

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية بالمجتمع السعودي

إعداد

قائد الفريق / يوسف سالم الشمري

232001976

محمد جاسم الشمري

232001854

ماهر يحيى البواردي

232001441

إشراف

د. مهيتاب ماهر الرافي

مقدمة

تلعب وسائل الإعلام دور بارز في بناء وتطور المجتمعات الإنسانية؛ حيث دورها المحوري في عملية التنشئة الاجتماعية والتدريب والتعلم وبناء المعايير الثقافية والاجتماعية والسياسية، ومن ثم فهي تشكل وسيلة لبناء الثقافة البشرية¹. وتعد الوسائط الإعلامية المسموعة والمرئية والمقروءة مصدرًا مهمًا للإرشاد والتعليم في أي مجتمع؛ فالمؤسسات الإعلامية يقع على عاتقها أمانة ومسئولية أعلى بكثير من المؤسسات التعليمية ومؤسسات المجتمع المدني من حيث الاهتمام بالمجتمع ومتطلباته وقدرتها على تغيير السلوكيات والأنماط واتخاذ المواقف وهي أحد أهم العوامل المؤثرة في تكوين ثقافة المجتمع والفرد². وتزداد أهمية وسائل الإعلام يوميًا تلو الآخر وهو ما يُعد نتيجة لازدياد الحاجة إلى المعلومة ذاتها؛ فالمعلومة أصبحت بمثابة سلاح من يمتلكها.

ولقد كان مفهوم الثقافة التقليدي يتحدد بالمجالات الكلاسيكية للفكر الإنساني كالآداب والفلسفة والفن والموسيقى وعلاقتها بالأفراد والأحداث التي تشكل بمجملها البيئة المحلية أو العالمية، ولقد أصبحت الرياضة جزءًا من الثقافة، وأصبحت الحياة الرياضية جزءًا لا يتجزأ من الحياة الثقافية، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد العقلي والفكر والتربوي والفني والثقافي³.

وقد أضحت الإعلام الرياضي عصب الحياة الاجتماعية المعاصرة وشريانها المتدفق في بناء التوجهات وتشكيل المعارف والقيم الاجتماعية والثقافية، خاصة مع الانتشار الواسع لوسائله من المستحدثات⁴. وحول دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الوعي والثقافة الرياضية، فإن

¹ سالم، أميرة حسن. (2018). دور وسائل الإعلام في تعزيز الثقافة الأمنية لدى الشباب الجامعي المصري، *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة*، مج 6، 18، ص 77

² Zahra, D. F., Yacine, A., & Ferahtia, S. (2018). The Role of New Media in Developing the Sports Practice of the Students in Primary Stage (A Field Study at Mansouri Ben Abdallah School), *journal of physical fitness, medicine & treatment in sports*, vol 4, no,2, p; 1.

³ الصرايرة، يوسف أحمد. (2022). دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، *المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة*، مج 71، ع 1، ص 52.

هناك إجماعاً على تأثير تلك الوسائل على جمهورها؛ نظراً لمخاطبتها لقطاع كبير من الجمهور، وقد أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجاًلاً ضخماً له نظرياته وأبحاثه الخاصة⁵.

أولاً مشكلة الدراسة

في ظل الزخم الهائل من تراكم المعرفة ووسائل الحصول عليها وتداولها، أصبحت المعلومات من الموارد الأكثر أهمية، لذلك أصبح الاهتمام بها ضرورة قصوى؛ باعتبارها نقطة القوى والتميز في عصر سمنه الأساسية هي المعلوماتية و مع التطور التكنولوجي الحاصل في العصر الحالي استفاد الإعلام الرياضي من هذا التطور الكبير من حيث الوسائل المستخدمة فيه وكذا سرعة وصوله الى عدد كبير من الجماهير وحتى من حيث طبيعة ومحتوى الرسالة الإعلامية التي يقدمها، وزاد الاهتمام الجماهيري بالإعلام الرياضي لأنه يقدم له خدمات عديدة مرتبطة بالمجال الرياضي من نقل الأخبار والمعلومات والأفكار والأحداث والتظاهرات الرياضية حول النشاط الرياضي بمختلف أنواعه على الصعيدين المحلي والعالمي.

ولأن دور الإعلام الرياضي كبير في تحقيق تنمية المجتمع وتوعيته وتعديل سلوكياته واتجاهاته نحو النشاط الرياضي ونحو الموضوعات المرتبطة به كالصحة، والمعرفة، الترويح، والتناسف، وقوانين الرياضات المختلفة، وطرق التدريب وغيرها، وتتجلى أهمية وسائل الإعلام الرياضي في تثقيف المجتمع وتزويده بالمعلومات والمعارف المرتبطة بالنشاط الرياضي و أحدث الاكتشافات المتوصل اليها، حتى يمتلك الفرد ثقافة رياضية يحتاجها في حياته اليومية أو في مجال عمله، خاصة اذا كان من بين العاملين في القطاع الرياضي اداري كان أو مدرب أو لعب أو حتى مناصر أو طالب جامعي، وتعدد مجالات التثقيف الرياضي لتشمل مجالات مهمة هي المجال المعرفي والمجال الصحي، والمجال الاجتماعي والمجال التربوي لذا يقع على عاتق وسائل الإعلام الرياضي دور هام في نشر الثقافة الرياضية داخل المجتمع الذي تنشط فيه حتى يصبح الإعلام الرياضي أكثر نفعية دون الاكتفاء بالدعاية التجارية والترويح ونقل الأخبار حول مختلف المنافسات الرياضية . وعليه، وبناءً على ما تتبلور مشكلة هذا البحث في:

⁵ مرتضى. (2021). دور الإعلام الرياضي في القضاء على التعصب في عصر العولمة. المجلة المصرية لبحوث الأعلام ، مج4، ع77، ج3.

التعرف دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور
السعودي.

ثانيًا الدراسات سابقة

من خلال مراجعة التراث الإعلامي وانسجامًا مع أهداف الدراسة تعرض الباحثة بعض
الدراسات ذات الصلة بأهداف الدراسة الحالية

المحور الأول: دراسات تناولت الإعلام الرياضي

هدفت دراسة عامر Amer وآخرون (2023)⁶ إلى التأكد من حجم البرامج الرياضية
التلفزيونية التي يشاهدها طلاب الجامعات في الجامعات الأردنية، وكذلك مدى تأثير هذه البرامج
على فهمهم للياقة البدنية، استندت الدراسة إلى منهج المسح، كما اعتمدت على الاستبيان كأداة
لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها 400 طالب من جامعة اليرموك وجامعة الزرقاء. أظهرت
النتائج أن طلبة جامعة اليرموك، مقارنة بطلبة جامعة الزرقاء، لديهم فهم أكبر للياقة البدنية
بسبب الجزء الكبير من البرامج الرياضية التلفزيونية. بالإضافة إلى ذلك، فإن لهذه البرامج تأثيرًا
أكبر في التأثير على معرفة طلاب الكليات العلمية بالصحة البدنية من تأثيرها على طلاب
كليات الفنون. علاوة على ذلك، بالمقارنة مع الأشخاص الذين لا يمارسون أي أنشطة بدنية، فإن
لديهم تأثيرًا أكبر في تكوين هذا الوعي لدى الأشخاص الذين يمارسون الرياضة بانتظام. كما
أظهرت النتائج أن أهمية البرامج الرياضية التلفزيونية في التأثير على وعي المشاركين بالصحة
البدنية تزداد بزيادة كثافة مشاهدتهم.

⁶ Ahmad, A., Tahat, O., Safori, A., Al-Zpubi, A., Ahmad, H. K., & Ananza, A.
(2023). The Role of Television Sports Programs in Shaping Awareness of Physical
Health among Jordanian University Students. **Information Sciences
Letters**,VOL 12,NO 7.

وسعت دراسة الأسونجي(2022)⁷ إلى تحديد التحديات التي تواجه الإعلام الرياضي في ظل التطور التكنولوجي في التحول الرقمي الحديث، استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، كما اعتمدت على أداة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها 220 مفردة. وقد خلصت الدراسة إلى أنه يوجد مجموعة من التحديات التي تواجه الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث، منها تلك التي واجهت المؤسسات الإعلامية تجاه تطور التحول الرقمي بالنسبة للعاملين والإمكانات التقنية، أيضًا التحديات العلمية والعملية التي واجهت المؤسسات والأفراد.

وجاءت دراسة (وليد عبد الفتاح، 2022⁸) إلى التعرف على أكثر الصحف الرياضية التي يتابعها شباب منطقة جازان وأيضًا التعرف على أهم أنواع القوالب الصحفية التي تنشرها الصحف الرياضية السعودية، ومدى تخصيص هذه الصحف للمساحات الحوارية الرياضية فيها. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، استند فيها الباحث إلى المنهج الوصفي المسحي واعتمد على الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى أن الأغلبية من عينة البحث وبنسبة (41.2%) يرون أن الصحف السعودية تساعد دائمًا في رفع الثقافة الرياضية لدى الشباب السعودي.

وقد أجرى عدنان مناع Adnan Lafta Manna (2021)⁹ دراسته للكشف عن طبيعة الموضوعات المنشورة في الصحافة الرياضية، وتحديد مدى اهتمام الشباب بالموضوعات الرياضية التاريخية، كذلك التعرف على الأدوار التي تقوم بها الصفحات الرياضية في الجوانب التاريخية وتزويد الشباب بالمعلومات، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد استندت إلى

⁷ الأسونجي، سهيل محمد. (2022). تحديات الإعلام الرياضي في مواجهة التحول الرقمي الحديث، مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية، ع8.

⁸ وليد عبد الفتاح. (2022). دور الصحف الرياضية السعودية في التنقيف الرياضي لدى الجمهور السعودي: دراسة ميدانية، المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات، مج2، ع4.

⁹ Manna, A. L. (2021). THE ROLE OF SPORTS PRESS AND ONLIN PAGES IN ARRANGING THE PUBLIC'S PRIORITIES REGARDING THE HISTORICAL SPORTS CULTURE: A FIELD STUDY. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, vol 18, no4.

منهج المسح، كما اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها 300 مفردة من جماهير الملاعب الرياضية. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك إقبال كبير من الشباب على الثقافة الرياضية التاريخية التي يعتبرونها جزءاً هاماً من الثقافة العامة وضرورة للحصول على المعلومات الرياضية التاريخية. أيضاً يعتمد الشباب العراقي على وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للثقافة الرياضية التاريخية أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، حيث تأتي متابعتهم للمعلومات الرياضية التاريخية في وسائل الإعلام أولاً ومن ثم صفحات الويب على الفيسبوك ثانياً وعلى شاشات التلفزيون في المركز الثالث. كما أكدت الدراسة ان الصحف المطبوعة والصفحات الإلكترونية العراقية تقوم بواجبها في تعزيز الثقافة التاريخية من خلال النشر اليومي للمعلومات والإحصائيات والصور والفيديوهات لتعزيز العامل الثقافي الرياضي.

وهدفنا دراسة مرتضى¹⁰(2021) إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في التغلب على ظاهرة الشغب والتعصب الرياضي في عصر العولمة، استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، وقد اعتمدت على الاستبيان والمقابلة المباشرة لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها 277 مفردة. وكان من بين نتائج الدراسة أن أهم أسباب ظاهرة التعصب الرياضي عدم وجود وعي كاف بين الجماهير وبالتالي لابد من نشر الوعي الرياضي.

وسعت دراسة(ضرار براكني و محمد رمضان¹¹2019) إلى تحديد مدى تأثير وسائل الإعلام الرياضي الجديد على الجانب التوعوي للشباب الجامعي في المجال الرياضي، استند الباحث إلى المنهج الوصفي واعتمد على المقابلة كأداة لجمع بيانات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون بأن قدرة مضامين الصفحات الرياضية في نشر الوعي ونبذ التعصب الرياضي متوسطة.

وفي السياق ذاته هدفت دراسة الصرايرة¹²(2019) إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر طلاب كليات التربية، استندت الدراسة إلى

¹⁰ مرتضى. (2021). مرجع سابق، ص 2157.

¹¹ ضرار براكني، محمد رمضان، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الرياضي للشباب، رسالة ماجستير، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال.

¹² الصرايرة، يوسف أحمد. (2022). مرجع سابق.

المنهج الوصفي، كما اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها (624) طالبًا وطالبة من كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن وسائل الإعلام الرياضي لا تقوم بنشر الثقافة الرياضية في الجامعات الأردنية بالشكل المطلوب، كما خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الرياضي لها تأثير كبير في الاطلاع على آخر المستجدات والمعلومات الرياضية.

هدفت دراسة جابري (2018)¹³ إلى التعرف على الصحافة الرياضية المكتوبة ودورها في نشر ثقافة ممارسة الألعاب الفردية عند المراهقين، استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، وقد اعتمدت على أداة لاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة. خلصت الدراسة إلى أن التلاميذ لا يتتبعون الصحف الرياضية المكتوبة بشكل كاف، مما ينعكس على ثقافة ممارسة الرياضات الفردية، وأن الصحافة الرياضية المكتوبة لا تغطي الرياضات الفردية بالشكل اللازم مما ينعكس على تعزيز ثقافة ممارستها لدى التلاميذ.

وتنصت (عبد الحكيم حراشة 2018¹⁴) دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الثقافي والرياضي لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدارس مديرية تربية قصبه المفرق، استند الباحث إلى المنهج الوصفي واعتمد على أداة الاستبيان كأداة لجمع عينة الدراسة من عينة قوامها 395 من طلبة المرحلة الثانوية لمدارس مديرية قصبه المفرق. وقد أظهرت النتائج أن البرامج الرياضية في الإعلام الرياضي المرئي تلعب دورًا متوسطًا في نشر الوعي الثقافي الرياضي لدى الطلبة أنفسهم لتركيزهم تركيزًا واضحًا على لعبة كرة القدم مقارنة بالألعاب الرياضية الأخرى.

المحور الثاني: دراسات تناولت الثقافة الرياضية

تبحث دراسة الشنباري (2023)¹⁵ في مصادر الثقافة الرياضية لدى طلاب كلية التربية البدنية والرياضة في جامعة الأقصى. توصلت الدراسة إلى أن 54% من أفراد عينة الدراسة

¹⁴ عبد الحكيم حراشة. (2018). دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الثقافي الرياضي لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدارس مديرية تربية قصبه المفرق، مجلة المنارة، مج 24، ع4.

¹⁵ الشنباري، أزيز خميس. (2023). مصادر الثقافة الرياضية لدى طلاب كلية التربية البدنية والرياضة جامعة الأقصى، مجلة الرياضة الحديثة، مج22، ع3.

يعتقدون أن الأب هو المصدر الأكبر للثقافة الرياضية في أسرة طلاب كلية التربية البدنية والرياضة في جامعة الأقصى.

وأتّم محسن و الموساوي(2021)¹⁶ دراستهما التي تهدف إلى التعرف دور الصفحات الرياضية في التثقيف الرياضي، وقد استندت الدراسة إلى المنهج المسحي، كما اعتمدت على أسلوب تحليل المحتوى من خلال تحليل المضامين الثقافية في الصفحات الرياضية. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة وثيقة بين الصفحات الرياضية والثقافة، من خلال مساهمتها في تعزيز وتكوين المعرفة والقيم الثقافية والاجتماعية والقانونية والتربوية، بحيث امتد دورها التواصل في الجانب الثقافي إلى ما هو أبعد من ذلك. الجانب الإخباري، ليشمل تغييرًا نوعيًا في المنظومة الثقافية للمتلقى بما يزيد من رصيده الثقافي والمعرفي.

وسعت دراسة المشهداني (2020)¹⁷ إلى التعرف على دور لقنوات التليفزيونية الفضائية العراقية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، استندت الدراسة إلى منهج المسح، كما اعتمدت على الاستبيان لجمع بيانات الدراسة. وكان من أهم نتائج الدراسة أن البرامج الرياضية زادت من وعي الشباب ومعلوماتهم الرياضية وحُبهم للألعاب وبنسبة 86.2%.

هدفت دراسة نور الدين.(2019)¹⁸ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وقد استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة. أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام الرياضي المرئي أكثر الوسائل تفضيلاً لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وأنه أهم دافع لمتابعة البرامج الإعلامية الرياضية هو معرفة المستجدات والأخبار الرياضية على الصعيدين المحلي والعالمي.

¹⁶ محسن، عادل هشام؛ الموساوي، هدير غازي حسين.(2021). دور الصفحات الرياضية في تعزيز المحتوى الثقافي صحيفة الزمان أنموذجاً، مجلة علم النفس والتعليم، مج58، ع5.

¹⁷ المشهداني، إيمان عبد الرحمن.(2020). دور القنوات الفضائية العراقية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بغداد، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع70.

¹⁸ نور الدين، بطاط.(2019). دور وسائل الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة التحدي، ع15.

وهدف ت دراسة (أفنان محمد شعبان 2018¹⁹) إلى تحديد مدى مشاهدة الشباب للبرامج الرياضية التليفزيونية وكذا تأثير مشاهدة البرامج الرياضية التليفزيونية على مستوى الوعي والثقافة الرياضية لدى الشباب، استند البحث إلى منهج المسح، كما اعتمد على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة قصدية قوامها 200 مفردة من طلبة كليات جامعة بغداد. وقد خلصت الدراسة إلى أن البرامج الرياضية التليفزيونية ذات قوة تأثير عالية على ثقافة الشباب لحصولها على متوسطات حسابية عالية، وهو ما يوضح مدى استجابة الشباب للبرامج الرياضية وتأثيرها على معلوماتهم في مجال الرياضة.

كما هدفت دراسة لعلوح (2017)²⁰ إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، كما اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة قوامها 611 طالب وطالبة من طلبة الكليات العلمية والإنسانية في الجامعات الفلسطينية. أظهرت الدراسة أن الدرجة الكلية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية كانت متوسطة، حيث بلغ متوسط الاستجابة (3.38%).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- **الاستفادة النظرية:** أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد النظرية المناسبة للدراسة الحالية والتي تتمثل في الاعتماد على وسائل الإعلام، كما أسهمت في صياغة مشكلة الدراسة وأهمية وأهداف الدراسة.
- **الاستفادة المعرفية:** أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في تكوين قاعدة معرفية كبيرة لدى الباحثة حول الإعلام الرياضي وأهميته ومفهومه...إلخ. وكما أسهمت في الوقوف على موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة وتحديد نقاط الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسات الأخرى التي أجريت في نفس المجال.

¹⁹ أفنان محمد شعبان. (2018). مرجع سابق.

²⁰ لعلوح، سما وليد محمد. (2017). دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا.

- الاستفادة المنهجية: من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة استقرت الباحثة على أدوات الدراسة ومنهجها ونوع الدراسة وكذلك حدودها والأساليب الإحصائية التي يمكن الاعتماد عليها.

ثالثاً الإطار النظري للدراسة: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام:

1. نشأة النظرية:

يرجع تاريخ ظهور هذه النظرية إلى سبعينيات القرن العشرين، حيث استخدم "ديفلير ميليفين" و"ساندرا بول" مفهوم الاعتماد في محاولة منهم لسد الفجوة التي أحدثتها نظريات الاتصال السابقة، حيث اقترحا أن يتم الدمج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، الأمر الذي اعتبر بداية لوضع نظرية الاعتماد، التي تقوم على فكرة وجود علاقة ثلاثية الأبعاد بين الجمهور والوسيلة والمجتمع، وتقوم على ركيزتين أساسيتين هما حاجة الجمهور للمعلومات، والنظر إلى نظام الإعلام على أنه نظام معلوماتي يتم توظيفه لإشباع الحاجات وتحقيق الأهداف المطلوبة.²¹

2. مفهوم نظرية الاعتماد:

يقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام: "درجة أهميتها للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا، ولا يرتبط هذا الاعتماد باستخدامها فقد يستخدم الفرد وسيلة ولكنه يعتمد على أخرى، بل إن اعتماد الشخص على وسيلة ما يحدد مدى استخدامه لها وحجم تأثيراتها عليه"²².

وينظر إلى نظرية الاعتماد على أنها إحدى نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، أما عن الهدف الرئيس لهذه النظرية فيتمثل في الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا أثارا قوية ومباشرة، وفي أحيان مغايرة أثارا ضعيفة وغير مباشرة، كما تعتمد فكرتها على

²¹ كنعان، علي عبدالفتاح. (2015). "نظريات الاتصال والإعلام الحديثة"، (ط1)، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن.

²² Ognyanova. K. (2015). Political Efficacy on the internet; A Media System Depenency Approach, **Communication information Technologies Annual**, Vol 9 , pp; 3- 27.

أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن المجتمع الذي يعيش داخله، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر²³.

كما يتضح مفهوم النظرية من خلال اسمها المتعلق بالاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، إضافة إلى أن العلاقة التي تحكمه علاقة اعتماد بين الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، حيث يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها²⁴.

ويمكن القول إن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام هي "نظرية بيئية" كونها تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، إضافة لبحثها في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة كانت أم كبيرة مع بعضها بعضاً، ثم محاولتها تغيير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقة²⁵.

3. نظرية الاعتماد كنظرية متكاملة

يعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى المداخل التي تهتم بدراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام وقدرتها على تشكيل وتغيير الرأي العام وتعديل السلوك، فعلاقات الاعتماد على النظام الإعلامي بشكل عام وعلاقات الاعتماد على أشكال معينة مما تقدمه وسائل الإعلام على وجه الخصوص، تنتج عن الأهداف الشخصية التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها، وعلى قدرة المصادر الإعلامية على تحقيق هذه الأهداف، باعتبار نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث⁽²⁶⁾.

²³ الشيبيري، محمد. (2011). "اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان: الأردن.

²⁴ جبار، عبير. (2017). "اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار"، مجلة جامعة جيهان، أربيل العلمية، المجلد 1، العدد 2.

²⁵ حسن عماد مكاي، عاطف عدلي السيد. (2007). "نظريات الإعلام"، (ط1)، الدار المصرية اللبنانية.

⁽²⁶⁾ حسن عماد مكاي ويلي حسين، (2008)، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص314.

وتعد هذه النظرية من أبرز التحولات في مجال بحوث التأثير وضع ملامح محدده لبناء نظريات الإعلام التي تقدم نظرة شاملة لدور وسائل الإعلام في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة Integrated Theories وذلك للأسباب التالية⁽²⁷⁾:

أ. يتضمن مدخل "الاعتماد على وسائل الإعلام" بعض العناصر من علم الاجتماع Sociology وبعض المفاهيم من علم النفس.

ب. يفسر مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي لتكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

ج. يجمع مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام بين العناصر الرئيسية لنموذج "الاستخدامات والإشباع" من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر. وذلك على الرغم من أن محور اهتمامها لا ينصب على معرفة تأثيرات وسائل الإعلام في حد ذاتها بقدر ما يهدف لتفسير لماذا تتراوح تأثيرات هذه الوسائل بين القوة والمباشرة أحيانا والضعف وغير المباشرة أحيانا أخرى.

د. يقدم هذا المدخل نظرة فلسفية تجمع بين الاهتمامات التقليدية بمضمون الرسائل الإعلامية والتأثيرات التي تصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.

4. أهداف الاعتماد على وسائل الإعلام لدى الأفراد:

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق جملة من الأهداف²⁸:

أ. الفهم: يشمل معرفة ما يدور في البيئة المحيطة والحصول على المعلومات والخبرات، بما يساعد على معرفة الأشياء في العالم الخارجي والمحلي وتفسيرها.

²⁷ (سلوى محمد العوادلي، 2002)، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث 11 سبتمبر: دراسة ميدانية على عينة من طالب جامعة القاهرة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير. مارس، ص 139، 711.

²⁸ ملفين ديفلير، وساندر بول، ترجمة كمال عبد الرؤوف. (1993). "نظريات وسائل الإعلام"، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.

ب. التوجيه: تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الأفراد للقرارات المناسبة، والتعامل مع المواقف الجديدة.

ج. التسلية: تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية التي تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من مشكلات الحياة.

5. آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

قام ديفلر وبول وهما مؤسسا النظرية برصد مجموعة من الآثار والنتائج التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وذلك بتقسيمها إلى ثلاث فئات أساسية هي.²⁹

أ. الآثار المعرفية: تشمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لمدخل الاعتماد على كشف الغموض، وتكوين الاتجاه وترتيب أولويات الاهتمام، إضافة لاتساع المعتقدات والقيم.

ب. الآثار الوجدانية: ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر والعواطف ويمكن التعرف إلى آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد ديفلر وساندرا هذه الآثار الوجدانية في: الفتور العاطفي، والخوف والقلق، أو الدعم المعنوي، أو الاغتراب.

ج. الآثار السلوكية: تحدث التأثيرات في السلوك نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية، ومن أهم التأثيرات السلوكية: (التشيط، والخمول).

6. فرضيات نظرية الاعتماد:

تفترض أن الجمهور يلجأ لوسائل الإعلام لتلبية احتياجاته في الحصول على المعرفة، وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويرى ميليفين، وساندرا أن النظرية تستند على مجموعة من الفروض الفرعية وأهمها³⁰:

²⁹ مكاي، وآخرون. مرجع سابق.

³⁰ ميليفين، وساندرا، مرجع سابق.

- أ. اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وبالتالي فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعاً للحاجة لهذه الأخبار والمعلومات، حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات⁽³¹⁾.
- ب. حيوية النظام الإعلامي للأفراد تزيد من درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.
- ج. اختلاف حاجات الجماهير وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.
- د. استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي.
- هـ. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثر بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- و. نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- ز. كلما زادت التغيرات والأزمات وحالات عدم الاستقرار التي تحدث في النظام الاجتماعي، زادت حاجة الجمهور للمعلومات، وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- ح. كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور، في هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور.
- ط. يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة (قمة الهرم) التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور⁽³²⁾.

وتفترض هذه النظرية وضع ثلاث علاقات في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام:

⁽³¹⁾ (سوزان القليني، (2007)، علم النفس الإعلامي: المداخل النفسية للإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية، ص10.

⁽³²⁾ (ميرفت الطرابيشي وعبدالعزیز السيد، (2006)، نظريات الإتصال، القاهرة: دار النهضة العربية، ص124-126.

- النظام الاجتماعي.
- دور وسائل الإعلام في هذا النظام.
- علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

7. ميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:

- أ. تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.
- ب. تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.
- ج. تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

8. الانتقادات التي وجهت لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

مقابل الإيجابيات والميزات، تعرضت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لمجموعة من الانتقادات أهمها:

- أ. مبالغة ومغالة النظرية في درجة اعتماد وسائل الإعلام أثناء نشاطها على مكونات النظام الاجتماعي، وذلك أن وسائل الإعلام يجب أن تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي وغير اقتصادي، بل هي وسيط محايد.
- ب. جزم النظرية المسبق بتأثر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام وإهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها.

ج. أنصار هذه النظرية عرفوا الاعتماد على أنه التعرض، في حين أن الاعتماد غير التعرض، فالفرد قد يتعرض إلى مضامين وسائل الإعلام المختلفة، لكنه لا يعتمد عليها في حصوله على المعلومات، بل يعتمد على مصادر إعلامية أخرى داخل النظام الاجتماعي كالمؤسسات أو أفراد مقربين أو أصحاب قرار ومواقع معينة داخل النظم الاجتماعية.

9. توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في البحث الحالي:

تتلاءم معطيات هذه النظرية مع توجهات البحث الحالي الذي يربط بين وسائل الإعلام (متمثلة في الإعلام الرياضي) والجمهور والمجتمع (متمثل في المجتمع السعودي). فمع زيادة الاهتمام بالأنشطة الرياضية بالمملكة في الآونة الأخيرة، أصبح الجمهور يسعى إلى الحصول على المعلومات الرياضية من خلال وسائل الإعلام المختلفة لتنمية ثقافته الرياضية وتلبية احتياجاته المعلوماتية.

من ثم كان لابد من قياس مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرياضي في ظل تنوع وتعدد هذه الوسائل (حيث تؤكد النظرية أن توافر البدائل الإعلامية يؤثر في الاعتماد على الأخرى)، من جانب آخر فالباحث الحالي يسعى إلى قياس التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام الرياضي سواء التأثيرات المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية، بالتالي الاستفادة من فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتوظيفها في سبيل ذلك. وقد تم توظيف نظرية الاعتماد في صياغة أسئلة وفرضيات الدراسة.

رابعاً مصطلحات الدراسة

1. الإعلام الرياضي: إصطلاحاً: يعرفه الدكتور أديب خضور بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية بقصد نشر ثقافة رياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي"³³. ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه

³³ سلام، كهينة؛ طالة، لميا. (2020). دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية وقيم المواطنة، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، مج19، ع1، ص47.

أحد أشكال الإعلام التي تهتم بالموضوعات الرياضية وخاصة كرة القدم، بغرض تقديم معلومات رياضية للجمهور السعودي ورفع ثقافته الرياضية.

2. الثقافة الرياضية: تعرف اصطلاحاً بأنها جزء من الثقافة العامة وهي حصيلة المعلومات الرياضية التي تكون لدى الفرد، والتي من خلالها يستطيع أن يكون فكرة عن الألعاب الرياضية التي من شأنها تكوين وتطوير الشخصية المتكاملة والشاملة، فهي تساعد على تثبيت النواحي السياسية وتنمية النواحي الصحية والخلقية، وتحسين العلاقات الاجتماعية للفرد³⁴. ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها مجموعة المعلومات والأخبار التي يكتسبها الجمهور السعودي نتيجة اعتماده على وسائل الإعلام الرياضية كمصدر من مصادر الأخبار.

خامساً أهمية الدراسة

تكمن الأهمية الأساسية لهذه الدراسة في كونها الأولى (على حد علم الباحثة) في السعودية التي تهتم بدور وسائل الإعلام الرياضية في نشر الثقافة الرياضية في المجتمع السعودي، كما تستمد دراستنا الحالية أهميتها من كونها:

1. تسهم الدراسة في تطوير استراتيجيات أفضل لنشر الثقافة الرياضية وتعزيز التفاعل الإيجابي مع الرياضة في المجتمع.
2. يمكن أن تساهم الدراسة في تطوير استراتيجيات أفضل لنشر الثقافة الرياضية وتعزيز المشاركة الإيجابية في الرياضة.
3. تشجيع المشاركة في الرياضة من خلال تحليل كيفية استخدام الإعلام الرياضي للترويج للرياضات المختلفة وتشجيع المشاركة فيها بين أفراد المجتمع السعودي.

سادساً أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في رصد وتحليل الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع السعودي. ويمكن تحديد بعض الأهداف التي قد تشملها الدراسة على النحو التالي:

³⁴ لعلو، سما وليد محمد. (2017). مرجع سابق، ص 9.

1. تحديد وسائل الإعلام لرياضي الأكثر تفضيلاً من وجهة نظر الجمهور السعودي.
2. قياس درجة اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرياضي في اكتساب معلومات رياضية؟
3. التعرف على دوافع متابعة الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرياضي.
4. التعرف على مدى اقتناع الجمهور السعودي بالمواد الرياضية الذي يقدمها الإعلام الرياضي.
5. فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام الرياضية في نشر المعلومات الرياضية وتعزيز الوعي الرياضي بين الناس.
6. تحليل الأثر الإعلامي للتغطية الرياضية على توجهات وسلوك الأفراد تجاه الرياضة واللياقة البدنية.
7. دراسة تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل وتعزيز الهوية الرياضية السعودية.
8. تحليل دور الإعلام الرياضي في ترويج رياضات محددة وتشجيع المشاركة فيها.

سابعاً تساؤلات الدراسة

يتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع السعودي؟ ويمكن تفتيت هذا التساؤل على عدة تساؤلات فرعية كالتالي:

1. ما هي وسائل الإعلام الرياضي الأكثر تفضيلاً من وجهة نظر الجمهور السعودي؟
2. ما درجة اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرياضي في اكتساب معلومات رياضية؟
3. ما دوافع متابعة الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرياضي؟
4. ما مدى اقتناع الجمهور السعودي بالمواد الرياضية الذي يقدمها الإعلام الرياضي؟
5. ما الأثر الإعلامي للتغطية الرياضية على توجهات وسلوك الأفراد تجاه الرياضة واللياقة البدنية؟
6. ما تأثير الإعلام الرياضي في تشكيل وتعزيز الهوية الرياضية السعودية؟

7. ما دور الإعلام الرياضي في ترويج رياضات محددة وتشجيع المشاركة فيها؟
8. كيف تُستخدم وسائل الإعلام الرياضية في نشر المعلومات الرياضية وتعزيز الوعي الرياضي بين الناس؟

ثامناً فروض الدراسة

يتمثل الفرض الرئيسي وجود علاقة ارتباطية بين متابعة الجمهور السعودي للإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية. ويتفرع منه:

1. توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرياضية والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه.
2. توجد علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة الجمهور السعودي للإعلام الرياضي، والإسهامات المتحققة منه.
3. لا توجد فروق بين مفردات الدراسة في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الرياضي وفق متغيراتهم الديمغرافية.

تاسعاً نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة ورصد الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها مما يساعد على إمكانية التقييم والتنبؤ واستخلاص البيانات والدلالات المترتبة على دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى المجتمع السعودي.

عاشراً منهج الدراسة

من المعروف أن لكل دراسة منهجها الخاص الذي يتناسب مع أغراضها وأهدافها، وقد اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني - الذي يُعد من أبرز المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والذي يستهدف الحصول على البيانات والمعلومات الخاصة بالظاهرة العلمية نفسها، ويُعرف بأنه مجموعة الظواهر التي تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث - وذلك في محاولة منظمة لتقرير وتفسير الوضع الراهن لدور الإعلام الرياضي

في تنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور بالمجتمع السعودي، حيث يعدّ منهج المسح من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية .

حادي عشر مجتمع وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة كل الأفراد والوحدات الموضوعية أو الأحداث والمشاهدات والأشياء التي يتكون منها موضوع الدراسة، أما العينة فهي المجموعة الجزئية من المجتمع ويجب أن تمثله تمثيلاً صادقاً.

ويمثل الجمهور السعودي مجتمع الدراسة الحالية، ونظراً لكبر حجم المجتمع وصعوبة إجراء الدراسة وتطبيقها على كافة مفرداته، تم اللجوء إلى سحب عينة عشوائية منتظمة قوامها (200) مفردة من الجمهور السعودي، وقد تم مراعاة التنوع والتمثيل في سحب العينة، ويوضح الجدول التالي توزيع العينة وفق المتغيرات الديمغرافية:

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديمغرافية

م		الاستجابة	التكرار (ك)	النسبة المئوية %
1	النوع	ذكر		
		أنثى		
2	مستوى التعليم	دبلوم		
		بكالوريوس		
		ماجستير		
		دكتورة		
3	الحالة الاجتماعية	متزوج		
		أعزب		
		أرمل		
4	العمر	أقل من 18 عام		
		من 19 إلى 40 عام		
		من 41 إلى 60 عام		
		أكبر من 60 عام		

5	إجمالي العينة	200	%100
---	---------------	-----	------

ثاني عشر: حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في التالي:

- **الحدود الموضوعية:** يتمثل الحد الموضوعي للدراسة الحالية في القضية التي تركز عليها والتي تتمثل في الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية.
- **الحدود المكانية:** يتمثل في المكان والجمهور الذي تطبق فيه الدراسة، ويتمثل في الدراسة الحالية في المجتمع السعودي.
- **الحدود الزمانية:** يقصد بها وقت تطبيق الدراسة الميدانية على الجمهور، وتتمثل الحدود الزمانية في الفترة من 15 فبراير 2024م وحتى 15 مارس 2024م.

ثالث عشر: متغيرات الدراسة

متغير مستقل	متغير وسيط	متغير تابع
الإعلام الرياضي	النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي	الثقافة الرياضية في لدى الجمهور السعودي.

رابع عشر: أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث تعد من أنسب الأدوات التي يمكن توظيفها في البحوث الميدانية وذلك لسهولة التعامل مع البيانات التي يتم جمعها من خلالها إحصائيًا، والوصول إلى نتائج ذات مصداقية عالية من ثم إمكانية تعميمها.

خامس عشر الصدق والثبات

فيما يخص صدق الاستمارة فقد تم إثبات صدقها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات الإعلام للتأكد من أن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة بالنتائج وإمكانية تعميمها. وقد تم إجراء كافة تعديلات الاستمارة حسب رؤية المحكمين. أما الثبات: يعني مدى اتساق إجابات المبحوثين في كل مرة يعاد فيها تطبيق الاستمارة، وبالتالي للتأكد من الثبات تم تطبيق الاستمارة بشكل مبدئي على عدد من أفراد العينة لهم نفس خصائص أفراد العينة الكلية، كما تم الاعتماد على مقياس " ألفا كرونباخ " لقياس مدي صدق ثبات الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتبين ثبات عبارات المقياس حيث جاءت قيمة معامل ألفا كرونباخ أكبر من (60%) بالتالي ثبات الاستبيان، ويوضح الجدول التالي قيمة ألفا كرونباخ:

جدول (4) قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ

الاستبيان	قيمة ألفا كرونباخ
عبارات الاستبيان	

سادس عشر المعاملات الإحصائية

- بعد الانتهاء من جمع البيانات من عينة الدراسة، تم تبويب البيانات من خلال تكويدها وإدخالها على برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (SPSS) تم إجراء الإحصاء والوصفي والاستدلالي للوصول للنتائج وفي سبيل ذلك تم استخدام المعاملات الإحصائية التالية:
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
 - معامل ارتباط بيرسون وسبيرمان لاختبار العلاقة الارتباطية واتجاهها بين المتغيرات.
 - اختبار ت (T.Test) لقياس الفروق بين عينتين مستقلتين.
 - معامل ألفا كرون باخ لقياس ثبات الاستمارة

