

واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين

فالح فايز النفيعي¹

معلم بمدارس جنى العالمية بجدة/باحث دكتوراه بالإدارة الرياضية¹

(¹ Falh1434@gmail.com)

المستخلص: هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي (المصادقية والموضوعية، الاحترام، النزاهة والشفافية، والمسؤولية الاجتماعية) من وجهة نظر المستفيدين. وقد اتبعت الدراسة الطريقة المسحية، وأستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات، إذ طبقت على عينة مكونة من (317) فرداً من أعضاء الاتحاد السعودي لكرة القدم، ورؤساء وأعضاء مجالس إدارات أندية دوري المحترفين السعودي، وإداريي الفرق فيها، وروابط المشجعين. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي كان بدرجة متوسطة، سواء في الدرجة الكلية أو المحاور الأربعة (المصادقية والموضوعية، والاحترام والالتزام، النزاهة والشفافية، والمسؤولية الاجتماعية). كذلك أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لاختلاف المؤهل لصالح الحاصلين على الثانوية، كما وجدت فروق تعزى لاختلاف العمر لصالح الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة، وفروق تعزى لاختلاف الوظيفة في محوري قيم الاحترام والالتزام، وقيم النزاهة والشفافية وفي الدرجة الكلية، لصالح أعضاء رابطة المشجعين، بينما لم توجد فروق تعزى لاختلاف الوسيلة الإعلامية التي يتابعها أفراد العينة. وأوصت الدراسة بأهمية تفعيل ميثاق الرياض للإعلام الرياضي ليكون وثيقة إلزامية للعاملين في الإعلام الرياضي. وإنشاء مركز متخصص يتبع وزارة الرياضة بالاشتراك مع الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي لتقييم أداء وسائل الإعلام الرياضي في المملكة.

الكلمات المفتاحية: القيم - الإعلام الرياضي - المصادقية والموضوعية - الاحترام والالتزام - النزاهة والشفافية - والمسؤولية الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث من خلال اهتمامهم ومتابعتهم المنتظمة لوسائل الإعلام الرياضي في المملكة العربية السعودية أن هناك تفاوتاً واضحاً في تطبيق القيم الإعلامية، ونظراً لقلة الدراسات حسب علم الباحث التي تناولت القيم في الإعلام الرياضي السعودي، وعدم وجود دراسة حول واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي؛ فإنه يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي، وكذلك التعرف على درجة تطبيق هذه القيم من وجهة نظر المستفيدين بالاتحاد السعودي لكرة القدم والأندية الرياضية بدوري المحترفين السعودي ورابطة أعضاء مشجعيها. ولأن الإعلام الرياضي السعودي في جميع وسائله غالباً ما يتناول في موضوعاته لعبة كرة القدم (4، 2013) فقد تم اختيار مجتمع الدراسة منها، فضلاً عن أن هؤلاء المستفيدين هم الأكثر إدراكاً لدور الإعلام الرياضي السعودي وتأثيراً به، وأكثرهم قدره في الحكم على واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي.

أهمية الدراسة:

أولاً-الأهمية النظرية: تتضح الأهمية من أهمية القيم، ودورها في البناء والتماسك الاجتماعي، ومكانتها في المجال الرياضي. والدور الكبير والمؤثر للإعلام الرياضي في تعزيز القيم والسلوكيات الاجتماعية لدى الجماهير الرياضية، وإبرازه للمنظومة القيمية الرياضية.

ثانياً-الأهمية التطبيقية: إمكانية استفادة الاتحاد السعودي للإعلام الرياضي من نتائج الدراسة، بالعمل على تنمية النقاط التي يظهر فيها قصور لدى الإعلاميين الرياضيين، وصناع الإعلام الرياضي في المملكة، من خلال برامج التأهيل التي يتبناها، وفي التعرف على مستوى تطبيق قيم الإعلام الرياضي، والعمل على سد الثغرات التي تظهرها النتائج من خلال البرامج والخطط

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة للتعرف على:

- 1-واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي.
- 2-واقع تطبيق قيم المصادقية والموضوعية في الإعلام الرياضي السعودي.

1-المقدمة:

يُعد الإعلام أحد أقوى الأدوات المؤثرة في المجتمعات المعاصرة، وذلك لما تتمتع به وسائل الإعلام من تنوع، وما تقدمه من مواد مشوقة لها القدرة على جذب جميع الفئات، فضلاً عن مجاراتها للأحداث المحلية والعالمية، وسهولة الوصول لا وقلة تكلفتها، والتنافسية العالية بين وسائل الإعلام التي أدت إلى زيادة اهتمامها بجمهورها، والحرص على كسب رضاهم من خلال تطوير وتحديث برامجها وموادها الإعلامية، ودراسة اهتماماتهم ومتطلباتهم والعمل على تحقيقها.

ويكتسب الإعلام الرياضي نفس القوة التي تكتسبها وسائل الإعلام الأخرى؛ بل ربما يكون الإعلام الرياضي أقوى من خلال تأثيره المباشر، ومخاطبته لجماهير معينة يمثل الشباب غالبيتهم، بما يمكنه من التأثير في مفاهيمهم وقيمهم وتوجيه سلوكهم، إذ أن أدوار الإعلام الرياضي لا تقتصر على مجرد نشر الأخبار والثقافة الرياضية؛ إذ إنَّ أحد أدواره الرئيسة تتضح في تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، إذ إن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي التي ينبغي أن تتفق مع تلك القيم؛ لأن التوافق سمة من سمات استقرار المجتمعات (12، 2014، 52).

إن هذا التأثير للإعلام الرياضي على القيم يُعد على قدر كبير من الأهمية والخطورة في الوقت ذاته وينبع ذلك من أهمية القيم ودورها في استقرار المجتمعات، فالقيم تمثل المرجعية الحاكمة لتصرفات البشر في شئون حياتهم ومعياراً لتوجيه سلوكهم وتكوين اتجاهاتهم، وهي قاعدة من قواعد حفظ المجتمعات (1، 2018).

وفي ضوء ما سبق، تتضح أهمية وسائل الإعلام الرياضي في ترسيخ وتعزيز القيم، وتنشئة وتوجيه متابعيها وجماهيرها بطريقة إيجابية فعالة، الأمر الذي يعطي هذه الدراسة أهميتها في التعرف على واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين.

4-وسائل الإعلام الحديثة: وهي المحطات التلفزيونية التفاعلية كالبث المباشر للمباريات، والصحافة الإلكترونية الرياضية ومواقع التواصل الاجتماعي (7: 2017) (5: 2010).

ويعمل الإعلام الرياضي على تحقيق العديد من الأهداف المتنوعة، كونه يعد من أقرب وسائل الاتصال المباشرة، وتتمثل أهم هذه الأهداف: (11: 1998) (13: 2016).

1-تشر الثقافة الرياضية، عن طريق تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة، وبعض التعديلات التي قد تطرأ.

2-تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية وتنمية الفكر الرياضي، وتحقيق التغير في المجتمع الرياضي.

3-تشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة، ومحاولة تفسيرها، والتعليق عليها؛ للإسهام في تكوين رأي عام صائب تجاه الظواهر الرياضية الجارية.

4-الترويج عن الجمهور بالطرق التي تخفف عنهم عناء الحياة اليومية.

5-دعم التخطيط والتنمية الشاملة للمجتمعات الرياضية عامة، والدول النامية خاصة.

6-المعاونة في تطوير طرق الأداء والأجهزة، والأدوات المستخدمة في المجال الرياضي.

-**القيم في الإعلام الرياضي:** تعرّف القيم بأنها اعتقاد بأن شيئاً ما ذو مقدرة على تحقيق أو إشباع رغبة إنسانية، وصفة لشئ يجعله ذا أهمية للفرد أو للجماعة؛ كما أنها تكمن في العقل البشري، وليست في الشئ الخارجي نفسه (16: 2010)، كما تعرف كمجموعة من الأفكار والاهتمامات التي يكونها الفرد عبر تجاربه المختلفة في مجتمعه، إذ تكتسب القيم الصفة المعيارية لتصرفات الإنسان، وتأخذ سمة الإيجابية الشرعية للحكم على تصرفاته وسلوكه في المجتمع (9: 1990).

وتعرف قيم الإعلام على أنها مجموعة من المبادئ والمعايير والمقاييس التي تستهدف توجيه سلوك الإعلاميين، أثناء تغطيتهم

3-واقع تطبيق قيم الاحترام والالتزام في الإعلام الرياضي السعودي.

4-واقع تطبيق قيم النزاهة والشفافية في الإعلام الرياضي السعودي.

5-واقع تطبيق قيم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي السعودي.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيس: **ما واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟** ويمكن لنا من خلال هذا التساؤل الرئيس طرح التساؤلات التالية:

1-ما واقع تطبيق قيم المصداقية والموضوعية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

2-ما واقع تطبيق قيم الاحترام والالتزام في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

3-ما واقع تطبيق قيم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

4-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي تعزى لاختلاف الصفة والمؤهل العلمي والعمر والوسيلة الإعلامية؟

تحديد المصطلحات:

-**الإعلام الرياضي:** ويُعرّف الإعلام الرياضي بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي" (11: 1998، 22).

وتتنوع وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري إلى أربعة أنواع هي:

1-المقروء، مثل الصحف، المجلات، والنشرات والملصقات.

2-المسموع، ومن أمثلته: الراديو، وأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء.

3-المرئي، ومن أمثلته التلفزيون.

ذلك من القيم التي لا تمثل قيم الرياضة وأخلاقياتها ولا عادات وتقاليد وأعراف هذا المجتمع وقيمه التي يتبناها.

2- منهجية البحث وإجراءاته الميدانية:

2-1 منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وهو يناسبها كون مجتمع الدراسة محدد، ويمكن تطبيقها على عينة مسحية كبيرة منه، كما يمكن من خلال هذا المنهج تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

2-2 مجتمع الدراسة وعينته: تكون مجتمع الدراسة من أعضاء مجلس إدارة الاتحاد السعودي لكرة القدم، ورؤساء وأعضاء مجالس إدارات أندية دوري المحترفين السعودي الستة عشر، وإداري الفرق فيها، وأعضاء رابطة المشجعين، وطُبقت الدراسة بأسلوب المسح الشامل على العينة باستثناء أعضاء رابطة المشجعين والتي طبقت بأسلوب المسح بالعينة العشوائية البسيطة، بواقع عشرة مشجعين من كل نادٍ من الأندية، ويوضح الجدول (1) أعداد كل فئة من فئات مجتمع الدراسة وأعداد العينة الموزعة والمستردة، فيما يبين الجدول (2) خصائص عينة الدراسة من حيث العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، الوسيلة الإعلامية الرياضية التي يتابعونها.

الجدول (1) يبين مجتمع الدراسة وأعداد الاستبانات الموزعة والمستردة ونسبها

الفئة	المجتمع	العينة الاستطلاعية	العينة النهائية			
			الموزع	غير المسترد	المسترد	نسبة المسترد
أعضاء مجلس إدارة الاتحاد السعودي لكرة القدم + رئيس الاتحاد.	1+9	0	10	1	9	90%
رؤساء مجالس إدارات أندية دوري المحترفين.	16	0	16	2	14	87.5%
أعضاء إدارات أندية دوري المحترفين.	113	10	103	23	80	77.7%
إداري الفرق في أندية دوري المحترفين.	64	5	59	5	54	91.5%
عضو رابطة المشجعين بأندية دوري المحترفين	-100 * 200	15	160	0	160	100%
الإجمالي		30	348	31	317	91.1%

* العدد التقديري لأعضاء رابطة المشجعين في كل نادي لعدم وجود قوائم بيانات كاملة لهم.

للأحداث، وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتماشى مع مبادئ ومعايير المؤسسات الإعلامية، ودورها في المجتمع، والعمل على ضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة الحوار الديمقراطي معهم، والمساهمة في تقليص حد الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور، وضمان تطوّر المهنة ونزاهة الصحفيين. (6: 2005).

أما القيم الرياضية فهي جزء من القيم العامة التي تحكم سلوك الإنسان الرياضي؛ لأن الرياضي فرد من المجتمع بطبيعة الحال، فهو يتأثر بقيم مجتمعه، فإما أن يؤثر في مجتمعه، ويصبح إنساناً ذا أثر واضح، أو عليه أن يقبل بعبادات مجتمعه وتقاليد، بالإضافة إلى أن الرياضة جزء من أنشطة المجتمع ووسائله الترفيهية والترفيهية، وبإمكانها أن تُعزز الجوانب الأخلاقية المميزة، مثل الاحترام والتعاون وغيرهما من القيم التي تُسهم في تقارب المجتمعات والشعوب فيما بينها.

ولأجل الحفاظ على هذه القيم بشتى أنواعها، وكذلك تعزيز الأخلاقيات الرياضية التي من شأنها أن تعزز قيمة التنافس الشريف، وتحافظ على الروح الرياضية؛ وضعت القواعد واللوائح والأنظمة لكل لعبة، ويمكن من خلالها أن تُحقّق قيم العدالة والنزاهة، إضافةً إلى أن بعض هذه الرياضات تُسهم في تعزيز قيمة التعاون، وتجعل الهدف واحداً لجميع أعضاء الفريق، ويمكن لنا أن نجد ذلك كلّه في الرياضات الجماعية (1: 2018).

ومما سبق يتضح للباحثين أن القيم الرياضية تشكّل جزءاً من القيم العامة، وأنها تسهم في تشكيل قيم المجتمع، وتساعد كذلك في خلق روح التعاون والاحترام، وبإمكانها أن تسهم في تعديل السلوك، ونبذ التعصّب والصراعات التي من شأنها أن تضعف من تقارب شرائح المجتمع، وهنا يأتي دور الإعلام الرياضي في إبراز القيم الرياضية، وتعزيز قيمتها لدى المجتمع، وبيان ضرورة هذه القيم؛ لقدرته على الوصول إلى شرائح المجتمع كافة، إذ أن الإعلام الرياضي يحظى باهتمام كبير من شرائح المجتمع، وبالأحرى فئة الشباب الذي يهتمون بالرياضة اهتماماً كبيراً، وهنا يكون دوره الفعلي في صناعة محتوى هدفه تعزيز القيم الرياضية ونبذ ما عدا

الجدول (2) يبين خصائص العينة

المتغير	البند	العدد	النسبة
الفئة العمرية	20 – 30 عام	96	30.3%
	31 – 40	74	23.35%
	41 – 50	108	34.1%
	51 – 60	32	10.15%
	61 فأكثر	7	2.2%
المؤهل العلمي	أقل من ثانوي	6	1.9%
	ثانوي	73	23%
	دبلوم	29	9.1%
	بكالوريوس	145	45.7%
	دراسات عليا	64	20.2%
الخبرة	أقل من 5 سنوات	50	15.8%
	من 5 إلى أقل من 10	64	20.2%
	من 10 إلى أقل من 15	35	11%
	من 15 فأكثر	168	53%
الوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة	التلفزيون والفضائيات	11	3.5%
	الصحف	7	2.2%
	وسائل التواصل الاجتماعي	61	19.2%
	الإذاعة	6	1.9%
	جميع ما سبق	222	73.2%

* دالة عند مستوى الدلالة (0.05)

3- عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

السؤال الأول: ما واقع تطبيق قيم المصادقية والموضوعية في

الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

بينت نتائج التحليل أن تطبيق قيم المصادقية والموضوعية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين كان بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (1.75) بانحراف معياري قدره (0.520)، إذ حصلت فقرة "يحترم الإعلام الرياضي حق الجمهور في الوصول إلى المعلومات الصحيحة" على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.00) يليها الفقرة التي نصت على "يضمن الإعلام الرياضي تدفقاً حراً للحقائق والمعلومات من كل الاتجاهات" بمتوسط حسابي (1.92)، فيما حلت فقرة "تثق الجماهير الرياضية فيما يقدمه لها الإعلام الرياضي السعودي" أخيراً بمتوسط حسابي (1.51) ودرجة منخفضة.

وبعزو الباحث الدرجة المتوسطة في محور قيم المصادقية والموضوعية إلى عددٍ من الأسباب، التي يأتي في مقدمتها أن بعض وسائل الإعلام الرياضي السعودي لا تخفي انحيازها في تحليلاتها الرياضية أو ما تقدمه من مواد إعلامية، أو في تعليقاتها على بعض الأحداث التي تتطلب منها الموضوعية والمصادقية، كما أن بعض وسائل الإعلام الرياضي تنتقي الموضوعات والأخبار الرياضية وفقاً لاتجاهاتها وميولها الرياضية وليس على أسس من الموضوعية والمصادقية، كما لا تنوع مصادر المعلومات والأخبار التي تتناولها وقد تكون تحليلاتها ومعلوماتها غير دقيقة نظراً لضعف مصادرها أو قصد انتقاء الحقائق لأهداف خاصة. يضاف لما سبق أن بعض وسائل الإعلام الرياضي تتناول

2-3 أداة الدراسة: تمثلت أداة الدراسة في استبانة تم إعدادها

في ضوء بنود وقيم ميثاق الرياض للإعلام الرياضي العربي لعام 2014، وتكونت من 40 فقرة توزعت على 4 محاور، تم الإجابة عنها وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (أوافق، إلى حد ما، لا أوافق)، وتم عرضها على عدد من الخبراء وافقوا على عباراتها بنسبة 88.9%، إذ تم الأخذ بأغلب اقتراحاتهم وتعديلاتهم، وللتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة تم حساب معامل بيرسون لها، إذ كانت جميع القيم دالة إحصائياً وهو ما يشير إلى تمتع الاستبانة بالاتساق الداخلي وصدق البناء وكذلك تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبانة، إذ كانت القيم مرتفعة وهو ما يفيد بقبالية الاستبانة للتطبيق العلمي، ويوضح الجدول (3) محاور الاستبانة وعدد فقرات كل محور، وقيم اختبار صدق الاتساق الداخلي وثبات الاستبانة.

عن بعض وسائل الإعلام تتخطى التحليلات الموضوعية إلى الخوض في الأشخاص وخصوصياتهم بطريقة تفتقد للمهنية وتتخطى الحدود والقيم الإنسانية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة حراحشة (2018) التي أشارت إلى أن القيم المرتبطة بالمنافسة الشريفة كأحد مؤشرات قيم الكرامة الإنسانية في الإعلام الرياضي كانت بدرجة متوسطة، بينما تختلف مع نتائج دراسة ميرزا (2014) التي أظهرت أن القيم الرياضية عامة والقيم الأخلاقية خاصة كانت بدرجة عالية في الإعلام الرياضي.

السؤال الثالث: ما واقع تطبيق قيم النزاهة والشفافية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

بينت نتائج التحليل أن تطبيق قيم النزاهة والشفافية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين كان بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (1.73) بانحراف معياري قدره (0.487)، إذ حصلت فقرة "يحرص الإعلام الرياضي على تصحيح الأخطاء والاعتذار عنها" على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.03) يليها الفقرة التي نصت على "يتجنب الإعلام الرياضي تضخيم الأمور والمبالغة في وصف الأحداث الرياضية" بمتوسط حسابي (1.88)، فيما حلت عبارة "يتجنب الإعلام الرياضي إثارة المعارك الشخصية في المجتمع الرياضي" أخيراً بمتوسط حسابي (1.51) ودرجة منخفضة.

ويعزو الباحث الدرجة المتوسطة لمحو قيم النزاهة والشفافية إلى الثقافة الخاطئة، وضعف المهنة لدى بعض المسؤولين والإعلاميين الرياضيين، الذين ينتهجون أساليب غير مهنية ينتج عنها تضخيم الأمور والمبالغة في وصف الأحداث الرياضية وعدم الحيادية في تناولها للموضوعات والقضايا التي يطرحها، أو إثارة المشاكل الشخصية في المجتمع الرياضي، وإصدار الأحكام الجاهزة ضد الآخرين، والحصول على المعلومات بطرق ليست بالسليمة؛ وأساليب غير نزيهة، أو تحوير المعلومات من أجل تحقيق سبق إعلامي، هذا فضلاً عن ضعف الدور الرقابي لوسائل الإعلام الرياضي، وعدم التطرق لموضوعات قد تؤثر على

موضوعات هامة، واجتماعية وسياسية لا تمس الواقع والمجتمع الرياضي، وتحديد عن أهدافه، وهو ما يضعف ثقة الجماهير الرياضية فيما يقدمه الإعلام الرياضي.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (مهلي وعبد الله، 2015) التي توصلت إلى ضعف المهنة والموضوعية في الصحف الرياضية؛ وربما يرجع السبب في هذا الاختلاف في النتائج إلى اختلاف الحدود المكانية لهاتين الدراستين عن الدراسة الحالية.

السؤال الثاني: ما واقع تطبيق قيم الاحترام والالتزام في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

بينت نتائج التحليل أن تطبيق قيم الاحترام والالتزام في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين كان بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (1.77) بانحراف معياري قدره (0.589)، إذ حصلت فقرة "يحفز الجماهير على الاستمتاع بالرياضة كمنتج إنساني راقٍ" على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.07) يليها الفقرة التي نصت على "يتجنب العاملون في الإعلام الرياضي استغلال المهنة للحصول على مكاسب شخصية على حساب الجماهير أو أفراد المجتمع الرياضي" بمتوسط حسابي (1.90)، فيما حلت فقرة "يحترم الإعلام الرياضي خصوصية أفراد المجتمع الرياضي" أخيراً بمتوسط حسابي (1.59) ودرجة منخفضة.

ويعزو الباحث الدرجة المتوسطة في محور قيم الاحترام والالتزام إلى قلة اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بالرسالة الإنسانية، إذ يمكن أن يغيب عن بعضها أساليب التحفيز الفاعلة للجماهير، أو العمل على تعزيز قيم المنافسة الرياضية الشريفة، والأخلاق الحميدة، وعدم مراعاة الذوق العام للمجتمع الرياضي، فضلاً عن بعض وسائل الإعلام تتبع أساليب غير لائقة عند تحليل المنافسات الدولية أو التعليق عليها، وما يظهر فيها من انتقاد وإظهار عدم التقدير والانتقاص لبعض الفرق والأفراد، إذ يلاحظ أن بعض وسائل الإعلام الرياضي والعاملين في هذا المجال كثيراً ما يوجهون الآراء والتحليلات بطريقة تخدم أهداف أو اتجاهات معينة، دون ضمان لحرية الجميع في التعبير عن آرائهم، فضلاً

والتحريض غير المباشر على العنف والتعصب، هذا فضلاً عن ضعف دوره في ترسيخ القيم المجتمعية، وقلة اهتمام البرامج الرياضية بنشر ثقافة التسامح والتعاون وعلاج السلوكيات الخاطئة والسلبية لدى الجماهير الرياضية، كما أن الخلافات التي تنبثقها وسائل الإعلام الرياضي، خاصة الفضائيات، تعد صورة سلبية وغير حضارية يقدمها الإعلام الرياضي عن المجتمع السعودي.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة حراشة (2018) التي أظهرت أن القيم الاجتماعية في الإعلام الرياضي كانت بدرجة متوسطة؛ بينما تختلف مع دراسة طبيشات (2018) التي أظهرت أنها كانت بدرجة عالية، ودراسة الزيود والزعبي ونايف (2018) التي أكدت على أن الإعلام الرياضي يسهم بدرجة عالية في التماسك الاجتماعي، وكذلك دراسة جوادي (2014) التي أظهرت فاعلية دور الإعلام الرياضي في تعزيز قيم المواطنة والروح الوطنية والانتماء والعادات والتقاليد، وقد يرجع سبب الاختلاف بين الدراسة الحالية وهذه الدراسات إلى اختلاف الحدود المكانية والبشرية، ونوعية القيم الاجتماعية الدالة على المسؤولية الاجتماعية.

السؤال الرئيس: بعد استعراض نتائج التساؤلات الفرعية السابقة فإنه يمكن إجابة التساؤل الرئيس ما واقع تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

بينت نتائج التحليل أن تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين كان بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (1.79) بانحراف معياري قدره (0.418)، وقد كانت جميع المحاور الأربعة بدرجة تطبيق متوسطة، وتدرجت المتوسطات الحسابية للمحاور بين قيم المسؤولية الاجتماعية بمتوسط (1.90) وقيم الاحترام والالتزام (1.77) وقيم المصادقية والموضوعية (1.75) وأخيراً قيم النزاهة والشفافية (1.73)، وتشير هذه النتائج لوجود حاجة لتطوير الواقع القيمي في المؤسسات الإعلامية الرياضية، فإن الدرجة المتوسطة تعني أن بعض الإعلاميين وبعض المؤسسات الإعلامية إلا تعطى تقديراً للقيم الإعلامية في أنشطتها، ويرجع ذلك إلى ضعف التدريب، وعدم

علاقات هذه الوسائل ومسؤوليها مع المؤسسات الرياضية والرياضيين، وقليل ما يبرز الإعلام الرياضي نزاهته وشفافيته؛ فيعتمد عن أخطاءه في تناول الأحداث أو التسبب في سوء فهم أو إشكالات في المجتمع الرياضي، والعمل على تصحيحها، أو إعطاء الفرصة الكاملة للجهات والأفراد الذين يتطرق لهم فيما يعرضه من قضايا وموضوعات للرد على تناوله وأخطائه.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة العجمي (2013) التي أظهرت أن دور الصحف الرياضية في معالجة الفساد الرياضي في المجال الرياضي كان ضعيفاً، وربما يرجع الاختلاف بين الدراستين إلى أن اقتصار دراسة العجمي على دور الصحف الرياضية فقط، بينما تتناول الدراسة الحالية جميع وسائل الإعلام الرياضي.

السؤال الرابع: ما واقع تطبيق قيم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين؟

بينت نتائج التحليل أن تطبيق قيم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي السعودي من وجهة نظر المستفيدين كان بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (1.90) بانحراف معياري (0.508)، إذ حصلت فقرة "يحرص الإعلام الرياضي على ترسيخ قيم المواطنة لدى الجماهير الرياضية" على الترتيب الأول بمتوسط حسابي (2.23) يليها الفقرة التي نصت على "يسهم الإعلام الرياضي في نشر ثقافة التسامح والتعاون في الوسط الرياضي" بمتوسط حسابي (2.15)، فيما حلت عبارة "يقدم الإعلام الرياضي صورة حضارية للمجتمع السعودي" أخيراً بمتوسط حسابي (1.58) ودرجة منخفضة.

ويعزو الباحث الدرجة المتوسطة لمحور قيم المسؤولية الاجتماعية إلى الأساليب الخاطئة التي تتبعها بعض وسائل الإعلام الرياضي؛ فعلى الرغم من أن معظمها يلتزم بأنظمة المجتمع ويتجنب المساس بثوابته، إلا أنه يمكن ملاحظة العديد من الصور السلبية التي تنبثق عن ضعف مسؤوليتها الاجتماعية، مثل استفزاز بعض الضيوف والمحللين الرياضيين لمشاعر الجماهير الرياضية؛ والطعن في بعض الشخصيات الرياضية خروجاً عن قيم المجتمع السعودي،

الحاصلين على الثانوية العامة إلى أنهم غالباً من الفئات العمرية الأصغر الذين يميلون إلى المبالغة في التشجيع الرياضي ومتابعة الوسائل الإعلامية المتعلقة بكل ما يهم الفرق والأندية التي يشجعونها، وهو ما يتيح لهم متابعة إعلامية أكثر، وقدرة على استيعاب معظم ما يمر بهم من تحليلات وتعليقات وبرامج وتقارير رياضية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الدوسري (2017) التي أظهرت وجود فروق تعزى للاختلاف المؤهل لصالح الحاصلين على الثانوية العامة، بينما تختلف عن دراسة طبيشات (2018) التي أظهرت عدم وجود فروق في لقيم للعاملين في الإعلام الرياضي تعزى لاختلاف المؤهل العلمي.

3-العمر: بينت نتائج التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في جميع المحاور وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف العمر، إذ بلغت قيم كاي تربيع (17.36 و 28.27) بمستويات دلالة (صفر) وهي قيم أصغر من مستوى الدلالة (0.05) ما يشير إلى أن الفروق دالة إحصائياً، وبمراجعة متوسطات الرتب، اتضح أن الفروق كانت لصالح الفئة العمرية 20-30 سنة.

ويعزو الباحث اتجاه الفروق لصالح هذه الفئة العمرية، إلى كونهم يمثلون المرحلة العمرية الأكثر تفاعلاً مع الرياضة ومتابعة أخبارها، والاهتمام بتقييمها وبرامجها والتحليلات المتعلقة بهاء، فيتابعون الإعلام الرياضي لفترة طويلة من وقتهم عبر الوسائل المختلفة، الأمر الذي يمكنهم من الحكم على واقعه بسهولة أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الدوسري (2017) التي أظهرت وجود فروق تعزى لاختلاف العمر لصالح الفئة العمرية الأقل من 30 سنة.

4-الوسيلة الإعلامية: بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في جميع المحاور وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف الوسيلة الإعلامية الرياضية؛ إذ بلغت قيم كاي تربيع بين (4.99 و 9.15) بمستويات دلالة بين (0.060 و 0.288) وهي قيم أكبر من مستوى الدلالة

وجود ضوابط إلزامية ورقابة على أداء وسائل الإعلام الرياضي في ضوء القيم التي تبناها ميثاق الرياض للإعلام الرياضي.

السؤال الخامس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول واقع تطبيق القيم الإعلامية في الإعلام الرياضي السعودي تعزى لاختلاف: الصفة، والمؤهل العلمي، والعمر، والوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة؟

1-الصفة: بينت نتائج التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في محوري قيم الاحترام والالتزام؛ وقيم النزاهة والشفافية وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف الصفة، إذ بلغت قيم كاي تربيع (9.64-12.58-10.28) بمستويات دلالة (0.014-0.047-0.036) وهي قيم أصغر من مستوى الدلالة (0.05) ما يشير إلى أن الفروق دالة إحصائياً، وبمراجعة متوسطات الرتب، اتضح أن الفروق كانت لصالح أعضاء رابطة المشجعين. بينما لم توجد فروق دالة إحصائياً في محوري قيم المصداقية والموضوعية، وقيم المسؤولية الاجتماعية.

ويعزو الباحث اتجاه الفروق لصالح أعضاء رابطة المشجعين في محوري: قيم الاحترام والالتزام، وقيم النزاهة والشفافية وفي الدرجة الكلية، إلى أن هؤلاء الأعضاء بحكم أنهم متطوعون، ويشاركون في متابعة الأحداث الرياضية وتشجيع الفرق والأندية التي ينتمون لربطاتها بصورة مستمرة، كما أنهم أكثر متابعة لوسائل الإعلام الرياضي لمتابعة أخبار أنديةهم وفرقهم والتحليلات المتعلقة بالأحداث والمنافسات؛ لذلك يكونون أكثر حساسية تجاه ما يتناوله الإعلام الرياضي، خاصة فيما يتعلق بقيم الكرامة الإنسانية، والنزاهة والشفافية.

2-المؤهل العلمي: بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابات في جميع المحاور، إذ بلغت قيم كاي تربيع بين (24.36 و 31.58) بمستويات دلالة (0.00) مما يشير إلى أن الفروق دالة إحصائياً، وكانت الفروق لصالح الحاصلين على الثانوية. ويعزو الباحث اتجاه الفروق لصالح

8- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في جميع المحاور وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف الوسيلة الإعلامية الرياضية التي يتابعها أفراد العينة. يوصي الباحث ببعض التوصيات التي تسهم في تحسين تطبيق قيم الإعلام الرياضي السعودي، ومن أهمها:

1- تفعيل ميثاق الرياض للأعلام الرياضي، ليكون وثيقة إلزامية يقيم أداء الإعلام الرياضي في ضوءها.

2- إنشاء مركز متخصص لتقييم أداء وسائل الإعلام الرياضي في المملكة من حيث المحتوى؛ والأداء، والمصادقية، والالتزام بقيم الاحترام والنزاهة والشفافية والمسؤولية الاجتماعية.

3- تقييم أداء وسائل الإعلام الرياضي السعودي والإعلاميين العاملين فيها في ضوء الالتزام بقيم الإعلام الرياضي، وربط ذلك بتصاريح هذه الوسائل وامتيازاتها، وترخيص عمل الإعلاميين.

4- أن تعمل وسائل الإعلام الرياضي على تحسين ثقة الجماهير الرياضية بما من خلال احترام حقوقهم في الوصول للمعلومات الصحيحة، وإتاحة الفرص العادلة للتعبير عن الرأي، وعدم التحيز.

5- توجيه برامج الإعلام الرياضي لتسهم في تعزيز قيم المنافسة الشريفة، والأخلاق الحميدة، والمحافظة على الذوق العام، واحترام الخصوصية وحرية الجميع في التعبير عن آرائهم.

6- تدريب العاملين في الإعلام الرياضي على تطبيق قيم النزاهة والشفافية، كأساس لارتقاء وسائل الإعلام والعاملين فيها، والحصول على ثقة ودعم الجماهير الرياضية المتابعة لها.

المراجع:

- [1] بخاري، عبد اللطيف؛ والعنتيلي، حمادة (2018). القيم بين الرياضة والاحتراف. الإسكندرية، مصر: مؤسسة عام الرياضة للنشر.
- [2] حراشة، عبد الحكيم (2018). دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الثقافي الرياضي لدى طلبة المرحلة الثانوية في مدارس مديرية تربية قسبة المفرق. مجلة المنارة للبحوث والدراسات. جامعة آل البيت. 24(4)، 209-241.
- [3] الدوسري، حمد علي (2017). دور البرامج الرياضية التلفزيونية في تعزيز سلوكيات الشباب السعودي. (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

(0.05) ما يشير إلى أن الفروق غير دالة إحصائياً، ويعزو الباحث عدم وجود فروق تعزى لاختلاف الوسيلة الإعلامية الرياضية التي يتابعها أفراد العينة إلى أن معظمهم يتابعون جميع وسائل الإعلام الرياضي، وإذا اعتبرنا أن القنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي تعد الأكثر تأثيراً فإن معظم أفراد العينة يتابعونها، سواء ضمن مجموعة الوسائل الأخرى أو بصورة منفردة، لذلك تقاربت الاستجابات، ولم تظهر فروق دالة إحصائياً بين أفراد العينة في هذا المتغير، وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة ميزا (2014) التي أظهرت وجود فروق تعزى لاختلاف الوسيلة الإعلامية لصالح متابعي التلفزيون.

4-الخاتمة:

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة للنتائج التالية:

- 1- تُطبق قيم المصادقية والموضوعية في الإعلام الرياضي السعودي بدرجة متوسطة.
- 2- تُطبق قيم الاحترام والالتزام في الإعلام الرياضي السعودي بدرجة متوسطة.
- 3- تُطبق قيم النزاهة والشفافية في الإعلام الرياضي السعودي بدرجة متوسطة.
- 4- تُطبق قيم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الرياضي السعودي بدرجة متوسطة.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في محوري قيم الاحترام والالتزام، وقيم النزاهة والشفافية وفي الدرجة الكلية، تعزى لاختلاف الفئة الوظيفية، لصالح أعضاء رابطة المشجعين

- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في جميع المحاور وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف المؤهل العلمي، لصالح الحاصلين على الثانوية.
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في جميع المحاور وفي الدرجة الكلية تعزى لاختلاف العمر، لصالح الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة.

- [4] آل سعود، سعد سعود (2013). اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية: دراسة ميدانية تحليلية لعينة من كتاب الأعمدة الصحفية ومقالات الرأي في الصفحات الرياضية السعودية. مجلة العلاقات العامة والإعلان. الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان. (2)، 63-90.
- [5] الشميمري، فهد عبد الرحمن (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، الرياض، السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- [6] صالح، سليمان (2005). أخلاقيات الإعلام. الكويت، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- [7] الصرايرة، ماجدة أحمد (2017). الإعلام التربوي دراسة تربوية تحليلية. عمان، الأردن: دار الخليج للصحافة والنشر.
- [8] طبيشات، هيا محمد (2018). المنظومة القيمية للعاملين في الإعلام الرياضي. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، كلية التربية الرياضية، الأردن.
- [9] عاشور، راتب (1990). القيم الاجتماعية في كتب القراءة لطلبة الصفوف الأربعة الأولى في الأردن. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، الأردن.
- [10] العجمي، سالم فالح (2013). تقييم الشباب الجامعي لدور الصحافة الرياضية الكويتية في معالجة الفساد في الوسط الرياضي. (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- [11] عويس، خير الدين، عبد الرحيم، عطا (1998). الإعلام الرياضي. القاهرة، مصر: مركز الكتاب للنشر.
- [12] كنعان، علي عبدالفتاح (2014). نظريات الإعلام. عمان. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- [13] محمود، محمد؛ والخطيب، خالد (2016). الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات. القاهرة، مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- [14] مهلي، عبدالحفيظ عبد المكرم، وعبد الله، الطيب حاج إبراهيم (2015). دور الصحف الرياضية في تعزيز الاتجاهات الموجبة نحو الرياضة. مجلة العلوم الإنسانية. 16(2)، 122-148.
- [15] ميرزا، جاسم خليل (2014). اتجاهات الجمهور نحو دور الإعلام الرياضي في تعميق الوعي لدى الجمهور الرياضي. المجلة الأوروبية لتكنولوجيا علوم الرياضة. 3(1)، 34-46.
- [16] اليماني، عبد الكريم، حسن، عبد الكريم، عسكر. علاء (2011). القيم في الفكر التربوي والإسلامي. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.