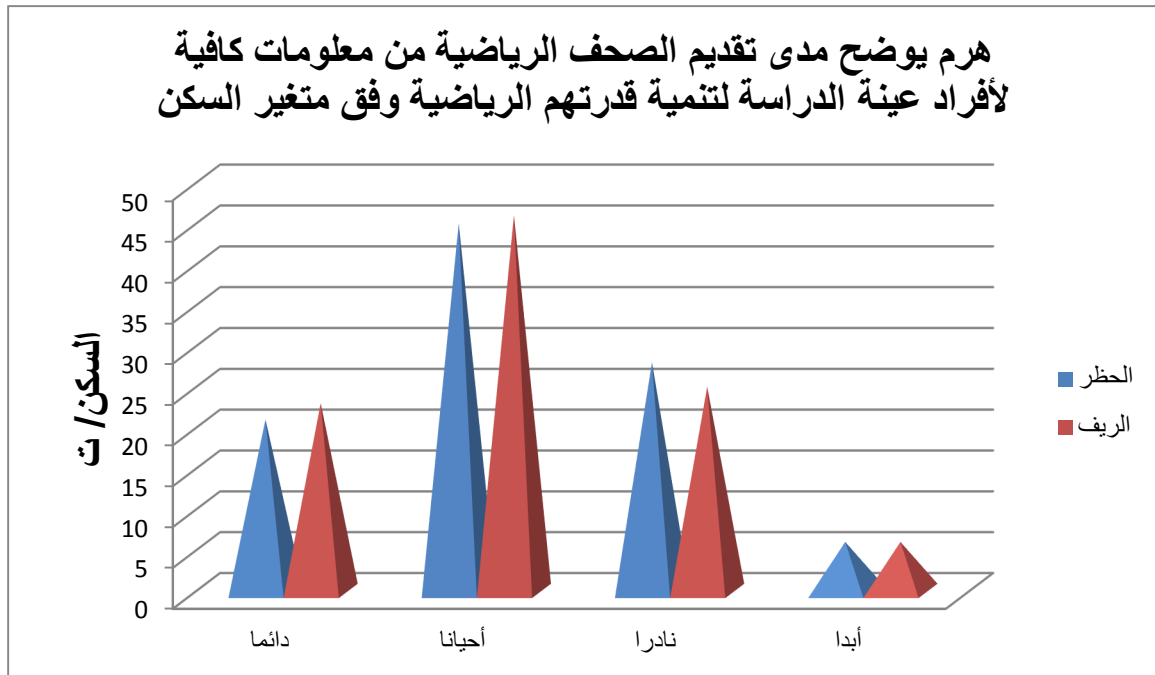


من خلال ملاحظتي للجدول أرى أن تحقيق إشباعات الشباب وفق متغير السكن من خلال الصحف الرياضية كانت دائما بنسبة 52.17% للحضر أما الريف فكانت بنسبة 47.83%، بينما أحيانا وصلت نسبة الحضر فيها بـ 50.98% وفي الريف بنسبة 49.02%، أما نادرا فكانت بنسبة 47.45% في الحضر وبينما في الريف بلغت 52.55%، وبلغت أبدا نسبة 50% في كل من الحضر والريف،

نستنتج أن الشباب سواء في الحضر أو الريف يجدون عند قراءتهم للصحف الرياضية ما يحقق إشباعاتهم. وهذا يدل على أن متغير السكن لا يؤثر على إشباعات الشباب المتحققة من الصحف الرياضية.

الجدول 40 يوضح مدى تقديم الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرة أفراد عينة الدراسة وفق متغير السكن.

السكن/ت.ن.م		الحضر		الريف		المجموع	
الإجابات		التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما		21	47.73%	23	52.27%	44	100%
أحيانا		45	49.45%	46	50.55%	91	100%
نادرا		28	52.82%	25	47.17%	53	100%
أبدا		6	50%	6	50%	12	100%

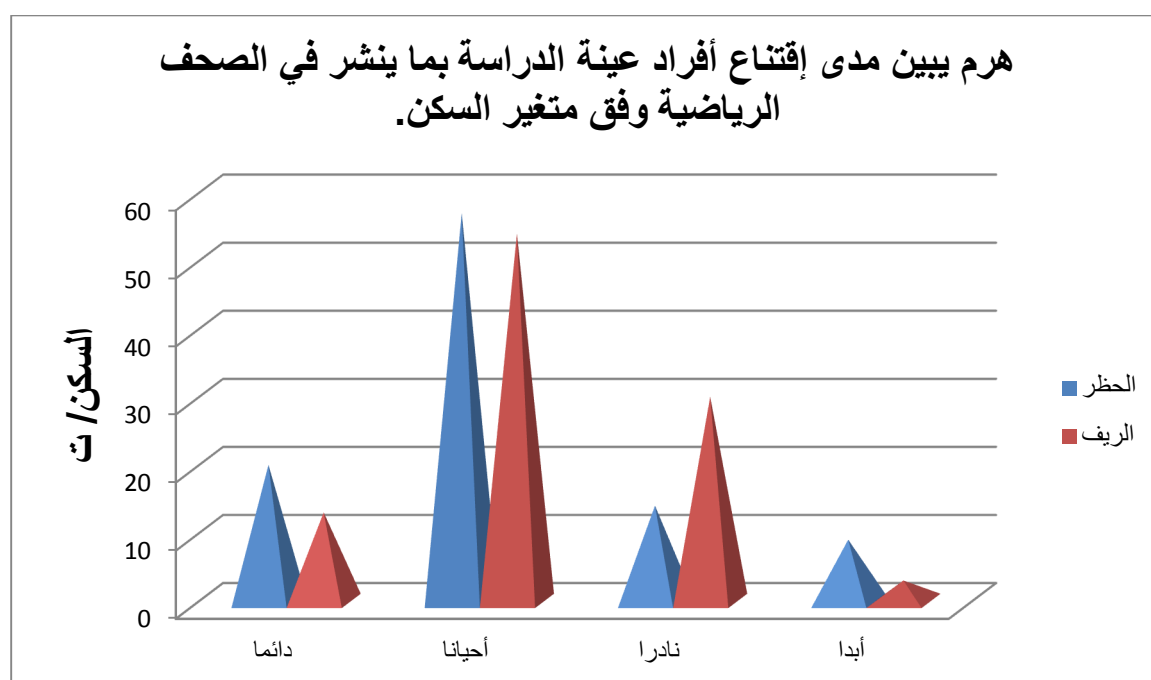


من خلال الجدول نلاحظ أن آراء أفراد عينة الدراسة في مدى تقديم الصحف الرياضية للمعلومات الكافية لتنمية قدرة القراء رياضيا حسب متغير السكن كانت دائما بنسبة 47.73% في الحضر وفي الريف بنسبة 52.27%، بينما أحيانا بلغت عند الحضر نسبة 49.45% في حين الريف وصلت 50.55%، أما نادرا فقدرت بـ 52.82% في الحضر أما في الريف فنسبة 17.17%، وتساوت النسبة بين الريف والحضر في الاحتمال الرابع أبدا بنسبة 50%.

نستنتج أن الصحف الرياضية تقدم المعلومات الكافية للشباب لتنمية قدرتهم الرياضية سواء في الريف أو الحضر. وهذا يبين لنا أن السكن لا يؤثر في مدى قدرة القراء على تنمية قدرتهم الرياضية.

الجدول 41 يبين مدى إقناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية على وفق متغير السكن.

المجموع		الريف		الحضر		السكن/ت.م.
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	الإجابات
%100	33	%39.40	13	%60.60	20	دائماً
%100	111	%48.65	54	%51.35	57	أحياناً
%100	44	%68.18	30	%31.82	14	نادراً
%100	12	%25	3	%75	9	أبداً

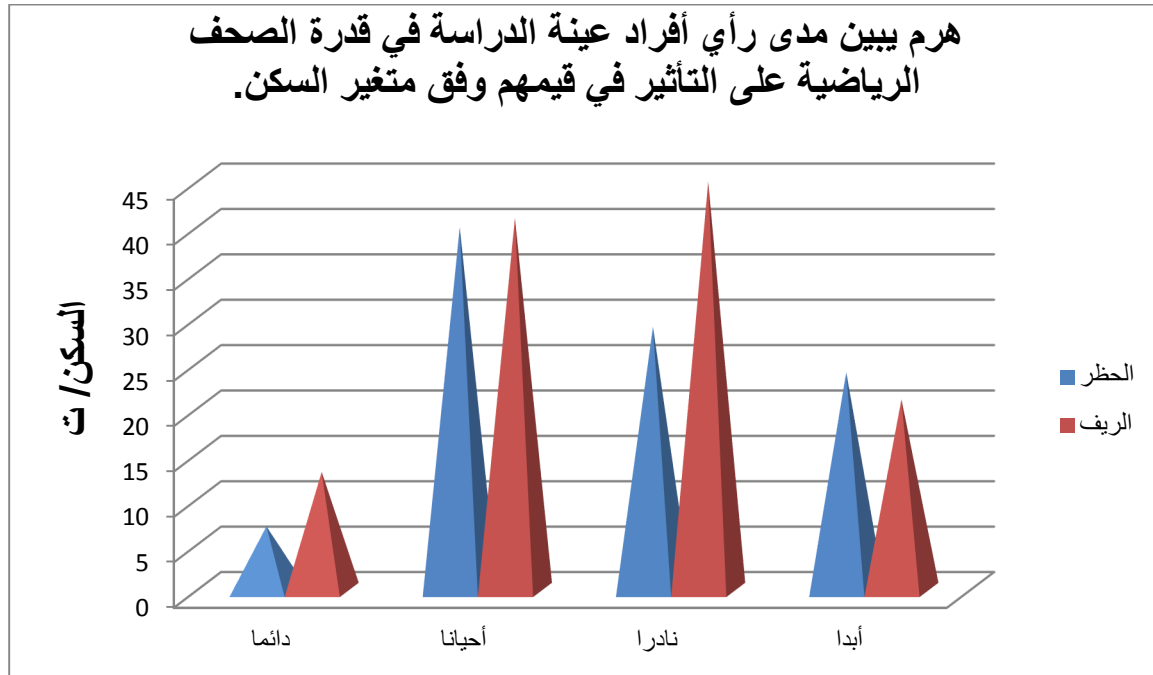


نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة في مدى إقناعهم بما تنشره الصحف الرياضية وفق متغير السكن كانت دائماً بنسبة 60.60% في الحضر بينما في الريف كانت بنسبة 39.40%، أما أحياناً فكان في الحضر بنسبة 51.35% بينما في الريف بنسبة 48.65%، أما احتمال نادراً وصل إلى نسبة 31.82% في الحضر بينما في الريف بنسبة 68.18%، وأبداً كانت النسبة في الحضر 75% وفي الريف 25%.

نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة مقتنعين بما ينشر في الصحف الرياضية في عينة الريف أو الحضر. وهذا راجع لنسبهم المتقاربة، حيث نقول أن متغير السكن لا يؤثر مباشرة على فعالية إقناع الشباب بما تنشره الصحف الرياضية.

الجدول 42 يبين مدى رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية على التأثير في قيمهم وفق متغير السكن.

السكن/ت/ن.م		الحضر		الريف		المجموع	
الإجابات		التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية
دائما		7	%35	13	%65	20	%100
أحيانا		40	%49.38	41	%50.62	81	%100
نادرا		29	%53.70	45	%46.3	54	%100
أبدا		24	%53.33	21	%46.67	45	%100



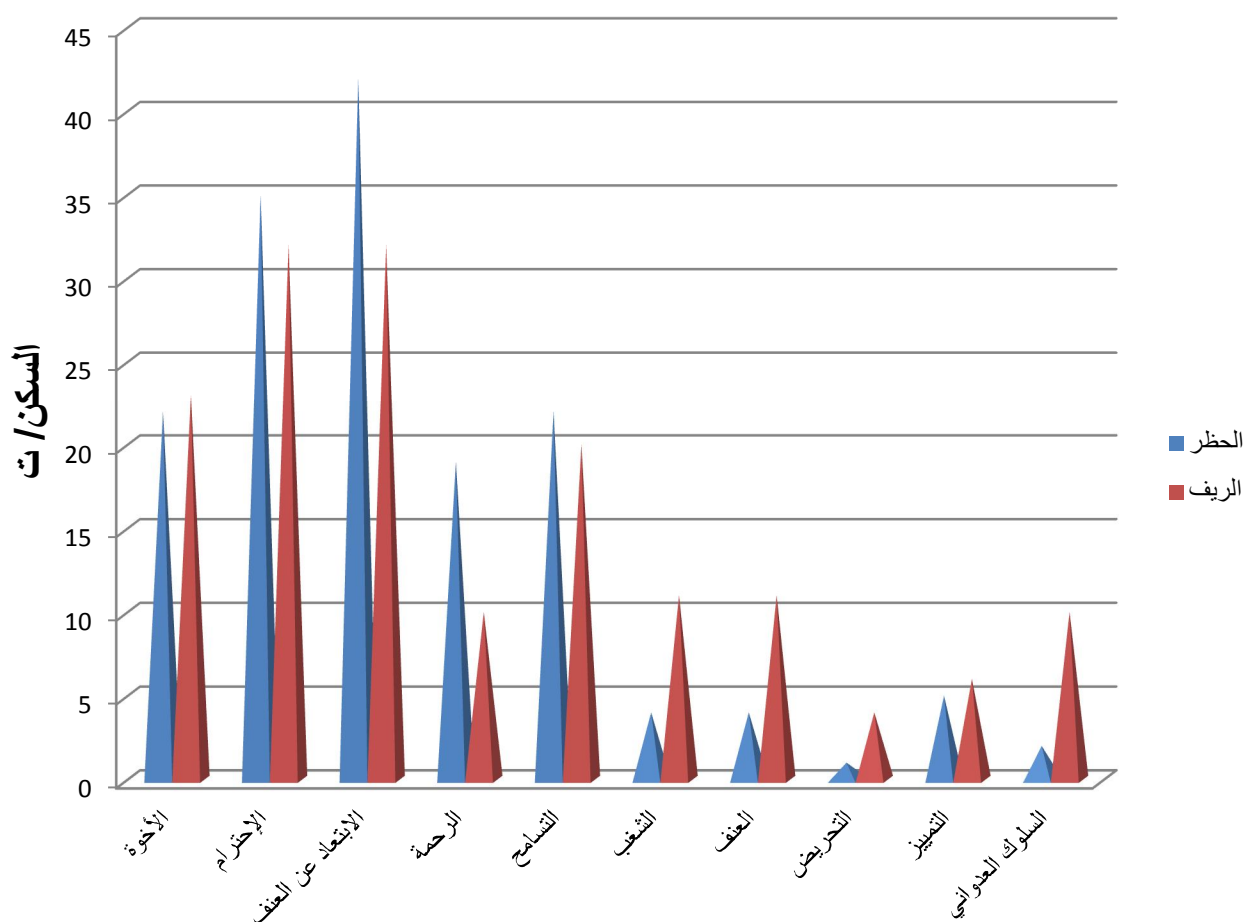
نلاحظ أن تأثير الصحف الرياضية على القيم وفق متغير السكن كانت دائما بنسبة 35% في الحضر بينما كانت في الريف بنسبة 65%، أما أحيانا كانت بنسبة 49.38% في الحضر بينما كانت في الريف بنسبة 50.62%، ونادرا نسبتها في الحضر 53.7% وفي الريف 46.3%، وبينما أبدا فكانت بنسبة 53.33% في الحضر أما الريف فنسبة 46.67%.

نستنتج أن للصحف الرياضية قدرة على التأثير في قيم الشباب، ولكن بنسب متفاوتة بين الحضر والريف، وهذا يدل على أن متغير السكن لا يؤثر في قيم الشباب من خلال قراءتهم للصحف الرياضية.

الجدول 43 يبين القيم التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.

المجموع		الريف		الحضر		السكن/ن.م
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	الإجابات
%100	45	%51.12	23	%48.88	22	الأخوة
%100	67	%47.77	32	%52.32	35	الاحترام
%100	74	%43.25	32	%56.75	42	الابتعاد عن العنف
%100	29	%34.49	10	%65.51	19	الرحمة
%100	42	%47.62	20	%52.38	22	التسامح
%100	15	%73.33	11	%26.66	4	الشغب
%100	15	%73.33	11	%26.67	4	العنف
%100	5	%80	4	%20	1	التحريض
%100	11	%54.53	6	%45.45	5	التمييز
%100	12	%83.33	10	%16.67	2	السلوك العدواني
★ السماح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة						

هرم بين القيم التي يكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.



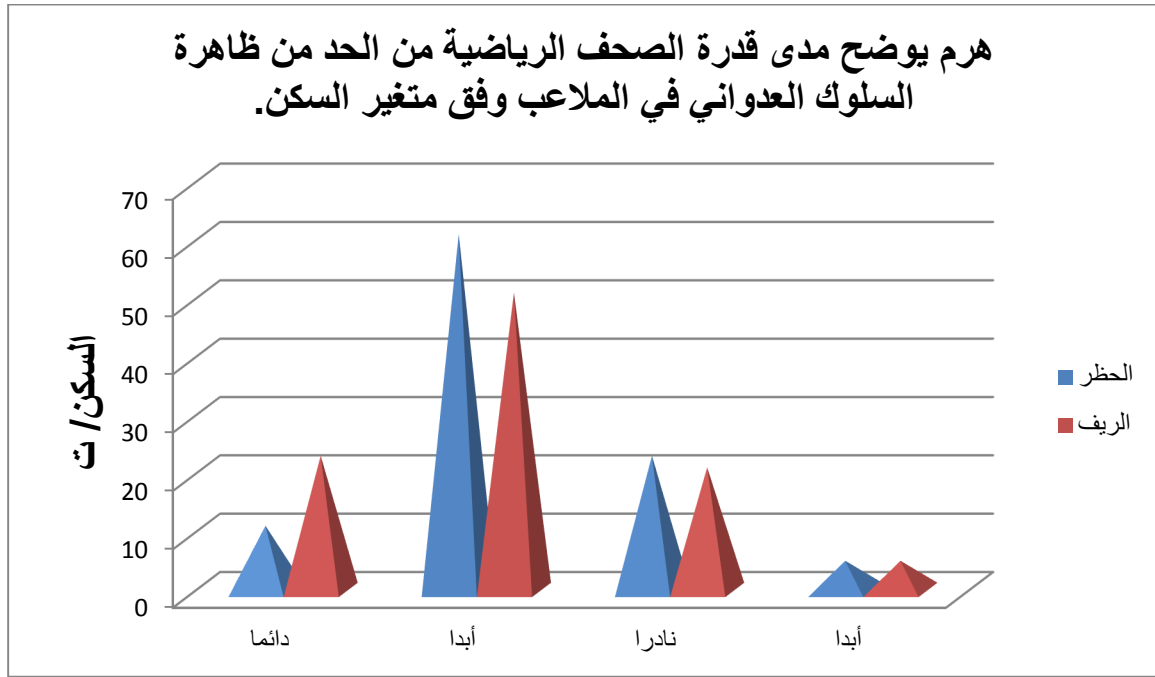
نلاحظ أن نسب القيم المكتسبة لدى أفراد عينة الدراسة وفق متغير السكن في الترتيب ونسب. حيث بلغت قيمة الأخوة نسبة 48.88% عند الحضر وهي في المرتبة الخامسة في الترتيب بينما نسبة الريف فقد بلغت نسبة 51.12% وكذلك ترتبت في المرتبة الخامسة، أما قيمة الاحترام فكانت في الحضر بنسبة 52.32% وهي في المرتبة الرابعة حيث وصلت إلى الريف بنسبة 47.77% وكانت في المرتبة السادسة، بينما الابتعاد عن العنف في الحضر المرتبة الثانية بنسبة 56.75% وفي الريف بنسبة 43.25% في المرتبة الثامنة، ووصلت قيمة التسامح في الحضر نسبة 52.38% واحتلت المرتبة الثالثة بينما في الريف كانت بنسبة 47.62% وهي في المرتبة السابعة. أما قيمتا الشغب والعنف فكانتا في المرتبة السابعة في الحضر بنسبة 26.66% أما في الريف بنسبة 73.34% وهي

في المرتبة الثالثة. أما قيمة التحريض فهي في المرتبة التاسعة في الحظر بنسبة 20% أما في الريف بنسبة 80% وهي المرتبة الثانية، أما قيمة التمييز فكانت في المرتبة السادسة في الحظر بنسبة 45.45% أما في الريف فهي في المرتبة الرابعة بنسبة 54.53%، وقيمة السلوك العدواني فقد احتلت المرتبة الأولى في الريف بنسبة 83.33% أما في الحظر فوصلت إلى 16.67% وهي المرتبة الأخيرة.

نستنتج مما سبق توضحه أن أفراد عينة الدراسة في الريف يكتسبون القيم السلبية أكثر من القيم الإيجابية، أما في الحظر فإن اكتساب أفراد عينة الدراسة للقيم الإيجابية أكثر من نسبة القيم السلبية، وهذا ما يدل على أن متغير السكن له دور في اكتساب القيم من الصحف الرياضية.

الجدول 44 يوضح رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير السكن.

المجموع		الريف		الحظر		السكن/ت/ن.م الإجابات
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	
100%	34	67.65%	23	32.35%	11	دائماً
100%	112	45.54%	51	54.46%	61	أحياناً
100%	44	47.73%	21	52.27%	23	نادرًا
100%	10	50%	5	50%	5	أبداً



نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة عن قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني وفق متغير السكن كانت كالتالي دائما بنسبة 32.35% في الحضر و67.65% في الريف، بينما بلغت أحيانا نسبة 54.46% في الحضر أما الريف فنسبة 45.54% ، بينما كانت نادرا في الحضر بنسبة 52.27% وفي الريف بنسبة 47.73%، في حين وصلت أبدا نسبة 50% في الحضر و50% في الريف.

نستنتج أن كلا المنطقتين يرون أن للصحف الرياضية قدرة على الحد من الظاهرة السلوك العدواني في الملاعب الرياضية، وأن هذه الصحف يمكن أن تؤدي دور كبير في الحد من الظاهرة السلوك العدواني. لكن بنسب شبه متقاربة بينهما. فعامل السكن لا يؤثر على مدى ثقة القارئ بالصحف الرياضية.

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة.

من خلال عرض نتائج المحور الأول الذي يخدم لنا الفرضية الأولى والثانية التي صيغت بعلاقة تعرض الشباب للإعلام الرياضي المكتوب وكان عنوان المحور أنماط متابعة قراءة الشباب للأخبار الرياضية في الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف). ومن خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج ما يلي:

- أن كل فئات الشباب عينة الدراسة يتابعون الإعلام الرياضي المكتوب، ولكن بدرجات متفاوتة.

- الكثير من الشباب عينة الدراسة يقرؤون الصحف الرياضية يوميا.

- الكثير من فئة الشباب عينة الدراسة يقرؤون الصحف الرياضية.

- أن أكثر فئة الشباب عينة الدراسة يفضلون الصحف العامة في تزويدهم بالأخبار والمعلومات الرياضية، وهناك راجع لكثرتها في السوق اليومية.

من خلال هذا كله نستنتج مدى صحة الفرضية الأولى والثانية اعتمادا على الشباب مع الإعلام الرياضي المكتوب.

من خلال عرض نتائج المحور الثاني الذي يخدم الفرضية الثالثة والرابعة والتي صيغت بالإعلام الرياضي المكتوب وتأثيره على القيم والسلوكيات لدى الشباب.

كان عنوان المحور الثاني الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف الرياضية) بتنمية القيم لدى الشباب.

من خلال نتائج المتحصل عليها نستنتج ما يلي:

- اكتساب الشباب لكل ما يحتاجه من الصحف الرياضية في تنمية قيمهم.

- أن الصحف الرياضية تقدم لهم معلومات الكافية لتنمية قدراتهم الرياضية.

- أن نسبة ما تنشره الصحف الرياضية يسير وفق أحداثهم فهم مقتنعون بما ينشر فيها.

- أن للصحف الرياضية علاقة بتثبيت جل القيم والأخلاق.

- أن الصحف الرياضية في نشر الأخبار تركز على القضايا التي تغرس القيم الرياضية.

ومن خلال كل هذا نستنتج أن للإعلام الرياضي المكتوب دور في تنمية القيم لدى

الشباب.

الخاتمة

الحمد لله الذي بمّته وفضله تمّ إنجاز هذا البحث، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه والتابعين بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

من خلال بحثي هذا دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب – دراسة ميدانية، خلصت إلى جملة من النتائج ولعلّ أهمها ما يأتي:

- 1- الإعلام الرياضي له دور كبير في التطوير الإيجابي والقيمي.
 - 2- يعتبر الإعلام الرياضي من الوسائل الإعلامية الهامة في نشر الأخبار الرياضية بين أفراد المجتمع وخاصة الشباب.
 - 3- ويعتبر كذلك من الوسائل الإعلامية لتدعيم وترسيخ القيم لدى الشباب.
 - 4- يعمل الإعلام الرياضي المكتوب على نشر روح التسامح والأخوة والتعاون في المجتمع.
 - 5- الإعلام الرياضي اليوم يشكل حيزا للحوار والتقارب والتفاهم.
 - 6- تعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا، فلا تخلوا صحيفة عامة من صفحات ثابتة للرياضة.
- أما التوصيات والاقتراحات.

- 1- ضرورة تركيز الإعلام الرياضي المكتوب على السلوكيات الرياضية الإيجابية للاعبين والأندية.
- 2- التأكيد على ضرورة الدور الرقابي في تحديد ما ينشر في الصحف الرياضية للأحداث التي من شأنها أن تؤثر على القيم وسلوكيات القارئ.
- 3- العمل على تشجيع القراء على التحلي بالروح الرياضية في حالة هزيمة الفريق الذي يشجعونه .
- 4- ضرورة تركيز محرري الصحافة الرياضية على الأحداث الرياضية الإيجابية.
- 5- أن يهتم الإعلام الرياضي المكتوب بتنمية القيم بكل أنواعها، وأن يتوازن هذا الاهتمام بين جميع الألعاب الرياضية.
- 6- جعل في صفحات الرياضة مكان خاص بالقيم والسلوكيات الأخلاقية وغيرها.

- 7- زيادة الاهتمام بظاهرة العنف في الملاعب الرياضية والتكثيف من نشر ما يعالجها.
- 8- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي.
- 9- العمل على نشر أكبر عدد ممكن من الصحف الرياضية.
- 10- جعل الصحف الرياضية في متناول قدرة الجميع –الشباب-.

والحمد لله رب العالمين.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم.

أولاً: الكتب

1. إبتهاج حجازي بدوي وسالم غبور، علو الهمة ينادي شباب الأمة. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
2. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. (ط: 1؛ الأردن: دار الصفاء، 1993م).
3. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري. (ط: 2؛ مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1985م).
4. إبراهيم محمود، التعلم أسسه ونظرياته وتطبيقه. (ط: 1؛ مصر: دار المعرفة الجامعية، 1990م).
5. أبي القاسم الحسن بن محمد، المفردات في غريب القرآن. (ط: 1؛ لبنان: دار الفكر، د.ت).
6. أبي بكر جابر الجزائري، من الكلام العلي القدير. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
7. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع الرياضي. (ط: 1؛ الأردن: دار وائل للنشر، 2005م).
8. أحمد عصام الصفدي ومحمد رضا البغدادي، تكنولوجيا التعليم والإعلام. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة الفلاح، 1980م).
9. أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص. (ط: 1؛ مصر: المكتبة العصرية، 2009م).
10. أديب خضور، أزمة إعلام وأزمة أنظمة. (ط: 1؛ سوريا: المكتبة العامة، 2003م).
11. أديب خضور، الإعلام الرياضي-عملية التحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة وتلفزيون-. (ط: 1؛ سوريا: المكتبة الإعلامية، 1994م).

- 12.** أديب مروة، الصحافة العربية-نشأتها وتطورها. (ط: 1؛ لبنان: دار المعارف، 1960م).
- 13.** إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، القيم السياسية في الإسلام. (ط: 1؛ مصر: دار الثقافة، 2010م).
- 14.** أمين أنور الخولي، الرياضة والمجتمع. (ط: 1؛ لا.م: عالم المعرفة، 1996م).
- 15.** أمين ساعاتي، أزمة الصحافة الرياضية الأساليب والعلاج. (ط: 1؛ مصر: مركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، 1993م).
- 16.** بدر الجويعد، " العولمة الثقافية تأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم". جامعة الملك سعود، السعودية: لا.ن، د.ت.
- 17.** بكر عبد الجواد السيد، فلسفة التربية الإسلامية في الحديث الشريف. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، د.ت).
- 18.** جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي. (ط: 1؛ لا.م: دار الفكر العربي، د.ت).
- 19.** حاتم حاسم وعزيز السعدي، القيم التربوية في فكر الإمام الحسن. (ط: 1؛ لا.م: دار الكتب والوثائق، 2013م).
- 20.** حامد عبد سلام زهران، علم النفس الاجتماعي. (ط: 6، مصر: عالم الكتب، 2000م).
- 21.** حسن عبد الحميد وأحمد رضوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع. (ط: 1؛ مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1997م).
- 22.** حسن محمد مطر، فن الصحفي في عصر المعلومات- تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية. (ط: 1؛ لا.م: دار الكتاب الجامعي، 2005م).
- 23.** حسين أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية. (ط: 1؛ مصر: دار الوفاء، 2003م).
- 24.** خضور أديب، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ سوريا: لا.ن، 1994م).
- 25.** خضير شعبان، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 1؛ لا.م: دار اللسان العربي، 2000م).
- 26.** خليل صابات، الصحافة مهنة ورسالة. (ط: 1؛ مصر: دار المعارف، د.ت).

- 27.** خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ لا.م: مركز الكتاب للنشر، 1998م).
- 28.** الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن. (ط: 2؛ لبنان: دار المعارف، 1420هـ).
- 29.** زهير حداد، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. (ط: 4؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007م).
- 30.** ساعاتي أمين، الإعلام في المملكة العربية السعودية- تاريخه وتطوره-. (ط: 1؛ السعودية: دار المدني، 1990م).
- 31.** سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 3؛ الأردن: دار المسيرة، 2005م).
- 32.** سامي محمد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 1؛ لا.م: دار العبرة، 2000م).
- 33.** سلطان محمود السيد، مفاهيم تربوية في الإسلام. (ط: 2؛ مصر: دار المعارف، 1981م).
- 34.** سمير محمد حسين، بحوث الإعلام. (ط: 3؛ مصر: عالم الكتب، 1999م).
- 35.** صالح بن فوزان الفوزان، من مشكلات الشباب وكيف عالجه الإسلام. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
- 36.** صلاح الدين عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة. (ط: 1؛ مصر: مطبعة الإشعاع الفنية، 2002م).
- 37.** ضياء زاهر، القيم التربوية. (ط: 2؛ مصر: مؤسسة الخليج العربي، 1986م).
- 38.** طهطاوي سيد أحمد، القيم التربوية في القصص القرآني. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، 1996م).
- 39.** عاطف العدلي عبيد، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. (ط: 1؛ مصر: دار الفكر العربي، 1999م).

- 40.** عباس محمود عوض، القياس التقييمي بين النظرية والتطبيق. (ط: 1؛ مصر: دار المعرفة الجامعية، لا.ت).
- 41.** عبد الرحمان الوافي، في سيكولوجية الشباب. (ط: 1؛ الجزائر: دار هومة، 1996م).
- 42.** عبد الرحمان محمد العيسوي، مشكلات الشباب العربي المعاصر-دراسة ميدانية للوعي المروري لدى الشباب الخليجي-. (ط: 1؛ لا.م: دار الجامعة، 1992م).
- 43.** عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس الاجتماعي أصوله ومبادئه. (ط: 1؛ لبنان: دار النهضة، 1999م).
- 44.** عبد اللطيف محمد خليفة، ارتقاء القيم- دراسة نفسية-. (ط: 1؛ لا.م، لا.ن، 1992م).
- 45.** عبد الملك الناشف، القيم وطرائق تعليمها وتعلمها. (ط: 1؛ الأردن: لا.ن، 1981م).
- 46.** عبد بن جار الله بن إبراهيم، دور الشباب المسلم في الحياة. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
- 47.** عبيدات زهاء الدين، القيادة والإدارة التربوية في الإسلام. (ط: 1؛ الأردن: دار البيارق، 2001م).
- 48.** عدد من المتخصصين بإشراف الشيخ صالح بن عبد الله حميد، نضرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول ﷺ. (ط: 4؛ السعودية: دار الوسيلة، د.ت).
- 49.** علي خليل مصطفى، فلسفة التربية الإسلامية في القرآن الكريم. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة إبراهيم حلمي، 1988م).
- 50.** علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي. (ط: العربية؛ الأردن: دار اليازوري، 2013م).
- 51.** علي ليلة وآخرون، الشباب القطري – اهتماماته وقضاياها-. (ط: 1؛ قطر: مركز الوثائق والدراسات الشبانية، 1991م).
- 52.** علي يونس، الألعاب الرياضية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
- 53.** عمار بوحوش ومحمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق البحث. (ط: 1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1995م).

54. عواطف عبد الرحمان وآخرون، تحليل مضمون في الدراسات الإعلامية. (ط: 1؛ مصر: العربي للنشر والتوزيع، 1983م).
55. غازي زين عوض، الصحافة الرياضية -النشأة والتطور-. (ط: 2؛ مصر: دار الكتب المصرية، 2006م).
56. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1986م).
57. فاروق عبد الوهاب، الرياضة صحة ولياقة بدنية. (ط: 1؛ لا.م: دار الشروق، 1995م).
58. فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية. (ط: 2، لبنان: دار النهضة العربية، 1980م).
59. الفيروز أبادي، القاموس المحيط. (ط: 1؛ لبنان: دار التراث العربي، 1490هـ).
60. كمال الدين عبد الرحمان درويش ومحمد صبحي حسانين، موسوعة منجهاة الإدارة الرياضية في مطلع القرن الجديد. مج3 (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، 1424هـ).
61. مجموعة من الباحثين، دراسات في الصحافة الرياضية. ترجمة أديب خضور، (ط: 1، سوريا: المكتبة الإعلامية، 1995م).
62. محمد أكرم العدلولي، منهجية العمل المؤسسي. (ط: 1، لا.م: لا.ن، د.ت).
63. محمد الحماحي وأحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ. (ط: 1؛ مصر: مركز الكتاب للنشر، 2006م).
64. محمد الغزالي، خلق المسلم. (ط: 1؛ مصر: دار الريان للنشر، 1987م).
65. محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، مختار الصحاح. تحقيق: يوسف الشيخ محمد، (ط: 5؛ لبنان: المكتبة العصرية - الدار النموذجية، 1420هـ / 1999م).
66. محمد سعيد رمضان البوطي، الإسلام ومشكلات الشباب. (ط: 1؛ سوريا: لا.ن، 1393هـ).
67. محمد سليم، منهجية البحث العلمي جليل طلاب العلوم الاجتماعية والإنسانية. (ط: 1؛ الجزائر: دار الغرب، 2004م).

68. محمد صالح بن العثيمين، من مشكلات الشباب. (ط: 1؛ السعودية: مكتبة الملك فهد، 1429هـ).
69. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1992م).
70. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط: 1؛ مصر: عالم الكتب، 1997م).
71. محمد علي محمد، الشباب العربي والقيم الاجتماعية. (ط: 1؛ لبنان: دار النهضة، د.ت).
72. محمد لبيب، الأسس الاجتماعية في التربية. (ط: 4؛ مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1971م).
73. محمد محمود المهدي، مدخل في تكنولوجيا الإعلام الاجتماعي. (ط: 1؛ مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1998م).
74. محمد مصطفى زيدان، النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية. (ط: 1؛ السعودية: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1990م).
75. محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة. (ط: 1؛ السعودية: دار المنار، 1985م).
76. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (ط: 1؛ مصر: دار العالمية، 1998م).
77. محمود علم الدين وليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي. (ط: 1؛ مصر: دار الحكيم، 2000م).
78. محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي. (ط: 1؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1982م).
79. مخلوف حسن محمد، كلمات القرآن تفسير وبيان. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة أيوب، 2000م).
80. مروان عبد المجيد إبراهيم. طرق ومناهج البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية. (ط: 1؛ الأردن: دار الثقافة، 2006م).

81. ميرفت طرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال. (ط: 1؛ مصر: دار النهضة، 2006م).
82. نبيل العارف الجروي، مقدمة في علم الاتصال. (ط: 3؛ سوريا: مكتبة الإمارات، 1985م).
83. نعيم عطية، القانون والقيم الاجتماعية. (ط: 1، مصر: الهيئة المصرية للتأليف والنشر، 1971م).
84. هادي عبد الله العيثاوي، موجز تاريخ الإعلام الرياضي في العراق وسائله ورسائله. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، 2010م).
85. ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي. (ط: 1؛ الأردن: دار أسامة، 2010م).
86. يوسف مخائيل أسعد، الشباب والتوتر النفسي. (ط: 1؛ مصر: دار غريب للطباعة والنشر، 2001م).

معاجم وقواميس:

87. ابن فارس أحمد، معجم مقاييس اللغة. (ط: 1؛ لبنان: دار الإحياء لتراث العربي، 1422هـ).
88. خضير شعبان، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 1؛ لا.م: دار اللسان العربي، 2000م).
89. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 2؛ لبنان: دار الكتاب اللبناني، 90. ابن منظور، لسان العرب. (ط: 4؛ لبنان: لا.ن، 2005م).
91. المعجم الوجيز، معجم اللغة العربية. (ط: 1؛ لا.م: لا.ن، 1994م).
92. المنجد الأبجدي، المؤسسة الوطنية للكتاب. (ط: 6؛ لا.م: دار الشروق، 1998م).
93. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - علم تعليم الكبار. (ط: 1؛ تونس: لا.ن، 1989م).
94. الشيخ غريب، معجم الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب. (ط: 1؛ لبنان: دار النخبة، 2007م).

ثانيا- الرسائل الجامعية.

- 1.حافظ سامع كمال عبد القادر، الصحافة الرياضية وعلاقتها بصنع القرار في الأندية والاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية. (رسالة دكتوراه في الفلسفة في التربية الرياضية) جامعة الزقازيق.
- 2.حسام الدين رفقي عبد الخالق، وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة لاكتساب السلوك الرياضي. رسالة دكتوراه في ، 2003م.
3. سامية قطوش، عمل الأبناء الشباب وعلاقته بالاتصال مع الآباء في الأسرة. (رسالة ماجستير في علم الاجتماع)، جامعة الجزائر، 2002م
- 4.سميحة محمد أبو ناصر، دراسة للقيم الاجتماعية لدى الفتاة الكويتية وأبعادها التربوية. رسالة ماجستير، جامعة عين الشمس،: كلية البنات، 1982م.
5. مطر عاطف، دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، (رسالة ماجستير)، مصر- 2003م.
- 6.لوناس عبد الله، دور الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه ظاهرة العنف الرياضي لدى فئة الشباب الجامعي -جريدة الشروق اليومي أنموذجا-. رسالة ماجستير، منشورة، جامعة باتنة: كلية الإعلام، 2011م
7. حماده النوار العنتيلي وهشام عبد الحليم محفوظ، دور الإعلام الرياضي في مواجهة وشغب الملاعب الرياضية. بحث مشترك، منشور، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014م.
8. مقبرش خالد، دور الإعلام الرياضي المكتوب في التقليل من السلوك العدواني في الوسط الجامعي - طلبة قسم واتصال الرياضي أنموذجا-. رسالة ماستر، غير منشوره، جامعة لمسيلا: معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضة، 2014م.

ثالثا - مجلات:

- 1.البياني باسل، "فضائيات الثقافة الرائدة ووساطة الصورة". مجلة الفكر العربي.
- 2.الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد: 14، قانون رقم: 90، 1996م.

- 3.خنوش زكي، "أزمة الشباب العربي بين التعبير والإرهاب وصراع القيم". مجلة الفكر العربي، لا.م: لا.ن، العدد: 8، 1995م.
- 4.عبد الثقي وآخرون، المجلة العربية لتطوير التفوق، لا.م: لا.ن، العدد: 6، 2013م.
- 5.عبد الله النعيمي، "التنشئة الاجتماعية مفهومها وسياستها". مجلة كلية الدعوى الإسلامية، ليبيا: لا.ن، العدد: 5، 1988م.
- 6.عبد الوهاب، "دور المعاهد التقنية في المجتمع العربي المتغير". المجلة العربية للبحوث التعليم العالي، لا.م: لا.ن، العدد: 6، 1986م.
- 7.عصام سليمان موسى، الثقافة الإعلامية العربية-مشاكل ومقترحات-. مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت: لا.ن، العدد: 4.
- 8.قانون الصحافة والمطبوعات اليمنية. رقم 25، 1990م، المادة: 2.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشهيد حمد الأخضر بالوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة العلوم الإسلامية

ملحق رقم (1)

استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان:

دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب
- دراسة ميدانية -

بعد التحية والتقدير :

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني في إطار تحضير شهادة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام والاتصال حول موضوع: " دور الإعلام الرياضي المكتوب في تنمية القيم لدى الشباب دراسة ميدانية بولاية الوادي".
ولتحقيق هذه الدراسة أرجو منكم التكرم بالإجابة عن الأسئلة المتضمنة في هذه الاستمارة بدقة، وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والاحترام على حسن تعاونكم معي في انجاز هذا البحث.

الطالبة:

هاجره بالهادي

المشرف:

أ. رشيد خضير

الموسم الجامعي: 1435-1436هـ/2014-2015م.

ضع علامة (x) في إجابتك الخاصة.

بيانات الشخصية:

1- الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2- السن:

☐ من 15 إلى 20 ☐ من 20 إلى 25 ☐ من 25 إلى 30

3- المستوى التعليمي:

☐ ابتدائي ☐ أساسي
☐ ثانوي ☐ جامعي

4- الحالة الاجتماعية:

☐ أعزب ☐ متزوج

5- السكن:

☐ حضر ☐ ريف

المحور الأول: عادات وأنماط متابعة قراءة الشباب للأخبار الرياضية في الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف)

6- هل أنت من متتبعي الإعلام الرياضي:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

7- ما هي الوسيلة الإعلامية المفضلة لديك في متابعة الأخبار الرياضية:

☐ المكتوبة ☐ السمعية ☐ السمعية البصرية ☐ الالكترونية

8- هل تقرأ الصحف الرياضية يوميا:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

9- هل تقرأ أكثر من صحيفة رياضية:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

10- هل تفضل عند قراءة للأخبار الرياضية أن تعتمد على الصحف:

☐ متخصصة

☐ عامة

11- ما هي الصحف الرياضية المفضلة لديك:

-
-
-

على أساس ماذا تفضلها:.....

12- هل ترى أن هناك فترة محددة لمتابعتك للأخبار الرياضية:

☐ نعم ☐ لا

أذكر السبب:.....

13- هل ترى أن الصحف الرياضية كافية لكل ما تحتاجه من أخبار رياضية:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

14- هل ترى أن محرري الصحف الرياضية لديهم أسلوب خاص بالكتابة في نقل الأخبار

والمعلومات:

☐ نعم ☐ لا

المحور الثاني: علاقة الإعلام الرياضي المكتوب (الصحف الرياضية) بتنمية

القيم لدى الشباب.

15- هل عند قراءتك للأخبار الرياضية ترى أنك قد اكتسبت ما تحتاج إليه:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

16 - هل ترى أن كل ما تنشره الصحف الرياضية يحقق اشباعك:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

17- هل تقدم لك هذه الصحف المعلومات الكافية لتنمية قدرتك الرياضية:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

18- هل أنت مقتنع بما ينشر في الصفحات الرياضية:

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

19- هل ترى أن الصحف الرياضية قادرة على التأثير في قيمك:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

20- هل ترى أن الصحف الرياضية تسير وفق أحداث الساعة:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

21_ هل ترى أن للصحف الرياضية في نقل الأخبار علاقة بتثبيت القيم والأخلاق:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

22_ هل ترى أن الصحف الرياضية تركز على القضايا التي تغرس القيم الرياضية:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

23_ ما هي القيم التي اكتسبتها من خلال قراءتك للصحف الرياضية :

الأخوة ☐ الاحترام ☐ الابتعاد عن العنف ☐ الرحمة ☐
التسامح ☐ الشغب ☐ العنف ☐ التحريض ☐
التمييز ☐ السلوك العدواني ☐

24_ هل ترى أن الصحف الرياضية قادرة على الحد من ظاهرة السلوك العدواني في

الملاعب الرياضية:

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

25_ هل تستطيع الصحف الرياضية مكافحة الفساد في المجال الرياضي

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

26_ ما هي الاقتراحات التي تقدمها للصحافة المكتوبة للتقليل من ظاهرة العنف في

الملاعب الرياضية:

.....
.....
.....
.....
.....

الملحق رقم (2)

لجنة التحكيم

الجامعة		التخصص	أسماء المحكمين
الشهيد حمه لخضر الوادي	محكم	إعلام واتصال	أ. الطاهر الأدغم
الشهيد حمه لخضر الوادي	محكم	إعلام واتصال	أ. نسيبة فريجات
الشهيد حمه لخضر الوادي	محكم	إعلام واتصال	أ. هشام ميسه
الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرف	إعلام واتصال	أ. رشيد خضير

الفهارس

- 1- فهرس الآيات القرآنية.
- 2- فهرس الجداول.
- 3- فهرس الأشكال.
- 4- فهرس الموضوعات.

1- فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	السورة	طرف الآية
17	249	البقرة	﴿ تَنُوتُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ﴾
49	159	آل عمران	﴿ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ﴾
49	58	النساء	﴿ لَهُ يَا مُرْكُمُ أَنْ تَوْتُوا الْأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا ... ﴾
42	161	الأنعام	﴿ دِينًا قَبِيمًا ﴾
50	119	التوبة	﴿ أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾
48	125	النحل	﴿ عِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ... ﴾
41	13	الكهف	﴿ ذُقُوا قَامُوا فَقَالُوا رَبُّنَا رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ﴾
9	67	الفرقان	﴿ وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴾
42	30	الروم	﴿ تِلْكَ الدِّينِ الْقِيمُ ﴾
50	10	الحجرات	﴿ مَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ... ﴾
28	19-18	الأعلى	﴿ إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّفِّ الْأُولَى صُحُفٍ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى ﴾
42	3	البينة	﴿ فِيهَا كُتُبٌ قِيمَةٌ ﴾
42	5		﴿ وَتِلْكَ دِينُ الْقِيمَةِ ﴾

2- فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
62	جدول 1 يوضح نوع الجنس لأفراد عينة الدراسة.
63	جدول 2 يوضح نسبة العمر لأفراد العينة.
64	جدول 3 يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة.
56	جدول 4 يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة.
66	جدول 5 يوضح سكن أفراد عينة الدراسة دائرة.
67	جدول 5 يوضح نسبة متابعة أفراد عينة الدراسة للإعلام الرياضي.
68	جدول 6 يوضح الوسيلة الإعلامية الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة.
69	جدول 7 يوضح نسبة المقروئية اليومية للشباب.
70	جدول 8 بين نسبة قراءة أفراد عينة الدراسة لأكثر من صحيفة رياضية.
71	جدول 9 يمثل نسبة اعتماد أفراد العينة في قرائتهم للصحف الرياضية العامة والمتخصصة.
72	جدول 10 يبين الصف الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة.
73	جدول 11 يوضح نسبة فترة متابعة أفراد عينة الدراسة للأخبار الرياضية.
74	جدول 12 يبين نسبة كفاية الصحف الرياضية لما يحتاجه أفراد عينة الدراسة.
75	جدول 13 رأي أفراد عينة الدراسة في أسلوب محرري الصحف الرياضية.
76	جدول 14 يوضح نسبة اكتساب الشباب ما يحتاجون إليه عند قرائتهم للصحف الرياضية.
77	جدول 15 يوضح نسبة ما تحققه الصحف الرياضية من إشباعات رغبة أفراد عينة الدراسة.

78	جدول 16 يوضح نسبة ما تقدمه الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرتهم الرياضية.
79	جدول 17 يوضح نسبة إقتناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية.
80	الجدول 19 يوضح نسبة قدرة تأثير الصحف الرياضية على قيم أفراد العينة.
81	جدول 18 يبين نسبة مسايرة الصحف الرياضية أحداث ساعة.
82	جدول 19 يبين نسبة علاقة الصحف الرياضية بتثبيت القيم والأخلاق من خلال نقل الأخبار.
83	جدول 20 يبين نسبة تركيز الصحف الرياضية على القضايا التي تغرس القيم.
84	جدول 21 يوضح نسبة القيم التي يكتسبها الشباب من قرائتهم للصحف الرياضية.
86	جدول 22 يبين نسبة قدرة الصحف الرياضية الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب.
87	جدول 23 يبين قدرة الصحف الرياضية على مكافحة الفساد.
88	جدول 24 يتضمن نسبة الإقتراحات المقدمة للصحافة المكتوبة للتقليل من ظاهرة العنف
91	الجدول رقم 27 يوضح مقروئية أكثر من صحيفة رياضية لأفراد العينة الدراسة وفق متغير الجنس.
92	الجدول 28 يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لنوعية الصحف وفق متغير الجنس.
93	الجدول 29 يوضح مدى اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
95	الجدول 30 يوضح مدى تحقيق إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
96	الجدول 31 يوضح مدى تقديم الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرة أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس.
98	الجدول 32 يبين مدى إقناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
99	الجدول 33 يبين مدى رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية على التأثير في القيم وفق متغير الجنس.
101	الجدول 34 يبين القيم التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير الجنس.

104	الجدول 35 يوضح رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير الجنس.
105	الجدول 36 يمثل عدد المقروئية أفراد عينة الدراسة للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
106	الجدول 37 يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لنوعية الصحف وفق متغير السكن.
107	الجدول 38 يوضح مدى اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
109	الجدول 39 يوضح مدى تحقيق إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال الصحف الرياضية وفق متغير السكن.
110	الجدول 40 يوضح مدى تقديم الصحف الرياضية من معلومات كافية لتنمية قدرة أفراد عينة الدراسة وفق متغير السكن.
112	الجدول 41 يبين مدى إقناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية على وفق متغير السكن.
113	الجدول 42 يبين مدى رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية على التأثير في القيمهم وفق متغير السكن.
115	الجدول 43 يبين القيم التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
117	الجدول 44 يوضح رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير السكن.

3- فهرس الأشكال

الصفحة	الجدول
63	دائرة نسبية توضح أعمار أفراد عينة الدراسة.
64	دائر نسبية توضح نوع الجنس.
66	دائرة نسبية توضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة.
66	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.
67	دائرة نسبية توضح نسبة متابعة أفراد عينة الدراسة.
68	دائرة نسبية توضح الوسيلة الإعلامية المفضلة.
69	دائرة نسبية توضح نسبة المقروئية أفراد عينة الدراسة لصحف الرياضية يوميا.
70	دائرة نسبية توضح نسبة قراءة أفراد عينة الدراسة لأكثر من صحيفة رياضية.
71	دائر نسبية توضح نوعية الصحف المعتمدة لدى أفراد عينة الدراسة.
73	دائرة نسبية توضح نسبة نوعية الصحف الرياضية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة.
73	دائرة نسبية توضح نسبة كفاية الصحف الرياضية لما يحتاجه أفراد عينة الدراسة من أخبار الرياضة.
75	دائرة نسبية توضح نسبة فترة متابعة أفراد عينة الدراسة للأخبار الرياضية.
76	دائرة نسبية توضح أسلوب محرري الصحف الرياضية.
77	دائرة نسبية توضح نسبة ما تحققه الصحف الرياضية من إشباعات لأفراد عينة الدراسة.
78	دائرة نسبية توضح كفاية المعلومات التي تقدمها الصحف الرياضية للشباب.
79	دائرة نسبية توضح نسبة اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من الصحف.
80	دائرة نسبية توضح نسبة إقتناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية.
81	دائرة نسبية توضح نسبة قدرة تأثير الصحف الرياضية على قيم أفراد عينة الدراسة.
82	دائرة نسبية توضح مساهمة الصحف الرياضية لأحداث الساعة.

83	دائرة نسبية توضح نسبة تثبيت القيم والأخلاق من خلال نقل الأخبار لأفراد عينة الدراسة.
84	دائرة نسبية توضح نسبة تركيز الصحف الرياضية على القضايا التي تغرس القيم الرياضية.
85	دائرة نسبية توضح نسبة القيم التي يكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية.
87	دائرة نسبية توضح نسبة قدرة الصحف الرياضية على الحد من ظاهرة السلوك العدواني.
88	دائرة نسبية توضح نسبة مكافحة الصحف الرياضية للفساد في المجال الرياضي.
89	دائرة نسبية توضح الاقتراحات المقدمة للصحافة المكتوبة للتقليل من ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية.
91	هرم يوضح مقروئية أفراد عينة الدراسة لصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
92	هرم يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لنوعية الصحف وفق متغير الجنس وفق متغير الجنس.
94	هرم يوضح اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من الصحف الرياضية.
95	هرم يوضح إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
97	هرم يوضح مدى تقديم الصحف الرياضية من معلومات كافية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس.
98	هرم يوضح مدى إقتناع الشباب بما ينشر في الصحف الرياضية وفق متغير الجنس.
100	هرم يوضح مدى قدرة الصحف الرياضية على التأثير في القيم وفق متغير الجنس.
102	هرم يبين القيم التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية.
104	هرم يوضح مدى قدرة الصحف الرياضية في الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير الجنس.
105	هرم يوضح مقروئية أفراد عينة الدراسة للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
108	هرم يوضح تفضيل أفراد عينة الدراسة لصحف الرياضية وفق متغير السكن.
108	هرم يوضح مدى اكتساب أفراد عينة الدراسة لما يحتاجون إليه من قراءته للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
109	هرم يوضح مدى تحقيق إشباعات أفراد عينة الدراسة من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.

111	هرم يوضح مدى تقدم الصحف الرياضية من كافية أفراد عينة الدراسة لتنمية قدرتهم وفق متغير السكن.
112	هرم يبين مدى اقتناع أفراد عينة الدراسة بما ينشر في الصحف الرياضية وفق متغير السكن.
114	هرم يبين رأي أفراد عينة الدراسة في قدرة الصحف الرياضية على التأثير في قيمهم وفق متغير الجنس.
116	هرم يبين القيم التي اكتسب من خلال قراءتهم للصحف الرياضية وفق متغير السكن.
118	هرم يوضح مدى قدرة الصحف الرياضية من الحد من ظاهرة السلوك العدواني في الملاعب وفق متغير السكن.

4- فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
/	الإهداء
/	الشكر والعرفان
/	جدول الرموز والإشارات
/	ملخص البحث باللغتين العربية والإنجليزية.
أ	المقدمة
الفصل التمهيدي: الإطار المنهجي.	
6	أولاً: الإشكالية.
6	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.
6	1- الأسباب الذاتية.
6	2- الأسباب الموضوعية.
6	ثالثاً: فرضيات الدراسة.
7	رابعاً: أهمية الموضوع.
7	خامساً: أهداف الموضوع.
8	سادساً: مصطلحات الدراسة.
8	1- الإعلام.
8	2- الرياضية
8	3- الإعلام الرياضي.
9	4- الإعلام الرياضي المكتوب (الصحافة الرياضية).
9	5- القيم.
9	6- الشباب.

10	سابعاً: الدراسات السابقة.
12	ثامناً: الإجراءات المنهجية للبحث.
12	1- منهج الدراسة.
13	2- مجتمع الدراسة.
13	3- عينة البحث.
13	4- مجالات البحث.
13	أ- المجال الزمني.
13	ب- المجال المكاني.
13	5- الدراسة الاستطلاعية.
14	6- إجراءات الدراسة الاستطلاعية.
14	7- أدوات البحث.
الفصل الأول: الإعلام الرياضي المكتوب.	
17	المبحث الأول: ما هية الإعلام الرياضي.
17	المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته.
17	الفرع الأول: تعريف الإعلام الرياضي.
17	1- تعريف الإعلام.
17	أ- في اللغة
17	ب- اصطلاحاً.
18	2- الرياضي.
1	أ- في اللغة.
19	ب- في الاصطلاح.
19	3- تعريف الإعلام الرياضي.
21	الفرع الثاني: أهمية الإعلام الرياضي وعناصره.

21	أولاً- أهمية الإعلام الرياضي.
22	ثانياً- عناصر الإعلام الرياضي.
22	أ- المرسل.
22	ب- المستقبل.
22	ج- الأداة (الوسيلة).
23	د- الرسالة (المضمون).
23	المطلب الثاني: وسائل الإعلام الرياضي ومبادئه.
23	الفرع الأول: وسائل الإعلام الرياضي.
23	1- الوسائل المقروءة.
23	أ- الصحيفة.
23	ب- المجلة.
23	ج- الكتاب.
24	د- صحف الحائط.
24	هـ- النشرات.
24	2- الوسائل المسموعة.
24	أ- الراديو.
24	ب- أشرطة التسجيل.
24	ج- وكالات الأنباء.
25	3- الوسائل المرئية المسموعة.
25	ب- التلفزيون.
25	ج- الانترنت.
25	4- الوسائل الثابتة.
25	أ- المعارض.
25	ب- الندوات.

25	ج- المحاضرات.
25	د- المكتبة.
25	هـ- المدرسة.
26	الفرع الثاني: المبادئ الأساسية للإعلام الرياضي.
26	1- الجانب الإنساني والاهتمام بالإنسان.
26	2- مناسبة وسائل الإعلام المستخدمة للجماهير.
26	3- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.
26	4- صدق ووضوح الرسالة الإعلامية.
26	5- الاعتماد على المصادر الموثوقة فيها.
26	6- العلاقة المتبادلة بين المؤسسة الإعلامية والجماهير.
27	7- تكرار وتأكيد المكاسب.
27	8- التقييم.
28	المبحث الثاني: الصحافة الرياضية.
28	المطلب الأول: تعريف الصحافة وأهدافها وخصائصها.
28	الفرع الأول: تعريف الصحافة الرياضية.
28	1. تعريف الصحافة.
28	أ- في اللغة.
29	ب- في الاصطلاح.
30	2- تعريف الصحافة الرياضية.
31	الفرع الثاني: أهداف الصحافة الرياضية وخصائصها.
31	أولاً: أهداف الصحافة الرياضية.
33	ثانياً: خصائص الصحافة الرياضية.
33	أ- موضوع الصحافة الرياضية.
33	ب- الطبيعة الخاصة للحدث الرياضي.

34	ج- جمهور الصحافة.
34	د- لغة الصحافة الرياضية.
34	هـ- الصورة في الصحافة الرياضية.
35	و- هامش أوسع من حرية التعبير والإبداع.
35	المطلب الثاني: أنواع الصحافة الرياضية ووظائفها.
35	الفرع الأول: أنواع الصحافة الرياضية.
35	أ- من حيث دورية الصدور.
35	ب- من حيث التغطية الجغرافية.
36	ج- من حيث المضمون.
36	د- من حيث حجم التوزيع.
36	هـ- من حيث الشكل الفني.
36	و- من حيث جهة الصدور.
37	الفرع الثاني: وظائف الصحافة الرياضية.
37	أ- الأخبار والإعلام.
37	ب- الشرح والتفسير والتحليل.
38	ج- النقد والتعليق وطرح الرأي.
38	د- التنقيف.
38	هـ- الإرشاد والتوجيه.
38	و- التوثيق والتاريخ.
39	ي- التنقيب على الفساد وكشف الانحرافات.
الفصل الثاني: علاقة الإعلام الرياضي بالقيم لدى الشباب.	
41	المبحث الأول: ما هية القيم.
41	المطلب الأول: تعريف القيم وخصائصها.
41	الفرع الأول: تعريف القيم.

41	1- القيم في اللغة.
42	2- القيم في الاصطلاح.
43	الفرع الثاني: خصائص القيم.
43	1- الذاتية.
44	2- الموضوعية.
44	3- النسبية.
44	4- الترتيب الهرمي.
45	5- الثبات النسبي.
45	6- الدينامية.
45	المطلب الثاني: مصادر ها وتصنيفها ومنهج الإسلام في تكوينها.
45	الفرع الأول: مصادر القيم وتصنيفها.
45	أولاً: مصادر القيم.
45	1- الدين الإسلامي.
46	2- العادات والتقاليد.
46	3- التراث الإنساني العالمي.
46	4- موارد الدراسات المنهجية.
46	ثانياً: تصنيف القيم.
46	1- على أساس بعد المحتوى.
46	أ- القيم النظرية.
46	ب- القيم الاقتصادية.
46	ج- القيم الجمالية.
47	د- القيم الاجتماعية.
47	هـ- القيم السياسية.
47	و- القيم الدينية.

47	2- على أساس بعد الشدة.
47	أ- القيم الملزمة.
47	ب- القيم التفضيلية.
47	ج- القيم المثالية.
47	3- على أساس العمومية.
47	أ- قيم عامة.
47	ب- قيم خاصة.
48	4- على أساس بعد الوضوح.
48	أ- القيم الظاهرة الصريحة.
48	ب- القيم الضمنية.
48	5- على أساس بعد الدوام.
48	أ- القيم العابرة.
48	ب- القيم الدائمة.
49	الفرع الثاني: منهج الإسلام في تكوين القيم.
49	1- الشورى.
49	2- العدل.
49	3- الجهاد.
49	4- الأمانة.
49	5- الحكم.
50	6- الحب والإخاء.
50	7- الصدق.
51	المبحث الثاني: ما هية الشباب.
51	المطلب الأول: تعريف الشباب وأهميته.
51	الفرع أول: تعريف الشباب.

51	1- الشباب في اللغة.
51	2- اصطلاحا.
52	الفرع الثاني: أهمية مرحلة الشباب وخصائصه.
52	أولا: أهمية الشباب.
53	ثانيا: خصائص الشباب.
53	1- النمو الجسمي.
54	2- الخصائص الجنسية.
54	3- القدرات العقلية.
54	4- عدم الاستقرار الانفعالي.
54	5- النزعة إلى الاستغلال.
55	المطلب الثاني: حاجات الشباب ومشاكله وعلاقته بالإعلام الرياضي.
55	الفرع الأول: حاجات الشباب ومشاكله.
55	أولا: حاجات الشباب.
55	1- الحاجة إلى الأمن.
55	2- الحاجة إلى الحب والقبول.
55	3- الحاجة إلى مكانة الذات.
55	4- الحاجة إلى النمو العقلي والابتكار.
56	5- الحاجة إلى الإشباع الجنسي.
56	ثانيا: مشاكل الشباب.
57	الفرع الثاني: الإعلام في مرحلة الشباب.
58	الفرع الثالث: دور الإعلام الرياضي في غرس القيم.
الفصل التطبيقي: الدراسة الميدانية.	
62	أولا: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

119	ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة.
121	الخاتمة.
123	قائمة المصادر والمراجع.
133	الملاحق.
139	الفهارس.
140	1- فهرس الآيات.
141	2- فهرس الجداول.
142	3- فهرس الأشكال.
147	4- فهرس الموضوعات.