

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

ميدان: التربية البدنية و الرياضية

معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

فرع: الإعلام و الاتصال الرياضي

قسم الإعلام و الاتصال الرياضي

تخصص: سمعي بصري

رقم:



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب : قعودي ياسمين إناس

تحت عنوان:

دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي

الرياضي في الوسط النسوي

(دراسة ميدانية على طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية)

لجنة المناقشة :

رئيسا

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

أ. د/ عبد اليمين بوداود

مشرفا ومقررا

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

د/ مرنيذ آمنة

مناقشا

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

د/ صلاح الدين جلال

السنة الجامعية: 2017/2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ
الَّذِي يُخْرِجُ الْمَوْتَىٰ
وَيُدْخِلُهُمْ فِي الْأَرْوَاقِ
الْحَدِيدِ
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ

شكر و عرفان

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إنجاز هذا البحث

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من قدم لي يد المساعدة في إتمام هذا البحث المتواضع وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة **مرنيز آمنة** التي لم تبخل علي بعطائها العلمي وآرائها وأفكارها ونصائحها وإرشاداتها من خلال مراحل هذا البحث منذ أن كان فكرة حتى صار بحثاً.

ولا أنسى أساتذتنا الكرام بمعهد علوم التقنيات النشاطات البدنية والرياضية، وأكن لهم فائق التقدير والاحترام وأشكرهم جزيل الشكر على ما قدموه لنا طوال فترة الدراسة.

كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز العمل المتواضع.

"والله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه"



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	رقم الصفحة
شكر و عرفان	--
فهرس المحتويات	--
فهرس الجداول	--
مقدمة	- أ -
الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة	
أولا/ الخلفية النظرية.....	04
1 - الإعلام الرياضي.....	04
1-1- التطور التاريخي لوسائل الإعلام.....	04
1-2- أهمية الإعلام الرياضي.....	05
1-3- وظائف الإعلام الرياضي.....	05
1-4 - أهداف الإعلام الرياضي.....	06
1-5- أنواع الإعلام الرياضي:.....	07
1-6 - نظريات التأثير في الإعلام الرياضي.....	07
1-7 - خصائص الاعلام الرياضي.....	10
1-8- سيكولوجية الإعلام الرياضي.....	14
1-9 - الإعلام الرياضي والحاجات النفسية.....	15
2- المرأة و الرياضة.....	15
2-1- حكم ممارسة المرأة الرياضية.....	16
2-2- وضعية الرياضة النسوية في العصر الحديث.....	17
2-3- الرياضة النسوية في الجزائر.....	17
3- الوعي الصحي الرياضي.....	18

18	3-1- الوعي الصحي.....
18	3-2- أقسام الصحة.....
19	3-3- كيفية المحافظة على الصحة.....
19	3-4- الصحة والرياضة.....
20	3-5- الصحة والترويح الرياضي.....
20	3-6- أهداف الصحة والرياضة.....
21	4- نظرية الاستخدامات الاشباع.....
21	4-1- النشأة والتطور.....
22	4-2- فروض النظرية وأهدافها.....
23	4-3- عناصر النظرية.....
26	ثانيا- الدراسات السابقة.....
الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة	
32	1- تحديد الكلمات الدالة في الدراسة.....
34	2- إشكالية الدراسة.....
35	3- أهداف الدراسة.....
35	4- أهمية الدراسة.....
35	5- فرضيات الدراسة.....
الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة	
37	1- الدراسة الاستطلاعية.....
37	2- المنهج المتبع في الدراسة.....
38	3- مجتمع وعينة الدراسة.....
40	4- أدوات جمع البيانات والمعلومات.....
43	5- إجراءات التطبيق الميداني للأداة.....

44	6- الأساليب الإحصائية.....
الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها	
46	1- عرض النتائج وتفسيرها
70	2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء فرضيات الدراسة.....
الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات وآفاق مستقبلية	
75	1- استنتاجات عامة.....
76	2- اقتراحات
76	3- آفاق مستقبلية
--	- قائمة المراجع.....
--	- الملاحق.....
--	- ملخص الدراسة.....



قائمة الجداول

قائمة الجداول		
الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
39	يبين نسبة أعمار العينة	01
39	يبين نسبة المستوى التعليمي للطالبات	02
42	يبين معاملات الارتباط لبيرسون للمحاور بالدرجة الكلية للاستبانة	03
43	يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ "Alpha Cronbach" لأداة الدراسة	04
46	يمثل أهمية للمواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة	05
47	يمثل أهمية الإعلام المكتوب في تشجيع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية	06
48	يمثل فائدة نشر مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة	07
49	يمثل أهمية المواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن	08
50	يمثل أهمية تناول الصحافة لمواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا	09
51	يمثل أهمية المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة	10
52	يمثل أهمية تخصيص مساحات في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي	11
53	يمثل دور الإعلام الرياضي المكتوب في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي	12
54	يمثل أهمية الاستماع لبرامج رياضية في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة	13
55	يمثل أهمية الإعلام المسموع في تشجيع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية	14
56	يمثل فائدة بث برامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة	15
57	يمثل أهمية المواضيع التي يبتها الإعلام المسموع حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن	16
58	يمثل أهمية تناول الإعلام المسموع لمواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا	17
59	يمثل أهمية المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة	18
60	يمثل أهمية وجود برامج ومواضيع إذاعية خاصة بالرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي	19

61	يمثل دور الإعلام الرياضي المسموع في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي	20
62	يمثل أهمية البرامج التي يعرضها الإعلام الرياضي المرئي في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة	21
63	يمثل أهمية الإعلام الرياضي المرئي في تشجع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية	22
64	يمثل فائدة وجود برامج تلفزيونية توعوية للحد من أمراض خطيرة	23
65	يمثل أهمية إظهار الإعلام المرئي للعلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن	24
66	يمثل أهمية عرض برامج ومواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا	25
67	يمثل أهمية وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة	26
68	يمثل أهمية وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي	27
69	يمثل دور الإعلام الرياضي المرئي في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي	28



مقدمة

مقدمة

أصبحت الرياضة لغة عالمية تتجاوز حدود الاختلافات و الفروق بين البشر و بين كلا الجنسين، و ذلك بعد أن أصبحت ظاهرة اجتماعية حضارية تعكس التطور و الرقي في المجتمعات فهي تجسد القيم و الأخلاق و الثقافة و التربية، إذا ما أدرك الناس المفهوم الحقيقي للرياضة و الروح الرياضية العالية ولتأثيرها العميق على الجانب الصحي لذا فهي تتأثر بالعلم و التكنولوجيا و أهم من ذلك تعتمد على الإعلام الرياضي أكثر من شيء آخر في إيصال هذه المفاهيم و نشرها.

إن الإعلام الرياضي علم مهم في حياة الشعوب، و به تستطيع توجيه بوصلة الجماهير من خلال تثقيف يومي مستمر لما يصبو إليه أصحاب الوسائل الإعلامية، من خلال التوجه بالآراء و الأفكار و المراد إيصالها للجماهير، فهو يعد جزء رئيس من مسيرة الأمم و سجل حافل بالإنجازات و المكاسب الرياضي للبلدان و الشعوب من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية محليا و خارجيا(حضور أديب،1994،ص4)

ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها تخصص لها الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجيهها لتحقيق أهدافها و مراميها الداخلية من حيث رفع مستوى ثقافة ووعي جمهورها في كل مجال من مجال حياته العامة و الخاصة، واستخدامها للوصول إلى أهدافها الخارجية من تعريف للعالم بمحضارة شعوبها و الذي بدوره يعكس مدى رقيها و تقدمها في شتى المجالات. و في ظل هذا التقدم العلمي و التكنولوجي برزت أهمية الإعلام و ضرورة إحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات، و تقديم نماذج ثقافية محلية تعتبر مثالا لهم يحتذون به، كما أصبحت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير و التوجيه و التثقيف و الإعلام و التعليم، خاصة في ظل العولمة الاتصالية، و ما تتميز به من زخم في البث الإذاعي و التلفزيوني، لكن السرعة و السهولة الانتشارية للأنماط الثقافية المختلفة تكون لصالح الأقوى، ذلك الذي يمتلك الوسائل، و لديه الإمكانيات، إلا إذا كيفنا الإعلام بمختلف وسائله لصالحنا، ذلك أن الإعلام يلعب دورا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أو المحلي.

ومن هذا المنطلق يشكل الإعلام الرياضي أهمية بالغة في حياة الفرد، و يعتبر من الأسس الرئيسية في أي جهاز إعلامي، و لقد حظي الإعلام الرياضي في العالم بالاهتمام الكبير و العناية الوافرة لدى جميع وسائل الإعلام المختلفة، حيث تظهر أهميته في قدرته على توصيل المعلومات الرياضية في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية و مشكلة معينة تخص المجال الرياضي(خالد الزيد: فيفري 2013، دص). كما تظهر أهمية الإعلام الرياضي في كونه وسيلة لإحياء و إنعاش الثقافات القومية و المساهمة في رقي و تطور المجتمعات النامية، و أداة من أدوات التحديث في الوقت ذاته، و تعتبر وسائل الإعلام جهة رائدة يعتمد عليها للمساهمة بقسط وافر لإيقاظ الهمم و بث الوعي و الإرشاد الصحي بين أفراد المجتمع المحلي، و ذلك انطلاقا من المبدأ القائل "الوقاية خير من العلاج" و الذي يرمي إلى إبراز أهمية الوقاية الصحية في

تفادي أنواع عديدة من الأمراض التي يمكن أن تصيب جسم الإنسان ، لذا يمكن أن تكون الوقاية بكل بساطة عبارة عن سلوكيات و عادات صحيحة تكمن في نظام غذائي صحي ومرافقة ذلك بالممارسة المنتظمة للأنشطة الرياضية و بالتالي التقليل من احتمال نسبة الإصابة بالضغط مثلا و السكري و القلب، الأمراض المنتشرة كثيرا خاصة لدى النساء، لكن لا يمكن أن تصبح مثل هذه السلوكيات نمط معيشي في حياة المرأة إذا كانت هذه الأخيرة لا تملك وعيا صحيا رياضيا. وإن أهمية الوعي الصحي الرياضي تكمن في نتائجه التي بإمكانها أتشكل سياجا يحمي النساء من أمراض جسدية و نفسية كونهن الفئة الأكثر عرضة للمرض نتيجة للفروق الفسيولوجية بين الرجل و المرأة.

وفي الجهة الأخرى تبقى المرأة بحاجة إلى من يوصل لها هذا النوع من المفاهيم و المعلومات الدخيلة عن نمط حياتها حتى تصل إلى درجة الوعي الصحي بأهمية الرياضة و تبقى بحاجة إلى إشباع معارفها و إيجاد إجابات و تفسير لكل ما يجول في خاطرها حول قضية أو موضوع حتى تقتنع بما ينبغي فعله، و من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة للكشف على العلاقة القائمة بين الإعلام الرياضي و الفئة النسوية و معرفة ما إذا كان وجود مختلف وسائل الإعلام الرياضي سواء المكتوبة أو السمعية أو البصرية له دور نشر الوعي الصحي الرياضي في هذا الوسط



الفصل الأول



اللفية النظرية

والدراسات

السابقة

أولاً: الخلفية النظرية.

1- الإعلام الرياضي:

يرى خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم أن "الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي" (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم ، سنة 1998، ص22). ويرى محمد الحماحمي أن "الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال، وبغرض تفسير القواعد والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة، وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية الرياضية" (محمد الحماحمي وأحمد السعيد، سنة 2006، ص 98).

1-1- التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل عديدة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي هي عليها الآن ، فمنذ عصور حلت كانت وسائل الإعلام تطول تسمع في أدغال إفريقيا ، ودخان يصعد في بلاد الهند ، ونيران تستطيع في صحراء العرب، وحماما يطلق في عهود الخلفاء والسلاطين، وخيولا تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد إلى آخر، ومعنى ذلك أن وسائل نقل الأخبار كانت كثيرة ومتنوعة في العصور القديمة ، كما كان القائمون بنقل الأخبار كثيرون أيضا ، ثم خضعت هذه الوسائل الإعلامية لأطوار متعددة بعد ذلك حتى عرفت بأنواعها التي نألها الآن.(خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع نفسه ، ص 15).

بعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أفادت الإنسانية كثيرا كاختراع المطبعة ومستلزماتها مثلا، اتخذت وسائل الإعلام صور جديدة ، ثم بعد ذلك قامت الثورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتلفزيون والسينما، ومع ظهور شبكة الانترنت حدثت الثورة الرابعة في مجال الإعلام ، حيث نقلت العالم نقلة حضارية كبيرة في المجال الإعلامي، وخاصة بعد ظهور الإذاعة والتلفزيون على الشبكة ومن أبرز وسائل الإعلام الحديثة التي عرفتها البشرية ما يلي:

- الحوار والحديث.
- السينما.
- التلفزيون الفيديو.
- الإذاعة.
- التليفون والفاكس.
- الصحف.
- المجالات.
- الكتب.

- لوحات الإعلانات.
- الكمبيوتر وشبكة المعلومات. (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 18-19).

1-2- أهمية الإعلام الرياضي :

يعدّ الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجملاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي والتعريف بأهمية الرياضة في الحياة العامة والخاصة. (حضور أديب، مرجع سابق، ص5).

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات ، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبيرين والسريعين في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحقة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعب فأقل ما يوصف به هذا العصر هو (عصر المعلومات). (خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، المرجع نفسه، ص22-23).

1-3- وظائف الاعلام الرياضي:

تختلف وظائف الاعلام الرياضي باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع ، كما تختلف وظائف وسائل الإعلام من فترة زمنية إلى أخرى في نفس المجتمع ، ولكن يمكن تحديد أهم هذه الوظائف فيما يلي:

١) التفسير والتحليل : وتعني تقديم المزيد من التفاصيل والتوضيحات للأحداث الرياضية المختلفة وللموضوعات والقضايا الرياضية المثارة في المجتمع ، ويتم هذا من خلال وضع الحدث او الموضوع الرياضي في التيار العام للأحداث وباستخدام اشكال صحفية مختلفة ، تقوم هذه الوظيفة على أساس التحليل السبي، أو الغوص في أعماق الحقائق وتقديم الخلفيات التاريخية والوثائق لهذه الحقائق أو الأحداث إذن فلا بد للصحافة الرياضية (الاعلام الرياضي) من أن تقدم لقرائها أو جماهيرها تفسيراً للأحداث الرياضية وتوضيحا لأسبابها ومسبباتها. (حمود علم الدين، ليلي عبد المجيد، 2000، ص46)

٢) الارشاد والتوجيه : وهذا بالطبع نتيجة منطقية للشرح وللتفسير والتوضيح والتحليل والنقد والتعليق وطرح الرأي ، فالصحافة الرياضية بعد أن تفسر وتوضح لا بد أن ترشد وتوجه إلى الطريق حتى تكون مهمتها إيجابية .

ü **التثقيف** : الصحافة الرياضية (الاعلام الرياضي) تقدم للقراء والجمهور الثقافة الرياضية، كما تقوم بنقل التراث الثقافي الرياضي من جيل لآخر، وتعريف الأجيال المختلفة بالتاريخ الرياضي للمجتمع والمشكلات التي واجهته.

ü **التوثيق والتأريخ** : إذ تقوم الصحافة بتسجيل وقائع الحياة الرياضية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها، وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة (أو أي وسيلة اعلامية أخرى) وثيقة تاريخية على اعتبار الظروف (السياسية والاجتماعية والاقتصادية أو الرياضية) التي تصدر في ظلها الصحيفة (أو وسيلة إعلامية ما أخرى)، على تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في المجتمع، ولقد أصبحت الصحافة مرجعا وثائقيا لا يمكن الاستغناء عنه. (جواد عبد الستار، 2001، ص76)

ü **النقد والتعليق وطرح الرأي** : ويتوقف القدر الذي تمارس به الصحافة الرياضية (الإعلام الرياضي) هذا الدور على مدى تمتعها بالحرية في التعبير عن الآراء المختلفة، إذ أن الصورة المثلى هو أن تقوم الصحافة بطرح كافة الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات والتيارات في المجتمع، وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية في المجتمع. (عواطف عبد الرحمن وآخرون، 1983، ص36)

ü **التثقيب عن الفساد وكشف الانحراف** : أن تقوم الصحافة الرياضية (الاعلام الرياضي) في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الهيئات الرياضية المختلفة، مثل المجلس القومي للرياضة، المجلس القومي للشباب، مديريات أو مراكز الشباب، لجنة أولمبية أو اتحادات أو أندية رياضية، والكشف عن الانحرافات إذ تسعى الصحف (وسائل الاعلام) إلى التحري عن قضايا معينة أو موقف أو أمور تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد، ويساعد على القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون في هذه المجتمعات من حماية عن تصديها لقضايا الانحراف ضد بطش السلطات. (حسي محمد نصر وسناء عبد الرحمان، 2005، ص65).

1-4- أهداف الإعلام الرياضي :

يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي من بينها ما يلي :

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

ü تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها ، إذ أن لكل مجتمع نسقا قيميا يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

ü نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسبا من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات ، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.

ن الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية. (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 24).

1-5- أنواع الإعلام الرياضي:

و لقد تنوعت أنواع الإعلام الرياضي وتنوعت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالاتي:

1-5-1- الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والملصقات وغيرها.

1-5-2- الإعلام الرياضي المسموع: يعتمد على سمع الإنسان، مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.

1-5-3- الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل التلفاز والسينما والفيديو وشبكة الانترنت ويطلق عليها أحيانا الإعلام المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي البصر والسمع في آن واحد.

1-5-4- الإعلام الرياضي الثابت: وهي التي يوجه الإنسان إليها ليطلع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح. (خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع نفسه، ص 91).

1-6- نظريات التأثير في الإعلام الرياضي:

1-6-1- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء كانت صحفية أم إذاعية أم تلفزيونية يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة. (صالح خليل أبو أصعب، سنة 1998، ص 182-183).

ومعنى ذلك هو أن مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفاز أو عند قراءته عنها في إحدى الصحف الرياضية فإنه سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته ويسمى هذا المنحنى في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة، وملخص هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي ولها تأثير مباشر كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة. (محمد عبد الرحمن الحضيف، سنة 1994، ص 16).

1-6-2- نظرية التأثير على المدى الطويل (التراكمي):

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه خلال متابعته وسائل الإعلام الرياضية إلى أفكار وقيم رياضية ويغير

أسلوب حياته متأثراً بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر بحسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منها، ووفقاً لهذه النظرية فإن استمرار تعرض الفرد إلى المادة الإعلامية التي تنبذ العنف (مثلاً) الذي يحدث في الملاعب الرياضية بكل صورته وأشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المديرين وإظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من الإعلام الرياضي الذي يؤدي إلى قلة ظهور العنف ومن ثمّ يمكن القضاء عليها وعلى المدى الطويل (محمد عبد الرحمن الحضيف، مرجع سابق، ص 17).

1-6-3- نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض، فالجرعات المتتالية والمفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي نحقن بها كي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير على أجسامنا.

إن استمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف أو الجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلاً يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاههم وعدم التفور منها، فحالة السلبية هذه تجاه الأشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاءت نتيجة الحقن المنتظم لعقول الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية ممّا ولد حالة من البلادة اتجاهها أشبه بالحصانة التي يصنعها المصل حين نلقح به ضد الأمراض (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 31-32).

1-6-4- نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين، إذ ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين: (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع نفسه، ص 3-33)

المرحلة الأولى: هي ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور، فالذي تتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فينا كثيراً بل قد لا نعيه أدنى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينا لتلك الرسائل (المعلومات) تنتهي المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية: يبدوها من يسميهم بعلماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة كجماعات الأصدقاء والزلاء في النادي أو الفريق أو الأقارب، وقادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا، أو ذوي الرأي فينا، فالذي يحدث في هذه المرحلة هو أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرؤوا نفس ما قرأنا فبدؤوا بالحديث عنه بطريقة تنبها على أشياء لم نلفظ إليها وبأسلوب أكثر إقناعاً من الطريقة التي عرضتها الوسيلة الإعلامية وقائد الرأي هذا قد يكون له من النفوذ المادي والأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية، ممّا يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون الرسالة.

1-6-5- نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاء والاجتماعات ، وفكرة النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها، كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول أعمال خاص وعلى أساسه ترتب الموضوعات وفقا لأهميتها فالأهم ثم الأقل أهمية. (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص34).

1-6-6- نظرية حارس البوابة:

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذي يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء، غالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرارات هذا الحارس، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من أن الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي يتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلامية.

إن التحكم في تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد إعلامية معينة لهم، إن رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه. لأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئا معيناً استحسنه هو في نفس الوقت يحرمهم من قراءة أم مشاهدة شيء آخر عل. (خير الدين ي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص37).

1-6-7- نظرية الاستخدامات والإشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة. ففي هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه. مثال الشخص الميال للعنف والمغامرات تستهويه مشاهدة أحداث العنف التي يشاهدها في الملاعب الرياضية من خلال التلفزيون أو قراءة تفاصيلها من الصحف والمجلات فيسعى جاهدا لاستخدامها لإشباع هذا الميل. وكذلك اللاعب العصبي سريع الاستشارة يجد ذاته وراحته النفسية في المشاهد التي يظهر فيها مثل هذا السلوك وهذا يشعره بأنه ليس وحده الذي يمارس هذا السلوك مما يدعم توجهه إليه أكثر وأكثر.

فنظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياريًا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي) الذي يلي رغباته وطريقته في التفكير. كما أن نظرية الاستخدامات والإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي. طالما أن ما يقدمه الإعلام الرياضي في هذا المجتمع خال من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة. بمعنى عدم مسيرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة. (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص38-39).

1-6-8- نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي امتدادا لدور وسائل الإعلام الرياضي في عملية التنشئة الاجتماعية وأن كليهما عملية تعلم وتعليم وتربية تقوم على التفاعل الاجتماعي بين الفرد والوسائل التعليمية والتثقيفية المختلفة وتهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكيات مناسبة لدوره الاجتماعي ومن ثم تمكنه من مساهمة جماعته والتوافق الاجتماعي معها وتكسبه الطابع الاجتماعي وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية (دنيس ماكويل ترجمة عثمان العربي، 1992، ص196-198).

1-7- خصائص الاعلام الرياضي : للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكم من ابرزها ما يلي :

● الاعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث انه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول اليه فهذا مثلا برنامج اذاعي موجه الى جمهور كرة القدم ، وهذه مجلة موجهة الى جمهور كرة السلة ، وهذا حديث تلفزيوني لكرة اليد .

● الاعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير .

● الاعلام الرياضي في سعيه الى اجتذاب اكبر عدد من الجمهور يتوجه الى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها اكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه الى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية الموجهة الى المعوقين..... الخ

● الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب للبيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، وحتى يمكن فهمه لا بد اولا من دراسة وفهم المجتمع الذي يعمل فيه ، حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل اعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة العاكسة لصورة وفلسفة المجتمع (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص25).

1-7-1- تأثير الاعلام الرياضي في الجمهور:

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الاعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة على الجمهور او على نوعية ذلك التأثير ، بالرغم من ان هناك اجماعا على تأثير تلك الوسائل على جمهورها وخاصة الاعلام الرياضي نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور.

1-7-2- أنواع تأثير الاعلام الرياضي : يمكن القول ان للإعلام انواع عديدة من التأثيرات يحدثها في

الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية يمكن عرضها وتبويبها كالتالي :

أ- تغيير الموقف او الاتجاه الرياضي : وهو من ابرز وأوضح مظاهر التأثير لوسائل الاعلام الرياضي وهذا الموقف قد يتغير سلبا او ايجابا ، او رفضا او قبولا ، او حبا او كرها ، عداوا او مودة ، وذلك بناء على المعلومات التي تتوافر للإنسان ووسائل الاعلام عادة ما تزودنا بالمعلومات او بالجزء الاعظم منها ، وبالتالي فان وسائل الاعلام عامة (والاعلام الرياضي خاصة) تؤثر على فهمنا ومواقفنا وحكمنا على الاشياء .

ب- **تغيير المعرفة الرياضية**: وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الاعلام وذلك على النحو التالي:

المعرفة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد ، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذا السلوك الرياضي .

ü المعرفة أعم وأشمل من السلوك الذي يعيد جزء من جزئيات المعرفة .

ü التغيير المعرفي اعمق اثرا في حياة الانسان بخلاف تغيير الموقف او الاتجاه الذي يكون طارئا وأحيانا يزول مع المؤثر ، اما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا. " (فهد بن عبد الرحمن الشميري، 2010، ص59)

ج- **التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي**: في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الافراد وتثقيفهم وتعليمه السلوك المقبول رياضيا ، وتزويدهم بالمعارف والعقائد الرياضية والقيم النبيلة التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات البيت ، المدرسة ، بالإضافة الى المؤسسات الرياضية كالأندية... الخ

د- **الاتارة الجماعية**: من خصائص الاعلام الرياضي قدرته على الوصول الى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضي الا ان الوجه السلبي يتمثل في اساءة استخدام ذلك ، ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الاعلام بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية ، حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني او الشعور القومي للجماهير لدفعها الى الالتفاف حول الفريق من اجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالاتارة الجماعية .

ه- **الاستثارة العاطفية**: الاعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الانسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من امكانيات تخاطب الفكر والوجدان ، فمثلا قد يقدم لنا الاعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة افريقيا للأمم نتيجة ظلم الحكام على الرغم من ان هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح ، كما اننا في الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات قد نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لإدانة او شجب هذا السلوك غير الرياضي .

و- **الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي**: تمثل عملية الضبط الاجتماعي الى جانب المؤسسات الامنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية ، مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف ، اظهار قدراتهم وإبداعهم الرياضية ، ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسبها ، سواء كان لاعبا او مشاهدا او مدربا او غير ذلك ، اثناء اجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم ، ملم بالقواعد والقوانين المنظمة للعبة ، بغض النظر عن رضاه او قناعته بذلك ، في ظل عدم رؤية الحكم اذا كان لاعبا او مدربا او في ظل غياب الامن بالنسبة للجمهور ، وللضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة انواع هي:

ن عرف المجتمع الرياضي وتقاليده: ويتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد والأعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه مثل ضبط النفس.

ن الضبط الاجتماعي الداخلي: وهو مرتبط بالقيم الرياضية للشخص وقناعاته بها ، يتحقق على ضوء القيم الرياضية التي يلزم بها الفرد نفسه.

ن الضبط الاجتماعي الخارجي: وهو متعلق بقبول الآخرين وموافقتهم ، ويتحقق من خلال التزام الانسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتصرف بها الآخرون ، حيث لا يستطيع الفرد ان يخالف هذه الطريقة وإلا اعتبر خارجا عن التقاليد والأعراف.

ي- صياغة الواقع: حيث يقوم الاعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو ، ويقصد بالواقع هو : ذلك الجزء الذي يعرضه او ينشره الاعلام الرياضي حول الاحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو كأنه واقعي وطبيعي ومعبر عن الحقيقة ، وهذا ما يجب ان يكون عليه الاعلام الرياضي ولكن في احيان اخرى قد يتجاهل الاعلام الرياضي صياغة هذا الواقع ، فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما ولكن الاعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطي انطباعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الاعلامية للإعلام الرياضي توكن عواقبه وخيمة (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص52).

1-7-3- شروط تأثير الاعلام الرياضي :

إن الانسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الاعلامية التي يتعرض لها ، انما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي له علاقة بشخصية الانسان ، وبعضها اجتماعي له علاقة ببيئته الاجتماعية ، وبعضها رياضي يتعلق بالفترة الزمنية التي قضاها الانسان في الملاعب الرياضية سواء كان ممارسا للرياضة او مشاهدا لها ، وما صاحب ذلك من خبرات متنوعة ، هذه المتغيرات هي الشروط التي يجب توافرها لحدوث التأثير وهي كالتالي :

1-7-3-1- الشروط التي لها علاقة بمصدر رسالة اعلامي :

ن خبرة المصدر : حيث تضيف الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الاعلامية الرياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة التي يقصدها مدى معرفة صاحب الرسالة بالموضوع الذي يتحدث عنه فكلما كان الشخص ملما بموضوع الرسالة الاعلامية كان تأثيره او تأثر الملتقى بها اكبر والعكس صحيح .

ن المصدقية : حيث تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصدقية معهم ويقل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة او مصداقية الى ان قد تتلاشى تماما.

ن وسيلة الاعلام الرياضية : حيث تتفاوت وسائل الاعلام الرياضية في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقا لقدرات وإمكانيات كل وسيلة منها فالإذاعة غير التلفزيون غير الصحافة.

ن احتكار وسيلة الاعلام الرياضية : حيث يؤدي احتكار وسيلة الاعلام الرياضية الى احادية في المصدر للمتلقي ، هذه الاحادية تؤثر في الفرد من حيث تلقي التنوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذي على اساسه يستطيع الفرد ان يشكل تصور محيدا من خلال الاختيار عدة فصائل.

1-7-3-2- الشروط التي لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعي) : ان البيئة التي يعيش فيها الانسان تمثل عاملا مساعدا للإعلام الرياضي لكي يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق :

نقادة الرأي وأصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضي : حيث ان معظم الناس في محيطهم الاجتماعي يقيمون اعتبارا للرأي لبعض الافراد اللذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع الرياضي او شهرتهم كلاعبي كرة قدم.

نالحالة التي عليها المجتمع : حيث تؤثر حالة المجتمع الرياضية في قدرة الاعلام الرياضي على التأثير في الجمهور لأن مضمون الرسالة الاعلامية الرياضية لكي يؤثر لابد ان يعكس الواقع للمجتمع بشكل او باخر فالرسالة الاعلامية هي انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبر عن اهتماماتهم .(محمد عبد الرحمن الحضيف ،مرجع سابق،ص41)

1-7-3-3- الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الاعلامية الرياضية : " يتأثر الجمهور بنسب متفاوتة بمضمون الرسالة الاعلامية الرياضية اذا ما توفرت العوامل التالية :

ن أن يكون مضمون الرسالة الاعلامية الرياضية يتعلق بقضية رياضية تشغل الرأي العام الرياضي: فالقضايا الرياضية التي يعيشها الجمهور في حياته اليومية هي التي تشد انتباهه ويتفاعلون معها.

ن تكرار عرض الرسالة الإعلامية: تكرار تعرض الإنسان للرسالة الإعلامية لمرات عديدة تجعله ينتبه إليها وبعد مرورها بالمراحل التالية (1_ التعرف ، 2_ التفسير ، 3_ الحفظ ، 4_ الاسترجاع) يكسبها كمعلومة ومن تم يمكن التأثير بها .

ن طريقة عرض الرسالة الإعلامية: نتيجة التطور الهائل للإعلام الرياضي ودخوله المجال التكنولوجي الحديث تضاعفت لمرات عديدة التأثيرات التي تحدثها تلك الرسالة في الجمهور، فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية المجردة وبشكل مباشر، فالرسالة أصبحت تأتيه مخفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية وأصبح الإخراج فنا قائما بذاته له مجالاته العلمية والفنية والأكاديمية وله أقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما اعطى الفرصة للعقول لأن تبذل فيه اعمالا خلاقية.

ن طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية: الصياغة هي الطريقة التي من خلالها الفكرة التي تقوم عليها الرسالة نفسها او القالب الذي تصاغ فيه افكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث ، ويطلق عليه في الصحافة الرياضية بالأسلوب ، وفي البرامج الرياضية باسم السيناريو .(محمد عبد الرحمن الحضيف، المرجع نفسه، ص53)

1-7-3-4- الشروط التي لها علاقة بالجمهور المستقبل :

إن الجمهور خليط متباين من الافراد يختلف كل فرد فيه عن الاخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الاعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يتحقق التأثير المتوقع من الاعلام وهذه العوامل هي:

• **نوع الجمهور** : نوع الجمهور متغير جوهري في عملية التأثير لان الرسائل الاعلامية (المعلومات الرياضية) مختلفة فما يصلح لهم لا يصلح لغيرهم ، والرسائل التي تخاطب النساء لا تناسب النساء ومخاطبة المختصين في المجال الرياضي تختلف عن مخاطبة الرجل العادي وهكذا.

• **الموقع الاجتماعي للفرد** : تؤثر المكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه على درجة تكيفه وتفاعله مع الرسالة الاعلامية التي يقدمها الاعلام الرياضي هذا التأثير يأتي من كون ان الاعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل هذا المجتمع ، حيث تقوم بتوزيع الادوار الاجتماعية التي تعرضها على افراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة .

• **معتقدات الجمهور** : ان تفاعل الجمهور مع الرسالة الاعلامية الرياضية يتوقف على المعتقدات والقناعات الخاصة به ، فكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمة مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه ادعى وتأثيرها عليه اشد.

وبالمقابل تضعف قدرة تأثير الرسالة الاعلامية الرياضية على الجمهور عندما تتباين او تختلف مع ما يعتقد هذا الجمهور.

• **ادراك المتلقي للرسالة** : يختلف الافراد فيما بينهم في ادراك وفهم الافكار والقضايا والمشكلات الرياضية التي تقدم لهم من خلال الرسائل الاعلامية الرياضية باعتبارها احد المثيرات الذهنية التي يتعرض لها الانسان ، فيستجيب لها ويتفاعل معها ويفهمها بطريقة تختلف عن الآخرين ، هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والسيكولوجية والتي تميز كل مرحلة عن الاخرى ، وكذلك التكوين الثقافي ووسائل التربية التي يمر بها وبالتالي يختلف حكمهم عليها اختلافا واضحا. (محمد عبد الرحمن الحضيف، مرجع سابق، ص 61-62)

1-8- سيكولوجية الاعلام الرياضي :

يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الاعلامية باعتبارها مثير يستجيب لها الجمهور والاستجابة للرسالة الاعلامية في المجال الرياضي تتوقف على ما اذا كانت هذه الرسالة بسيطة ام مركبة ، مباشرة ام غير مباشرة، كافية ام غير كافية ، واضحة ام غير واضحة ، وهناك بعض العوامل التي يجب توفرها في الرسالة الاعلامية الرياضية حتى يمكن ان يتفاعل معها الجمهور وبالتالي تحقق الاستجابة المرجوة وهي:

• **التناغم** او التشابه والمشاركة في الخبرات لدى كل من المرسل (الاعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها وبالتالي الاستجابة لها.

• **استثارة** انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة.

ن ربط الرسالة الاعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة اشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة .

ن مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور.

ن الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي تخاطب الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستواه الثقافي والتعليمي ويفضل استخدام اللغة الاعلامية وهي التي تجمع بين الفصحى والعامية .(حامد عبد السلام زهران، د د ن، ص339_340).

1- 9- الاعلام الرياضي والحاجات النفسية :

من أهم الحاجات التي يمكن للإعلام ان يشبعها ما يلي:

ن الحاجة الى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية .

ن الحاجة الى الاخبار الانية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي .

ن الحاجة الى معرفة القواعد والقوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.

ن الحاجة الى الامام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة .

ن الحاجة الى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية او تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي . (خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم ، مرجع سابق، ص65)

2- المرأة والرياضة:

لاعتبارات لتثبت أهليتها في المشاركة الفعالة في الكثير أغلبها ثقافية ، اجتماعية لن تجد المرأة الفرص الكافية ، عبر تاريخ الرياضة فقد وضعت للمرأة حدود رسمتها أدوارها الاجتماعية كأنثى ، وعبر وقائع كثيرة تبادل الاقتصار فيها على الأنوثة أو الرياضة في أحيان كثيرة ، فكان على المرأة أن تختار أحد الدورين دون الآخر، فلقد كانت المشاركة الرياضية "بطريقة تقليدية" حكرا على الذكور في أغلب المجتمعات الإنسانية كما أن المناخ الثقافي الرياضي كان يوحي بأن المتطلبات البدنية والنفسية هي ذات طابع رجولي خاص، بل التربويين ينظرون إلى الرياضة كمصدر لتطبيع الذكور على خصائص الرجال ولعب أدوارهم ولهذا فإن الصورة الانطباعية المجهدة للرياضة التنافسية لا تتوافق بشكل عام مع النمط الاجتماعي المرسوم للأنثى، أو الذي ينبغي أن تكون عليه، ويعتقد الكثيرون أن هذه الخبرة (المشاركة الرياضية) تؤثر في تشكيل سلوكيات غير مرغوبة للأنثى، الأمر الذي يبدو كأنه تحذير لها من هذه المشاركة.(أمين أنور حولي، 1996، ص107).

ولم يكن اشتراك المرأة في الرياضة أمرا سهلا خلال العصور الوسطى، كان الرأي أن اشتراك المرأة في الرياضة أمر غريب غير مرغوب فيه وعكس ذلك كان الموقف مع الرجال لأنهم اعتقدوا أن الرجل مخلوق

لذلك وجسمه مبني لهذا الغرض، وهذا الذي يشترك في الحروب ويدافع عن البلاد والأسرة. (خير الدين علي عويس وعصام الهلالي، سنة 2000، ص 82).

والمرأة بكل المجتمعات يلاحقها تصور اجتماعي حول إمكانياتها الذهنية والبدنية، ودورها ووظيفتها في المجتمع ما يجب أن يكون عليه من شخصية وسلوك فكل شيء مرسوم لها اجتماعيا والخروج على ما هو شائع اجتماعيا يعد كسرا للعرف الاجتماعي السائد فالمرأة يلاحقها تصور اجتماعي لوظيفتها في المجتمع، فهي الأم والمربية وهي المعلمة والمرضة وعندما تختار مهنة تشارك بها الرجل تبقى أسيرة نظرة المجتمع وتوقعاته، وحتى إذا أثبتت جدارتها وتفوقت، فتلك الجدارة والتفوق لا تسند لها ولا مكانتها الفردية، وعلى الرغم من التغير الحاصل على هذه النظرة في العديد من المجتمعات، فإن الفرص لا تزال تحجب عن المرأة إثبات جدارتها على الرغم من أن هناك دلائل تشير إلى إمكانية المرأة في الإنجاز العالي حتى في الأعمال التي تعتبر حكرا على الرجال فالمرأة في الريف تؤدي أعمالا بدنية مرهقة مثلما يقوم بها الرجل، هذه الصورة عن المرأة وهذا التصور الاجتماعي لا يزال يلاحق المرأة في ميدان التربية البدنية والرياضية، فالعادات الموروثة والأحكام الاجتماعية السائدة فضلا عن المعتقدات الدينية تعيق المرأة عن تحقيق رغبتها في ممارسة الأنشطة الرياضية. (أياد عبد الكريم الغزاوي، سنة 2002، ص 129. 130).

2-1- حكم ممارسة المرأة للرياضة :

إن الشرع الإسلامي يسوّي بين الذكور والإناث في كثير من الأمور، ومما يدلّ على جواز ممارسة المرأة الرياضة ما روي عن عائشة أنها كانت في سفر مع النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فسابقته فسبقته، وسبقها مرة وسبقته مرة. بيد أن ذلك كان في مكان مناسب، بعيد عن أعين الرجال. والجدير بالملاحظة أن عائشة رضي الله عنها سابتت زوجها صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ولم تسابق غيره، بعد أمر أصحابه الكرام بأن يتقدّموا في سيرهم حتى لا تقع أبصارهم على أمّ المؤمنين.

وهذا السباق الذي تكرّر حدوثه بين الرسول الكريم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وزوجته الطاهرة، يدلّ على أهمية السباق لما فيه من منافع صحية مؤكدة للبدن كما يعني أن الشرع لا يحضّر سباق الجري أو يحرمه على الإناث، ولكن يبيحه بشروط لا تجعله مضادّ للدين، أو يدعو إلى إشاعة السفور والتبرج، وقد قال بعض الفقهاء: الأصل أن الرياضة جائزة في حق المرأة. ذلك أن الأصل عموم الأحكام الشرعية للرجال والنساء.

ولهذا فهو لا يمنع المرأة من ممارسة الرياضة البدنية التي تفيد في بناء الجسم القوي، ويسمح بجعلها من المواد التعليمية الإلزامية، لكن دون إرغام من لا ترغب في ذلك. بل إنه يجيزها بشرط الالتزام بالضوابط الشرعية. وقد لخصها العلماء في ما يلي:

• أن يتولّى تدريب الطالبات نساء من جنسهنّ، وهنّ مرتديات ألبسة رياضية غير شفافة ولا كاشفة ولا مبرزة لما يجب ستره، وأن لا يظهرن في وسائل الإعلام المرئية. وأساس ذلك ما رواه أبو هريرة عن النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

الله عليه وسلم، إذ قال: {صنفان من أهل النار لم أراهما بعد: نساء كاسيات عاريات}. (صحيح مسلم بشرح النووي، 1930، 191/17)

- أن لا تشغل الرياضة البدنية المرأة عن دورها في البيت والمجتمع.
- أن تمارس المرأة الرياضة التي تناسب أنوثتها وطبيعتها تكوينها البدني والنفسي.
- أن لا تؤدي ممارسة الرياضة إلى إظهار مفاتن المرأة، أو إثارة غرائز الغير. كأن تلبس مثلاً ملابس ضيقة تحدد حجم الأعضاء، أو أن ترتدي ملابس قصيرة. ذلك أن المرأة أضرت الفتن التي يتعرض لها الرجل، وخاصة في زمننا الحاضر الذي شاع فيه التبرج والاختلاط. إذ قال صلى الله عليه وسلم: {ما تركت بعدي فتنة أضرت على الرجال من النساء}. (متفق عليه)
- أن تتم الرياضة في وسط نسوي، أو مع المحارم، وتجري بعيداً عن أنظار الذكور، ودون حصول الاختلاط بالرجال الأجانب.
- الالتزام الصارم بالستر وعدم كشف العورة، والبعد عن مواطن الفتنة، وأن لا تمارس حركات وألعاب مخجلة مسيئة للأخلاق والآداب الاجتماعية.
- الانفصال قدر الإمكان عن الاحتكاك بالرجال، وذلك بأن يكون المحل الذي تمارس فيه المرأة الرياضة البدنية خالياً تماماً من الرجال، ومستوراً كلياً من عيون الغرباء.
- عدم كشف المرأة ما لا يحلّ كشفه من العورات أمام بنات جنسها أو غيرهنّ، مما يعني أن السماح للمرأة بممارسة الرياضة لا يعني جواز ارتداء الملابس الرياضية المكشوفة، أو أن تستهين بالحجاب الذي أمر به تعالى في قوله: {ولا يبدن زينتهنّ إلا ما ظهر منها} (سورة النور: الآية 31).
- وبناء على هذه الشروط الأساسية فإنه يجوز للمرأة أن تمارس من الأنشطة الرياضية ما تحتاج إليه في تنمية جسمها وتنشيطه وإنقاص وزنها. إذ ذكر الأطباء أن للرياضة البدنية أثراً لا ينكر في نشاط الجسم وحيويته. (العربي بجّي، سنة 2009، ص 10-11).

2-2- وضعيّة الرياضة النسوية في العصر الحديث:

في القرن التاسع عشر وبالتحديد في سنة 1876 أدخلت الرياضة النسوية في البرامج التربوية، مما سمح بالتنظيم الحسن للممارسة النسوية داخل المؤسسات التعليمية، خاصة بعد اكتشاف جملة من الرياضات الجديدة على غرار رياضة الجمباز، ورياضة كرة السلة. بمدرسة smith سنة 1892.

وخلال القرن العشرين ومع ظهور الألعاب الأولمبية عرفت الرياضة النسوية تطوراً ملحوظاً، حيث أصبحت المرأة تشارك في المنافسات الدولية، وأول امرأة نالت ميدالية كانت البريطانية coopel charlette في رياضة التنس على العشب خلال الألعاب الأولمبية المقامة في باريس سنة 1900.

أثناء الحربين العالميتين أصيبت الرياضة النسوية بنوع من الركود ومردّد ذلك إلى مشاركتها في الحرب كمساعدة في صنع آلات الدمار، أو كطبيبة تعالج الجرحى أو غير ذلك من الأعمال المسندة لها. بانتهاء الحرب العالمية

الثانية عادت الرياضة النسوية لتخرج إلى الوجود بقوة حيث بلغ عدد المشاركات في الألعاب الأولمبية بـيرشلمنة سنة 1992 إلى 2700 مشاركة. (عز الدين محمد، 1991، ص41).

2-3- الرياضة النسوية في الجزائر:

نستطيع أن نبدأ دراسة مشكلة ممارسة الرياضة النسوية بقول الدكتور كمال لموي " المرأة الجزائرية لا تمارس الرياضة ما عدا في بعض الحالات القليلة أي المرأة المتحصلة على امتيازات يمكن لها أن تمارس النشاطات الرياضية" ومن هذا المنطلق نستطيع أن نقول أن ممارسة الرياضة النسوية في الجزائر، سواء كانت مدرسية، جامعية أو نخبوية لا تزال تعاني من عدة عراقيل لارتباطها بعوامل شتى: اجتماعية، دينية، العادات والتقاليد والإمكانيات... الخ.

لا يوجد مرجع يؤكد الممارسات النسوية في الجزائر في القديم، كونها تعيش في مجتمع إسلامي عربي مشبع بالأحكام والقيم الدينية، متمسك بالعادات والتقاليد، فدورها لم يتعدى سوى حدود البيت مع مراعاة شؤون الأسرة وخدمة الزوج وتربية الأولاد.

إن الإسلام حث على ممارسة بعض الرياضات كالسباحة والرماية وركب الخيل لقوله صلى الله عليه وسلم: "علموا أولادكم السباحة والرماية وركوب الخيل"، وهذا بهدف تقوية البدن والدفاع عن النفس. فهذا الحديث عام للذكر والأنثى، ولكن المرأة لارتباطها بالعادات والتقاليد لا يمكن لها أن تحتك بعامة الناس، وأن تفعل ما يفعله الرجل لذلك يسجل التاريخ وجود نساء مارسن الرياضات لأنها كانت خرقا للعادات والتقاليد، ولا يمنعنا هذا القول أنه قد تكون بعض النساء قد مارسن بعض الرياضات غير أنه لم تتعدى حدود البيت والقبيلة.

أما المرحلة الاستعمارية اقتضت فيها الممارسة الرياضية على المعمرين، بالنسبة للجزائريين فقد حدد قانون سنة 1901 المفروض من طرف المستعمر الفرنسي على الجمعيات الرياضية الجزائرية.

فهناك تمييز في الممارسة فلم يكن مسموحا إلا لفئة معينة في المجتمع كالأغبياء والعملاء والمتفوقين، حتى أن نوعية الرياضة الممارسة عرفت هي الأخرى تحديدا فسمح بمزاولة كرة القدم، الملاكمة، سباق الدراجات والعدو، كما نلاحظ أن هذه الرياضات تقريبا لم يكن في المستطاع للمرأة المشاركة فيها لأنها تعتبر حكرا على الرجال فقط لامتيازها بصفة القوة. لكن الشعب الجزائري لم يستسلم للحصار المفروض من طرف المستعمر، فبدأ ينظم نفسه في جمعيات وفرق إسلامية مثل "الجمعية المسلمة" بـوهران وكذلك قسنطينة وفي مناطق أخرى من الجزائر، وبعد الاستقلال بدأت الإطارات الجزائرية غير المتكونة بمحاولة تأسيس فدراليات في مختلف النشاطات الرياضية من طرف وزارة الشباب والرياضة. (كريس عبد النور، سنة 2004، ص39-40).

3- الوعي الصحي الرياضي :

3-1- الوعي الصحي:

هو إدراك للمعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية للسلوك الصحي أي أنه عملية إدراك الفرد لذاته وإدراك الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع. (محمد الجوهري وآخرون، 1990، ص290).

3-2- أقسام الصحة :

الصحة جانبان: جانب يتعلق بالمجتمع ويسمى بالصحة العامة، وآخر يتعلق بالفرد ويسمى بالصحة الشخصية. -الصحة العامة: ويقصد بها الظروف الموضوعية للصحة التي ينبغي أن تتوفر في البيئة أو تنظم على أساس عام كميها الشرب النقية والمساكن ذات الشروط الصحية والمراحيض الصحية والحدائق والمتنزهات والمؤسسات الصحية ذات الأسرة الكافية والأطباء والمرضات والأدوية وغيرها من الخدمات الطبي التي تكفل وسائل العلاج والتشخيص المبكر، إلى غير ذلك من المرافق العامة المتعلقة بالصحة. -الصحة الشخصية: وهي الممارسات الفردية للعادات الصحية السليمة في نطاق الظروف العامة التي تكفل للفرد التمتع بالصحة، والفرد يكتسبها في صورة عادات يمارسها في حياته اليومية كالأنشطة الرياضية بمختلف أنواعها. (سلامة بهاء الدين ، 1997، ص 23)

3-3- كيفية المحافظة على الصحة :

- تنمية سلامة ورفاهية الفرد ككل عن طريق وضع برنامج جيد التخطيط للعناية بالصحة الشخصية والاهتمام بنظافة الجلد والشعر والإقامة والملابس. - التغذية السليمة وتنظيم الوجبات الغذائية. -الكشف السنوي والدوري الطبي متضمنا تحليل الدم والبول والبراز. -المحافظة على اللياقة البدنية بممارسة الرياضة بانتظام . -الاسترخاء والراحة والنوم للحد من التوتر والتعب وحفظ الطاقة -المشاركة في النشاط الترويحي فذلك يساعد الفرد على تنمية مهاراته واهتماماته التي هي أساس استغلال وقت الفراغ. -العناية بسلامة وصحة النظر والسمع والنطق السليم، وكذا العناية بالأسنان، لأن ذلك له علاقة بالصحة العامة وأيضا يعتبر حيوية ومهمة للتحصيل والنجاح الأكاديمي العلمي (أبو العلاء احمد عبد الفتاح ، كمال عبد الحميد إسماعيل 2001، صفحة 49).

3-4- الصحة والرياضة :

إن العلاقة بين الصحة والرياضة قديمة منذ الأزل وأيضا متجددة ومتغيرة لكنها وثيقة الصلة دائما، حيث يؤثر ويتأثر كل عنصر بالآخر، سواء كانت الممارسة للقاعدة العامة أو حتى مستويات البطولة، فأثر الرياضة

إيجابية ووقائية وللصحة النفسية، وصحة القوام والمقدرة على التكيف واكتساب اللياقة وصحة الجهاز الدوري والتنفسي والقلب وغيره من الأجهزة، ولصحة المرأة والطفل والمسنين والمعوقين وتمتد آثارها لاستعادة شفاء المدمن لقدراته

ولقد اتضح أن ممارسة الرياضة هي واحدة من أفضل الطرق بجانب تنظيم الغذاء فهناك من يبدأ في تنفيذ برنامج رياضي وهناك من يلتمس الأعداء ويؤجل التنفيذ، ويحتاج الفرد عند تنفيذ برنامج الممارسة الرياضية إلى معلومات عن مبادئ الممارسة أو حتى الذي لا يمارسها إنه بحاجة إلى ذلك كثيرا، وأن يعرف مدى تأثير هذه الممارسة على جسم الإنسان إيجابيا.

ولقد ازدادت أهمية علم الصحة في مجال التربية الرياضية بدرجة كبيرة، فقد أصبحت التربية الرياضية من أكثر العوامل أهمية في مجال الحفاظ على الصحة العامة وتقويتها، فيجب أن تدخل التربية الرياضية ضمن برامج الحياة اليومية وللغئات العريضة من السكان ولا سيما الأطفال.

كما أن الرياضة تعمل أساسا على تحقيق الصحة بمعناها المتكامل، فالتربية الصحية والرياضة ترتبط ارتباطا وثيقا وجب علينا أن نؤكد من خلال العلاقة بين التغذية الجيدة وما يترتب عليها من قدرة على ممارسة النشاط الرياضي بكفاءة. (عليوة ، 2006، صفحة 13).

3-5- الصحة والترويج الرياضي:

ولقد وجب التأكيد على علاقة مهمة تتمثل في وقت الفراغ بالنشاط الرياضي لتجديد حيوية الجسم من خلال الممارسة لكافة أنواع الأنشطة البدنية والرياضية وأثر ذلك على صحة الأفراد ولذلك فالرياضة ذات أهمية كبيرة في الحفاظ على المستوى الصحي لأفراد المجتمع، وبالتالي وجب علينا أن نعمل على توفير الإمكانيات البشرية ولممارسة الرياضة حتى يتم تزويد الأفراد بكافة المعلومات والمعارف المفيدة وتدريبهم على العادات الصحية والسليمة.

حيث أن النشاط الرياضي في حدوده المأمونة فوائد كبيرة للجسم والعقل فهو يؤثر في الدورة الدموية والتنفس ويفتح الشهية ويحقق التوازن ويزيل القلق والتوتر ويزيد قوة التحمل لدى الفرد كما أنه مخرج ممتاز للطاقة البدنية وجاذب للذهن في الوقت نفسه، فالاسترخاء بأنواعه أحد مظاهر النظم الترفيهية، وهو مطلوب للمريض والصحيح، إذ يقلل من المعاناة اليومية فالهوايات مصدر للاسترخاء فالألعاب الرياضية مثلا تجلب الاسترخاء والسرور(عليوة ، المرجع نفسه، صفحة 62).

3-6- أهداف الصحة والرياضة :

مما لا شك فيه أن كلا من الصحة والرياضة يسعيان نحو تحقيق أهداف السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية والعقلية للإنسان، وذلك بغرض إعداده وتربيته بما يتلاءم ويتناسب مع طموحات وآمال المجتمع الذي ينتمي إليه وعلى ذلك يمكن استغلال أنشطة التربية البدنية والرياضية في توجيه المعلومات والمعارف

الصحية كونها مجرد معلومات تؤدي إلى سلوك صحي، بالإضافة إلى أنها تسعى إلى تنمية النواحي النفسية والبدنية والاجتماعية والعقلية، وذلك على النحو التالي:

أ- تحقق الرياضة من خلال ممارسة أنشطتها السرور والسعادة بصفة عامة، والرضا وإشباع الرغبات والميول بصفة خاصة ويتضح ذلك عندما يتعلم الفرد مهارة جديدة نافعة كتعلم السباحة أو أي مهارة أخرى كان الفرد يرغب في تعلمها، أو كان حريصا على ممارستها، وفي هذه الحالة يشعر الفرد بالرضا والسعادة التي لا حدود لها كما تزداد السعادة أكثر وأكثر عندما يحقق مستوى معين في هذه المهارة، فضلا على أن الفرد يشعر بالبهجة والفرح عندما يسجل هدفا معينا في مباراة أو عندما يسجل زمنا في سباقات العدو أو السباحة أو في سباقات الرمي والوثب وغيرها.

كل ذلك يجعل الفرد يشعر بالسعادة والسرور، كما أن النجاح في إحدى هذه المهارات قد يعوض الفرد عن بعض مظاهر الفشل في مجالات أخرى، دراسية أو مهنية أو اجتماعية تقابله في حياته، وهذا كله يساعد على الاتزان النفسي، ويحسن من الاستقرار الوجداني ويقلل من التوتر الداخلي، مما يرفع ويحسن من مستوى الصحة النفسية.

ب- تساهم ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة في تنمية اللياقة البدنية العامة وتحسين وظائف أعضاء الجسم المختلفة مثل الجهاز الدوري، التنفسي، العضلي، الهضمي، العصبي، وكذلك تساعد ممارسة الأنشطة الرياضية والبدنية على اتزان الجسم واعتدال القوام والتخلص من بعض المشكلات المؤثرة في الصحة مثل: زيادة الوزن أو نقص الوزن حيث أنها تحسن من عمليات الهضم والامتصاص، وبالتالي تحسن من عمليات التمثيل الغذائي في خلايا الجسم كل ذلك يؤدي إلى الارتقاء بالحالة الصحية العامة، وهذا بدوره يحسن من مستوى الصحة البدنية.

ج- تنمي ممارسة الأنشطة الرياضية كثيرا من المعارف المتصلة بنوع النشاط أو الرياضة التي يمارسها الفرد كدراسة تاريخ اللعبة ومهاراتها الأساسية وطرق وخطط لعبها والقانون الخاص بها وهكذا، كما تساعد مواقف اللعب المختلفة على تنمية القدرات العقلية للفرد وتحفيزها، خاصة عندما يواجه الفرد المنافس ويحاول فهم طريقة لعبه وكيفية مواجهته، كما أنه أثناء الممارسة يحاول الفرد التركيز بهدف الفوز أو تحقيق أفضل مستوى ممكن، وهذا كله يعتمد على الجهاز العصبي الذي يتحكم في جميع الحركات اللاإرادية للفرد، وهذا بدوره ينتمي إلى العمليات العقلية للفرد كما تتيح الممارسة نفسها فرصا عديدة للزيارات والرحلات التي تسهم في تنمية المعارف والمعلومات العامة، وعلى ذلك نستخلص أن ممارسة الرياضة تساعد على تنمية القدرات العقلية والقدرة على التفكير المنتظم وكل ذلك ينمي النواحي العقلية للفرد.

د- تساعد الرياضة من خلال ممارستها على اكتساب الأنماط السلوكي الحميدة والخبرات المتعددة في نواحي النظام والطاعة والالتزام، وكذلك اكتساب الصفات الخلفية الفاضلة، كما تنمي ممارسة الأنشطة الرياضية العلاقات الاجتماعية الطيبة بين الجماعات والأفراد، مما يجعلهم أكثر قدرة على ضبط النفس وكبح جماح

الغضب عند الضرورة والتحلي بأنبل الصفات الخلقية في أصعب المواقف، كل ذلك يساعد على تنمية النواحي الاجتماعية.(سلامة بهاء الدين، مرجع سابق، ص76).

4- نظرية الاستخدامات الاشباعات :

4-1- النشأة والتطور:

يعد "ياهو كاتز" أول من وضع اللبنة الأولى في نظرية الاستخدامات والإشباعات ، عندما كتب مقالا عن هذه النظرية سنة 1959 يرد فيها على رؤية " بيرلسون " بموت حقل أبحاث الإعلام حيث قال: بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات إذ استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير. معرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، واقترح "كاتز" التحول الى تساؤل حول: ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟(رضا عبد الواحد أمين، 2008، ص34).

وتمثل النظرية تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام والطاغية، الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية التي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة خاصة مع الاعتقاد أن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود، وليس لأسباب منطقية، لكن نظرية الاستخدامات والاشباعات لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.(عاطف علي العبد، 2008، ص297).

لقد اهتمت هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة(حسن عماد مكاوي، 2008، ص239) ،وعرف بأنه: "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة " وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما يهدف إلى إشباع حاجات معينة، يشعر أنه في حاجة إليها، ويمكن تحقيقها، عن طريق التعرض لهذه الوسائل(مرزوق عبد الحكيم، 2004، ص109-110).

تعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة، وترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية مثل: السن، الدخل، التعليم، المستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد... إذ أن كل هذه المتغيرات أو بعضها تؤثر تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها(عاطف علي العبد، المرجع نفسه، ص297).

وبذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من الإجابة على السؤال ماذا؟ إلى الإجابة على السؤال لماذا؟ للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع التعرض، كما أنها تحاول التعرف على الاشباعات التي حققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة

للجمهور، وبهذا تم تحويل واهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور، إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة، ومن هنا اختلفت هذه النظرية عن النظريات التي سبقتها، حيث ركزت على الجمهور: خصائصه، ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور النشط " الإيجابي " الذي يختار رسالة إعلامية معينة، لتحقيق منفعة ما. (عاطف علي العبد، المرجع نفسه، ص298).

رغم هذه الشعبية التي تحظى بها هذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن تطور هذه النظرية كان بطيئاً، وذلك لعاملين أساسيين هما: (ميرفت الطباشيري، عبد العزيز السعيد، 2006، ص232).

- سيطرة اتجاهات بحوث التأثير على دراسة الاتصال الجماهيري قبل وبعد الحرب العالمية الثانية، ولم تحض دراسات الاستخدام والإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام كاف.

- كانت بحوث الاستخدامات والإشباع في مراحلها الأولى تفتقر إلى افتراضات نظرية (مرزوق عبد الحكيم العادلي، المرجع نفسه، ص111).

4-2- فروض النظرية وأهدافها:

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين، قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي ينطلقون منها، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ويرى "كاتز وزملاؤه" أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية، هذه الفروض هي كما يلي: (مرزوق عبد الحكيم العادلي، المرجع نفسه، ص113).

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدرکها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة فقط.

أما أهداف النظرية فهي كما يلي: (عاطف علي العبد ، مرجع سابق ، 2008، ص300)

- تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع حاجاتهم .

- فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، وأنماط التعرض المختلفة .

- معرفة النتائج المترتبة على مجموعة التي تقدمها وسائل الاتصال.

4-3- عناصر النظرية :

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية، هي كما يلي:

4-3-1- افتراض الجمهور النشط: فالجمهور وفقا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه من أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذه النظرية.

و يقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة إلى ثلاث مستويات.

ü الانتقائية: وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال.

ü الاستغراق والاندماج: أثناء التعرض لوسائل الاتصال.

ü الايجابية: بعد التعرض لوسائل الاتصال وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض، والاشترك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية(مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص126).

4-3-2- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

ويعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل بل تؤثر أيضا على نفسيته لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها(رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص38).

4-3-3- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

وقد اعتبر كاتز Katz وزملاؤه 1983 أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين، وقاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي:

- الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم.

- الحاجات العاطفية: العواطف، الاستماع، الخبرة الجمالية

- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصدقية، الثقة، الاستقرار.

- الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.

- الحاجة لتخفيف التوتر: الهروب والترفيه (رضا عبد الواحد أمين، المرجع نفسه، ص39).

4-3-4- التوقعات من وسائل الإعلام:

يرى (كاتز) أن التوقعات هي " الاشباع التي يبحث عنها " (حمدي حسن، 2004، ص23) . وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين . ويرى (شرام) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب (ويليام ريفرز وآخرون، 2005، ص296) . فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات. والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا... (محمد بن عبد الرحمان الحضيف، 1998، ص26)

4-3-5- التعرض لوسائل الاتصال:

يفترض مدخل الاستخدامات والاشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الاشباع وتمثل أهم الاشباع التي تتحقق لدى الجمهور لمستخدم الانترنت فيما يلي:

ن اكتشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي.

ن البحث عن المعلومات.

ن الاستمتاع والتسلية.

ن الاتصال بالآخرين حيث يستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الانترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد، ومن واحد إلى مجموعة، من مجموعة إلى مجموعة) وتوجد تطبيقات للاتصال الإنساني عبر الانترنت سواء في الأنشطة البحثية والعلمية أو في مجالات الاتصالات الشخصية والاجتماعية، مثل استخدام خدمات البريد الإلكتروني والجماعات الإخبارية وجماعات المنافسة، أو غرف الحوار والدردشة.

ن تحقيق الوجود الافتراضي وهو من الاشباع التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب، ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر، وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها.

وهناك عدة جوانب لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضي، منها ما يتعلق بحيرة نقل الواقع الى المستخدم في مكانه، ومنها ما يتعلق بخبرة الانتقال او تبادل الأماكن والمقصود بحيرة نقل الوقائع أو تصويره الدرجة التي تستطيع فيها الوسيلة أن تقدم للجمهور تصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات والأحداث المختلفة وتبدو كما لو كانت حقيقة واقعية (رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص40)..

4-3-6- إشباع الجمهور من وسائل الإعلام :

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الاشباع :

١٠ اشباعات المحتوى : وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وهي نوعين :

١١ اشباعات توجيهية : تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات .

١٢ اشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية".

١٣ اشباعات العملية : وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ، وهي نوعين: اشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال الإحساس بالتوتر ، والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة ، واشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.(حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد،2008،ص249).

ثانيا- الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة أو ما يعرف (بالتراث أو الإطار المعرفي) الذي يضم إضافة إلى الدراسات السابقة كتابا أو ثقافة عامة أو فنا من الفنون... إلخ، تشكل أساسا صالحا لإلهام الباحثين وهم يتخيلون حلولاً للمشكلات البحثية المطروحة، لذلك يجب على الباحث ألا يكون منعزلاً عن ذلك التراث ويمنح للملاحظة أو الجهد الشخصي وحده عند محاولته خلق أو إيجاد الفروض المفسرة لمشكلة البحث، حيث يؤدي إلى إطلاع الباحث على الدراسات السابقة حول موضوع بحثه يؤدي به إلى التوصل إلى العلاقات الأساسية أو ما يبحث عنه من بيانات تساعد على تفسير الظاهرة التي حيرته، كذلك إطلاع الباحث على كتاب، أو على التراث الشعبي أو السير الشعبية أو بعض الحكم والأمثال والأقوال المأثورة أو حتى اطلاعه على مسرحية أو فيلم سينمائي أو قراءته لرواية أو قصة... إلخ، كل هذه الأمور تشكل إلهام يبدع من خلاله الباحثون في فروضهم حول الظاهرة المبحوثة (صلاح مصطفى الفوال، 1982، ص66)، ولا تقتصر فائدتها على الفروض بل تتعداها إلى الإشكالية أولاً ثم مناهج الدراسة، فصول الدراسة، النتائج، المراجع... إلخ.

وقد اعتمدنا على بعض الدراسات السابقة لبحثنا، منها ما هو محلي، ومنها ما هو على المستوى العربي، حيث كانت عوناً لنا في قيامنا ببحثنا هذا والتي يمكن إيضاحها فيما يلي

الدراسة الأولى:

أجرى شعبي مالك (2006) دراسة بعنوان " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري بقسنطينة.

هدف الدراسة إلى:

-تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في إبلاغ رسالتها الصحية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض، وتغيير سلوكياتهم السلبية.

- معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة.

و لتحقيق ذلك اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، واستخدم أسلوب المسح بالعينة، ويرر هذا الاختيار بأن المجتمع المدروس (الطلبة) كبير نسبياً، ونظراً لنقص الامكانيات ومحدوديتها، ونقص الوقت المخصص للدراسة والبحث، وقد استخدم الباحث المقابلة، والاستبيان كأدوات لجمع البيانات.

أهم النتائج التي توصل إليها:

- أن نسبة الاستماع للبرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا وأرجعوا ذلك إلى سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة، كما أن اللغة المستخدمة ل طرح المواضيع الصحية عامة ومفهومة.

- أن أكبر نسبة من المبحوثين بالإذاعتين سيرتا والزيبان يهتمون بالصحة الغذائية، مع التركيز على صحة المرأة على وجه الخصوص.

- أن جل أفراد العينة بالإذاعتين يرون بأن وجود برامج صحية في أية إذاعة محلية ضروري
- أن أعلى نسبة من أفراد العينة بالإذاعتين تقترح لتحسين مستوى الحصص الإذاعية الصحية زيادة الحصص
وكذا الحجم الساعي المخصص لها، مع فتح خطوط هاتفية جديدة.
- **تعليق:** تعتبر هذه الدراسة من بين الدراسات الهامة التي عالجت موضوع الإذاعة المحلية، ودورها الكبير في
نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، وقد تشابهت مع دراستي في أن الإذاعة هي احد أقطاب الإعلام
والتي نحاول البحث ما إذا كان لها دور في نشر الوعي الصحي الرياضي، وتشابهت من حيث المنهج المستخدم،
إلا أنها اختلفت من حيث العينة ففي دراستنا اخترنا الوسط النسوي بحيث كان أفراد العينة عبارة عن طالبات
، كذلك أنها دراسة مقارنة، بين إذاعتين محليتين (إذاعة سيرتل بقسنطينة، وإذاعة الزيان ببسكرة) أما دراستنا
فكانت تخص الدور الذي تلعبه مختلف وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية في نشر الوعي
الصحي الرياضي، وتجدد الإشارة هنا أنه من بين النتائج المتوصل إليها هنا أن كلتا الإذاعتين تركزان على صحة
المرأة على وجه الخصوص والتي تقترب بشكل كبير من أحد فروع دراستي التي أحاول من خلالها معرفة ما
إذا كان للإذاعة دور في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي.

الدراسة الثانية:

أجرى عيسى الهادي دراسة (2008) دراسة بعنوان " البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي
الرياضي"

- عنوان الدراسة : البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي.
هدف الدراسة : معرفة مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني في نشر الوعي الرياضي من خلال برامجه في القسم
الرياضي .

- منهج الدراسة : استخدام الباحث منهج تحليل محتوى البرامج الرياضية في التلفزيون.
- مجتمع وعينة الدراسة : البرامج الرياضية - كلها - التلفزيونية الجزائرية بطريقة عمدية
- أداة الدراسة: عبارات تحليل المحتوى للإعلام.
- نتائج الدراسة: البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور
المشاهد

- توصية الدراسة : وجوب تحديد أهداف واضحة لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ، وكذا أهداف واضحة
ومحددة وموضوعية لكل برنامج رياضي موجود وأن ترتبط باحتياجات الجمهور.

تعليق: تعد هذه الدراسة من أهم الدراسات التي اهتمت بدور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الرياضي
أما دراستنا التي جاءت بعنوان دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي ،
حيث تشابهت الدراستان في البحث حول ما إذا كان للإعلام دور في نشر الوعي الرياضي غير أن دراستي
اختلفت بالوعي الرياضي المتعلق بالجانب الصحي والخاص بفئة النساء إضافة لأن هذه الدراسة استخدم فيها

منهج تحليل المحتوى. كانت هذه الدراسة عوناً لي لأن هدفها اتفق مع الهدف من دراستي والمتعلق برغبتنا في معرفة مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي.

الدراسة الثالثة:

أجرت نشوى إمام إبراهيم (2001) دراسة بعنوان "تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات والثقافة لدى تلميذات المرحلة الإعدادية"

-هدف الدراسة: التعرف على تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على اتجاهات التلميذات المرحلة الإعدادية نحو ممارسة الرياضة وعلى الثقافة الرياضية لهن.

-منهج الدراسة : استخدم المنهج التجريبي بتصميم المجموعة الواحدة بالقياس القبلي والبعدي.

-عينة الدراسة : حجم العينة كان حوالي 42 طالبة من مجتمع ممثل في طالبات مدرسة أمير الجيوش الإعدادية للبنات كمرحلة متوسطة بين الصف الأول والصف الثالث في العام الدراسي 2000-2001 وعدددهم 200 طالبة.

-نتائج الدراسة يؤثر الإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية وعلى تعديل اتجاهات المرحلة الإعدادية.

تعليق: هذه الدراسة جاءت بهدف التعرف على تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على اتجاهات التلميذات نحو ممارسة الرياضة وعلى الثقافة الرياضية لهن وقد تشابه مع الهدف من دراستنا إلى حد ما من حيث أن درستنا اختصت بالوسط النسوي هي الأخرى كما ان المساهمة في تعديل اتجاه وثقافة يقترب بشكل كبير من موضوع التوعية الرياضية المرتبطة بصحة المرأة، غير أن في هذه الدراسة استخدم المنهج التجريبي أما في دراستي فقد استخدمت المنهج الوصفي.

الدراسة الرابعة:

قام عبيدات (2005) بدراسة بعنوان "دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية"

هدفت إلى :

التعرف على وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية في دور الإعلام في نشر رياضة المرأة. ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث، استبانة مكونة من (42) فقرة اشتملت على (4) مجالات رئيسية هي : التنافسي، الترويحي، الصحي، المهني، وأجريت الدراسة على عينة تكونت من (381) طالبة .

أظهرت النتائج:

-عدم اهتمام الإعلام الرياضي برياضة المرأة بالشكل المطلوب إلا في حالة مشاركتها بالألعاب التنافسية.

-اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بالتغطية الإخبارية الخاصة بالرياضة الرجال بشكل أكبر، من متابعة الاخبار الرياضية، الخاصة بالإنجازات التي تحقها المرأة.

-ضعف اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي لرياضة المرأة ودعمها بشكل عام
أوصت الدراسة: بضرورة تقديم وسائل الإعلام الرياضي الدعم والتشجيع للمرأة العاملة في المجال الرياضي وبشكل مستمر.

-تعليق: هذه الدراسة تتفق مع دراستنا من حيث بحثها في دور الإعلام في نشر رياضة المرأة وبتأخذها للمجال الصحي مجالا رئيسيا في عملية نشر الرياضة النسوية وهو الأمر الذي خدم دراستنا التي نسعى إلى من خلالها إلى إبراز دور الإعلام في توعية المرأة بالرياضة الصحية وكانت هذه الدراسة عوننا لي لكونها استخدمت نفس مجتمع البحث وكذا العينة التي تكونت من طالبات جامعات كما تم استخدام الاستبيان كأداة للبحث .
الدراسة الخامسة:

أجرى الزيود (2013) دراسة بعنوان "تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية"

هدفت إلى: التعرف على مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية. و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من (42) فقرة موزعة على أربعة مجالات (المجال التنافسي والمهني والترويحي والصحي)، ثم توزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها (39) امرأة أردنية. أظهرت النتائج : وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيرا الصحي، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالات إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى دور إعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية تعزى للمتغيرات (العمر، صفة العمل).

أوصت الدراسة: بضرورة الاهتمام بنوعية القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء ولاعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات لصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة لرفي الشعوب.

تعليق: تعتبر هذه الدراسة جد قريبة من دراستنا كونها تكلمت وأشارت إلى دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة ولكون الباحث اعتبر المجال الصحي عنصرا ضمن الثقافة الرياضية وهو موضوع دراستنا حيث تتمحور هذه الاخيرة حول الدور الذي يلعبه الإعلام في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة ومن حيث الأداة المستعملة وهي الاستبيان، غير أن هذه الدراسة جاءت لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية بصفة عامة بما فيها الجانب الصحي غير أن دراستنا تمحورت على هذا الجانب بعينه بتسليط الضوء

على مختلف وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية ودورها في نشر التوعية الصحية المتعلقة بالرياضة وبالمرأة على وجه الخصوص.

الدراسة السادسة:

أجرى مارتين (martin, 2000) دراسة بعنوان " أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية"

هدفت: إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية وكانت عينة الدراسة مقتصرة على أربعة نساء مشاركات بالرياضات المشتركة مع الذكور حيث استخدم أسلوب المقابلة حيث تناولت الحديث عن تاريخهن والصعوبات التي واجهتهن ونظرة المجتمع لرياضة المرأة.

نتائج الدراسة: من خلال آراء الفقرات الأربعة عدم الاهتمام بالرياضة النسائية، وأن الإعلام لم يغط تلك الرياضة بشكل صحيح، وأن الذكور هم المسيطرون، ويجب العناية بالرياضة النسائية.

أوصت الدراسة: بإجراء دراسات حول أسباب نقص التغطية الإعلامية وعدم الاهتمام بالرياضة النسائية.

تعليق: قامت هذه الدراسة بتسليط الضوء على أثر الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية للرياضة النسائية وهدفت إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل هذه المفاهيم وهو الأمر الذي يتفق مع دراستنا التي تسعى للكشف على الدور الذي يمكن ان تلعبه وسائل الإعلام من جهة وفي كونها اختصت بدراسة الفئة النسوية من جهة أخرى وأن الوعي الصحي الرياضي يأتي ضمن أهم المفاهيم الذاتية التي يمكن أن تتشكل لدى المرأة ، غير أن هذه الدراسة لم تتفق مع دراستي كون الباحث استخدم أسلوب المقابلة.



الفصل الثاني

الإطار العام للدراسة



1/ الكلمات الدالة في الدراسة

2/ إشكالية الدراسة

3/ أهداف الدراسة

4/ أهمية الدراسة

5/ فرضيات الدراسة

1- تحديد الكلمات الدالة في الدراسة:

1- 1 - مفهوم الدور:

لغة: حسب معجم (Woutburg) و (Bloch) فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية (Rotulas) التي تعني: من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية (يوسف حميش، 2016، ص).

إصطلاحا: يعرف الدور على أنه "أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى، وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع، أو يشغل مركزا محددًا في علاقات شخصية متبادلة مثلا: قائد (نييل صادق، 1983، ص367).

إجرائيا: الدور: في بحثنا هذا هو "جميع الوظائف التي يقوم بها الإعلام الرياضي من نشر وبث و عرض لمعلومات وأفكار تعمل على نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي".

1-2- الإعلام:

لغة: كلمة الإعلام في اللغة العربية مشتقة من عَلِمَ فيقال: أُعْلِمَ بالأمر أي اطلع عليه، والإعلام هو عملية إعطاء شكل معين والشكل يعني البنية ، وبالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية " أو بالأحرى المنظمة ". (المنجد الأجنبي ص946).

اصطلاحا: يعرف د.عبد اللطيف حمزة الإعلام " بأنه تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة، و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ". (حمزة، سنة 1967، ص6).

ويعرفه علي الشرقاوي بأنه "عملية نقل أفكار من شخص لآخر" (زهير احدادن، سنة 1998، ص 29).

وعرفته جيهان رشيتي (1978) بأنه: "الإقناع عن طريق المعلومات و الحقائق و الأرقام و الإحصاءات و هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها و اتجاهاتها في نفس الوقت و هو ليس تعبيرًا ذاتيًا من جانب الإعلام سواء كان صحفياً أو إذاعياً أو مشغلاً بالسينما أو التلفزيون". (خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم، سنة 1998، ص20)

إجرائيا: الإعلام هو نقل المعلومات و المعارف الصادقة و الحقائق بطريقة معينة و عبر وسائل إعلام مختلفة.

1-3- الإعلام الرياضي:

يرى خير الدين عويس و عطا حسن عبد الرحيم أن "الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجماهير بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي و من جهة أخرى يتعامل الإعلام الرياضي مع جمهور كبير خاصة الفئة الشبابية، فيحدث فيهم نوع من الإثارة الجماعية. (خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم، المرجع نفسه، ص49).

ويرى محمد الحماحي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال، و بغرض تفسير القواعد و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة، و تحكّم المنافسات الرياضية و التي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية الرياضية. (محمد الحماحي و أحمد السعيد، سنة 2006، ص 98).

ويعرفه الدكتور إبراهيم إمام أنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير اتجاهاتهم و ميولهم" (إبراهيم إمام، سنة 1969، ص 12)

1-4-4- الواعي الصحي :

1-4-1- الواعي :

لغة: حسب عبد الرحمان العيسوي : يعني الحفظ والتعلم ، فوعى الحديث يعنيه وعياً أي حفظه و أذن واعية أي مدركة و صاغية . (عبد الرحمان العيسوي ، 1995، ص 132)

اصطلاحاً: هو اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته و بالبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح او التعقيد ، يتضمن وعي الفرد لوظائفه العقلية ، و الجسمية و وعيه بالأشياء و بالعالم الخارجي (فاروق مداس، 2003، ص 296-297).

1-4-2- الصحة :

جاء في المنجد في اللغة و الإعلام تعريف الصحة

لغة : صح و صحا و صحة و صحاحا : ذهب مرضه ، و الشئ : برئ و سلم من كل عيب و عدم اعتلال الجسم و سلامته (المنجد في اللغة و الإعلام، 2002، ص 416).

اصطلاحاً : يرى الدكتور فوزي جاد الله الصحة من ناحية شدتها يمكن أن ينظر إليها على أنها مدرج يؤسس ، احد طرفيه الصحة المثالية و الطرف الآخر هو انعدام الصحة أي الموت ، و بين الطرفين درجات متفاوتة من الصحة .. (إقبال إبراهيم مخلوف، 1991، ص 47-48)

إجرائياً : الصحة هي درجة عالية من التوازن المرتبط بالجوانب الجسمية و النفسية و العقلية و الاجتماعية في جسم المرأة.

1-4-3- الواعي الصحي : هو إدراك للمعارف و الحقائق الصحية و الأهداف الصحية للسلوك الصحي أي أنه عملية إدراك الفرد لذاته و إدراك الظروف الصحية المحيطة و تكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع (محمد الجوهري و آخرون، 1990، ص 290)

إجرائياً : هو عملية عقلية و ممارسات صحية سليمة ، من أجل رفع المستوى الصحي و الحدّ من انتشار الأمراض ، و التشقيف الصحي، هو الإلمام بكل المعلومات و الأفكار الثقافية المتعلقة بالصحة و التي يمكن توعية المرأة بها.

2- إشكالية الدراسة:

دخلت المرأة عالم الرياضة وفي ذهنها أن تعبر عن هدفين: أحدهما واقعي بفضل تأكيد الذات والثاني طموح يتطلع إلى المساواة مع الجنس الآخر، فكانت أغلب الوقائع محيرة بالنظر إلى أدوار المرأة في الرياضة فقد اتسمت بالإشكالية والتعقيد من عدة جوانب تعتبر أهمها الجذور التاريخية لمشكلة المرأة في الرياضة وتنشئتها الاجتماعية الرياضية والتميز والتفرقة بينها وبين الرجال في هذا المجال وخصوصية الأنوثة والاحتكام لها. وكذا البعدين الاجتماعي والاقتصادي من أكثر معوقات ممارسة المرأة للنشاط الرياضي فتقاليد وعادات المجتمعات والقيم الدينية وقلة الوعي الرياضي، وقصور الإمكانيات قد تقف حائلاً أمام المرأة وممارسة الرياضة إلى جانب أن العديد من العوامل الاجتماعية والثقافية في مسيرة العديد من شعوب العالم كان لها دور في الحد من إعطاء الفرص الكافية للمرأة لإثبات قدرتها علي المشاركة في الأنشطة.

وبالإشارة إلى أن ممارسة الرياضة أصبح مؤشر يدل على وعي الأفراد والشعوب فقد يكون الحل في طرق باب الوعي الصحي و توعية المرأة بما يمكن أن تعود عليها ممارسة الرياضة من فائدة صحية إذا ما اتخذتها كعادة تواظب عليها بانتظام، لذا يسعى العديد من الخبراء و المختصين منذ سنوات في نشر مجموعة من الأفكار و نتائج توصلوا إليها فيما يخص الفائدة الصحية للرياضة.

و الإعلام الرياضي كما عرفه خير الدين عويس و عطا حسن "أنه عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع و تنمية وعيه الرياضي" (خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم ، سنة 1998، ص22).

أي أنه يعتبر الجهة الرائدة إذا ما تعلق الأمر بنشر الوعي حول قضية ما أو طرح أفكار جديدة و هو مصدر الأخبار و المعلومات و كذا غرس الثقافات و تغيير الأفكار خاصة فيما يتعلق بمواضيع الممارسة الرياضية للمرأة و كل ما تحتاجه هذه الأخيرة لإشباع معارفها و معلوماً لبلوغ درجة معينة من الوعي و الإدراك و كل ما تبحث عنه من أفكار و مفاهيم تدفعها نحو ممارسة النشاط البدني و كذا تنويرها بثقافة الرياضة الصحية التي تعينها على التصدي للعديد من أمراض العصر و الوقاية من أخرى و المحافظة على لياقتها البدنية ، و للوقوف على أهمية الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي في الوسط النسوي ، ارتأيت أن أطرح التساؤل الآتي:

هل للإعلام الرياضي دور في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي؟

التساؤلات الجزئية:

- هل الإعلام الرياضي المكتوب دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي؟
- هل الإعلام الرياضي المسموع دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي؟
- هل الإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي؟

3- أهداف البحث :

- الوقوف على دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.
- التعرف على دور الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.
- إبراز دور الإعلام الرياضي المسموع في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.
- معرفة دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.

4- أهمية الدراسة: دراستنا هذه تسلط الضوء على علاقة الإعلام الرياضي و نشر الوعي الصحي في الوسط النسوي، هذه الدراسة التي تعد قليلة جدا وهو الأمر الذي لمستته من خلال إعدادي لهذا البحث، و تكتسي أهميتها من حيث كون مكان البحث هو الفضاء الجامعي بالضبط معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية فهو يعد حقلًا خصبا لإجراء البحوث العلمية من جهة ، ومن جهة أخرى كون الشريحة المدروسة هن طالبات من المعهد واللاتي تتميزن بنسق ثقافي واجتماعي خاص ولمعرفة علاقتهن بالإعلام الرياضي.

5- فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة :

- للإعلام الرياضي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

الفرضيات الجزئية :

- للإعلام الرياضي المكتوب دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي
- للإعلام الرياضي المسموع دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي
- للإعلام الرياضي المرئي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي



الفصل الثالث



الإجراءات
الميدانية
للدراصة

تطرقنا في هذا الفصل إلى مختلف الإجراءات الميدانية للدراسة بدءاً بالدراسة الاستطلاعية لمعرفة مدى ملائمة ميدان الدراسة لإجراءات البحث الميدانية والتأكد من صلاحية الأداة المستخدمة، بعدها المنهج المتبع في الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة وكيفية اختيارها، ناهيك عن أدوات جمع البيانات أين استخدمنا الاستبيان كأداة من أدوات جمع المعلومات، وحساب الخصائص السيكومترية (صدق الأداة والثبات)، بعدها إجراءات التطبيق الميداني للأداة، من خلال التطرق إلى أهم الخطوات المتبعة في إجراءات الدراسة الميدانية، ليختتم هذا الفصل بأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث، أين تمّ سرد القواعد والتقنيات الإحصائية، التي تمّ الاعتماد عليها.

1- الدراسة الاستطلاعية:

ويقصد بها " تلك البحوث التي تتناول موضوعات جديدة، لم يتطرق إليها أي باحث من قبل ولا تتوفر عنها بيانات أو معلومات أو حتى يجهل الباحث كثيراً من أبعادها و جوانبها(ناصر ثابت، 1984، ص47) والدراسة الاستطلاعية تهدف إلى معرفة ملائمة ميدان الدراسة لإجراءات البحث الميدانية، والتأكد من صلاحية الأداة المستخدمة والصعوبات التي قد تعترض الباحث في التجربة الميدانية.

إن كل بحث ميداني يحتاج إلى دراسة استطلاعية التي يمكن من خلالها معرفة العوامل التي من الممكن أن تساعدنا للقيام بدراسة البحث، و لكون دراستنا تتمحور حول معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، باعتبار أن إقبال المرأة على الممارسة الرياضية و مختلف الأنشطة البدنية الأخرى في مجتمعنا مازال إقبالا محتشماً لأسباب عديدة و ربما من أهمها نقص معرفتها و وعيها بأهمية الرياضة و ما تعود عليها من فائدة صحية.

وفي دراستنا لموضوع " دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي في الوسط النسوي " قمت بدراسة استطلاعية في معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية حيث توجهت إلى طالبات المعهد باعتبارهن يمثلن الوسط النسوي في دراستي هاته و قمت بتوجيه مجموعة من الأسئلة إليهن بهدف تفصي بعض الحقائق حول موضوع دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسائي كما أردت التعرف على درجة اهتمامهن و متابعتهم لما تقدمه مختلف وسائل الإعلام الرياضي حول مواضيع الرياضة بصفة عامة و الرياضة الصحية على وجه الخصوص بالإضافة إلى أسئلة أخرى كان هدفي منها معرفة آرائهن في دور الإعلام الرياضي في إشباع حاجتهن إلى المعلومات و الأفكار حول موضوع الرياضة الصحية الخاصة بالوسط النسوي و هل هو قادر على توعيتهم و دفعهم نحو ممارسة النشاط البدني إذا ما لبي هذه الاحتياجات.

2- المنهج المتبع في الدراسة:

منهج البحث هو: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة القواعد العامة التي تهيم على سير العقل و تحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة المعلومة".

حيث يعتبر المنهج المتبع المستخدم في البحث العمود الفقري لكل دراسة و لاسيما في الميادين الاجتماعية و النفسية و التربوية، فهو يكسب البحث طابعه العلمي و الباحث الفطن هو الذي يعرف كيف يختار المنهج المناسب لموضوعه لأن نتائج و صحة بحثه تقوم أساسا على نوعية المنهج المستعمل.(عبيدات وآخرون، 2001، ص05)

وهذا ما ذهب إليه تركي محمد بقوله " إن صحة و سلامة الطريقة المستخدمة في الوصول إلى الحقيقة العلمية هي التي تضيء على الباحث أو الدراسة الطابع الجدي كما تؤثر أيضا في محتوى و نتائج البحث".

باعتبار أن اختيار المنهج الصحيح يعتمد أولا و أخيرا على طبيعة المشكلة نفسها و لأننا لا نستطيع حل جميع المشكلات بنفس الطريقة.(تركي محمد، 1984، ص131)

حيث يرى عمار بوحوش أن المنهج يعني مجموعة الأسس والقواعد التي يتبعها الباحث من أجل الوصول إلى الحقيقة و هو:

"الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة". (عمار بوحوش، 2001، ص137).

وأن المنهج هو " الطريق المؤدي إلى الهدف المطلوب أو الخيط غير المرئي الذي يشد البحث من بدايته حتى نهايته قصد الوصول إلى نتائج معينة"(محمد أزهر السماك و آخرون، 1988، ص42).

لذا فإن مختلف العلوم تعتمد على مناهج البحث العلمي للوصول إلى القوانين التي تتحكم في الظواهر حسب نوعها، اجتماعية كانت أم طبيعية. فالهدف من هذه الدراسة هو معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، و بهذا سوف يتم استخدام المنهج الوصفي الذي يعتبر المنهج المناسب في دراستنا.

2-1- المنهج الوصفي:

انطلاقا من مشكلة الدراسة و التي مفادها البحث في دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، فإن المنهج الوصفي هو الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها بدقة، حيث يقول في هذا الصدد مصطفى صلاح الغول بأنه المنهج الوصفي هو " جمع أوصاف مفصلة عن الظواهر الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة، أو لوضع خطط أكثر ذكاء لتحسين الأوضاع و العمليات الاجتماعية أو الاقتصادية أو التربوية".(مصطفى صلاح الغول، 1982، ص155).

و يعرفه وجيه محمود جاسم بأنه: " عبارة عن الاستقصاء حول ظاهرة من الظواهر التربوية والنفسية على ما هي عليه في الحاضر ، قصد تشخيصها و كشف جوانبها، و تحديد العلاقة بين عناصرها ، و إيجاد العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى التي لها علاقة بها".(وجيه محمود جاسم، 1995، ص130).

3-مجتمع وعينة الدراسة:

3-1-مجتمع الدراسة:

تعتبر مشكلة تقدير حجم مجتمع الدراسة ، من المشاكل الرئيسية التي تواجه الباحث خاصة في الحالات التي لا تتوفر فيها قائمة الأفراد ولا تسمح الظروف بإجراء تعداد شامل لأفراد المجتمع ، وبما أن مجتمع الدراسة يتمثل في كل الوسط النسائي فإن إجراء مسح شامل لمجتمع البحث يتطلب قدرا كبيرا من التكاليف ليس باستطاعتي تغطيته ، بالإضافة إلى ذلك يحتاج زمن طويل لإتمام عملية جمع البيانات والذي يتجاوز طاقتي ، كل هذه الأسباب جعلتني احدد مجتمع دراستي في حدود طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

نعني بمجتمع الدراسة (البحث) جميع أفراد الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث و لكن:

-هل يستطيع الباحث أن يدرس جميع أفراد مجتمع البحث؟

-هل يمتلك وقتا كافيا لدراسة جميع أفراد مجتمع البحث؟

في واقع الأمر إن دراسة المجتمع المجتمع الأصلي كله يتطلب وقتا طويلا و جهدا شاقا، و يكفي أن اختيار الباحث عينة ممثلة لمجتمع الدراسة بحيث تحقق أهداف البحث و تساعده على إنجاز مهمته.

و يمثل مجتمع الدراسة في بحثنا هذا طالبات معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

3-2-عينة الدراسة:

● مفهوم العينة:

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة(سامي ملحم،2000،ص220).

● اختيار نوع العينة:

نظرا لأن الفئة المستهدفة(طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية) ،لا يتجاوز عددها 80 طالبة فقد اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة التي تكونت من (25) طالبة توجهت لهن بطريقة عشوائية.

العينة العشوائية البسيطة: تعتمد هذه الطريقة على منح فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع على أن يكون ضمن أفراد العينة المختارة، فهي تتضمن اختيار عشوائي لعدد أفراد العينة من قائمة المجتمع، ونتيجة لعامل الاحتمال والصدفة فإن العينة تحتوي مفردات ماثلة لمفردات المجتمع ككل(محمد حسن علاوي،1999،ص142_143).

الجدول رقم (01) : يبين نسبة أعمار العينة

السن	19	20	21	22	23	24
عدد التكرارات	2	10	3	3	3	4
النسبة %	8	40	12	12	12	16

3 متوسط العمر: 21.28، أي 21 سنة و نصف

الجدول رقم (02): يبين نسبة المستوى التعليمي للطالبات

المجموع	ماستر	ليسانس	
25	07	18	التكرارات
100	28	72	النسبة %

3-3 - ضبط متغيرات الدراسة: استنادا إلى فرضيات الدراسة تبين لنا جليا أن هناك متغيرين اثنين إحداهما مستقل والآخر تابع.

أولا: تعريف المتغير المستقل:

هو الذي تتوقف قيمته على مفعول تأثير قيم متغيرات أخرى، حيث أنه كلما أحدثت تعديلات على قيم المتغير المستقل ستظهر النتائج على قيم المتغير التابع. (ناصر ثابت، مرجع سابق، ص 58).

- تحديد المتغير المستقل: الإعلام الرياضي.

ثانيا: تعريف المتغير التابع:

هو الأداة التي يؤدي التغير في قيمتها إلى إحداث التغير، وذلك عن طريق التأثير في قيم متغيرات أخرى تكون ذات صلة به. (محمد حسن علاوي، أسامة كامل راتب، 1999، ص 219).

- تحديد المتغير التابع: الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي.

4- أدوات جمع البيانات و المعلومات:

إن أي دراسة تتطلب تحديد الخطوات المتبعة و الأدوات المستعملة و ذلك لجمع المعلومات و البيانات و تحليلها للوصول إلى نتائج نجيب من خلالها على إشكالية البحث، فاعتمادنا في بحثنا هذا على جمع المعلومات النظرية و الميدانية حتى تتمكن من رصد الحقائق و الدلائل العلمية التي تسعى دراستنا لإثباتها من خلال إتباع الخطوات التالية:

● أدوات الجانب النظري: اعتمدت في جمع المادة العلمية النظرية على مراجع متنوعة بين العربية و الأجنبية و المذكرات الأكاديمية، التي تتعلق بتصميم الموضوع و تقارب معه من حيث القيمة و الدلالة العلمية، و ارتباطها الوثيق بموضوع و إشكالية الدراسة، و تمّ هذا من خلال المسح المكتبي للمراجع المتعلقة بمتغيرات الدراسة في شقيها النظري و التطبيقي.

● أدوات الجانب التطبيقي: من خلال دراستنا اعتمدنا على الأدوات التالية:

الاستبيان: ظهر أسلوب الاستبيان الحديث على يد ستانلي هول STANLY HALL في نهاية القرن التاسع عشر و الذي أوضح أن ما يبدو واضحا للبالغين لا يبدو كذلك بالنسبة للأطفال بالضرورة و كان لهذه الملاحظات تضمينات تربوية مباشرة. (كمال عبد المجيد، 2004، ص 23).

و يعرف الاستبيان " بأنه عبارة عن مجموعة أسئلة مرتبة حول موضوع معين يتم وضعها ضمن استمارة، بهدف الحصول على معلومات خاصة بظاهرة أو مجتمع البحث و يتطلب الاستبيان تحديد مشكلة البحث بشكل واضح و إلا فالغموض و التفسير الخاطئ سيكون له تأثير على النتائج و مدى صحتها و فائدتها".

الاستمارة: هي وثيقة تحتوي على مجموعة أو سلسلة من الأسئلة الضرورية للحصول على معلومات طبقاً لأهداف و فرضيات البحث السوسولوجي. (خير الدين عويس و عصام الهلالي، 1997، ص193).

يمكن تعريف استمارة الاستبيان بأنها لائحة مؤلفة من مجموعة من الأسئلة في علاقة وطيدة بموضوع البحث، و يستمد تصميمها من المراحل المنهجية الأساسية التي يجب على الباحث أن يوليها اهتمامه، لأن فرضيات البحث و تفرعها سوف تأتي في صيغة أسئلة الاستمارة، و عليه تبني نتائج البحث. (رشيد زرواتي، 2007، ص220). حيث نستعمل في دراستنا الاستبيان و هو الأداة الفعلية في الدراسة الإعلامية و التي من خصائصها إتاحة الفرصة لطرح مجموعة من الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة. حيث تم تحديد استبانة حول " دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي"، و التي تعد الأداة الرئيسية الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات و البيانات التي يجري تعيبتها من قبل المجيب. و قد قسمت الاستبانة إلى ثلاث محاور، وهي كالتالي:

- محور دور الصحافة المكتوبة في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي من (1-8).
 - محور دور الإعلام المسموع في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي من (9-16).
 - محور دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي من (17-24).
- كيفية إعداد الاستبيان:

- وضعت الأسئلة مع مراعاة يسر اللغة من أجل ضمان فهم الطالبات لها.
- مراعاة تناسب الأسئلة مع مستوى المجيب.
- طبيعة الأسئلة كانت عبارة عن أسئلة مغلقة.

هدف الاستبيان: إن الهدف الأساسي للاستبيان هو معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسائي، و من خلال الاستمارة الاستبائية يتم طرح الأسئلة التي تام بموضوع دراستي قصد جمع البيانات لمعرفة الآراء و المواقف و ذلك للوصول إلى الهدف المراد تحقيقه و الخروج بالاستنتاجات الدقيقة و المنطقية.

وحتى تحقق الاستمارة الهدف المرجو منها لا بد أن تتضمن أسئلة ذات مواصفات خاصة، بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث، و تتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد، و يرى علماء المنهجية أن الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو للتعامل العلمي فيما بعد إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سواء من حيث الشكل أو المحتوى (صلاح مصطفى الفوال: 1982، ص 306).

وبناء على ما سبق، قمنا باعتماد استمارة بحث، التي ستنطبق على المبحوثين بعد الخرجات الاستطلاعية، والإمام بموضوع البحث إماما كافيا، حيث قمنا بتحديد أسئلة الاستمارة تبعا للفرضيات حتى تتماشى وأهداف الدراسة، وتتلاءم مع طبيعة الموضوع، ومع المبحوثين ؛ ولإعداد أسئلة الاستمارة، وصياغتها صياغة نهائية قمنا بإتباع

الخطوات التالية:

- بعد الصياغة الأولية للاستمارة عرضت على المحكمين وهم مجموعة من الأساتذة المختصين، والذين لهم خبرة طويلة في هذا المجال، وذلك لإبداء رأيهم حول مضمونها، ومدى مطابقتها للفرضيات التي صغناها، والأهداف التي ترجو الدراسة تحقيقها، وبعد الإجابة عليها من طرف هؤلاء قمنا بإجراء التعديلات اللازمة عليها وإعادة صياغة بعض الأسئلة، وتعديل البعض الآخر.
- وأخيرا فقد تم صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي، وقد اشتمل البحث على استمارة واحدة احتوت على 24 سؤالاً موجهة للمبحوثين.

حساب الخصائص السيكومترية للأداة :

بعد الدراسة الاستطلاعية ، قمنا باختيار أداة الدراسة و المتمثلة في استمارة الاستبيان و قمنا بتطبيق الخصائص السيكومترية و المتمثلة في الصدق و الثبات.

❖ **صدق أداة الدراسة(الصدق الظاهري):** بعد إعداد الاستبانة في صورتها الأولية تم عرضها على عدد من المحكمين ممن لهم خبرة في مجال الإعلام والاتصال الرياضي، والذين لديهم دراية كافية بموضوع الدراسة، والبالغ عدد (4 محكمين) "أنظر الملحق رقم 01"، بالإضافة إلى الأستاذ المشرف، بهدف تحكيم الاستبيان ومعرفة مدى صدقه من حيث:

_دقة الصياغة اللغوية ووضوحها لفقرات الاستبيان.

_مدى مناسبة وشمولية الاستبيان لجميع أبعاد الدراسة ومجالاتها.

_مدى مناسبة الفقرات للمجال الذي تنتمي إليه.

_وفي الأخير حذف العناصر أو الفقرات الغير المناسبة واقتراح عناصر جديدة .

وبعد ملاحظات وتعديلات الأساتذة المحكمين والأستاذ المشرف، والأخذ بأرائهم وتوجيهاتهم حول فقرات وأسئلة الاستبيان تم الأخذ بها، وإجراء التعديلات المناسبة حسب هذه الملاحظات، ليقدم الإستبيان في صورته النهائية(أنظر الملحق رقم (02))، بعدها تم توزيعه على المبحوثات.

❖ **صدق الاتساق الداخلي للأداة:** حيث قامت الباحثة بتطبيقها على عينة استطلاعية قوامها (07)

طالبات، و ذلك من أجل التعرف على مدى الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، و قامت الباحثة بحساب

معامل الارتباط لبيرسون، لمعرفة الصدق الداخلي للإستبانة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة

كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة، و ذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) ، كما يوضح الجدول رقم (03):

الجدول رقم(03): يبين معاملات الارتباط لبيرسون للمحاور بالدرجة الكلية للاستبانة

الرقم	المحاور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	الإعلام المكتوب	0.106	دال عند 0.05
02	الإعلام المسموع	0.727	دال عند 0.05
03	الإعلام المرئي	0.972	دال عند 0.05

ثبات أداة الدراسة: إن ثبات أداة الدراسة تعني التأكد من أن الإجابات ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة، و على هذا الأساس تم توزيع الاستبيان على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة.(مروان عبد المجيد إبراهيم،ص 104).

و لقياس ثبات أداة الدراسة، استخدمت الباحثة (معادلة ألفا كرونباخ) Alpha Cronbakh للتأكد من ثبات أداة الدراسة، ثم تقدم استمارة الاستبيان على أفراد العينة الاستطلاعية و ذلك باستخدام طريقة إعادة الاختبار.

طريقة إعادة الاختبار: تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة قدرها (07) طالبات، و بعد مدة قدرها 10 أيام تم إعادة توزيع إستمارة الاستبيان للمرة الثانية على نفس العينة و في نفس الظروف، و بعد ذلك قمنا بحساب معامل الارتباط لبيرسون بين التطبيق الأول و الثاني فوجدنا معامل الثبات قدره $0.755 =$

الجدول رقم(04) يمثل : يبين معامل الثبات ألفا كرونباخ " Alpha Cronbach " لأداة الدراسة

عدد العبارات (البند)	معامل الثبات ألفا كرونباخ " Alpha Cronbach "
24	0.755

الصدق الذاتي للاستبيان: لمعرفة الصدق الاستبيان على العينة قمنا بحساب معامل الصدق الذاتي الذي يساوي

$$\sqrt{0.755} = 0.869$$

5_ إجراءات التطبيق الميداني: قمنا بالرجوع إلى الخلفية النظرية وعدد من الدراسات السابقة المشابهة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، حيث أنني قبل الشروع في طبع الاستبيان أجريت الدراسة الاستطلاعية و بناءا عليها خرجت بفرضيات للدراسة قمنا من خلالها بتصميم أسئلة الاستبيان.

- ثم قمنا بالتأكد من صدق أداة الدراسة و ذلك بعرضها على الأستاذ المشرف للبحث، و إجراء التعديلات بناءً على ملاحظاته، حيث حذف بعض الأسئلة و تغيير صياغة بعضها الآخر.

- بعد أن تأكدنا من مناسبة و صحة أداة الدراسة حددت مجتمع الدراسة الذي هو طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، ثم قمنا بتوزيع استمارات الاستبيان بالطريقة العشوائية حيث وضحت

للعينة كيفية الإجابة على أسئلة الاستبيان، و الإجابة على استفساراتهم حول بعض النقاط، و التأكيد لعينة الدراسة على ضرورة الحرص و الجدية في الإجابة على فقرات الاستبيان، و تذكيرهم بأنها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلم. وبعد ذلك تم إدخال البيانات و معالجتها إحصائيا بالحاسب الآلي عن طريق برنامج SPSS ، و من ثم قامت بتحليل البيانات و استخراج النتائج .

تنقسم مجالات الدراسة إلى قسمين متمثلان في المجال المكاني، أي المنطقة التي تجرى فيها الدراسة، و المجال و أخيرا المجال الزمني أي المدة التي استغرقتها دراستنا و هي موضحة كالاتي:

- 5-1- المجال المكاني: أجريت الدراسة الميدانية لموضوع: " دور الإعلام الرياضي الإذاعي في نشر الممارسة الرياضية في الوسط النسائي " بجامعة المسيلة (معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية)
- 5-2- المجال الزمني: تمت المباشرة في الدراسة النظرية منذ أوائل شهر ديسمبر عن طريق البحث في الخلفية النظرية أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم توزيع الاستمارات على الطالبات خلال الفترة الممتدة بين 10 مارس و 05 أبريل 2017 .

6- الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات التي تم جمعها، استخدمت الباحثة العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية statistical package for social science و التي يرمز لها اختصارا بالرمز spss و فيما يأتي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قامت الباحثة باستخدامها:

- 1- النسب المئوية و التكرارات: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما و تفيد الباحث في وصف مجتمع الدراسة.
- 2- اختبار الفا كرونباخ alpha Cronbach لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة .
- 3- معامل الارتباط لبيرسون (pearson correlation coefficient) لتقاس درجة الارتباط يقوم هذا الارتباط على دراسة العلاقة بين المتغيرين، لمحاور الدراسة ومدى اتساقها بالدرجة الكلية للإستبانة.
- 4- حساب معامل الصدق الذاتي و هو الجذر التربيعي للثبات.
- 5- اختبار K^2 : الذي يهتم بدراسة حسن المطابقة و الاستقلالية.
- 6- وبعد الانتهاء من ترميز وإدخال البيانات تمّ معالجتها وإخراجها، وتبويبها في جداول إحصائية منتظمة، وكل هذه الإجراءات من أجل الحصول على نتائج صحيحة، دقيقة وموضوعية.



الفصل الرابع



عرض النتائج

وتفسيرها

ومناقشتها

1- عرض النتائج وتفسيرها:

1-1- تحليل و مناقشة نتائج المحور الأول:

السؤال رقم 01: هل اطلاعك على المواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب يجفرك على ممارسة الرياضة؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان للمواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب دور في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة

الجدول رقم 05 يمثل أهمية للمواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	06	16	3.84	11.56	0.05	1	دال إحصائياً
لا	19	84					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم الطالبات لا تحفهن المواضيع المنشورة من طرف وسائل الإعلام المكتوبة حيث أكدت نسبة الإجابات ذلك التي كانت 84% لصالح الإجابة بـ "لا" في المقابل لم تتجاوز نسبة الإجابة بـ "نعم" 19% .

كما قمنا بتطبيق اختبار كا² فتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : لا بـ 84%.

و يمكن تفسير هذا التباين الواضح بأن الطالبات لا تجدن في المواضيع المنشورة من طرف وسائل الإعلام المكتوب ما يمكن أن يجفز المرأة نحو ممارسة الرياضة كذلك يمكن إرجاع هذا التباين لغياب تناول مواضيع تخص الرياضة النسوية أو تلم بالجوانب التي تهتم بها المرأة.

السؤال رقم 02: هل يشجعك الإعلام المكتوب على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الإعلام المكتوب يشجع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الجدول رقم 06: يمثل أهمية الإعلام المكتوب في تشجيع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	02	08	3.84	17.64	0.05	1	دال إحصائيا
لا	23	92					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

حسب نتائج الجدول نلاحظ أن الأغلبية الساحقة من الطالبات لا يشجعهن الإعلام الرياضي المكتوب على لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية و هذا طبقا لنسبة الإجابات التي أشار لها الجدول حيث كانت نسبة الإجابة بـ "نعم" 08% أما نسبة الإجابة بـ "لا" فكانت 92%.

كما قمنا بتطبيق اختبار كا² فتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : لا بـ 92%.

يمكن تفسير هذا التباعد الواضح بين نسبة الإجابات بـ نعم والإجابات بـ لا بأن الطالبات ترين أن ما ينشر في وسائل الإعلام المكتوبة لا يدفع إلى البحث وراء اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية و نرجع ذلك بالضرورة إلى غياب المواضيع التي تختص برياضة المرأة على العموم و الرياضة الصحية المتعلقة بالوسط النسوي على وجه الخصوص. و حسب رأينا أن إعطاء أهمية إلى الجانب الصحي هو بحد ذاته تشجيع و ما يمكن استنتاجه أن تناول مثل هذه الجوانب في المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب يكاد أن يكون شبه منعدم من وجهة نظر طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية.

السؤال رقم 03: هل اطلعك على مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان نشر مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفع المرأة نحو ممارستها

الجدول رقم 07: يمثل فائدة نشر مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	18	72					
لا	07	28	3.84	4.84	0.05	1	دال إحصائياً
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي ترين أن تناول المواضيع التوعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثلاً السكري، يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة حيث كانت نسبة الإجابة بـ "نعم" 72% في المقابل نسبة الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك كانت 28%

كما قمنا بتطبيق اختبار كا² فتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² الجدول عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 72%.

نفسر ذلك بأن وجود مواضيع تبرز مدى تأثير الرياضة على الجانب الصحي وقدرتها على الحد من أمراض خطيرة وعديدة التي قد تصيب المرأة، من شأنه أن يخلق وعي صحي بأهمية ممارسة الرياضة.

كما تجدر الإشارة و من خلال إجابات العينة بأن الطالبات بحاجة ماسة إلى إشباع معارفهم و معلوماتهم حول الجانب الصحي الرياضي الخاص بهن من خلال الإعلام الرياضي المكتوب.

السؤال رقم 04: هل قيام الإعلام المكتوب بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة ؟
 الغرض منه: معرفة ما إذا كان للمواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارستها
 الجدول رقم 08: يمثل أهمية المواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	06	24					
لا	19	76	3.84	6.76	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" هي 24% في حين أشارت النتائج إلى أن 76% من أفراد العينة لا يوافقون أن نشر الإعلام المكتوب لمواضيع تبرز العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن قادر على تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارسة نشاط بدني ما.
 و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : لا بـ 76%.
 يمكن أن نفسر إجابات العينة بأن السبب وراء عدم قدرة مثل هذه المواضيع المنشورة على تحفيز المرأة لممارسة نشاط بدني و الاستمرار به هو أن نادرا ما تتعرض وسائل الإعلام المكتوبة لمواضيع خاصة بالرياضة النسوية من جهة و لمواضيع تحمل مثل هذه التفاصيل الخاصة بالجانب الصحي الرياضي من جهة أخرى.
 كما يمكن أن يكون مرد ذلك إلى أن تناول مواضيع تتحدث عن الرياضة الصحية تتطلب الخوض في جوانب علمية قد يصعب فهمها أو إيصالها بشكل جيد للقراء و أحيانا يتطلب الأمر أطباء أو اختصاصيين في الرياضة للحديث عنها.

السؤال رقم 05: هل تعتقد أن تناول الإعلام المكتوب لمواضيع حول أهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا؟

الغرض منه: معرفة آراء الوسط النسوي ما إذا كان تناول الصحافة لمواضيع التحكم في الوزن يكسبهن وعيا صحيا

الجدول رقم 09: يمثل أهمية تناول الصحافة لمواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	06	24					
لا	19	76	3.84	6.76	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" هي 24% في حين أشارت النتائج إلى أن 76% من أفراد العينة لا يوافقون أن نشر الإعلام المكتوب لمواضيع أهمية الرياضة في التحكم في الوزن لا يكسبهن وعيا صحيا رياضيا.

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : لا بـ 76% نفس إجابات العينة بأن الطالبات تعتقدن بأن تناول الصحافة لمواضيع أهمية الرياضة في التحكم في الوزن لا يستطيع أن يكسبهن وعيا صحيا رياضيا بسبب نقص المواضيع الخاصة بالرياضة النسوية أو مواضيع تتحدث بهذا إسهاب حول فوائد الرياضة الصحية أو ثقافة التحكم في الوزن.

بالإضافة إلى أن عملية نشر الوعي الصحي تتطلب تكثيف تناول مواضيع الرياضة الصحية من جهة و إلى الخوض في جوانب علمية قد يصعب فهمها أو إيصالها بشكل جيد للقراء من جهة أخرى و أحيانا يتطلب الأمر أطباء أو اختصاصيين في الرياضة للحديث عنها كما تجدر الإشارة في نفس الوقت بأن السبب وراء اعتقاد الطالبات بأن الإعلام المكتوب غير قادر على إكسابهن الوعي الصحي قد يكون لتفضيلهن متابعة لمثل مواضيع الجانب الصحي الرياضي و تفاصيله عبر وسائل إعلامية رياضية أخرى.

السؤال رقم 06: هل وجود مواضيع رياضية مكتوبة تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كانت المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية

الجدول رقم 10: يمثل أهمية المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	06	24					
لا	19	76	3.84	6.76	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" هي 24% في حين أشارت النتائج إلى أن 76% من أفراد العينة لا يوافقون أن وجود مواضيع تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية.

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : لا بـ 76%

نفسر ذلك بأن الإعلام الرياضي المكتوب قد لا تكون له القدرة للغوص في أمور علمية دقيقة مثل الجانب الصحي بحكم طبيعة الوسيلة التي تعتمد على نشر مواضيع مكتوبة، والأهم من ذلك أن التحدث عن مشكلة صحية مثل الأرق يعني الحديث عن الجانب النفسي و الذي يعرف بأنه من الجوانب التي يصعب مناقشتها أو إقناع الأشخاص بفكرة و بأن لها تأثيرا نفسيا عليهم، فكيف إذا كان هذا الشخص قارئ لموضوع مكتوب و خاصة إذا لم يكن هذا الموضوع مكتوب من طرف مختص نفسي ملم بالمجال الرياضي.

ثم إن مثل هذه المواضيع نادرا ما تتعرض لها مختلف وسائل الإعلام المكتوب ونادرا ما تولي اهتمام إلى مواضيع الرياضة النسوية أو الفائدة الصحية التي تعود بها الرياضة المرأة بصفة عامة.

السؤال رقم 07: هل وجود مساحات مخصصة في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان تخصيص مساحات في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي

الجدول رقم 11: يمثل أهمية تخصيص مساحات في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	23	92					
لا	02	8	3.84	17.64	0.05	1	دال إحصائياً
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" بأن وجود مساحات مخصصة في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي بنسبة 92% أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 08%

وبعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار: نعم بـ 92%

نفسر ذلك بأن وجود مساحات مخصصة في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية قد يؤدي دوراً فعالاً لنشر الوعي الصحي الرياضي من وجهة نظر الطالبات و من شأنه أن يخلق مستوى معين من الدراية بتأثير الرياضة على الجانب الصحي و ارتباطها الوثيق به.

كما تجدر الإشارة و من خلال إجابات العينة بأن الطالبات ترين أن تخصيص مساحات في وسائل الإعلام المكتوب طريقة لإشباع معارفهم و معلوماهم حول الجانب الصحي الرياضي.

السؤال رقم 08: هل ترين أن الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي
الجدول رقم 12: يمثل دور الإعلام الرياضي المكتوب في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	17	68	3.84	3.24	0.05	1	غير دال إحصائياً
لا	08	32					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" ترين أن الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي بنسبة 68% أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 32%

وبعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بنعم و الإجابة وب لا، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أقل من قيمة كا المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية.

لم يكن الفرق متبايناً بين الأغلبية اللاتي أجبن أنه بإمكان الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي و بين من ترين عكس ذلك.

بالنسبة للذين أجابوا بنعم فإنه يمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء الطالبات ترين في الإعلام الرياضي المكتوب وسيلة تستطيع الاعتماد عليها لتلقي معلومات تخص الجانب الصحي و أن بإمكانه الإجابة عن جميع ما تحتجن إليه من معلومات لإثراء معارفهم في المجال الرياضي و كيفية تأثير الرياضة على صحتهم الجسدية سواء من ناحية الأمراض مثل السكري أو من ناحية التحكم في الوزن، بالإضافة المعلومات التي تفسر علاقة الرياضة بالصحة النفسية التقليل من الأرق على سبيل المثال

أما بالنسبة للاتي أجبن ب لا فإنهن لا يجدن في الإعلام المكتوب الوسيلة القادرة على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي إذ أنهن قد يكن لسن من متابعات الإعلام المكتوب و كذا لقلة تناول هذا الأخير مواضيع الرياضة الصحية الخاصة بالوسط النسوي ولأنهن يعتقدن أن مثل هكذا تفاصيل علمية لا يمكن استيعابها و الاقتناع بها بمجرد قراءة مواضيع مكتوبة .

1-2- تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني:

السؤال رقم 09: هل استماعك لبرامج رياضية في الإذاعة يحفزك على ممارسة الرياضة؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الاستماع لبرامج رياضية يحفز المرأة على ممارسة الرياضة

الجدول رقم 13: يمثل أهمية الاستماع لبرامج رياضية في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة

النسبة %	التكرار	الإجابات
100	25	نعم
00	00	لا
100	25	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج spss

من الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات العينة جاءت بنسبة 100% لصالح الإجابة بـ "نعم" أي أن جميع الطالبات ترين أن الاستماع لبرامج رياضية في الإذاعة يحفزهن على ممارسة الرياضة ويمكن تفسير السبب وراء إجماع الطالبات أن الاستماع لبرامج رياضية في الإذاعة يحفزهن على ممارسة الرياضة بأن الوسط النسوي يجذب الإذاعة كوسيلة إعلامية و يميل إلى التعرض لمحتواها و أنه في حال وجود برامج رياضية تخدمهن فإنهن يتأثرن و قد تستطيع الرسائل الإعلامية المبثثة من طرف أن تحفز المرأة ممارسة الرياضة.

السؤال رقم 10: هل يشجعك الإعلام المسموع على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الإعلام المسموع يشجع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الجدول رقم 14: يمثل أهمية الإعلام المسموع في تشجيع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	22	88					
لا	3	12	3.84	14.44	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" بنسبة 88% أن الإعلام المسموع يشجع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 12%

وبعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار: نعم بـ 88%

هناك تباين واضح بين نسبة الإجابات بـ "نعم" والإجابات بـ "لا" أي أن الطالبات ترين أن ما يث عبر الإعلام المسموع يدفع إلى البحث وراء اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية و نرجع ذلك بالضرورة إلى تحييد الاستماع للبرامج الإذاعية من طرف الفئة النسوية، وأنه في حال أولى الإعلام المسموع الاهتمام اللازم لمثل هذه القضايا فإنه سيلقى نتيجة بسعي معظم النساء وراء البحث أكثر عن معلومات تتعلق بالجانب الصحي الرياضي من وجهة نظر الطالبات كما أن كثيرا ما تقوم الإذاعات بجملات تحسيسية حول الجانب الصحي و تخصص برامج بصفة دورية يستضاف فيها أطباء و مختصون لذا فإن إعطاء أهمية إلى الجانب الصحي هو بحد ذاته رسالة للمستمعين عن أهمية هذا الأخير.

السؤال رقم 11: هل استماعك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الاستماع لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة

الجدول رقم 15: يمثل فائدة بث برامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	20	80					
لا	05	20	3.84	9.00	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" بنسبة 80% الاستماع لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 20%

كما قمنا بتطبيق اختبار كا² فتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 80%

نفسر ذلك بأن استماع الوسط النسوي لبرامج و مواضيع تبرز مدى تأثير الرياضة على الجانب الصحي و قدرتها على الحد من أمراض خطيرة و عديدة التي قد تصيب المرأة، من شأنه أن يخلق وعي صحي بأهمية ممارسة الرياضة.

كما تجدر الإشارة أنه من خلال إجابات العينة أن الطالبات تحبذن إشباع معارفهن حول مواضيع الرياضة و فائدتها الصحية في الحد من خطورة الأمراض من خلال الاستماع إلى برامج إذاعية تلي هذه الاحتياجات

السؤال رقم 12: هل قيام الإعلام المسموع بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة ؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان للمواضيع التي يبيتها الإعلام المسموع حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن له دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارستها

الجدول رقم 16: يمثل أهمية المواضيع التي يبيتها الإعلام المسموع حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	07	28			0.05	1	دال إحصائيا
لا	18	72	3.84	4.84			
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" هي 28% في حين أشارت النتائج إلى أن 72% من أفراد العينة لا يوافقون أن بث الإعلام المسموع لبرامج ومواضيع تبرز العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن قادر على تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارسة نشاط بدني ما .

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا الجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 72%

يمكن أن نفسر إجابات العينة بأن السبب وراء عدم قدرة مثل هذه المواضيع المبثثة على تحفيز المرأة لممارسة نشاط بدني و الاستمرار به هو أن نادرا ما تتطرق وسائل الإعلام المسموع لمواضيع خاصة بالرياضة النسوية من جهة و لمواضيع تحمل مثل هذه التفاصيل الخاصة بالجانب الصحي الرياضي من جهة أخرى.

السؤال رقم 13: هل معرفتك لأهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا و يدفعك لممارستها؟

الغرض منه: معرفة آراء الوسط النسوي ما إذا كان تناول الإعلام المسموع لمواضيع التحكم في الوزن يكسبهن وعيا صحيا

الجدول رقم 17: يمثل أهمية تناول الإعلام المسموع لمواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	20	80	3.84	9.00	0.05	1	دال إحصائيا
لا	05	20					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" هي 80% في حين أشارت النتائج إلى أن 20% فقط من أفراد العينة لا يوافقون أن نشر الإعلام المكتوب لمواضيع أهمية الرياضة في التحكم في الوزن لا يكسبهن وعيا صحيا رياضيا .

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 80%.

نفسر إجابات العينة بأن الطالبات تعتقدن بأن في حال وجود برامج ومواضيع عن أهمية الرياضة في التحكم في الوزن من طرف الإعلام المسموع فإن ذلك سيساهم في إكساب المرأة وعيا صحيا رياضيا بسبب نقص مواضيع الخاصة بالرياضة النسوية ومواضيع تتحدث هكذا إسهاب حول فوائد الرياضة الصحية أو ثقافة التحكم في الوزن

بالإضافة إلى أن عملية نشر الوعي الصحي تتطلب تكثيف تناول مواضيع الرياضة الصحية و الإعلام المسموع يعتبر قادرا على مثل هذه الأعمال و قادرا في نفس الوقت على إيصال رسائله للفئة النسوية باعتبار أن الإذاعة موجودة في كل البيوت تقريبا و لسهولة متابعتها فطبيعة الوسيلة تفرض نفسها على المستمع حتى وهو منشغل بأعمال أخرى. كذلك الاستماع إلى برامج تستضيف أطباء و مختصين في المجال الرياضي حيث يكون بوسعهم شرح أمور علمية عن تأثير الرياضة على صحة المرأة وتبسيط هذه التفاصيل لتسهيل استيعابها و فتح مجال لطرح أسئلة و الاستفسار حول الموضوع، كل هذا قادر على إكساب المرأة وعي صحي و دفعها نحو ممارسة الرياضة من وجهة نظر الطالبات.

السؤال رقم 14: هل وجود مواضيع رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية

الجدول رقم 18: يمثل أهمية المواضيع التي تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة

الإجابات	التكرار	النسبة %
نعم	25	100
لا	00	00
المجموع	25	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات العينة جاءت بنسبة 100% لصالح الإجابة بـ "نعم" أي أن جميع الطالبات ترين هل وجود مواضيع رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية.

و يمكن تفسير السبب وراء إجماع الطالبات أنه إذ وجدت فعلا برامج ومواضيع رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، فإن ذلك من شأنه أن يساهم في إقناع الوسط النسوي بفائدتها الصحية و ذلك نظرا إلى أن الإذاعة بوسعها إيصال مثل هذه الرسائل و نشر هذه الأفكار في مجتمعنا بإيجاد مثل هذا النوع من البرامج والأهم من ذلك أن التحدث عن مشكلة صحية مثل الأرق يعني الحديث عن الجانب النفسي الأمر الذي يستلزم إحضار أطباء نفسيين و مختصين لتبسيط الفكرة للمستمعات و تقديم كافة المعلومات التي تحتاجها المرأة و التي لها علاقة بتطوير وعيها في المجال الصحي الرياضي بصفة عامة.

السؤال رقم 15: هل وجود برامج إذاعية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان لوجود برامج و مواضيع إذاعية خاصة بالرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي

الجدول رقم 19: يمثل أهمية وجود برامج ومواضيع إذاعية خاصة بالرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	23	92					
لا	02	08	3.84	17.64	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" بأن وجود برامج إذاعية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي بنسبة 92% أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 8%

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار: نعم بـ 92%

نفسر ذلك بأن وجود برامج إذاعية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية قد يؤدي دورا فعالا لنشر الوعي الصحي الرياضي من وجهة نظر الطالبات و من شأنه أن يخلق مستوى معين من الدراية بتأثير الرياضة على الجانب الصحي و ارتباطها الوثيق به

كما تجدر الإشارة و من خلال إجابات العينة بأن الطالبات ترين أن في تخصيص برامج إذاعية تهتم بمواضيع الرياضة الصحية النسوية فضاء تستطيع بفضلها إشباع معارفهم و معلوماهم و إيجاد إجابات للعديد من النقاط حول الجانب الصحي الرياضي

السؤال رقم 16: هل ترين أن الإعلام الرياضي المسموع قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الإعلام الرياضي المسموع قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي
الجدول رقم 20: يمثل دور الإعلام الرياضي المسموع في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	23	92					
لا	02	08	3.84	17.64	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي أجبن بـ "نعم" قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي بنسبة 92% أما الطالبات اللاتي رأين عكس ذلك فكانت نسبتهم 8% و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار: نعم بـ 92%.

معظم الطالبات أجبن بـ "نعم" و يمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء الطالبات ترين في الإعلام الرياضي المسموع وسيلة تستطعن الاعتماد عليها لتلقي معلومات تخص الجانب الصحي و أن بإمكانه الإجابة عن جميع ما تحتجن إليه من معلومات لإثراء معارفهم في المجال الرياضي و كيفية تأثير الرياضة على صحتهن الجسدية سواء من ناحية الأمراض مثل السكري أو من ناحية التحكم في الوزن، بالإضافة المعلومات التي تفسر علاقة الرياضة بالصحة النفسية التقليل من الأرق على سبيل المثال.

1-3- تحليل و مناقشة نتائج المحور الثالث:

السؤال رقم 17: هل مشاهدتك لبرامج رياضية يحفزك على ممارسة الرياضة ؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كانت البرامج التي يعرضها الإعلام الرياضي المرئي لها دور في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة

الجدول رقم 21: يمثل أهمية البرامج التي يعرضها الإعلام الرياضي المرئي في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	15	60	3.84	1.00	0.05	1	غير دل إحصائيا
لا	10	40					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي ترين أن مشاهدة برامج رياضية تحفز المرأة على ممارسة الرياضة وأجبن بـ "نعم" بنسبة 60% أما الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك فكانت نسبتهم 40% و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أقل من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية نفس عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية و تقارب بين نسبة الإجابات بـ "نعم" والإجابات بـ "لا" بأن الإعلام المرئي يؤثر بدرجة معينة على الفئة النسوية لتحفيزهن على ممارسة الرياضة لكن تقارب الإجابات بين "نعم" و "لا" يؤدي بنا إلى القول أن هذا التأثير قد يكون غير كاف و قد يكون السبب هو الافتقار لبرامج تلفزيونية تختص بمواضيع الرياضة الموجهة للوسط النسوي.

السؤال رقم 18: هل يشجعك الإعلام المرئي على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان الإعلام الرياضي المرئي يشجع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الجدول رقم 22: يمثل أهمية الإعلام الرياضي المرئي في تشجيع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	11	44	3.84	0.36	0.05	1	غير دل إحصائيا
لا	14	56					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي ترين أن الإعلام الرياضي المرئي يشجع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية، أجبن بـ "نعم" بنسبة 44% أما الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك فكانت نسبتهم 56%

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أقل من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية

نفسر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية و تقارب بين نسبة الإجابات بـ "نعم" و الإجابات بـ "لا" بأن الإعلام المرئي نادرا ما يعمل على تشجيع المرأة نحو البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية و هذا نظرا لغياب برامج تبرز وجود ما يسمى بالرياضة الصحية و الفائدة العظيمة التي تعود على المرأة إذا ما مارست نشاط بدني بصفة منتظمة.

السؤال رقم 19: هل متابعتك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كانت متابعة برامج تلفزيونية توعوية للحد من أمراض خطيرة يدفع المرأة نحو ممارستها

الجدول رقم 23: يمثل فائدة وجود برامج تلفزيونية توعوية للحد من أمراض خطيرة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	11	44	3.84	3.24	0.05	1	غير دال إحصائياً
لا	14	56					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي ترين أن متابعة برامج تلفزيونية توعوية للحد من أمراض خطيرة يدفع المرأة نحو ممارستها وأجبن بـ "نعم" بنسبة 44% أما الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك فكانت نسبتهم 56%

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، وذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أقل من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية

نفسر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية و تقارب بين نسبة الإجابات بـ "نعم" و الإجابات بـ "لا" بأن مشاهدة الوسط النسوي لبرامج أو حصص تبرز مدى تأثير الرياضة على الجانب الصحي و قدرتها على الحد من أمراض خطيرة و عديدة تصيب المرأة، قد يدفعها نحو ممارسة الرياضة، لكن مثل هذا النوع من البرامج يفتقر الإعلام المرئي له و غياب هذا الاهتمام هو ما جعل إجابات العينة تتوجه بدرجة أكبر إلى القول بأن الإعلام الرياضي لا يدفع نحو ممارسة المرأة للرياضة.

السؤال رقم 20: هل قيام الإعلام المرئي بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان إظهار الإعلام المرئي للعلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن له دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارستها

الجدول رقم 24: يمثل أهمية إظهار الإعلام المرئي للعلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	16	64			0.05	1	غير دال إحصائياً
لا	09	36	3.84	1.96			
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي ترين أن إظهار الإعلام المرئي للعلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن له دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارستها وأجبن بـ "نعم" بنسبة 64% أما الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك فكانت نسبتهم 36%

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أقل من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية.

إجابات العينة جاءت متقاربة بين من أجبن أن قيام الإعلام المرئي بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن يحفز المرأة على ممارستها بصفة منتظمة و بين من أجبن بعكس ذلك و تفسير ذلك أن في الحقيقة الوسط النسوي يشجع و يجذب وجود برامج رياضية تقدم لهن معلومات و معارف الت تلي احتياجاتهن و ترفع من مستوى أفكارهن حول الرياضة والجانب الصحي.

السؤال رقم 21: هل معرفتك لأهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا و يدفعك لممارستها؟
الغرض منه: معرفة ما إذا كانت مشاهدة برامج ومواضيع التحكم في الوزن يكسب وعيا صحيا و يزيد من دافعية المرأة نحو ممارستها

الجدول رقم 25: يمثل أهمية عرض برامج ومواضيع التحكم في الوزن في إكساب المرأة وعيا صحيا

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	11	44	3.84	0.36	0.05	1	غير دال إحصائيا
لا	14	56					
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الطالبات اللاتي ترين أن معرفة أهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسب المرأة وعيا صحيا و يدفعها لممارستها وأجبن بـ "نعم" بنسبة 44% أما الطالبات اللاتي ترين عكس ذلك فكانت نسبتهم 56%.

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كان أقل من قيمة كا² المجدولة عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي لا توجد دلالة إحصائية.

الإجابات بـ "نعم" و الإجابات بـ "لا" جاءت نسبها جد متقاربة و تميل أكثر للإجابة بـ "لا" حيث تعتقد الطالبات بأن معرفة أهمية الرياضة في التحكم في الوزن لا يمكن أن يكسب المرأة بالضرورة وعيا صحيا و يدفعها لممارستها و الأغلب أن السبب في ذلك هو غياب الاهتمام بالرياضة النسوية ومواضيع تتحدث عن فوائد الرياضة الصحية أو ثقافة التحكم في الوزن من طرف الإعلام المرئي من جهة، ومن جهة أخرى يمكن إرجاع ذلك إلى أن العينة المبحوثة هي من مجتمع الطالبات و اللاتي معظمهن مقيمات و بالتالي ليس في وسعهن متابعة ما يقدمه الإعلام المرئي دائما بسبب عدم توفر الوسيلة في الإقامات و لانشغالهن بالدراسة، أما بالنسبة للاتي أجبن بـ "نعم" فإنهن يجذبن مشاهدة هذا النوع من البرامج و تناول مواضيع الرياضة الصحية على شاشة التلفزيون فمن وجهة نظرهن أن الإعلام المرئي يتيح مزايا أكثر تمكنت من استيعاب مثل هذه المواضيع مثلا بمشاهدة أطباء و مختصين في المجال الرياضي حيث يكون بوسعهم شرح أمور علمية عن تأثير الرياضة على صحة المرأة و تبسيط هذه التفاصيل لتسهيل استيعابها و فتح مجال لطرح أسئلة و الاستفسار حول الموضوع، كل هذا قادر على إكساب المرأة وعي صحي و دفعها نحو ممارسة الرياضة من وجهة نظر الطالبات.

السؤال رقم 22: هل وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية؟

الغرض منه: معرفة ما إذا كان وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يقنع المرأة بفائدتها الصحية

الجدول رقم 26: يمثل أهمية وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ² كاي تربيع		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	18	82					
لا	07	28	3.84	4.84	0.05	1	دال إحصائيا
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجرين بـ "نعم" هي 82% في حين أشارت النتائج إلى أن 28% فقط من أفراد العينة لا يوافقون أن وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يقنع المرأة بفائدتها الصحية

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 82%.

نفسر أن أغلب الطالبات نحو الإجابة بـ "نعم" بنسبة 82% أن وجود برامج ومواضيع رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، فإن ذلك من شأنه أن يساهم في إقناع الوسط النسوي بفائدتها الصحية و ذلك نظرا إلى أن الإعلام المرئي و بفضل ما يتميز به أي وجود الصورة و الصوت بوسعه إيصال مثل هذه الرسائل و نشر هذه الأفكار في مجتمعنا بإيجاد مثل هذا النوع من البرامج والأهم من ذلك أن التحدث عن مشكلة صحية مثل الأرق يعني الحديث عن الجانب النفسي الأمر الذي يستلزم إحضار أطباء نفسيين و مختصين لتبسيط الفكرة للمشاهدين و لما لا إظهار حالات من الواقع ينطبق عليها الأمر و تقديم كافة المعلومات التي تحتاجها المرأة و التي لها علاقة بتطوير و عيها في المجال الصحي الرياضي بصفة عامة.

السؤال رقم 23: هل وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

الغرض منه: قصد معرفة إن كان لوجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي

الجدول رقم 27: يمثل أهمية وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية في نشر الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
		المجدولة	المحسوبة			
نعم	18	3.84	4.84	0.05	1	دال إحصائيا
لا	07					
المجموع	25					
	72					
	28					
	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجبن بنعم هي 72% في حين أشارت النتائج إلى أن 28% من أفراد العينة لا يوافقون أن هل وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

و بعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا² المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و

بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم بـ 72%

نفسر ذلك بأن الطالبات يشجعن خلق برامج مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية و مناقشة هذه القضايا في فضاء الإعلام المرئي لأن ذلك قد يؤدي دورا فعلا لنشر الوعي الصحي الرياضي من وجهة نظر الطالبات و من شأنه أن يتيح التعرف على جديد الرياضة وارتباطها الوثيق بالجانب الصحي أي يجيب على الكثير من النقاط المبهمة أو لم تكن معروفة أصلا لدى المرأة.

السؤال رقم 24: هل ترين أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي الغرض منه: معرفة رأي الطالبات حول قدرة الإعلام الرياضي المرئي على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي

الجدول رقم 28: يمثل دور الإعلام الرياضي المرئي في غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي

الإجابات	التكرار	النسبة %	كا ²		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاستنتاجات الإحصائية
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	18	72			0.05	1	دال إحصائيا
لا	07	28	3.84	4.84			
المجموع	25	100					

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إجابات العينة و مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن نسبة الطالبات اللاتي أجرين بـ "نعم" هي 72% في حين أشارت النتائج إلى أن 28% من أفراد العينة أجابوا بـ "لا" و بالتالي فمعظمهم يوافقون أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي

وبعد تطبيق اختبار كا² تبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابة بـ "نعم" والإجابة بـ "لا"، و ذلك بعد ملاحظتنا أن قيمة كا² المحسوبة كانت أكبر من قيمة كا المجدولة² عند مستوى الدلالة 0.05 و بدرجة حرية قيمتها 1، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرار : نعم ب 72% جاءت معظم الإجابات بـ "نعم" وتفسير ذلك بأن هؤلاء الطالبات ترين في الإعلام الرياضي المرئي وسيلة تستطعن الاعتماد عليها لتلقي معلومات تخص الجانب الصحي و أن بإمكانه الإجابة عن جميع ما تحتجن إليه من معلومات لإثراء معارفهم في المجال الرياضي و كيفية تأثير الرياضة على صحتهن الجسدية سواء من ناحية الأمراض مثل السكري أو من ناحية التحكم في الوزن، بالإضافة المعلومات التي تفسر علاقة الرياضة بالصحة النفسية التقليل من الأرق على سبيل المثال.

2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء فرضيات الدراسة:

سيتم مناقشة أبرز النتائج المتوصل إليها في دراستنا هذه على ضوء الفرضيات، والتي كانت تهدف إلى معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، حيث أن جاءت الفرضيات كالاتي:
 2-1- الفرضية الأولى: نصت على أن "لإعلام الرياضي المكتوب دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي"، و بعد عرض إجابات الباحثين عن أسئلة المحور الأول و المتعلقة بـ "دور الإعلام المكتوب في نشر الوعي الصحي الرياضي"، أسفرت النتائج عن ما يلي:

ü المواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب غير قادرة على تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة.

ü الإعلام المكتوب لايشجع المرأة على اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية.

ü بينت النتائج أن جل المبحوثات ترين أن نشر مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفع المرأة نحو ممارستها.

ü قيام الإعلام المكتوب بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، لا يحفز المرأة على ممارستها بصفة منتظمة.

ü تناول الإعلام المكتوب لمواضيع حول أهمية الرياضة في التحكم في الوزن لايكسب الوسط النسوي وعيا صحيا.

ü وجود مواضيع رياضية مكتوبة تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، لايجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية.

ü أغلبية المبحوثين أقروا بأن وجود مساحات مخصصة في الجرائد أو المجلات لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي.

ü أسفرت النتائج أن هناك تقارب بين من ترين أن الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي و من ترين عكس ذلك

Ø لقد كشفت هذه الفرضية بشكل بارز إجابات المبحوثات عن تساؤلات هذا المحور المتعلقة بـ " دور الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي"، والتي تمّ تحليل وتفسير عباراتها من خلال تعليقنا على جداول هذا المحور ابتداء من الجدول رقم(05) إلى الجدول رقم (12)، ومن خلال نتائج الأسئلة:1، 2، 4، 5، 6، تبين بشكل واضح بأن هذه الفرضية لم تتحقق، أي أن الإعلام الرياضي المكتوب لا يلعب دورا مهما في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي، رغم وجود الاستثناءات التي دلت عليها نتائج الأسئلة:8،7،3. وهذا يعود لغياب المواضيع التي تختص بالرياضة المرأة على العموم و الرياضة الصحية المتعلقة بالوسط النسوي على وجه الخصوص، كما أن تناول مواضيع تتحدث عن الرياضة الصحية تتطلب الخوض في جوانب علمية قد يصعب فهمها أو إيصالها بشكل جيد للقراء و أحيانا يتطلب الأمر أطباء أو اختصاصيين في الرياضة للحديث عنها. فهكذا تفاصيل علمية لا يمكن استيعابها و

الاقتناع بها. بمجرد قراءة مواضيع مكتوبة خاصة إذا تعلق الأمر بالجانب النفسي و مناقشة أحد المشاكل النفسية.

2-2-الفرضية الثانية: نصت على أن " للإعلام الرياضي المسموع دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي " ، و بعد عرض إجابات الباحثين عن أسئلة المحور الثاني و المتعلقة بـ " دور الإعلام المسموع في نشر الوعي الصحي الرياضي "، أسفرت النتائج عن ما يلي:

ü جاءت النتائج بأن كل المبحوثات أجن بأن الاستماع لبرامج رياضية في الإذاعة يحفز المرأة على ممارسة الرياضة.

ü أغلب المبحوثات ترين الإعلام المسموع يشجع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية.

ü أوضحت النتائج بأن معظم المبحوثات ترين أن الاستماع لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة.

ü معظم المبحوثات ترين أن المواضيع التي يثبها الإعلام المسموع حول العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن ليس له دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارسة النشاط البدني بصفة منتظمة.

ü أوضحت النتائج أن أغلبية المبحوثات ترين أن تناول الإعلام المسموع لمواضيع التحكم في الوزن يكسبهن وعيا صحيا.

ü جميع المبحوثات دون استثناء ترين أن تناول الإعلام المسموع لمواضيع تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعل المرأة تقتنع بفائدتها الصحية.

ü من النتائج المتوصل إليها أن معظم الإجابات تصب في أن وجود برامج إذاعية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي.

ü الأغلبية الساحقة من المبحوثات تعتقدن أن الإعلام الرياضي المسموع قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي

لقد أوضحت هذه الفرضية بشكل بارز إجابات المبحوثات عن تساؤلات هذا المحور المتعلقة بـ " الإعلام المسموع في نشر الوعي الصحي الرياضي "، صدق هذه الفرضية والتي كُنّا قد تعرضنا إلى تحليلها وتفسيرها عند تعالينا على جداول هذا المحور ابتداء من الجدول رقم(13) إلى الجدول رقم (21)، ومن خلال نتائج الأسئلة العبارات:10، 11، 12، 14، 15، 16، 17، يتضح بأن هذه الفرضية قد تحققت، أي أن للإعلام الرياضي المسموع دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، رغم وجود النقائص التي دلت عليها عن السؤال:04. و هذا يعود لتحديد الاستماع للبرامج الإذاعية من طرف الفئة النسوية كما أن الإذاعة موجودة في كل البيوت تقريبا و يسهل تتبعها نظرا لطبيعة

الوسيلة التي تفرض نفسها على المستمع حتى وهو منشغل بأعمال أخرى. كذلك الاستماع إلى برامج تستضيف أطباء و مختصين في المجال الرياضي حيث يكون بوسعهم شرح أمور علمية عن تأثير الرياضة على صحة المرأة وتبسيط هذه التفاصيل لتسهيل استيعابها و فتح مجال لطرح أسئلة و الاستفسار حول الموضوع

2-3- الفرضية الثالثة: نصت على أن " للإعلام الرياضي المرئي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي" ، و بعد عرض إجابات المبحوثات عن أسئلة المحور الثاني و المتعلقة بـ " دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي الرياضي" ، أسفرت النتائج عن ما يلي:

ü أشارت النتائج إلى تقارب الإجابات بين من المبحوثات اللاتي ترين أن للمواضيع التي يعرضها الإعلام الرياضي المرئي دور في تحفيز المرأة على ممارسة الرياضة و بين من ترين غير ذلك

ü وجود تقارب إلى حد بعيد بين أجبين بأن كان الإعلام الرياضي المرئي يشجع المرأة على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية و بين من قلن غير ذلك.

ü وجود تقارب كبير بين نسب المبحوثات اللاتي ترين أن متابعة البرامج الرياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة و المبحوثات اللاتي ترين غير ذلك.

ü من بين النتائج المتوصل إليها وجود تقارب بين الإجابات فيما يخص بأن لاطهار الإعلام المرئي للعلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن دور في تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارستها بصفة منتظمة.

ü تقارب إلى حد بعيد بين من أجبين بأن مشاهدة برامج ومواضيع التحكم في الوزن يكسب وعيا صحيا و يزيد من دافعية المرأة نحو ممارسة الرياضة.

ü أشارت النتائج إلى أن معظم المبحوثات ترين أن وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يقنع المرأة بفائدتها الصحية.

ü معظم المبحوثات يعتقدن أن وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي.

ü أغلبية المبحوثات ترين أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي.

Ø لقد أوضحت هذه الفرضية بشكل بارز إجابات المبحوثات عن تساؤلات هذا المحور المتعلقة بـ " الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي الرياضي" ، والتي كُنّا قد تعرضنا إلى تحليلها وتفسيرها عند تعاليننا على جداول هذا المحور ابتداء من الجدول رقم (23) إلى الجدول رقم (31)، ومن خلال الإجابات عن الأسئلة: 17، 20، 22، 23، 24، يتضح بأن هذه الفرضية قد تحققت، رغم وجود بعض النقائص في الإجابات عن السؤال رقم: 18، 19، 21. و هذا يعود إلى التأثير قد يكون غير كاف و قد يكون

السبب هو الافتقار لبرامج تلفزيونية تختص بمواضيع الرياضة الموجهة للوسط النسوي هذا النوع من البرامج يفتقر الإعلام المرئي له و غياب هذا الاهتمام هو ما يؤدي بنا إلى القول بأن للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الوعي الصحي لكن بدرجة غير كافية، في غياب برامج تختص بالإجابة عن جميع ما تحتاج إليه المرأة من معلومات لإثراء معارفها في المجال الرياضي و كيفية تأثير الرياضة على صحتها.



الفصل الخامس



استنتاجات
واقترحات

1- استنتاجات عامة :

- بعد عرض و تحليل النتائج المتحصل عليها و الخاصة دراستنا هذه الموسومة بـ " دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي " تبين لنا أن للإعلام الرياضي دور هام في نشر الوعي الصحي، حيث تعتبر الرياضة مطلب الكثير من البلدان حتى تحافظ على صحة مواطنيها من جميع النواحي النفسية الاجتماعية والجسدية وللوصول إلى ذلك وجب استخدام كل الوسائل المتاحة لنشر الوعي الصحي والرياضة المرتبطة بالصحة، خاصة وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها، و خلصت نتائج الدراسة إلى:
- Ø أن الفرضية العامة محققة أي أن للإعلام الرياضي دور هام و إيجابي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي إذا ما أولت كل من وسائل الإعلام المكتوب و المسموع و كذا المرئي الاهتمام اللازم بمواضيع الرياضة النسوية و ربطها بالجانب الصحي.
 - Ø المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب لا تحفز المرأة على ممارسة الرياضة كما أنها لا تشجعها على البحث لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية .
 - Ø الإعلام المكتوب يعمل على دفع المرأة نحو ممارسة الرياضة وقادر على قلب الموازين في حال ركز على نشر مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، أمراض القلب... الخ.
 - Ø تجبذ التعرض للبرامج الإذاعية و الاستماع لها من طرف الوسط النسوي، أكثر من غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى، فهن نرين في الإذاعة وسيلة قادرة على إشباع حاجتهن لإثراء معارفهن الخاصة بمجال الرياضة الصحية.
 - Ø تسجيل نقص على مستوى وسائل الإعلام المسموع من حيث التطرق لمواضيع خاصة بالرياضة النسوية من جهة و لمواضيع تحمل تفاصيل خاصة بالجانب الصحي الرياضي من جهة أخرى.
 - Ø بث برامج و حصص إذاعية تختص بالرياضة النسوية أو الرياضة الصحية يعمل على اقناع المرأة بفائدة الرياضة على صحتها الجسدية و كذا النفسية.
 - Ø الافتقار لبرامج تلفزيونية تختص بمواضيع الرياضة الصحية الموجهة للوسط النسوي جعل تأثير الإعلام المرئي غير كاف لإقناع المرأة بأهمية الرياضة الصحية ولا لسعيها للبحث عن معلومات عن هذا المجال.
 - Ø يساهم الإعلام المرئي بشكل فعال في إقناع الوسط النسوي بالرياضة الصحية و ذلك نظرا إلى أن الإعلام المرئي و بفضل ما يتميز به أي وجود الصورة و الصوت بوسعه إيصال مثل هذه الرسائل و نشر هذه الأفكار في مجتمعنا.
 - Ø الإعلام الرياضي قادر على نشر الوعي الصحي و ترسيخه لدى الوسط النسوي بمختلف أشكاله سواء المكتوب أو المسموع أو المرئي فقط إذا أولى الاهتمام اللازم بمواضيع الرياضة الصحية و التشعب في لشتى مجالاتها النفسية الجسمية و الجمالية، باعتبارها الجوانب التي تهتم بها المرأة.

2- اقتراحات و توصيات:

- Ø أخذ بعين الاعتبار أهمية تخصيص مساحات و برامج رياضية تخدم المرأة على العموم و تولي اهتمام بالرياضة المرتبطة بالصحة على وجه الخصوص من طرف مختلف وسائل الإعلام الرياضي.
- Ø على الإعلام الرياضي المكتوب و المسموع و المرئي أن يحمل موضوع نشر الوعي الصحي الرياضي داخل الوسط النسوي محل الجد.
- Ø القيام بعملية بسير آراء للوسط النسوي لمعرفة الاحتياجات و النقاط المهمة و التي تهتم المرأة بإثرائها.
- Ø القيام بدراسات حول كيفية تلبية هذه الاحتياجات لإيصال الوسط النسوي إلى المستوى المطلوب من الوعي بأهمية الرياضة الصحية و ضرورة إدراجها كعادة من العادات اليومية في حياتنا.
- Ø التطرق إلى مواضيع و برامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، لأن ذلك من شأنه أن يدفع المرأة نحو ممارسة الرياضة.
- Ø تكثيف البرامج و الحصص التي تبرز العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن من أجل تحفيز المرأة على الاستمرار في ممارسة النشاط البدني بصفة منتظمة.
- Ø ضرورة التطرق إلى لمواضيع تفسر إمكانية التخلص من العديد من المشاكل النفسية كالأرق و الضغوط الاجتماعية بفضل ممارسة الرياضة من شأنه أن ينشر و يرسخ الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي
- Ø التركيز على الإعلام المسموع و المرئي فمن خلال ما أظهرته النتائج الوسط النسوي يميل أكثر للتعرض للإذاعة من بعدها التلفزيون.
- Ø تخصيص برامج رياضية تبث من طرف إعلاميات في المجال الرياضي قد يجذب مستمعات أكثر نحو التعبير عن انشغالهن و احتياجاتهن و التحدث عنها بكل حرية.

3- آفاق مستقبلية:

يعتبر الإعلام الرياضي حقلا خصبا للدراسات الإعلامية، خاصة في المجال الرياضي، وبالتالي يبقى الباب مفتوحا لكل الباحثين في هذا المجال من خلال:

إعداد بحوث مشابهة تخص دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي بصفة عامة و طالبات معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية على وجه الخصوص، تخص جميع وسائل الإعلام المقروءة و المسموعة و المرئية، والوصول إلى نتائج موضوعية، يمكن مقارنتها بهذه الدراسة، لمعرفة مدى الأخذ بالتوصيات التي اقترحتها الباحثة.

Ø المصادر

أ-القرآن الكريم.

ب-الحديث الشريف.

□ المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم إقبال مخلوف، العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية، اتجاهات نظرية در المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1991.
2. أبو العلاء احمد عبد الفتاح ، كمال عبد الحميد إسماعيل، الثقافة الصحية للرياضيين ، القاهرة ، دار الفكر العربي، 2001.
3. إمام إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، دار الفكر العربي، القاهرة ،مصر، 1975.
4. أمين أنور الخولي، الرياضة و المجتمع، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، 1996.
5. إياد عبد الكريم الغزاوي وآخرون، علم الاجتماع التربوي الرياضي، ط1، الدار العلمية للنشر، عمان، 2002.
6. بهاء الدين سلامة الصحة والتربية الصحية، دار الفكر العربي، 1997.
7. بهاء الدين سلامة، الجوانب الصحية في التربية الرياضية، القاهرة، دار الفكر العرب، 2006.
8. تركي محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، 1984.
9. جواد عبد الستار، فن كتابة الإخبار "عرض شامل للقوالب الصحفية- أساليب التحرير الحديث-، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،ط1، عمان ، الأردن، 2001.
10. حسن علاوي، أسامة كامل راتب، البحث العلمي في التربية الرياضية وعلم النفس، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999، نشر 2006.
11. حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004.
12. حضور أديب، الإعلام الرياضي "دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون"، المكتبة الإعلامية، دمشق، سوريا، 1994.
13. خير الدين علي عويس و عصام الهلالي ، الاجتماع الرياضي، دار الفكر العربي، 1997.
14. خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998.
15. دنيس ماكويل، الإعلام وتأثيراته-دراسات في بناء النظرية الإعلامية،(ترجمة) عثمان العربي، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.

16. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة و النشر، 2007.
17. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
18. زهير حدادن، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1998.
19. سامي ملحهم، مناهج البحث في التربية و علم النفس، ط1، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2000.
20. صالح خليل أبو أصبع، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط1، دار آرام للنشر و الدراسات و التوزيع، القاهرة، 1998.
21. عبد الرحمن العيسوي، علم نفس النمو، ب ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995.
22. العبد عاطف علي، العبد نهي عاطف: نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008.
23. العبد عاطف علي، العبد نهي عاطف: نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008.
24. عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه و أساليبه، ط 6، دار الفكر للنشر، الأردن، عمان، 2001.
25. علاء الدين محمد عليوة ، الصحة الرياضية ، الإسكندرية ، دار الوفاء ، 2006.
26. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية، ط 2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 2001.
27. عواطف عبد الرحمن وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ، مصر، 1983.
28. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ط1، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2010 .
29. كمال عبد المجيد زيتون، منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ، مركز الكتاب للنشر، 2004.
30. محمد أزهر السماك و آخرون، الأصول في البحث العلمي، ط1، دار الحكمة للطباعة و النشر، 1988.
31. محمد الحماحي وأحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006.

32. محمد عبد الرحمن الحضيف، تأثير وسائل الإعلام - دراسة في النظريات و الأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.
33. محمد فهمي، الصورة و الصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة(د.س.ن).
34. محمود علم الدين ، ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، دار الحكيم للطباعة، القاهرة، مصر،2000.
35. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،مصر، 2004.
36. مصطفى صلاح الفوال، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية،ط2،مكتبة غريب، القاهرة،1982.
37. مكاوي حسن عماد والسيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008.
38. مكاوي حسن عماد والسيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2008.
39. ميرفت الطباشيري، عبد العزيز السعيد، نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة ، القاهرة ، مصر،2006.
40. ناصر ثابت، أضواء على الدراسة الميدانية، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 1984.
41. نصر حسني محمد عبد والرحمان سناء، الفن الصحفي في عصر المعلومات" تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية"، دار الكتاب الجامعي، مصر، 2005 .
42. وجيه محمود جاسم، طرق البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1995.
43. ويليام ريفرز وآخرون، الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر ، ترجمة: احمد طلعت البشيشي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2005.
44. ياسين فضل ياسين : الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع،2011.
- Ø الأطروحات و الرسائل العلمية:
45. حميش يوسف، دور الإعلام الرياضي التلفزيوني في تحقيق الإشباع الإعلامية، مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال الرياضي، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة المسيلة، 2016.
46. الرازحي محمد الوارث، دور كتب العلوم بمرحلة التعليم الأساسي في تنمية الوعي الصحي للطلبة، دراسات في المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، جامعة عين شمس العدد 78، جوان، 2002

47. العربي بختي، مداخلة بعنوان " ممارسة الأنشطة البدنية و الرياضية في التشريع الإسلامي " في الملتقى الدولي الثاني حول الإدارة الرياضية في ظل اقتصاد السوق، 16_17 أفريل 2012.
48. كريس عبد النور، معاناة المرأة عند ممارستها للنشاط البدني و الرياضي، سيدي عبد الله الجزائري، 2005.
- Ø المؤتمرات والندوات:
49. الزيد خالد، دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية ، المؤتمر العالمي الدولي الثاني في البحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية في العالم الإسلامي، جامعة زياد، الإمارات، 25-27 فيفري 2013.
- Ø الدوريات و المجلات:
50. عز الدين محمد، الرياضة النسوية هذه العقدة، مجلة الوحدة، العدد 249، 1991.
- Ø المعاجم و القواميس:
51. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، دار مدني للطباعة والنشر، الجزائر، 2003
52. القاموس المجاني للطلاب، عربي-عربي، منشورات دار المجاني، ط1، بيروت، لبنان، 1995
53. المنجد الأبجدي
54. المنجد في اللغة والإعلام

قائمة المحكمين			
الجامعة	الرتبة	الإسم واللقب	العدد
محمد بوضياف المسيلة	أستاذ محاضر "أ"	د/ جلال صلاح الدين	01
محمد بوضياف المسيلة	أستاذ مساعد	أ/ خضار	02
محمد بوضياف المسيلة	أستاذ محاضر "أ"	د/ بوصلاح النذير	03
محمد بوضياف المسيلة	أستاذ محاضر "أ"	د/ منجحي مخلوف	04

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم الإعلام والاتصال الرياضي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال الرياضي - تخصص سمعي بصري

استمارة استبيان موجهة لطالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في

الوسط النسوي

دراسة ميدانية على طالبات معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

إشراف:

د/ مرنيذ آمنة

إعداد الطالبة:

قعودي ياسمين إناس

بعد التحية والتقدير:

هذه الاستمارة تعد أداة بحث مهمة في دراستنا التي تدرج في إطار التحضير لشهادة الماستر تحت عنوان " دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي الوسط النسوي ". لذا نرجو منكم المساعدة بإجاباتكم الموضوعية والدقيقة عن الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة ، ونحيطكم علما أن المعلومات التي تدلين بها لن تستعمل إلا لغرض علمي بحث.

المطلوب منكم:

-القراءة المتأنية لكل سؤال

-ضع علامة (X) داخل الإطار الإجابة المناسبة أو أجب على الأسئلة المفتوحة

شكرا جزيلنا على تعاونك.

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1- السن: ...

2- المستوى الدراسي:

ليسانس ماستر

المحور الثاني: دور الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي :

1- هل اطلعك على المواضيع التي ينشرها الإعلام الرياضي المكتوب يحفزك على ممارسة الرياضة ؟

نعم لا

2- هل يشجعك الإعلام المكتوب على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية ؟

نعم لا

3- هل اطلعك على مواضيع رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها ؟

نعم لا

4- هل قيام الإعلام المكتوب بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة ؟

نعم لا

5- هل تعتقد أن تناول الإعلام المكتوب لمواضيع حول أهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا؟

نعم لا

6- هل وجود مواضيع رياضية مكتوبة تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية ؟

نعم لا

7- هل وجود مساحات في الجرائد أو المجلات مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية له دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

نعم لا

8- هل ترين أن الإعلام الرياضي المكتوب قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي؟

المحور الثالث: دور الإعلام الرياضي المسموع في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي :

9- هل استماعك لبرامج رياضية في الإذاعة يحفزك على ممارسة الرياضة؟

نعم لا

10- هل يشجعك الإعلام المسموع على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية؟

نعم لا

11 - هل استماعك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري، يدفعك نحو ممارستها؟

نعم لا

12 - هل قيام الإعلام المسموع بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن، يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة؟

نعم لا

13- هل معرفتك لأهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا و يدفعك لممارستها؟

نعم لا

14- هل وجود مواضيع رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك تفتنن بفائدتها الصحية؟

نعم لا

15- هل وجود برامج إذاعية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

نعم لا

16- هل ترين أن الإعلام الرياضي المسموع قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي؟

نعم لا

المحور الثالث: دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي

17- هل مشاهدتك لبرامج رياضية يحفزك على ممارسة الرياضة؟

نعم لا

18- هل يشجعك الإعلام المرئي على البحث من أجل اكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية؟

نعم لا

19 - هل متابعتك لبرامج رياضية توعوية حول أهمية الرياضة في الحد من أمراض خطيرة مثل السكري،

يدفعك نحو ممارستها؟

نعم لا

20 - هل قيام الإعلام المرئي بإظهار العلاقة العكسية الموجودة بين ممارسة الرياضة و مشاكل التقدم في السن،

يحفزك على ممارستها بصفة منتظمة؟

نعم لا

21 - هل معرفتك لأهمية الرياضة في التحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا و يدفعك لممارستها؟

نعم لا

22 - هل وجود برامج تلفزيونية رياضية تفسر إمكانية التخلص من الأرق بفضل ممارسة الرياضة، يجعلك

تقتنعين بفائدتها الصحية؟

نعم لا

23- هل وجود برامج تلفزيونية مخصصة لمواضيع الرياضة الصحية النسوية دور في نشر الوعي الصحي الرياضي؟

لا

نعم

24- هل تترين أن الإعلام الرياضي المرئي قادر على غرس و ترسيخ الوعي الصحي الرياضي؟

لا

نعم

ملخص الدراسة

عنوان الدراسة: " دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي"
هدف الدراسة: دراسة العلاقة بين طالبات معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية و وسائل الإعلام من خلال الوقوف على دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.
إشكالية الدراسة: هل للإعلام الرياضي دور في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي؟
فرضيات الدراسة.

● الفرضية العامة: للإعلام الرياضي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي
الفرضيات الجزئية :

- للإعلام الرياضي المكتوب دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي
- للإعلام الرياضي المسموع دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي
- للإعلام الرياضي المرئي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

منهج الدراسة: دراستنا هذه دراسة وصفية.
أدوات الدراسة: استخدم الباحث في هذه الدراسة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.
الاستنتاجات والاقتراحات:

من بين النتائج والاستنتاجات المتوصل إليها مايلي:

- Ø المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب لا تحفز المرأة على ممارسة الرياضة كما أنها لا تشجعها على البحث لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية .
- Ø تحييد التعرض للبرامج الإذاعية و الاستماع لها من طرف الوسط النسوي، أكثر من غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى، فهن نرين في الإذاعة وسيلة قادرة على إشباع حاجتهن لإثراء معارفهن الخاصة بمجال الرياضة الصحية نقائص من ناحية التغطية الإخبارية، خاصة من ناحية بث البطولات والمباريات والأحداث الرياضية.
- Ø الافتقار لبرامج تلفزيونية تختص بمواضيع الرياضة الصحية الموجهة للوسط النسوي جعل تأثير الإعلام المرئي غير كاف لإقناع المرأة بأهمية الرياضة الصحية ولا لسعيها للبحث عن معلومات عن هذا المجال.

و من أهم الإقتراحات:

- Ø أخذ بعين الاعتبار أهمية تخصيص مساحات و برامج رياضية تخدم المرأة على العموم و تولي اهتمام بالرياضة المرتبطة بالصحة على وجه الخصوص من طرف مختلف وسائل الإعلام الرياضي.
- Ø على الإعلام الرياضي المكتوب و المسموع و المرئي أن يحمل موضوع نشر الوعي الصحي الرياضي داخل الوسط النسوي محمل الجد
- Ø القيام بعملية سبر آراء للوسط النسوي لمعرفة الاحتياجات و النقاط المبهمة و التي تهتم المرأة بإثرائها.
- Ø القيام بدراسات حول كيفية تلبية هذه الاحتياجات لإيصال الوسط النسوي إلى المستوى المطلوب من الوعي بأهمية الرياضة الصحية و ضرورة إدراجها كعادة من العادات اليومية في حياتنا.

كشاف جامعة "محمد بوضياف" بالمسيلة لمذكرات ماستر ماستر للفترة [2017/2016] على شكل word

معهد: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

رقم التسلسل:

رقم التسجيل: 12/D10/087

الطالبة: قعودي ياسمين إناس

تاريخ المناقشة: 2017/05/18

عنوان الرسالة: دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي.

لغة الرسالة: اللغة العربية.

نوع الرسالة: ماستر.

البلد: الجمهورية الجزائرية - المسيلة.

الجامعة: جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

إشراف: الدكتورة مرنيز آمنة.

عدد الصفحات: 76 صفحة.

ملف إلكتروني (cd-Rom * word * PDF)

فرع : سمعي - بصري

التخصص : إعلام واتصال رياضي

الملخص:

بالعربية:

عنوان الدراسة: دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.

الهدف من الدراسة: دراسة العلاقة بين طالبات معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية و وسائل الإعلام من خلال

الوقوف على دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي.

مشكلة الدراسة: هل للإعلام الرياضي دور في نشر الوعي الصحي الرياضي في الوسط النسوي؟

فرضيات الدراسة

● الفرضية العامة: للإعلام الرياضي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

الفرضيات الجزئية:

● للإعلام الرياضي المكتوب دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

● للإعلام الرياضي المسموع دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

● للإعلام الرياضي المرئي دور هام في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي

منهج الدراسة: دراستنا هذه دراسة وصفية.

أدوات الدراسة: استخدم الباحث في هذه الدراسة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.

الكلمات المفتاحية:

بالفرنسية:

Mots clés : Les Médias sportifs, sensibilisation à la santé dans le sport, le milieu féminin.

بالإنجليزية:

Keywords: The sports medias, Awareness of health in sport, The female environment.

جاء هذا البحث في فصول.

الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تناولنا فيه الإعلام الرياضي، المرأة و الرياضة، الوعي الصحي

الرياضي.

وتناول الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة، احتوى على الكلمات الدالة المستخدمة في الدراسة، إشكالية الدراسة، أهداف وأهمية الدراسة، وأخيرا فرضيات الدراسة.

أما الفصل الثالث: الإجراءات الميدانية للدراسة، تضمنت الدراسة الاستطلاعية، المنهج المتبع، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، إجراءات التطبيق الميداني، الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة :

Ø المواضيع التي ينشرها الإعلام المكتوب لا تحفز المرأة على ممارسة الرياضة كما أنها لا تشجعها على البحث لاكتساب المعارف التي لها علاقة بالرياضة الصحية .

Ø تحييد التعرض للبرامج الإذاعية و الاستماع لها من طرف الوسط النسوي، أكثر من غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى، فهن نرين في الإذاعة وسيلة قادرة على إشباع حاجتهن لإثراء معارفهن الخاصة بمجال الرياضة الصحية نقائص من ناحية التغطية الإخبارية، خاصة من ناحية بثّ البطولات والمباريات والأحداث الرياضية.

Ø الافتقار لبرامج تلفزيونية تختص بمواضيع الرياضة الصحية الموجهة للوسط النسوي جعل تأثير الإعلام المرئي غير كاف لإقناع المرأة بأهمية الرياضة الصحية ولا لسعيها للبحث عن معلومات عن هذا المجال.

توصلت الباحثة لمقترحات عديدة أهمها :

أهم المقترحات :

Ø أخذ بعين الاعتبار أهمية تخصيص مساحات و برامج رياضية تخدم المرأة على العموم و تولي اهتمام بالرياضة المرتبطة بالصحة على وجه الخصوص من طرف مختلف وسائل الإعلام الرياضي.

Ø على الإعلام الرياضي المكتوب و المسموع و المرئي أن يحمل موضوع نشر الوعي الصحي الرياضي داخل الوسط النسوي محمل الجد

Ø القيام بعملية بسير آراء للوسط النسوي لمعرفة الاحتياجات و النقاط المبهمة و التي تهتم المرأة بإثرائها.

كشاف بالفرنسية:

faculté: *Institut des sciences et des techniques des activités et physiques et sportives*

Département : *Media et Communication Sportif*

N° d'ordre :

N° d'inscription :

Chercheur : *Gaoudi Yassmine Ines*

Soutenu publiquement le : *18/05/2017*

Titre de la thèse (mémoire) : *Rôle des médias sportifs dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin*

Langue de la thèse : *Arabe*

Modèle de la thèse : *Master*

Pays : *RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE-M'SILA*

Université : *Université de M'Sila*

Nom et Prénom de l'encadreur : *Dr Merniz Amina*

Grade : *maitre de conférence A*

Nombre de page : *76 pages*

Fichier électronique (cd-Rom* word * PDF)

Spécialité : *media et communication sportif*

Option : *audio-visuel*

Résumé : *Rôle des médias sportifs dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin*

Le but de l'étude : *la reconnaissance du Rôle des médias sportifs dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin*

Problématique : *les médias sportifs jouent – ils un rôle dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin?*

Hypothèses :

1- *les médias sportifs ont un rôle très important dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin.*

2- *la presse écrite sportive a un rôle très important dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin.*

3- *la presse radio diffusée a un rôle très important dans la propagation de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin.*

4- *la presse audiovisuelle a un rôle très important dans la diffusion de sensibilisation à la santé dans le sport dans le milieu féminin.*

Mots clés : *Les Médias sportifs, sensibilisation à la santé dans le sport, le milieu féminin.*

Les plus importants résultats atteints sont :

- Ø *Les sujets proposés par la presse écrite n'encouragent guère les femmes aux activités sportives*

- Ø *La radio est le média préféré par le milieu féminin quant à son impact positif sur les sujets affairant à la santé et au sport.*
- Ø *La pauvreté des programmes télévisuels spécifiques au sport et à la santé à l'adresse du la gente féminine reste insuffisant pour convaincre cette catégorie*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

