

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب
دراسة ميدانية على عينة من الشباب المنخرطين في المؤسسات
الشبانية بولاية برج بوعرييج

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و الكترونية

تحت إشراف الأستاذ:

* د. بن عيسي شيخ

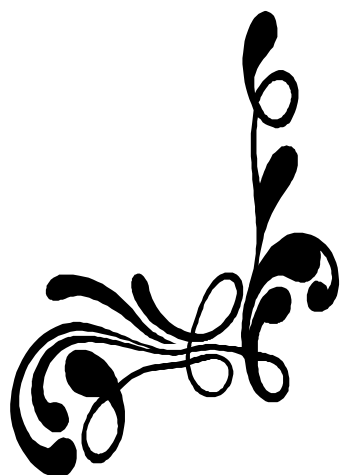
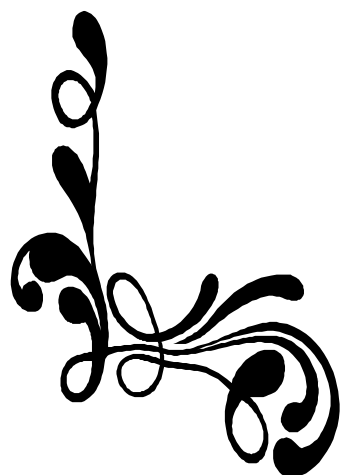
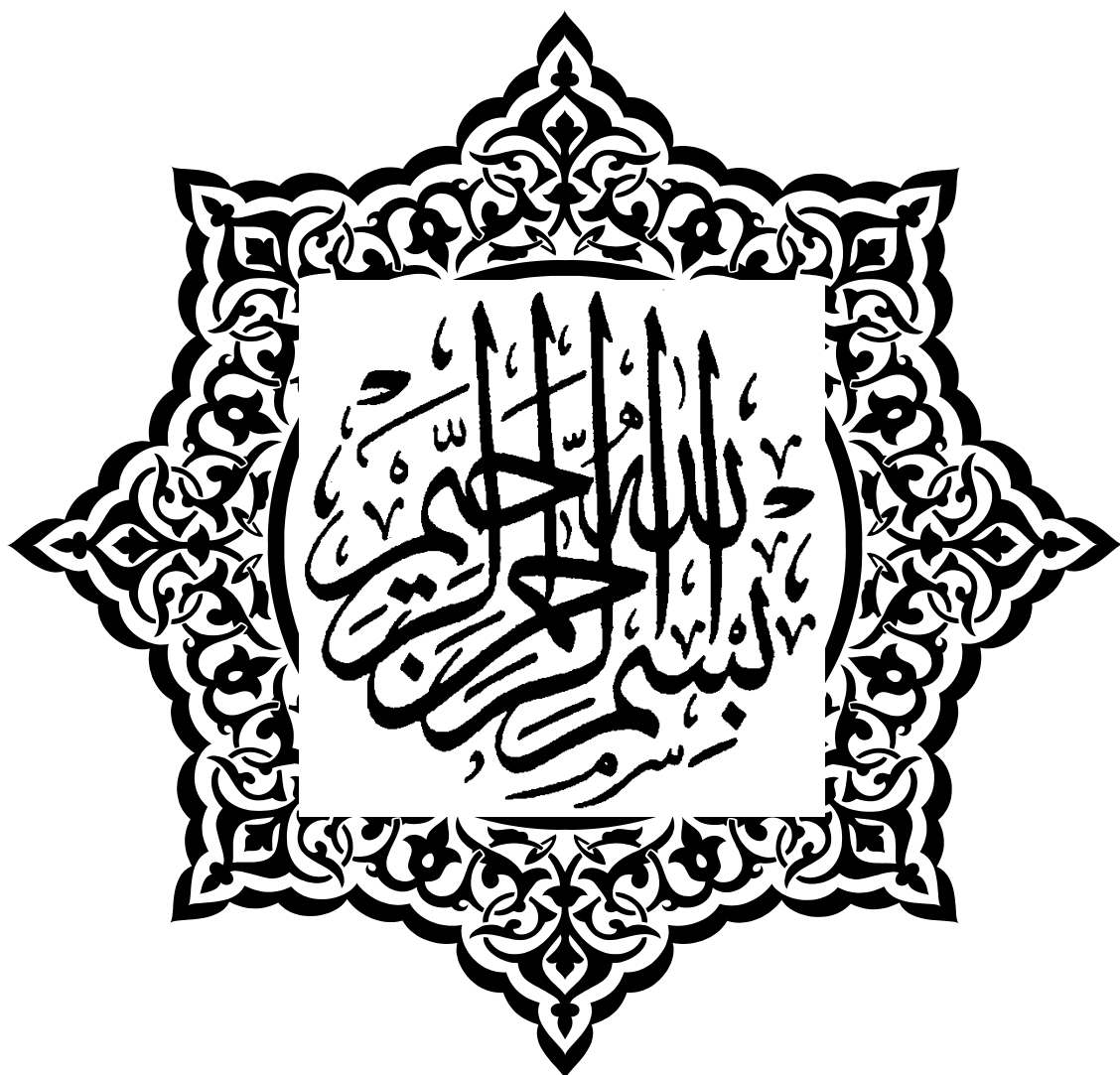
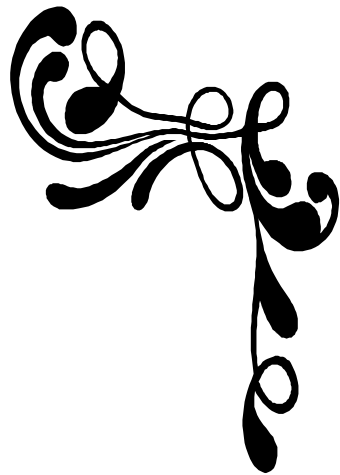
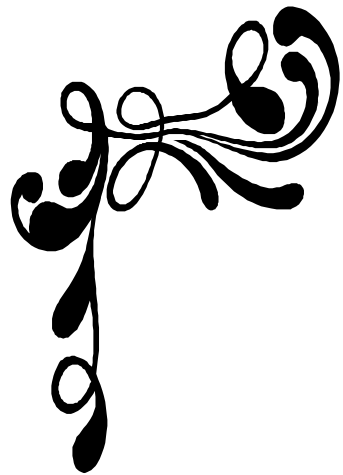
إعداد الطلبة:

✓ بغورة بدر الدين

✓ جليد نور الدين

لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
1	طبي رابح	دكتور	رئيسا
2	بن عيسي شيخ	دكتور	مشرفا ومقررا
3	بيبي	دكتور	ممتحنا



شكر و عرفان

تشكراتي العميقة للأستاذ المشرف الشيخ بن عيسى الذي شرفنا بتأطيره لنا في هذا العمل العلمي ، و رافقنا

بنصائحه و توجيهاته و دعمه لنا إلى آخر لحظات هذا العمل .

تشكراتي إلى أستاذنا طيبي رابع الذي كان و سيظل القدوة لنا في العمل و في التدريس . و في البحث و في العلم

و في التربية و في المعاملة و في الإخلاص و في النصح و في التواضع و في معترك الحياة .

تشكراتي للأستاذ بن مبروك الذي كان في كل مرة ينصح و يوجه و يلقنا دروس الحياة و يختصر لنا الطريق

لتحقيق أهدافنا و طموحاتنا في باقي مشوارنا .

الشكر الصادق و العميق لكل الأساتذة و الأستاذات الذين تشرفت بالدراسة على أيديهم كل باسمه ، و دعواتنا

الصادقة لهم بمزيد من الرقي و النجاح .

الشكر كل الشكر إلى كل الطاقم الإداري الذي رافقنا خلال عامين من الدراسة و التي كانت كلها توجيه و

تسهيل و مرافقة و نصيحة و تفهم .

والله اعلم

أهدي هذا العمل العلمي الذي هو ثمرة مجهود جماعي بيني أنا الإنسان الضعيف الذي لا يمكنه أن يخطو خطوة في هذه الحياة إلا بأمر من الله أولاً ، ثم بسند و دعاء و تشجيع و تضيئة و حيرة ، و دعم والداي اللذين قال فيهما ربنا تبارك و تعالى " و قل رب إرحمهما كما ربياني صغيراً "

إلى والدي التي أنجبتني و كنت قطعة منها ، و عملت طول حياتها على بنائي و تكويني و تربيتي بقطع من جسدها و صحتها و راحتها ، و قد إكتمل البناء ليكون هو الشخص الذي هو أنا اليوم .

إلى و لذي الذي أحمل إسمه و له علي فضل كبير فيما وصلت إليه اليوم و لازلت أسعى للأفضل ليس حبا في نفسي أو في الحياة فقط لكن لأجل أن يكون هو راضيا ، و يرى نتيجة مجهوده و أمانيه تتحقق في الميدان .

إلى أختي الكبرى التي فارقتنا و أنا في منتصف الطريق و كم كنت أتمنى أن تعيش معي هذه اللحظات لأتمكن من إدخال البهجة و السرور إلى قلبها ، لكن مشيئة الله أرادت غير ذلك فيارب إرحمها و اغفر لها و اجعلها تفرح اليوم و اجعل فرحتها الكبرى في جناتك جنات النعيم .

بغورة بدرالدين



والله اعلم

إلى من لا يمكن أن أوفى حقها وفضلها علي
إلى من أوصى بها ثلاث والدتي تغمدها الله بواسع رحمته ومغفرته ،
ووالدي الذي أوصلني إلى ما أنا عليه أظل الله عمره وحسن عمله .
إلى أبنائي " محمد ضياء ودينا " فلذة كبدي وإلى زوجتي سندي في الحياة .
إلى إخوتي وأخواتي وأبنائهم فردا فردا (إدريس ، آدم ، إسراء ، إسحاق) .
إلى كل عائلتي صغيرا كان أو كبيرا وكل من يحمل لقبتي .
إلى كل أساتذتي الكرام الذين كان لنا شرف اللقاء بهم وشرف طلب العلم على أيديهم ،
إلى كل طلبة تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية الفوج الأول (المهاجرين) فقط .
إلى الأستاذ الفاضل : الشيخ بن عيسى الذي كان لنا شرف متابعة رسالة تخرجنا حفظه الله وأهله
من كل سوء .
و بي الأخير أرجو من الله تعالى أن يجعل هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين على التخرج .

الشهادة

وعليه

جليد نورالدين حيد وعشقه

جليد نورالدين حيد

ع الله العظيم



فهرس المحتويات

شكر وعران

اهداء

أ	مقدمة
3	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
4	1.1 إشكالية الدراسة
5	2.1 أسئلة الدراسة
5	3.1 أسباب اختيار الموضوع
6	4.1 أهداف الدراسة
6	5.1 أهمية الدراسة
7	6.1 تحديد مصطلحات الدراسة.
9	7.1 منهج الدراسة
11	8.1 مجتمع وعينة الدراسة
12	10.1 الدراسات السابقة.
17	الفصل الثاني: ماهية الإعلام الرياضي
18	1.2: الاعلام الرياضي مفهومه وأنواعه
18	1.1.2 تعريف الاعلام الرياضي:
18	2.1.2 الجمهور الرياضي
19	3.1.2 عناصر الإعلام الرياضي

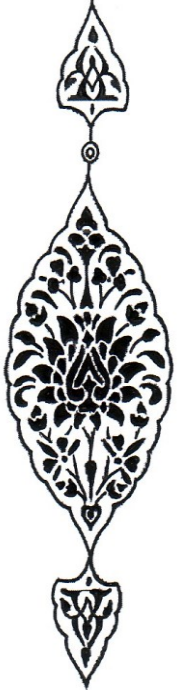
19	4.1.2 أهداف الإعلام الرياضي
20	5.1.2 خصائص الإعلام الرياضي
21	6.1.2 وظائف الإعلام الرياضي
22	7.1.2 الأقسام والبرامج الرياضية في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع
23	2.2 أنواع تأثير الاعلام الرياضي على الجمهور
23	1.2.2 تغيير الموقف او الاتجاه الرياضي
24	2.2.2 تغيير المعرفة الرياضية
25	3.2.2 الإثارة الجماعية
26	4.2.2 الاستثارة العاطفية
27	5.2.2 الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي
29	6.2.2 صياغة الواقع
30	الفصل الثالث: ماهية الثقافة الرياضية
31	1.3 ماهية الثقافة الرياضية
31	1.1.3 مفهوم الثقافة الرياضية
31	2.1.3 الاتجاهات المعاصرة للثقافات الرياضية
32	3.1.3 مكونات الثقافة الرياضية
33	4.1.3 مصادر الثقافة الرياضية
33	5.1.3 أهمية الثقافة الرياضية
34	6.1.3 دوافع الثقافة الرياضية
34	7.1.3 خصائص الثقافة الرياضية

35 أهداف الثقافة الرياضية 8.1.3
35 مجالات الثقافة الرياضية 2.3
35 الثقافة المعرفية 1.2.3
36 الثقافة الاجتماعية 2.2.3
37 الثقافة الصحية 3.2.3
38 عناصر الثقافة الصحية 4.2.3
39 الثقافة السلوكية 5.2.3
40 الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
41 تحليل وتفسير نتائج الدراسة
66 الخاتمة
69 قائمة المصادر و المراجع
73 الملاحق
	ملخص

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
41	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا للجنس	01
41	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	02
43	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
44	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية	04
45	يبين مدى متابعة الاعلام الرياضي	05
46	يبين مدى متابعة الاخبار الرياضية	06
47	يبين مدى الاستفادة من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في الحياة اليومية	07
48	يبين ماذا تعني الثقافة الرياضية	08
49	يبين رؤية الشباب للثقافة الرياضية كجزء من الثقافة العامة	09
50	يبين مدى تغيير الثقافة الرياضية لمفهوم الشباب عن الرياضة	10
51	يبين العوامل المساهمة في تكوين الثقافة الرياضية لدى الشباب	11
52	يبين مساهمة الثقافة الرياضية في تنمية السمات الفردية للشباب	12
53	يبين الوسيلة الاعلامية الاكثر متابعة	13
54	يبين وجود تاثير ايجابي للاعلام الرياضي على الثقافة الرياضية للشباب	14
55	يبين وجود تغطية الاعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية	15
56	يبين مساهمة الإعلام الرياضي في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية	16
57	يبين أهمية الإعلام الرياضي كمصدر رئيسي لتقديم المعلومات الرياضية	17
58	يبين مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تشكيل الراي العام الرياضي وربط شرائح المجتمع	18
59	يبين مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تعزيز القناعات الرياضية وتغيير الآراء والتصرفات	19

60	يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على التغيير الإيجابي	20
60	يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على ترسيخ القيم والاخلاق الرياضية لدى الشباب	21
61	يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على تجنب الشباب من التعصب و العنف الرياضي	22
62	يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي زيادة الوعي الثقافي عموما في أوساط الشباب	23
63	يبين مدى تأثير الإعلام الرياضي في علاقة الشباب مع الآخرين	24
64	يبين مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي والثقافة الرياضية	25



مقدمة



مقدمة:

إن الإعلام ضرورة في المجتمع المحلي، كما هو ضرورة في غيره من المجتمعات الأخرى، حيث مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ، حتى وصلت إلى الصورة التي هي عليها الآن، وهذا يرجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر لآخر .

ولقد تنوعت في عصرنا الحديث وسائل الإعلام التي تعتمد على الكلمة المكتوبة كالصحف اليومية والمجلات الأسبوعية وغيرها على وسائل تعتمد على الكلمة المسموعة وهي الإذاعة، وثالثة تعتمد عليه الكلمة المصورة و المسموعة كالتلفزيون إلى أن تصل إلى الكلمة المكتوبة و المسموعة و المصورة معا، و هي الأنترنت ولكل منهم مميزات و عيوبه.

وقد وصف العصر الذي نعيشه الآن بأنه عصر التخصص في شتى مجالات الحياة، لذلك فليس بغريب أن يأتي الإعلام وهو يحمل سمات وطابع عصره ليشبع رغبات معينة من رغبات الفرد الفكرية منها والاجتماعية والمهنية وحتى الروحية.

ومن هنا جاء الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة الاجتماعية، بل أصبح عاملا مهما ومؤثرا في هذه العملية، فقد دخل كل بيت، وخاطب الأطفال والشباب والكبار واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة من أجل نشر الثقافة الرياضية في المجتمعات، وذلك بمختلف وسائله الشائعة.

وعن موضوعنا هذا بعنوان ،دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب،، حاولنا من خلاله دراسة واقع الإعلام الرياضي ووسائله المختلفة ومساهمته في نشر الثقافة و الوعي الرياضي، و مدى إشباعه لاحتياجات الشباب من مواضيع رياضية مختلفة مستعملين في دراستنا عينة تتمثل في ،لشباب المنخرطين في مؤسسات شبابية من ولاية برج بوعرييج،.

ومراعاة للمنهجية العلمية، قمنا بتعريف للموضوع من خلال طرح الإشكالية، وكذا صياغة التساؤلات وتحديد مصطلحات البحث وأهميته وهدف الدراسة والنظرية البنائية الوظيفية، كما ركزنا على الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري من الدراسة الذي حددناه في أربعة فصول:



وتمثل الفصل الأول في الإعلام ووسائله ، حيث تطرقنا إلى تعريف الإعلام وعناصره و أهدافه ووظائفه وكذا تعريف وسائله وتطورها وتقسيمها ومجالات تأثيرها.

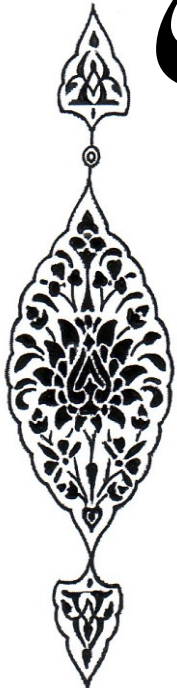
الفصل الثاني قد خصصناه للإعلام الرياضي، إذ تطرقنا فيه إلى التعريف به وتحديد جمهوره وعناصره وأهدافه وخصائصه ووظائفه وكذا أقسامه وبرامجه.

أما الفصل الثالث فتمثل في الثقافة الرياضية، حيث تطرقنا فيه إلى ماهيتها والاتجاهات المعاصرة لها ومكوناتها ومصادرها وأهميتها ودوافعها وخصائصها وأهدافها وكذا مجالاتها.

أما الدراسة الميدانية فقد تناولناها في الفصل الرابع وجاء فيه إجراءات البحث لتحليل ومناقشة نتائج الاستبيان للشباب وتلخيص نتائجه بالإضافة إلى الاقتراحات و التوصيات و الملاحق.

الفصل الأول

الإطار المنهجي





1.1 إشكالية الدراسة:

يعتبر النشاط البدني والرياضي عنصرا هاما في حياة الفرد، فمنذ القدم تابع هذا النشاط الإنسان وأخذ بالتطور مع تطور نشاط الفرد، بدءا بالإنسان البدائي ووصولاً إلى يومنا هذا، واختلفت ممارسة هذا النشاط في بداياته الأولى وذلك وفق ضروريات الحياة والبقاء والعيش أولاً، ثم تطور ليصبح بمفهوم الرياضة الذي تسعى الشعوب و الدول لتطويره وفق تعاليم و أنظمة تخدمها.

وفي هذا السياق أخذت الرياضة مجموعة من أفكار والاتجاهات داخل المجتمع، وحاولت ان تنتشر داخله عن طريق وسائط مختلفة، بما في ذلك الإعلام بالاعتماد على وسائل الإعلام الذي يشمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارة والقيام بوظائف مختلفة بالاعتماد على وسائل إعلامية.

وللفكر الإعلامي دور بالغ الأهمية في تكوين الاتجاهات وزيادة الثقافة الرياضية في مختلف المجالات، ومنها المجال الرياضي، الذي يزخر بالعديد من المواضيع والمشاكل التي هي في أمس الحاجة لدراستها وتناولها

ضمن البرامج الرياضية بمختلف وسائل الإعلام والاتصال لإعداد أجيال واعية، قادرة على تحمل المسؤولية وتقبل أي تغيير يهدف إلى رفع شأن الرياضة عالمياً.

ومن هذا المنطلق أخذ الإعلام اتجاها رياضيا وبرز ما يعرف بالإعلام الرياضي الذي هو عبارة عن 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 وتنمية وعيه الثقافي .

لقد أخذ الإعلام الرياضي شعبية كبيرة وفرض وجوده على الساحة العالمية بصفة عامة والإعلامية بصفة خاصة، و أصبح حديث الشعوب و الدول كونه يخاطب الجميع على اختلاف أعمارهم و أجناسهم، خاصة الشباب منهم، والذي يعتبر أهم فئة تتمحور حولها المجتمعات، والذي يلعب دورا مهما لا يقل في إشعاعه عما يقوم به الكبار، فهم مادة الحياة والحركة، وهم بقواهم البدنية وإرادتهم النفسية يتخطون المصاعب نحو تحقيق الذات والانتصارات والنجاح في مختلف الميادين ومنها الرياضة، فالدول تهتم برعاية الشباب من أجل بناء مجتمع قوي نخبته وقياداته تمتلك روح الحماس والمثابرة لقيادة الحياة وتحقيق مستقبل زاهر .

وقد تعدى الإعلام الرياضي بما يحمله من أسس ومبادئ أفراد المجتمع والشعوب ليصبح مجال نقاش واسع من طرف الخبراء والمختصين وكل المؤسسات الفاعلة، بما في ذلك الإعلام، باعتباره يمثل كافة أوجه الأنشطة الاتصالية في تزويد الجمهور بكافة المعلومات والأحداث والقضايا الرياضية.



ويقتضي الإخلاص لمفهوم الرياضة الحقيقي ربط العلاقة بين الثقافة الرياضية والإعلام الرياضي ربطاً وثيقاً. كما يقتضي التأكيد على حقيقة أن الحياة الرياضية عنصر أساسي من عناصر الحياة الثقافية، وأن المباريات والبرامج الرياضية التي تعرض عبر الإعلام الرياضي تصبح عبارة عن مشهد عرض فني وجزء من الحياة الثقافية.

من هذا المنطلق تطرقنا إلى دراسة ميدانية حول عينة تتمثل في مجموعة شباب منخرطين في مؤسسات شبابية من ولاية برج بوعرييج. وذلك من أجل الوقوف على دور لإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب للإجابة على التساؤل الرئيسي: ما هو دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب؟

2.1 أسئلة الدراسة:

تتمحور أسئلة الدراسة على ثلاثة أسئلة فرعية وهي:

ما المقصود بالثقافة الرياضية؟

ما هي العلاقة الموجودة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية؟

ما هي مساهمة الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل الأوساط الشبابية؟

3.1 أسباب اختيار الموضوع:

لقد ارتبط مفهوم الرياضة بالإعلام وخاصة الإعلام الرياضي الذي يعتبر همزة وصل بين الثقافة الرياضية و الجمهور الرياضي خاصة الشباب منه، ولقد دفعنا لاختيار هذا الموضوع، معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب.

إذ يعود اختيارنا لموضوع البحث لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

الأسباب الذاتية:

✓ الميل والرغبة في دراسة الموضوع المتعلق بالإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب.

✓ اختبار المعارف المنهجية السابقة، من خلال دراسة الجمهور الرياضي.

الأسباب الموضوعية:

تتمثل بأسباب خاصة بموضوع الباحث من خلال أهمية الموضوع:

✓ انتشار فكرة المواضيع الرياضية في الإعلام الخاص من انتشار قنوات ومواقع رياضية تعالج الظاهرة الرياضية.

✓ جودة الدراسات في مجال الإعلام الرياضي وما يعالجه من محاور رياضية.



✓ الدور العام الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي في التأثير على ثقافة الجمهور عامة والشباب بصفة خاصة.

✓ تأثير الرياضة عالميا على الشعوب والثقافات ودور الإعلام في مشاركة ذلك.

✓ ملاحظة الإقبال الكبير للشباب على التخصصات الرياضية مقارنة بالتخصصات الأخرى.

✓ توجهات الشباب في اختيارهم للتخصصات التي لها شعبية على المستويين الوطني والدولي.

4.1 أهداف الدراسة:

نظرا لما ذكرنا سابقا من تساؤلات رئيسية وفرعية ارتأينا أن نضمن هذه الدراسة مجموعة من الأهداف لتساعدنا في ضبط موضوع البحث تمثلت فيما يلي:

الهدف الرئيسي:

معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب.

الأهداف الفرعية:

الكشف عن عادات وأنماط تعرض الشباب للإعلام الرياضي.

تحديد مدى إقبال الشباب على المواضيع الرياضية.

معرفة انعكاسات الإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية.

5.1 أهمية الدراسة:

تمثلت أهمية دراسة موضوع دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري في الحصول على معلومات ومعارف خاصة بموضوع البحث باعتباره يتناول الواقع الذي يعرفه الإعلام الرياضي، ومدى إقبال أفراد المجتمع عليه، خاصة وهو يتناول قضية مساهمة هذه الأخيرة في نشر الثقافة الرياضية.

أما أهمية الشريحة فتكمن في اهتمام أفراد المجتمع بصفة عامة والشباب بصفة خاصة بالمجال الرياضي، وما يسجله من ارتفاع في معدل الإقبال على المواضيع والأخبار الرياضية عبر مختلف الوسائل الإعلامية.

أما القيمة العلمية لهذا الموضوع فتكمن في معرفة مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية.

وتكمن الاستفادة منها بالنسبة للمتلقين أو العاملين في التخصص بحد ذاته أو الباحثين المقدمين على هذه الدراسات في كونها مبنية على أسس منهجية.



6.1 ضبط المفاهيم و المصطلحات

الدور:

لغة: من فعل دار، يدور دورا أي تحرك اتجاهات متعددة في مكانه، وكلمة الدور مستعارة من حياة المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو نيتش Niche حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، وكن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة، وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة¹. وكذلك يقال دار ويدور واستدار يستدير، إذ طاف حول الشيء إذ عاد إلى الموضوع الذي ابتدأ منه².

اصطلاحا:

وهو مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الفرد في موقف تفاعلي اجتماعي. كما يعرفه عبد الحميد عبد العالي هو توجيه أو تفهم عضو معين بالجزء الذي ينبغي أن يلعبه التنظيم³.

إجرائيا:

نقصد بالدور في هذه الدراسة المهام أو الوظائف التي يقوم بها أو يؤديها الإعلام الجديد في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب الجامعي ومعرفة مختلف المعلومات التي يكتسبها من شبكة الانترنت.

الشباب:

لغة: شب يشب شبابا وشبيبة الغلام: صار شابا وتشيب شبوبا النار : توقدت.

شب و تشيب ذكر أيام الشباب والشاعر بالمرأة قال فيها الشيب وذكر محاسنها.

الشباب: أول الشيء ومحدداته السن⁴.

¹- عصمت عزلي علم الاجتماع الأمني: الأمن والمجتمع المعرفة الجامعية ، (دط)، مصر، 2001، ص 14

²- إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1 ، عمان، 2012، ص 94

³- إبراهيم القمري : السلوك الإنساني والعلاقات العامة، الإسكندرية، دار الجامعات المصرية، سنة 1976، ص 50

⁴- عيسى موني الممتاز قاموس مدرسي، دار العلوم للنشر والتوزيع، (دط)، الحجاز، عناية، 2008، ص 177



اصطلاحاً:

هو مرحلة انتقالية من الطفولة إلى الرشد وتشمل أفراد المجتمع من الجنسين، ويصل فيها الشباب إلى درجة من النضج النفسي والجسمي والاجتماعي والعقلي وتؤهله إلى اكتساب خبرات مختلفة لمواجهة مطالب الحياة المستقبلية¹.

إجرائياً:

الشباب هم الفئة التي وصلت إلى درجة من النضج على أشكاله النفسية والجسمانية وبالتالي يعبر عن تلك الفترة من النمو والتطور الإنساني التي تتسم بسمات خاصة تميزها وتعطيها سماتها الخاصة فهو يمثل دوراً فعالاً في الإعلام وهذا ما اكتسبه من الوعي الثقافي بفضل تنمية قدراته الفكرية والعلمية.

الإعلام:

الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات الآتية:

الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقاءها، وأحياناً يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.

الإعلام بمعنى الدعوة، وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ propaganda أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.

الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسي الخارجي.

أما الإعلام اصطلاحاً فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها:

تعريف زيدان عبد الباقي (1976) بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.

تعريف عبد اللطيف حمزة (1976) تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

تعريف إبراهيم إمام (1977) بأنه عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفرادهم وتنميتهم.

¹ - عبد المنصف حسن رضوان ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم، المكتب الجامعي الحديث، (دط)، أسوان 2006، ص



تعريف جيهان رشتي (1978): بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصائيات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام سواء كان صحفياً أو إذاعياً أو مشتغلاً بالسينما أو التلفزيون .

الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي كما هو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.

منظومة العمل التي من خلالها يتم النشر والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية المختلفة بموضوعية وتقديم المعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة بهدف اكتساب الثقة الرياضية وتشكيل رأي عام رياضي صائب من خلال وسائله المختلفة.

ويوضح هذا التعريف أن الإعلام الرياضي لا يوجد من فراغ أو بجهد عشوائي، ولكن هو نظام عمل له قواعد وله مؤسسات تحكم عمله وتوجهه من خلال فرق عمل وأدوار مقسمة، ويعمل من خلال سياسات محددة لتحقيق أهداف معينة ترتبط بالمجال الرياضي، باكتساب الجمهور المعرفة والثقافة عن كل ما يدور على الساحة الرياضية لتشكيل اتجاهاته وآراء اتجاه القضايا الرياضية المختلفة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة مع التأكد من صحة المعلومة والبعد عن الجوانب الشخصية لكي يتسم بالموضوعية والصدق إذن فله رسالة وأدوار وتأثيرات مختلف .

الثقافة الرياضية:

يعرفها " الهاشمي علي " بأنها: ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي، لا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، كالثقافة الصحية والتربوية والاجتماعية، لتشكل مع الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية.

7.1 منهج الدراسة:

1.7.1 المنهج الوصفي:

لقد بدأ منهج البحث الوصفي عند الغرب في نهاية القرن الثامن عشر ونشط في القرن التاسع عشر، حيث ركزت الدراسات الاجتماعية التي قام بها فريديريك، لوبالي (1982) بإجراء أبحاث تصف الحالة الاقتصادية والاجتماعية للطبقة العامة في فرنسا ولكن التطور الهام الذي أسهم في تطور الأسلوب الوصفي في البحث كان في القرن العشرين.



وبشكل عام يمكن تعريف هذا المنهج بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على المعلومات الكافية و الدقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

في حين يرى آخرون الآن المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها . فالمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كلفياً، أو تعبيراً كلفياً، فقد ارتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، وما زال هذا هو الأكثر استخداماً في الدراسات الإنسانية حتى الآن .

يلجأ الباحث إلى استخدام هذا المنهج حين يكون على علم بأبعاد أو جوانب الظاهرة التي يريد دراستها نظراً لتوفر المعرفة بها من خلال بحوث استطلاعية أو وصفية سبق أن أجريت عن هذه الظاهرة .

وبما أن دراستنا حول دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب، والتي نأمل من خلالها إلى الكشف عن حقيقة الإعلام الرياضي وإبراز دوره في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري وإعطاء تفسيرات لذلك بناء على ما جاء في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها فإن هذا ما يجعل دراستنا تعتمد على المنهج الوصفي أي تقوم على وصف حقائق متعلقة بأوضاع أو أفراد معينين في حقبة معينة، هذا لأنه يتلاءم مع أهداف الدراسة وطبيعتها إجرائتها، ومن المؤكد أن هذا المنهج يتم في خطوات ميدانية معينة، وهذا لكي يتمكن من دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة المظاهر أو مجموعة الأفراد، وهذا يسمح لنا بتغطية موضوع الدراسة والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب أملاً في التوصل إلى نتائج ذات قيمة تزيد من رصيد المعرفة حول هذا الموضوع، ويمكن ان يصل الباحث إلى نتائج يستطيع من خلالها أن يبدي توصياته ومقترحاته.

وتنقسم هذه الدراسات الوصفية بدورها إلى عدة أنواع:

منهج الدراسات الوصفية، منهج دراسة الحالة، منهج تحليل المحتوى، منهج دراسات النمو والتطور، منهج دراسات الارتباط، منهج دراسات العلاقات المتبادلة، منهج الدراسات المسحية.

بالإضافة إلى أنواع أخرى مثل الدراسات الطويلة زمنياً، والدراسات المقطعية وغيرها.

ولطبيعة دراستنا فرضت علينا الاعتماد على الدراسات المسحية التي هي دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينصب على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلاً .



وقد اخترنا منهج المسح بالعينة لتفادي استغراق البحث فترة أطول وبذل جهد مضاعف في عملية المسح، كما أنه يتناسب مع أهداف الدراسة وذلك من أجل جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالإعلام الرياضي وإبراز دوره في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب.

8.1 مجتمع وعينة الدراسة:

1.8.1 مجتمع الدراسة:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم، العينة،، والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة .

ومجتمع دراستنا هذه يشمل عينة من الشباب المنخرطين في مؤسسات شبابية بولاية بوعريبرج ونظرا لشاسعة وشمولية المجتمع واستحالة دراسة المجتمع ككل، حاولنا تسليط الضوء على مجموعة من الشباب المنخرطين في مؤسسات شبابية في ولاية برج بوعريج مختلفة قدر عددهم ب 50 فردا مقسمين إلى ذكر وأنثى موزعين في مؤسستين شبابية، وهما:

دار الشباب أحمد مصدق برج بوعريبرج

دار الشباب خليفي الطاهر برج بوعريبرج

2.8.1 العينة وكيفية اختيارها:

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي .

ولما كان من العسير بل من المستحيل في كثير من الأحيان القيام بالبحث على جميع مفردات، المجتمع الأصلي، لذا فإن اختيار العينات لتمثيل هذا المجتمع مع أقل قدر من التحيز والأخطاء الكبرى هو أمر مرغوب فيه .

وحرصنا في بحثنا على الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية ومطابقة للواقع، قمنا باختيار عينتنا بطريقة قصدية و المتمثلة في حوالي 50 شخص من الشباب المنخرطين في مؤسسات شبابية بولاية برج بوعريبرج، وهذا حتى نحصل على نتائج أكثر دقة وموضوعية.

تمت الدراسة التي قمنا بها على شباب مدينة برج بوعريبرج الذين لديهم ميولات ورغبات تجاه الإعلام الرياضي .



9.1 الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد موقعها من التراث النظري من حيث الاهتمام بها، كما تمثل الدراسات والبحوث السابقة نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها.

لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء كانت هذه الدراسات تناولت المتغيرين ما أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

دراسة: ،فتححي بوخاري،: (2013)

أجريت الدراسة بعنوان ،مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة من خلال بحث مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية من طرف فتححي بوخاري معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم الجزائر 2012-2013.

تعالج الدراسة الدور الكبير والفعال لوسائل الإعلام الرياضية المكتوبة في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، ونشر ما يتعلق بها من وعي وثقافة رياضية بين عموم أفراد المجتمع بشكل عام بمختلف اتجاهاتها، خاصة الذين يبحثون عن ثقافة ومعلومات حتى يمارسوا الأنشطة الرياضية بالطرق الصحيحة والسليمة لصحتهم.

وقد حدد الباحث مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:

هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة؟

وتتفرع من هذا السؤال عدد من التساؤلات الفرعية والفرضيات أهمها:

مامدى إقبال أفراد المجتمع على مواضيع الصحافة الرياضية المكتوبة؟

هل يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية التنافسية؟

كيف ينظر القارئ لمساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية الترويجية؟

وقد قسم الباحث دراسته إلى فرضية عامة وفرضيات فرعية:

الفرضية العامة:

يساهم الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في شقها التنافسي، ولا يهتم كثيرا بالجانب الترويجي منها.

الفرضيات الفرعية:

هناك إقبال كبير لأفراد المجتمع على مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب.



يساهم الإعلام الرياضي المكتوب كثيرا في نشر الثقافة الرياضية التنافسية.

مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية الترويجية قليلة جدا.

اعتمد الباحث على ثلاث فصول نظرية تمثلت فيما يلي:

الفصل الأول: الإعلام الرياضي المكتوب

الفصل الثاني: الثقافة الرياضية والصحة

الفصل الثالث: المجتمع الجزائري

يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من مواطني ولاية مستغانم الذين يمثلون مواطني الجزائري بصفة عامة

في هذه الدراسة.

قام الباحث باختيار عينة بطريقة عشوائية منتظمة والمتمثلة في حوالي (1000) شخص من مواطني

ولاية مستغانم، من أجل الحصول على نتائج أكثر دقة وموضوعية.

تمت هذه الدراسة بالاعتماد على عينة التجربة الاستطلاعية ب (15) شخصا، وعينة البحث

الأساسية ب(1000) شخص، حيث تم توزيع (1160) استمارة، إلا أنه لم يسترجع سوى (1000)

استمارة.

تمثلت أداة جمع البيانات التي اعتمد عليها الباحث في دراسته على تصميم استبيان يهدف إلى اقتراح

أسئلة مختلطة مغلقة ومفتوحة - موجهة إلى مواطني ولاية مستغانم معتمدا في تحديد المحاور الرئيسية

للاستبيان على بعض البحوث و الدراسات و المراجع المرتبطة بموضوع الدراسة و الاستعانة بأراء الخبراء

و المراجع العلمية المتخصصة.

كما اعتمد الباحث في تحقيق الاستبيان على أسس علمية تمثلت في الصدق والثبات.

تمثل المنهج الذي اتبعته الدراسة في المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملاءمة أهداف الدراسة

وطبيعة إجراءاتها.

ومن أهم الاستنتاجات التي خلصت لها الدراسة ما يلي:

هناك إقبال كبير على مواضيع الإعلام الرياضي المكتوب، حيث يمثل لهم مصدرا إخباريا ومصدرا

لمعرفة المعلومات الرياضية التي تأتي بها الصحف الرياضية باختلاف أنواعها.

يستخدم أسلوب التركيز على نشاط رياضي واحد وهو ما يشهده واقع الإعلام الرياضي المكتوب من

تمييز بعض الرياضات عن الأخرى، وبأن الإعلام الرياضي المكتوب لا يتناول مواضيع تهم كل شرائح

المجتمع وأنه لا يهتم كثيرا بمواضيع الرياضة المدرسية، ولا يدعم رياضة ذوي الاحتياجات الخاصة ولا

رياضة المرأة.



الإعلام الرياضي لا يعمل على نشر الثقافة الرياضية للجميع، وهو بعيد كل البعد عن توجيه القارئ نحو الممارسة الرياضية مهما كان نوعها. من خلال عرض هذه الدراسة فقد عالج الباحث موضوعه للتعرف على مساهمة الوسائل الإعلامية الرياضية المكتوبة في نشر الوعي والثقافة الرياضية وتكوين المعرفة الرياضية المرتبطة بالصحة عن طريق وضع خطة مقترحة للنهوض بالمواضيع الرياضية في مواجهة المشاكل الرياضية،

خاصة في مجال الصحة، وصياغة فرضيات وتساؤلات واستخدام منهج وصفي وذلك لمناسبة طبيعة الدراسة الإعلامية، وقد تنوعت العينة قيد الدراسة، وتمثلت في الشرائح ذات الحجم الكبير في المجتمع، وذلك لاحتياجات

كل مجال وكل مؤسسة في الدراسة بهدف التعرف على أهم النتائج للخروج باستنتاجات وإجابات مقنعة.

ومن باب مقارنة هذه الدراسة بما نحن بصدد إنجازه، نذكر بعض نقاط التشابه و الاختلاف: المتغيرين معا (الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية)، كذلك اعتمدت الدراستان على المنهج الوصفي واستمارة استبيان، بالإضافة إلى الموقع الجغرافي باعتبار الدراسة جزائرية، ويمكن الاختلاف في الولايتين (برج بوعريج -مستغانم).

كما اعتمد الباحث في دراسته على تخصيص الوسيلة الإعلامية، الصحافة المكتوبة، أما دراستنا فهي لم تحدد مجال الثقافة الرياضية، حيث تتناول الإعلام الرياضي بمختلف وسائله.

إضافة إلى ذلك فقد اتفقت هذه الدراسة على الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة مقارنة مع دراستنا التي كما تناولت هذه الدراسة عينة جديدة عن الدراسات التي سبقتنا في مجال الإعلام والرياضة، حيث تمثل العينة في المجتمع بصفة عامة وهي شريحة كبيرة غير محددة بسن أو مستوى معين مقارنة مع دراستنا المخصصة للشباب الرياضي.

وقد سبقت هذه الدراسة دراستنا بعشرة سنوات باعتبار أن هذه الدراسة عولجت في سنة 2012-2013.

ساعدتنا هذه الدراسة في الاستفادة من الجانب المنهجي من خلال أهمية البحث وما يتناوله الواقع الذي يعرفه الإعلام الرياضي بالجزائر، ومدى إقبال أفراد المجتمع عليه، خاصة وهو يتناول قضية مساهمة هذه الأخيرة في نشر الثقافة الرياضية، بالإضافة إلى الاعتماد على أهداف وتساؤلات تخدم لب و صلب الموضوع المعالج، كما كان اختيار الدراسة لعينة ذات الحجم الكبير بمختلف المستويات والأعمار بما في ذلك الشباب الذي له دور كبير في توضيح وتعبيد الطريق في اختيار العينة وتخصيصها للشباب فقط.



دراسة خالد محمد الزيود (2013):

أجريت الدراسة بعنوان دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، من خلال مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الرابع من طرف خالد محمود الزيود قيم علم الاجتماع الرياضي، كلية التربية الرياضية جامعة اليرموك، الأردن، أكتوبر 2013.

تعالج الدراسة الدور الكبير الذي تلعبه القنوات الرياضية في جعل المشاهد يتابع الأحداث الرياضية على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي من خلال التغطية المباشر لها، وذلك من أجل توفير خدمة جليلة للمشاهد على امتداد قارات العالم، حيث أن هذه الفضائيات تساهم في نشر الثقافة الرياضية سواء للمشاهد العمومي أو الرياضي المتخصص، وباعتبار أن الطالب في المرحلة الجامعية يمثل نخبة يعتمد عليها في تنوير مستقبل البلد ومنها مستقبل البلد الرياضي، الأمر الذي أدي إلى وجوب معرفة مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة وحقيقة اهتماماتهم بالقنوات الرياضية وما تبثه من مضامين رياضية.

حيث حدد الباحث مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:

مادور الفضائيات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك؟

ومجموعة من التساؤلات الفرعية نذكر منها:

مادور القنوات الفضائية الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك من

وجهة نظرهم؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة جامعة اليرموك في مستوى الثقافة الرياضية؟

تمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة جامعة اليرموك المقبولين للدراسة في عام 2010-2011.

وبلغت عينة الدراسة (327) طالب وطالبة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة

اليرموك باستثناء طلبة كلية التربية الرياضية.

قام الباحث بالاعتماد على استمارة استبيان تكونت من (31) فقرة موزعة على أربع مجالات هي:

المجال المعرفي.

المجال التربوي.

المجال الصحي.

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بهدف الحصول على المعلومات حول دور الفضائيات

الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الطلبة.



وأظهرت نتائج الدراسة الدور الاجتماعي والصحي الذي تركز عليه القنوات الفضائية الرياضية في برامجها في نشر القيم والسلوكيات والأخلاق الكريمة وطرد الأخلاق والسلوكيات السيئة، كما أكد الباحث في دراسته على أن القنوات الرياضية توجه أنشطتها دون تمييز بين الرجل والمرأة، مثل الألعاب الأولمبية وألعاب القوى والتنس.

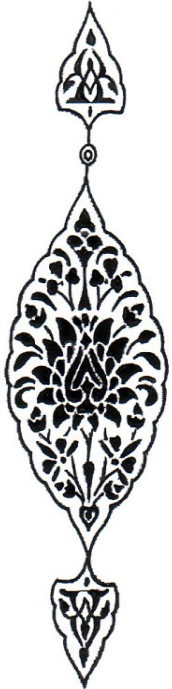
عالج الباحث موضوعه من خلال صياغة التساؤلات ودمجها في موضوعه في محاولة الإحاطة به، سواء من الناحية الاجتماعية أو الصحية، وكذلك في مجتمع الدراسة بعدم التمييز في توجه الأنشطة الرياضية وذلك بدمج العنصر النسائي.

يمكن اعتبار هذه الدراسة متشابهة مع دراستنا، وذلك من خلال متغير الثقافة الرياضية وأهداف الدراسة وكذلك نوع المنهج المستخدم، المسحي، واختلفت في متغير القنوات الفضائية الرياضية وكذلك في بعض التساؤلات و التاريخ و الموقع الجغرافي و المكاني، بالإضافة إلى نوع العينة المستعملة.

كما ساعدتنا هذه الدراسة في الاستفادة من الجانب المنهجي من خلال المعلومات المتباينة في إثراء إشكالية البحث محل الدراسة وصياغة التساؤلات، خاصة فيما يخص الثقافة الرياضية وتزويد مجتمع البحث بالعنصر النسائي، لما له من إمكانيات جسمية تساعده في منافسة الرجل في معظم البطولات الرياضية بالإضافة إلى استخدام منهج المسح من أجل الحصول على معلومات حول رفع مستوى الثقافة الرياضية والاعتماد على الاستبيان في صياغة المحاور خاصة أن الدراسة تعتمد على أربع مجالات تتمحور في المجال المعرفي وكذلك الاجتماعي و التربوي و الصحي.

الفصل الثاني

ماهية الإعلام الرياضي





1.2 الاعلام الرياضي مفهومه وأنواعه:

1.1.2 تعريف الاعلام الرياضي:

- هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي كما هو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين¹.
- منظومة العمل التي من خلالها يتم النشر والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية المختلفة بموضوعية وتقديم المعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة بهدف اكتساب الثقة الرياضية وتشكيل رأي عام رياضي صائب من خلال وسائله المختلفة.

ويوضح هذا التعريف أن الإعلام الرياضي لا يوجد من فراغ أو بجهد عشوائي، ولكن هو نظام عمل له قواعد وله مؤسسات تحكم عمله وتوجهه من خلال فرق عمل وأدوار مقسمة، ويعمل من خلال سياسات محددة لتحقيق أهداف معينة ترتبط بالمجال الرياضي، باكتساب الجمهور المعرفة والثقافة عن كل ما يدور على الساحة الرياضية لتشكيل اتجاهاته وآراء اتجاه القضايا الرياضية المختلفة من خلال وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة مع التأكد من صحة المعلومة والبعد عن الجوانب الشخصية لكي يتسم بالموضوعية والصدق إذن فله رسالة وأدوار وتأثيرات مختلف².

2.1.2 الجمهور الرياضي:

يمكن تعريفه على أنه جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة، كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط وتوثقت كانت الجماعة أكثر اتساقا وتجانسا. والجمهور الرياضي وبصفة خاصة هو جماعة من الناس قد تكون قليلة وقد تكون كثيرة العدد، يجمعهم عشق لفريق واحد يكونون خلفه في السراء والضراء، ويتابعون أخباره وشؤونه أولا بأول ودقيقة بدقيقة³.

¹ - حضور أديب، الإعلام الرياضي، دراسة علمية للتحري الرياضي في الصحافة، الإذاعة التلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1994، ص 77.

² - سامح كمال عبدالقادر، الإعلام وصنع القرار في المجال الرياضي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2017، ص 27.

³ - ابراهيم جوادي، دور وسائل الاعلام المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي، الجزائري؛ معهد التربية البدنية والرياضية؛ جامعة باتنة مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي العدد الثامن، جوان 2014، ص 3.



3.1.2 عناصر الإعلام الرياضي:

إضافة إلى ما سبق ذكره عن عناصر الإعلام فإنه يمكن حصر هذه العناصر في أربع نقاط أساسية حسب ما ذكره خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم:

- ❖ المرسل.
- ❖ المستقبل.
- ❖ الأداة أو الوسيلة.
- ❖ الرسالة أو المضمون.

المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب....

المستقبل: من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة.

الأداة أو الوسيلة: هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كان صحيفة أو إذاعة أو تلفزيونا....

الرسالة أو المضمون: ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ أهدافه على الرسالة أو المضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام، ومسايرته لروح العصر والشكل الفني الملائم، ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابا أو سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنية نظرية الاتصال وتفسيراتها لسكولوجية الإعلام الرياضي¹

4.1.2 أهداف الإعلام الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.

¹ - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص22.



- يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقا مع تلك القيم والمبادئ، فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع. تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون امام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات والتعليق عليها.
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية¹.

وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتنقيفه رياضيا من خلال إمداده بالمعلومات الرياضية التي تتجسد في حياته على المستوى المحلي والدولي.

5.1.2 خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد، وهكذا.
 - الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري، له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
 - الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها.
 - الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه متى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسالة إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع².
- كما يشير ،عبد الرزاق الدليمي، (2015) إلى خصائص الإعلام الرياضي مقتصرًا فيها على:
- الاختيار ونقص ذلك الفئة الجماهيرية التي يتم اختيارها ببث الخبر الرياضي بأسلوب يشد الجميع إليه والإعلام الرياضي المحترف هو من يحسن اختيار جماهيره.

¹ - على عبد الفتاح كنعان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 4 ص13.

² - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص49.



➤ الجماهير الإعلام الرياضي يتميز بأنه موجه إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتنوعة، تختلف ميولها وأفكارها ولكنها تتفق بشأن حدث رياضي ما، أو ظاهرة فريق معين، وبالتالي فالإعلام الرياضي له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

➤ الاهتمام بكل قطاعات المجتمع فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات، حتى صغيرة العدد، كالبرامج الرياضية للمعوقين والألعاب الفردية والجماعية، وكذلك يهتم بكافة أطياف المجتمع (الصغير منهم والكبير والرجل والمرأة، والغني والفقير على السواء).

6.1.2 وظائف الإعلام الرياضي:

تكمُن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في إحاطة الجمهور علماً بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة، والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي¹.

لقد أولى علماء الإعلام الرياضي أهمية كبرى للدور الوظيفي الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع، فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجاً يجمع الاتصال الإنساني برمته، فكما زادت فاعلية المجتمع الرياضي كلما زادت قدرته في التنمية الرياضية، ولقد رأى الكثير من المختصين في مجال الإعلام أنه يمكن أن نجد أنفسنا مستجيبين لهذه الوسائل أكثر من استجابتنا للوالدين أو المعلم في الوسط التربوي لهذا يمكن أن نحدد وظائف الإعلام الرياضي في الشكل التالي:

- ✓ الوظيفة الإخبارية: أي ما يتعلق بتقديم الأخبار الرياضية المتنوعة.
- ✓ وظيفة الشرح والتفسير.
- ✓ وظيفة إعطاء صفة الحداثة للجميع.
- ✓ الوظيفة التثقيفية في المجال الرياضي.
- ✓ الوظيفة التعليمية والتربوية من خلال نشر المبادئ.
- ✓ وظيفة الخدمات العامة في الشؤون الرياضية.
- ✓ وظيفة التسويق والإعلانات الرياضية.
- ✓ وظيفة اقتصادية من خلال مداخيل الإشهار والسبونسورينغ.
- ✓ وظيفة التنمية الرياضية².

¹ - عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، دار المتب الحديث، القاهرة، دط، 2015 ص 53.

² - عيسى الهادي، سليمان لاوسين، مرجع سبق ذكره، ص 54.



7.1.2 الأقسام والبرامج الرياضية في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع:

تعتبر الصحافة الرياضية من أكثر أنواع الصحافة المتخصصة تأثراً بالأوضاع الأمنية والأحوال غير المستقرة، نظراً لأن هذا النشاط يرتبط مباشرة بالحالة الأمنية، لأنه إعلام كماليات وليس إعلاماً ضرورياً. والصفحات الرياضية في الدوريات اليومية والأسبوعية، تطورت مواضيعها والمساحة الورقية المخصصة لها، بحيث أصبحت أقساماً خاصة لها محرروها ومندوبيها ورئيس تحريرها الخاص، وهي من أكثر الأقسام الصحفية جذبا للقراء والمستويات العمرية الشابة. وبالنظر إلى الاهتمام المتنامي بالمادة الرياضية وأخبارها ونجومها، عملت وسائل الإعلام على مواكبة الأحداث والأنشطة الرياضية المحلية والدولية، وخصصت لها المساحة الورقية والزمنية المناسبة فظهرت الأقسام الرياضية في الإعلام المطبوع، والبرامج والتعليقات الرياضية في الإذاعة والتلفزيون وتطورت الاهتمامات أكثر مع اتساع الانجذاب إلى الرياضة وفنونها، فظهرت المجالات الرياضية العامة والمجلات الرياضية المتخصصة بنوع معين من الرياضة، وعملت المؤسسات الاستثمارية من جهة أخرى إلى توظيف قدراتها في محطات تلفزيونية مخصصة للرياضة، فأنشأت محطات أرضية وقنوات بث فضائية لاقت قبولا وازدهارا واسعا وقلصت المسافة بين المتابعين والنجوم، وعززت من نجومية الأبطال، والاهتمام بالدورات الرياضية، بحيث لم يعد البطل الرياضي بطلا محليا أو نجما قوميا، بل أصبح نجما عالميا ومعروفا من قبل ملايين الناس في العالم¹.

¹ - جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، دس، ص 104.



2.2 أنواع تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور:

1.2.2 تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:

المقصود بالموقف أو الاتجاه رؤية الفرد لقضية أو شخص ما وشعوره تجاهه، وبينى الإنسان حكمه على الأشخاص أو القضية التي يتعرض لها على أساس هذه الرؤية. وقد يتغير هذا الموقف سلبا أو إيجابا رفضا أو قبولا حبا أو كرها بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان.

وللإعلام الرياضي القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة الذين يعتبرونها مضيعة للوقت، وذلك من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة، مما يؤدي إلى تغيير حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا¹.

فمثلا حين يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث والمواقف عن أحد الفرق الرياضية والتي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب، والذي قد يتمثل في الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف.

تكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق ويصبح هذا الفريق له سمعة غير طيبة ويقترن اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملعب. ومن الأمثلة الأخرى على تغيير الموقف، الانتقال من حل العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثلة في جريدة كل ناد بدور كبير في تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال أحد لاعبي الفريق من هذا النادي إلى النادي الآخر. كما أن تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد والقضايا الرياضية فقط بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية، فكثيرا ما قبل الناس سلوكا كانوا يأنفونه ويشمئزون منه وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة واستبدلوا بها قيما دخيلة كانت موضع استهجان فيما سبق².

من خلال ما سبق يتبين لنا ضرورة ألا يستقي الفرد معلوماته من مصدر واحد لكيلا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة قد تكون ناقصة أو مبتورة أو منحازة إلى طرف ما على حساب الطرف الآخر،

¹ - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 92.

² - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 44.



ولكي يمكنه أن يبني رؤيته بشكل أوسع وأكثر شمولاً¹.

2.2.2 تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه.

إن التغيير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيء تستغرق ومنا طويلاء فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى له باعتباره مصدراً من مصادر المعلومات الرياضية، فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو المجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها².

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالي:

إن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تلفزيونية ساخرة تعرض مواقف مضحكة لشخص متعصب في تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لأن ما يراه فعلا يثير الضحك لطرافته.

القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يتفرج على ما يعتقد أنه تسلية أو ترويح بريء، تلك القيمة هي التي تتسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفاً أو اتجاهاً من التعصب.

إن الفرد سيكون أقل تجاوباً مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلا: إن التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية.

ولا بد من الإشارة إلى ضرورة التنسيق بين أجهزة الإعلام وخاصة الإعلام الرياضي في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام وتمس الأمن القومي ووحدة الشعب لكيلا يكون هناك تناقض بين ما تقدمه هذه الأجهزة وما يراه الفرد في البيت، وما يتعلمه في المدرسة أو النادي أو مركز الشباب وغيرها من المؤسسات التربوية فيحدث لديه نوع من التشتت في الفكر والسلوك وقد يصل به إلى حد الاغتراب وفقدان الهوية والانتماء وبالتالي يلجأ إلى وسائل العنف والإرهاب واستغلال الحشود الجماهيرية التي تتجمع لمشاهدة المنافسات الرياضية لإثارة العنف والقيام بأعمال الشغب.

¹ - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 93.

² - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 45.



3.2.2 الإثارة الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجها من الوجوه الإيجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في إساءة استخدام ذلك. ففي البطولات الرياضية الدولية، يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالإثارة الجماعية.

وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث في أي وقت، لكنها أنجح ما تكون في وقت الأزمات كالمسح الجماهيري الذي يحدث نتيجة بعض الفرق، وخاصة الفرق القومية وخروجها من إحدى البطولات الدولية من التصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم، الذي كان يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير نتيجة للتقصير الواضح في أداء اللاعبين والأخطاء الفادحة في التشكيل في وقت هم كانوا فيه أقرب للفوز من الفرق الأخرى. وخاصة وإن كانت هذه البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره.

إن حسن التصرف في أوقات الأزمة والقدرة على التعامل مع معطيات وظروف هذه الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات، يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه؛ أي إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة¹ ويدخل هنا دور الإعلام في إدارة الأزمات وقدرته على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة من خلال دعوته الجماهير إلى حسن التصرف في أوقات الأزمة والتأثير فيها ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه؛ أي إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة ومعطياتها.

ولا بد للإعلام الرياضي في مثل هذه الأزمات أن يتميز بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية وأن يضع الأمور في نصابها الصحيح وعدم المغالاة والمبالغة فيهما وأن يعمل على تهيئة الجماهير الرياضية لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز وخسارة، ولكي يكون هنالك فائز لا بد أن يكون هنالك خاسر أو مغلوب، فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحت على بذل الجهد والكفاح في سبيل تحقيق الفوز، أما النتيجة فيكون للتوفيق دور كبير فيهما وهذا هو هدف الرياضة الأسمى.²

¹ - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 37.

² - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 96.



4.2.2 الاستثارة العاطفية:

عندما يتعرض الإنسان إلى المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية يتنازعه أمران المشاعر فالعقل يتحكم بعدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات، حيث يخضع السلوك الإنساني عند تعرضه لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة، أما العواطف فهي كامنة داخل الفرد تتم استثارته حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها وكثيرا ما يحدث ذلك، والإنسان لا يستطيع دائما السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله مهما بلغ من جهده فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر الحزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال¹.

والإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما يملكه من إمكانات تخاطب الفكر والوجدان، فمثلا يستطيع الإعلام الرياضي أن يجعلنا نتعاطف. الضحية بل ونبكي معها حينما تعرض لنا مشاهد المعاناة والالم التي تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم إحدى المباريات مما أودى بحياته أو كالتي حدثت في كولومبيا عندما قام أحد أفراد الجمهور بإطلاق النار على أحد اللاعبين لإهداره ضربة جزاء كانت سببا في خروج فريقه من كأس العالم 1994. وفي أحيان أخرى نشعر بالحزن والأسى حينما نقرأ في إحدى الصحف عن لاعب أصيب إصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة، فالإعلام الرياضي بما يقدمه لنا من معلومات يجعلنا نحب أو نكره، نشجع ونتضامن ندين أو نؤيد. فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة الأمم الإفريقية نتيجة لظلم الحكام على الرغم من أن هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح. كما أننا في الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات الخاطئة قد نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي قد يتعرضون له من الجماهير وتجاهله لإدانته أو شجب هذا السلوك غير الرياضي من جانب هذه الجماهير بحجة أنهم السبب في هزيمة الفريق وخروجه من البطولة².

¹ - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 96.

² - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 49.



5.2.2 الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف وإظهار قدراتهم وإبداعاتهم الرياضية.

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها، سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية، فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم من قواعد وقوانين منظمة للعبة بغض النظر عن رضه أو قناعته بذلك في ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور.

فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم.

فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات وقدرات كبيرة يمكنه من التأثير الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين فيحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي بما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

وللضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة أنواع هي:

- ✓ عرف المجتمع الرياضي وتقاليد.
- ✓ الضبط الاجتماعي الداخلي: وهو مرتبط بالقيم الرياضية للشخص وقناعاته بها.
- ✓ الضبط الاجتماعي الخارجي: وهو متعلق بقبول الآخرين وموافقهم¹.

أولا: عرف المجتمع الرياضي وتقاليد:

ويتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد والأعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه مثل قيمة ضبط النفس إذا تعرض اللاعب لخشونة زائدة من لاعب منافس، التي نقلتها المجتمعات الرياضية الإسلامية من تعاليم الدين الحنيف، كقول رسول الله صلى الله عليه وسلم- (ليس القوي بالصرعة لكن القوي من يملك نفسه وقت الغضب رواه الترمذي عن أبي هريرة رضي الله عنه وتأخذ هذه القيمة جزءا رفيعا في منظومة القيم الرياضية في تلك المجتمعات ونادرا ما نجد شخصا يتجاهل هذه القيمة، أو لا يقيم لها اعتبارا مهما ضعف دينه.

¹ - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص50.



ثانيا: الضبط الاجتماعي الداخلي:

الرياضية التي يلزم الفرد بها نفسه، مثلا قد يتبنى لاعبو إحدى الفرق الرياضية في كرة القدم طريقة أو أسلوبا للتعامل مع الفرق الأخرى، كإخراج الكرة خارج خط التماس وهو مستحوذ عليها لإعطاء الفرصة لعلاج لاعب أصيب من الفريق الآخر المنافس، فيعرفون بها حتى تصير نوعا من الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي الذي يمارسه اللاعب على نفسه مهامما اختلفت الظروف والمواقف بمعنى أنه يمكن أن يمارسه وهو في حالة الفوز أو الهزيمة.

ثالثا : الضبط الاجتماعي الخارجي:

وهو متعلق بقبول الآخرين وموافقهم، وهذا يتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتصرف بها الآخرون، حيث لا يستطيع الفرد أن يخالف هذه الطريقة وإلا اعتبر خارجا عن التقاليد والأعراف الرياضية. وقد أصبح الإعلام الرياضي من أهم أدوات الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي بما يملكه من إمكانات وذلك لكونه ذا طبيعة جماهيرية ألاء ولاعتماد الناس عليه كمصدر قد يكون هو الوحيد للكثير من المعلومات الرياضية لقطاع كبير من الجمهور، ثانيا، وهذا ما يجعله قادرا على أن يجمع الناس إن لم يحدد لهم ما يصح وما لا يصح القيام به من سلوكيات رياضية وخاصة فيما يتعلق بالقيم والمعتقدات الرياضية.¹

إن ترويج الإعلام الرياضي لآراء أو أفكار رياضية معينة والتعظيم على ما يخالفها يجعلها تخلق ما يشبه العرف الرياضي الذي يتفق الجمهور على قبوله، بل ويحاذر الناس من مخالفة ما عمل الإعلام الرياضي على أن يجعله إجماعا. فمثلا كرة القدم النسائية واهتمام الإعلام الرياضي بها وإبرازها وإلقاء الضوء عليها واحتلالها لمساحات كبيرة، سواء في الصحافة أو الإذاعة للإعلان عنها والدعاية لها، وذلك من أجل تشكيل رأي عام وإجماع يقبل ممارسة الفتاة لكرة القدم.²

¹ - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 98.

² - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 51.



6.2.2 صياغة الواقع:

من خصائص الإعلام الرياضي قيامه بصياغة الواقع الرياضي وتقديمه للجمهور كما هو والمقصود بالواقع هو ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا الحقيقية، وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي، ولكن قد يتجاهل الإعلام الرياضي في بعض الأحيان صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون عدد اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما، لكن الإعلام 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 الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة¹.

عندما يصوغ لنا الإعلام الرياضي واقع الفريق القومي وكيف أنه فريق لا يقهر وتسخر إمكانياته في إبراز قدرات هذا الفريق البدنية والفنية والخطيطة، ولكن في أول احتكاك رسمي له في بطولة ما انهزم الفريق هزيمة ثقيلة، وكان أداء لاعبيه سيئا وبذلك اكتشفت الجماهير أن ما قيل عن واقع هذا الفريق لم يكن إلا واقعا غير صحيح صاغه الإعلام الرياضي، وبالتالي يفقد مصداقيته لدى هذه الجماهير وينصرف عن متابعة ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية، بل وقد يفقد اهتمامه بالرياضة عموما وبشكل نهائي. وبالتالي يكون الإعلام الرياضي قد أضر بالرياضة وخرج بها عن نطاق تحقيق رسالته، فلذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضي أن يقوموا بصياغة الواقع كما هو دون مزيدة أو نقصان حتى لا يصاب الجمهور بالتمزق، ويفقد الثقة بالمجتمع الرياضي بصفة خاصة ومجتمعه الأصلي بصفة عامة².

¹ - ياسين فضل ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² - خير الدين علي عويس، مرجع سبق ذكره، ص 52.

الفصل الثالث

ماهية الثقافة الرياضية



1.3 ماهية الثقافة الرياضية:

1.1.3 مفهوم الثقافة الرياضية:

يعرفها " الهاشمي علي " بأنها: ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي، لا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، كالثقافة الصحية والتربوية والاجتماعية، لتشكل مع الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية.¹

2.1.3 الاتجاهات المعاصرة للثقافات الرياضية:

الثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنساني والحضاري، وتحثل مركزا أساسيا في الخطط الوطنية والقومية والدولية، وترتبط ارتباطا بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم دول العالم، وتتصل جذورها بحياة الأفراد ممارسة ومشاهدة، وتربية وترويجا، وهواية واحترافا، وثقافة وصحة، للدرجة التي يستحيل معها بأن نقرر اليوم بأن هناك من لا يقدر أهميتها.

لقد آمن الكثيرون بالثقافة النظرية والتصورات المجردة والمعنويات المثالية، وأسقطوا من حسابهم العوائد المادية والممارسات العملية لبعض أنماط الثقافة المفيدة كالثقافة الرياضية، فكانت النتيجة زيادة مدارك العقل، على حساب قوة البدن، واختلال في تركيبية البناء، وانحدار إلى هوة اعتلال الصحة وهزال البدن، رغم بدهة صحة الراي القائل بأن قوة الإنسان تقاس بأضعف ما فيه وليس بأقوى ما فيه.

إن المواطن المثقف الصالح في رأينا هو الذي تشتمل صفاته وعاداته كونه يمارس لونا من ألوان الرياضة بالقدر الممكن، وبحسب ظروفه وإمكانياته ووفق ميوله ورغباته قصد المحافظة على لياقته وتحسينها، وهو الذي لم يلم ببعض جوانب الثقافة الرياضية باعتبارها نشاطا إنسانيا وظاهرة حضارية وجزء من الثقافة العامة.²

إن الحديث الثقافي في الرياضة ما زال همسا، والقطر العربي ما زال يحتاج في هذا المجال حتى يرى ويسمع ويقرأ، فالدراسات والبحوث الرياضية لم تتفتح بعد على الثقافة بمعناها الشامل العميق، بل ظلت محصورة في نطاق الصلة بين الرياضة والتربية، فقيل، "التربية البدنية والتدريب الرياضي والتربية الرياضية وغير ذلك من المصطلحات"، ولم يقل كثيرون، الثقافة الرياضية، بالرغم من شمول هذا الاصطلاح وإمكانية احتوائه على كل الأنشطة البدنية والحركية والرياضية للإنسانية المتراكمة عبر

¹ - الهاشمي علي، تأثير الحصار على الثقافة الرياضية لأساتذة كلية التربية الرياضية من خلال ما تنشره الصحافة الرياضية، مجلة التربية الرياضية، جامعة بغداد، المجال الحادي عشر، العدد الأول، 2002 ص 179.

² - محمد إبراهيم شحاتة، الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة و النشر، الإسكندرية، دط، 2004، ص 26.



الزمان، سواء كانت مادية أو معنوية، بسيطة أو متطورة، وفي الوقت الذي لا يمكن لأي إصلاح آخر استيعاب هذا المضمون الشامل.

إذا فالثقافة المزدهرة الباقية هي ثقافة البناء الشامل للمجتمع، والبناء المتزن للإنسان في كل أبعاده (العقلية والنفسية والاجتماعية والبدنية)، وكل بناء ثقافي لا يتصف بالتكامل، ولا يختص بالانحياز هو بناء مرفوض غير قادر على تحقيق رسالة الإنسان وغاية الثقافة في الحياة، والمتقف ليس ذلك الإنسان الذي يختص في ناحية واحدة دون سند من الثقافة العامة، وإنما هو الذي يتفوق في الفن والأدب، ويؤدي واجبه بكفاءة وإخلاص ويعتني بصحته، ويحافظ على لياقته البدنية، ويمارس ضريا من الهواية المفيدة، ويستوعب الكثير من المعلومات والمعارف، ويترجمها على سلوك فاضل مفيد ويحيا حياة زاخرة بالحيوية والنشاط¹.

3.1.3 مكونات الثقافة الرياضية:

يتم تقسيم الثقافة الرياضية باعتبارها جزء من الثقافة العامة إلى:

عموميات:

وتعنى الأنشطة الحركية والرياضية التي تنتشر من مجتمع إلى آخر، فلعبة كرة القدم مثلا تعتبر من العموميات في مجتمع تلقى فيه اهتمام أغلب أعضائه، كما هو الشأن في المجتمعات العربية، في الوقت الذي لا تعتبر فيه هذه اللعبة من العموميات في مجتمعات أخرى كالمجتمع الأمريكي أو الأسترالي.

خصوصيات:

من أعضاء المجتمع، تنتشر بينهم ألوان معينة من النشاط الرياضي يتفق مع أهداف وخصائص المؤسسة التي ينتمون إليها. فنجد لطلاب المدارس ثقافتهم الرياضية التي تخصهم، ونجد لأعضاء الأندية ومراكز الشباب ثقافتهم الرياضية، ونجد للسيدات ولبعض طبقات المجتمع ثقافتهم الرياضية، ونجد لأفراد القوات المسلحة ثقافة رياضية قاصرة عليهم.

وهذا التقسيم لا يعني ضرورة انتماء الفرد إلى هيئة أو طبقة معينة لممارسة النشاط الرياضي الذي يخص هذه الهيئة أو الطبقة، بل يمكن للفرد أن يمارس النشاط الرياضي الذي يرغب فيه متى توفرت إمكانيات ذلك، دون ضرورة الانتماء الطبقي، أو الانتماء إلى منطقة بذاتها.

وتشكل خصوصيات الثقافة الرياضية التي تقوم بها الهيئات والمنظمات المختلفة أساس الاتجاهات المعاصرة لثقافة الرياضية مثل: الرياضة، والتربية البدنية².

¹ - محمد إبراهيم شحاتة، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² - محمد إبراهيم شحاتة، مرجع سبق ذكره، ص 21.



4.1.3 مصادر الثقافة الرياضية:

تقسم أساسا إلى قسمين رئيسيين هما:

أ. المصادر الضمنية معنوية:

وأهم المصادر الضمنية التي تتشكل بمقتضاها برامج الثقافة الرياضية هي:

- علم الثقافة الرياضية: كعلم الحركة وعلم التدريب وعلم الإدارة الرياضية.
- العلوم الإنسانية: كعلم النفس وعلم التربية وعلم الاجتماع وعلم الفلسفة.
- العلوم الطبيعية: كعلم التشريح وعلم الطبيعة وعلم وظائف الأعضاء.
- البحوث والدراسات والتجارب الزائدة: التي تستهدف العلم على تنمية وتطوير الثقافة الرياضية وتعميق مفاهيمها.
- اللوائح والقواعد والقوانين الرياضية: التي تحدد سلوك الأفراد وتصرفاتهم في الساحات الرياضية، وتسهم في تنظيم النشاط تنظيما ناجحا.

• العادات والتقاليد المتبعة: في تشكيل الأنشطة المختلفة بالملاعب والساحات الرياضية.

ب. المصادر الظاهرية حركية: وتتوزع مصادر الثقافة الظاهرية إلى عدة أنواع من أهمها:

✓ ألعاب جماعية.

✓ ألعاب فردية.

✓ منزلات.

✓ رياضات أخرى...¹

5.1.3 أهمية الثقافة الرياضية: تكمن أهمية الثقافة الرياضية في الاعتبارات التالية:

- تنشيط الأطر المعرفية وإثارة الاهتمام لتوسيع دائرة المعرفة الإنسانية المرتبطة بالرياضة.
- تأصيل المعرفة النظرية للرياضة والترويج وتأسيس بنية معرفية للنظام الأكاديمي.
- زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الإنسانية.
- تشكيل وبناء اهتمامات واتجاهات ترويحية ورياضية مؤسسة على قواعد معرفية صحيحة وراسخة.²

¹ - محمد إبراهيم شحاتة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² - جرمون على، مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة العلوم

الإنسانية والاجتماعية، ورقلة؛ العدد 20، 2015، ص 261.



6.1.3 دوافع الثقافة الرياضية:

وجدت الثقافة الرياضية الباحثة ضالتها في وسائل الإعلام للوصول إلى أوسع الجماهير. كما وجدت الثقافة الرياضية الباحثة عن التأثير ضالتها أيضا في وسائل الإعلام الجماهيري، التي أصبحت قوية الحضور، وبالغة النفوذ والتأثير في حياة الفرد والمجتمع من أجل زيادة تأثيرها وتعميق نفوذها. لم تستطع الثقافة الرياضية تجاهل مغزى التطورات الموضوعية الحاصلة ودلالاتها، ثمة واقع جديد أخذ يفرض ثقافة جديدة، الثقافة المتقفة الرفيعة لم تعد هي الشكل الأوحيد وربما الأمثل للثقافة والمجتمع الجماهيري، والإعلام الجماهيري أحد معطياته الهامة- يفرض ثقافته وفنونه وآدابه¹.

7.1.3 خصائص الثقافة الرياضية:

ترتب على جهود علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا في اهتمامهم بدراسة الثقافة عدة نتائج أسهمت بإثراء فهمنا لهذه الظاهرة، كان من أهمها جهودهم في توضيح المقصود بالثقافة من عناصر أساسية اعتبرها علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا بمثابة الخصائص التي تميز الثقافة، إذ تميز الثقافة الرياضية عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية، خاصة وأن الثقافة عبارة عن أمور يكتسبها الإنسان بالتعلم من مجتمعه. يترتب عن اعتبار الثقافة الرياضية بمثابة تراث اجتماعي يتعلمه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة، فالثقافة الرياضية تتميز بخاصية أخرى هي الاستمرارية. تمتاز الثقافة الرياضية بأنها كل معقد لاشتمالها على عدد كبير من السمات والعناصر، ويرجع ذلك التعقيد في الثقافة الرياضية إلى تراكمها خلال عصور طويلة من الزمن، وإلى استعارة كثير من السمات الثقافية من خارج المجتمع:

- تتميز الثقافة الرياضية بالتغيير طالما كانت الثقافة الرياضية جزء من ظواهر الكون، ويخضع الكون بجميع ظواهره إلى التغيير، فما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء.
- تتحد عناصر الثقافة الرياضية من عادات وطرائق شعبية ونظم لأن تكون كلا متكاملا منسجما الثقافة الرياضية تؤثر في تشكيل شخصية الفرد والجماعة عن طريق المواقف الثقافية العديدة ومن خلال التفاعل الاجتماعي المستمر. الثقافة الرياضية تزود الفرد بنظرة مطابقة للحياة الاجتماعية².

¹ - أديب خضور: الإعلام المتخصص. المكتبة الإعلامية دمشق، ط2، 2005، ص74.

² - علي عبد الرزاق جليبي، دراسات في المجتمع و الثقافة و الشخصية، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2009، ص



8.1.3 أهداف الثقافة الرياضية:

- نشر الوعي الثقافي الرياضي بين المجتمعات.
- تربية الفرد جسمياً ونفسياً وسلوكياً وفكرياً.
- اكتساب المهارات المفيدة للحياة العملية.
- إن للثقافة الرياضية أثراً تربوياً في جميع أفراد المجتمع (صغاراً وكباراً، ذكورا وإناث)¹.

2.3 مجالات الثقافة الرياضية:

1.2.3 الثقافة المعرفية:

إن المفهوم النفسي للمعرفة يمثلها على أنها القدرة على وعي مجموعة من المعلومات التي يحتويها الحقل العقلي في لحظة ما، وكذلك فإن المعرفة هي الطريقة التي تنظم وفقها المعلومات بحيث يكون استخدامها في وجوهها المختلفة من أجل التكيف مع المحيط والتكامل فيه. والمعرفة تعتمد على كلمتين أساسيتين هما: الفهم و التعلم.

أ- الفهم:

يعتبر الفهم والاستيعاب أولى وسائل التكيف مع المحيط والتكامل فيه، فالفهم هو عبارة عن الصورة الذاتية المعقدة والموحدة، التي تحدد في الوعي كمبدأ فكري مزيجي، وذلك من خلال انعكاس خصائص الأشياء والظواهر الطبيعية التي تمارس تأثيرها دون انقطاع في أوقات الحس (العين الأذن...)، وبهذا فهي تحدد إحساسات يحددها الدماغ ويركبها بشكل ردود فعل ارتكاسية في القشرة الدماغية. وهكذا نلاحظ بأن الفهم يتعلق مباشرة بالمزاج وكذلك بالتفكير، وكذلك نلاحظ بأن طريقة الفهم هي القاعدة التي تساعد على حدس وتبيين مفاهيم الزمان، المكان، الحركة وكذلك حالة الجسد².

ب - التعلم: إن عملية التعلم هي ثاني العوامل المحددة للمعرفة، وهذه العملية تعتمد في أساسها على عوامل رئيسية وهي:

- الجهاز العصبي المركزي: ومدى تطور هذا الجهاز هو الذي يحدد مدى قابلية التطور ومدى

¹ - ميساء نديم أحمد، محمد إسماعيل مهدي: الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين ديالى، مجلة علوم التربية الرياضية، بغداد، العدد الثالث، مج5، ص4.

² - محمد أحمد النابلسي، أصول الفحص النفسي ومبادئه، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، الإسكندرية، دط،



إمكانيات التعلم.

- الظروف العائلية والمادية.
- المحيط الذي ينشأ في الطفل.
- العمر الذي يتم خلاله التعليم.¹

كما أن المعرفة الرياضية هي العمليات التي تقوم باختزان المعلومات، حيث تستند الثقافة المعرفية بالأساس على عمليات الإدراك، الاكتشاف، التعرف، التخيل، الحكم، التفكير، والتي من خلالها يحصل الفرد على المعارف والفهم الإدراكي، وللمعرفة مفهوم له عدة معانٍ، فهناك المعرفة التي تسعى إلى تعرف على نشاط العقل، وكذلك حالات العقل الداخلية والتي تتمثل في التفكير والاستيعاب والتركيز والتعلم والفهم والتذكر وحل المشكلات، وهي عمليات كلها أساسية، وهناك المعرفة التي هي مجموعة متباينة من الاستعدادات والقدرات العقلية، كالدراسة والفهم والإدراك والتخيل والتعميم والاستدلال، لذلك فإن الناتج المعرفي يعتبر هو المحصلة النهائية لاكتساب التحصيل وتكوين المفاهيم والتكوينات الذهنية للفرد.²

2.2.3 الثقافة الاجتماعية:

تعتبر الرياضة مجالاً عاماً تستقطب كل فئات المجتمع، صغاراً وشيوخاً، رجالاً ونساءً، حيث أن للرياضة وأنشطتها المنوعة لغة عالمية مشتركة بين جميع الشعوب بمختلف أجناسها وألسنتها، والرياضة لها مناشط شتى يصعب حصرها، وأقلها ما يمكن أن يمارسه الفرد في ترويض النفس للخلق القويم وترويض الفرد للجسم السليم وترويض الذهن بالاطلاع والمعرفة، إلى بقية المناشط الرياضية المعروفة، وليس الرياضي هو اللاعب الذي يمارس اللعبة، إنما كل أفراد المجتمع متمثلاً في الإداري والمدرّب والفني والمشجع والناقد الرياضي والصحافي الإعلامي والقارئ المتلقي والمسؤول والدولة - كل هؤلاء رياضيون كل له دوره وتأثيره على الرياضة وازدهارها وتطورها، ومن هنا تلعب الرياضة دوراً اجتماعياً هاماً جداً وتأتي هذه الأهمية من أن معظم قطاعات وفئات المجتمع إن لم تكن جميعها تمارس الرياضة لاعبين أو إداريين أو فنيين أو مهتمين بالشؤون الرياضية أو قراء أو محبين أو مشجعين أو مساندين أو داعمين بالجهد والمال أو عاملين أو ناقدين أو إعلاميين أو مسؤولين. فغرس الثقافة الرياضية داخل المجتمع يؤدي إلى خلق قاعدة عريضة من الشباب الرياضي للارتقاء بمستواهم، واكتساب المواهب التي تعمل على تكييفهم نفسياً

¹ - محمد أحمد النابلسي، مرجع سبق ذكره. ص 119.

² - كمال عبد الحميد إسماعيل، أبو العلا أحمد عبد الفتاح، الثقافة الصحية للرياضيين، دار الفكر العربي، بيروت، ط 1، 2001، ص 56.



ليصبحوا أعضاء فاعلين في المجتمع، مما يؤدي إلى رفع الكفاءة الوظيفية، وإلى تطوير مستوى القدرات البدنية والحركية للفرد، وهو يساعد على رفع كفاته الإنتاجية في حياته العامة، ومن جانب آخر تعمل على إعلاء قيم الولاء للمجتمع وتحمل المسؤولية¹.

إن البيئة الرياضية تحدد الرياضة من خلال:

التقاليد الاجتماعية: إن المجتمعات المختلفة لها عادات حركية مختلفة، ففي المجتمعات المحافظة نجد أن طريقة البنات تختلف عما هي عليه في المجتمعات المفتوحة، إن الركض للبنات في المجتمعات المحافظة غير مقبول اجتماعياً وهذا يؤثر مستقبلاً على الحالة الرياضية.

تأثير الأقران: يظهر هذا الأخير منذ دخول الطفل إلى المدرسة، ويبدأ تأثير الأقران بالنمو حتى يصل ذروته في مرحلة المراهقة، ففي هذه المرحلة تكون علاقته قوية مع الأقران يصاحبها انحسار العلاقة مع العائلة، إن الميل لممارسة الرياضة يكون قويا إذا كان الأقران كذلك والعكس صحيح. إن هذه المرحلة حرجة وفيها يكون مستعداً لتعلم عادات لا تسر الوالدين، ومتى اجتاز هدم المرحلة فإنه سوف يكون أكثر وقائية تجاه العادات غير المستحبة مثل التدخين.

تأثير الدين: إن الأديان المختلفة لها وجهات نظر مختلفة نحو الرياضة وكيفية تنشئة الجيل، وكذلك فإن بعض الأديان تمارس نشاطات رياضية ضمن الطقوس الدينية.

3.2.3 الثقافة الصحية:

لقد وجب التأكيد على علاقة مهمة تتمثل في ملء وقت الفراغ بالنشاط الرياضي لتحديد حيوية الجسم من خلال الممارسة لكافة أنواع الأنشطة الرياضية، وأثر ذلك على صحة الأفراد، ولذلك فالرياضة ذات أهمية كبيرة في الحفاظ على مستوى الصحة لأفراد المجتمع. ولذلك وبالتالي وجب علينا ان نعمل على توفير الإمكانيات المادية والبشرية للممارسة الرياضية حتى يتم تزويد الأفراد بكافة المعلومات والمعارف المفيدة وتدريبهم على العادات الصحية السليمة.²

توفر الثقافة الرياضية للأفراد فرصة لتحسين وضعهم الصحي واكتساب اللياقة البدنية والوقاية من بعض الأمراض، وتختلف الفائدة المكتسبة منها باختلاف الممارسة ومدى تأثر الفرد واهتمامه بها، وهناك العديد من الفوائد لاكتساب الفرد الثقافة الصحية المتعلقة بممارسة النشاطات الرياضية، فهناك فوائد رياضية تكتسب على المدى القصير، كزيادة نبضات القلب مما يؤدي إلى تدفق الدم المحمل بالأكسجين

¹ - نفس المرجع، ص 60.

² - فهمي الغزوي وآخرون. المدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، دط، 2004، ص 281.



والعناصر الغذائية لإنتاج الطاقة لجميع أعضاء الجسم، والتنفس بعمق مما يزيد كمية الأكسجين وإعطاء طاقة أكبر لحمل الفضلات من الرئة، وتحسين اللياقة البدنية، وزيادة القوة العضلية والتحمل وتحسين القوام والمرونة وتقليل آلام تصلب المفاصل والأمراض المزمنة مثل: الروماتيزم، وزيادة القدرة الجسمية في أداء الأعمال اليومية دون الشعور بالتعب والإجهاد، وتحسين نمط النوم، وتحسين المزاج والسلوك، أما الفوائد بعيدة المدى فتلخص في تقوية جهاز الدورة الدموية، بما يحتويه من القلب والشرايين، فتخبر الإصابة بأمراض تصلب الشرايين وزيادة حجم الألياف العضلية، وينتج عنها زيادة القوة العضلية والتقليل من فرص الإصابة بأمراض الشيخوخة، وزيادة مستوى الكوليسترول الجيد في الدم؛ وتخفيض الدهون الثلاثية وتقليل الدهون المخزنة في الجسم وزيادة كثافة وقوة العظام، وزيادة امتصاص الكالسيوم والإقلال من فقدان العناصر المعدنية.¹

4.2.3 عناصر الثقافة الصحية:

لكي تكون عملية التثقيف الصحي فاعلة ومؤثرة يستلزم أن تحقق هذه العناصر بعض المتطلبات:
أ- الرسالة الصحية: أن تكون المعلومات صحيحة وواضحة ومفهومة وفي مستوى الملقى ومشوقة وتحقق الهدف المنشود.

ب - المثقف الصحي: تكون لديه المعرفة (المعلومة) مع القدرة على توصيلها، ويكون مقتنعا ومؤمنا بالرسالة التي ينوي إيصالها، ولديه مهارات اتصال.

ج- المستهدف بالتثقيف الصحي: يجب تحديد درجة فهمه وثقافته وأن تتوفر فيه الرغبة في التغيير، مع التركيز على حاجاته الصحية.

د - وسائل التثقيف الصحي: تتنوع وسائل التثقيف الصحي المستخدمة في نشر المعلومات الصحية من وسائل تقليدية نمطية إلى تقنيات عصرية حديثة، وكلما كانت وسيلة الاتصال تفاعلية وتخطب أكثر من حاسة كلما كان تأثيرها أكبر، ومن هذه الوسائل:

وسائل مسموعة: يتم نقل المعلومات عن طريق الكلمة المنطوقة مثل: المقابلات، الندوات، المحاضرات، المؤتمرات.

وسائل مقروءة: يتم نقل المعلومات عن طريق العبارة المكتوبة مثل: النشرات، الكتيبات الملصقات، رسائل الجوال، السبورة، النماذج، الصور التوضيحية؛ العينات، المعارض الشرائح.

¹ - كمال عبد الحميد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 62.



وسائل مسموعة مرئية: مثل التلفاز، الفيديو الأقراص المدمجة¹.

5.2.3 الثقافة السلوكية:

تستند الثقافة السلوكية إلى طبيعة الإنسان من حيث أنه دائم التفاعل مع الآخرين، إذ يتعلم الفرد في غضون ذلك كيف يؤثر في الناس، وكيف يتأثر بهم، ويكتسب التعبير عن انفعالاته، ويتعلم اتجاهاته ومعتقداته وقيمه وميوله، ويتعلم الآداب التي تعارفت عليها الجماعة، وما تبيحه وما تحرمه، وغير ذلك من مختلف أساليب وأنماط السلوك الاجتماعية التي تهيئ له أسباب التكيف الشخصي مع الجماعة، وهذه كلها أنواع لا تدخل في عداد المهارات والعادات، ولا المعارف والمعلومات، ويؤدي اكتساب الثقافة الرياضية إلى اكتساب الفرد مختلف نواحي السلوك الاجتماعي المقبولة كالتعاون و الخلق الرياضي ونبذ التعصب وغيرها من أساليب السلوك الاجتماعي الحميد².

يلخص كل من ،"ميساء نديم أحمد"، و،"محمد إسماعيل مهدي"، مجالات الثقافة الرياضية فيما يلي:

المجال المعرفي (المعرفة الرياضية): هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي تخص المجال الرياضي.

المجال الاجتماعي: هو تنشئة الأفراد وتنقيتهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، فضلا عن تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.

المجال التربوي: إعداد الفرد وتقويم سلوكه جسديا ونفسيا وأخلاقيا واجتماعيا وإكسابه السمات والخصائص البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة.

المجال الصحي: قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه و العناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية³.

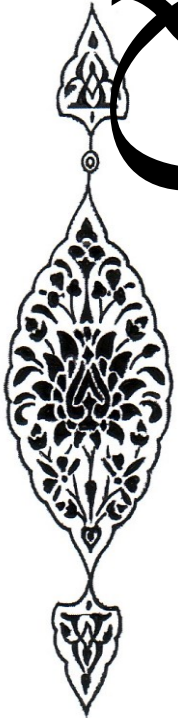
¹ - حمزة الجباري، الثقافة الصحية، دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن، ط1، 1992، ص62.

² - محمد عبدالغاني، حسن هلال، مهارات إدارة سلوك الإنساني،متطلبات التحقيق المستمر للسلوك، مركز تحسين الأداء والتنمية، القاهرة، ط2،2003، ص77.

³ - ميساء نديم أحمد، محمد إسماعيل مهدي، مرجع سبق ذكره. ص256.

الفصل الأول البرائح

الجانب التطبيقي





1.4 تحليل وتفسير نتائج الدراسة

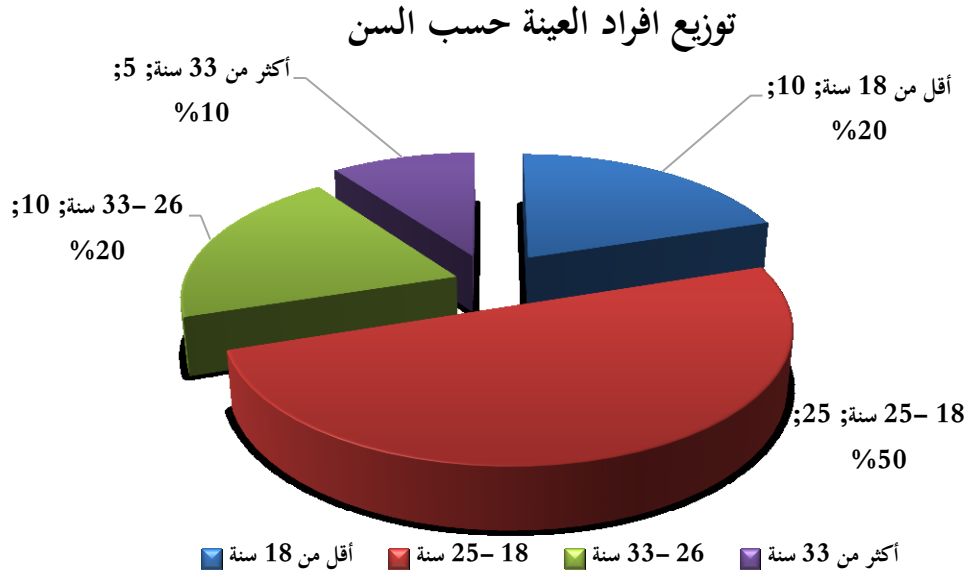
الجدول رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للجنس (ن=50).

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
50	25	ذكر
50	25	أنثى
100	50	المجموع

يوضح الجدول توزيع الجنس في عينة مكونة من 50 فرداً. يتكون نصف العينة من الذكور بنسبة 50% (25 فرداً) والنصف الآخر من الإناث بنسبة 50% أيضاً (25 فرداً). يشير هذا التوزيع إلى توازن كامل بين الذكور والإناث في العينة، حيث أن كل جنس يمثل نصف العدد الكلي للأفراد. بذلك، تكون النسب المئوية الكلية متساوية، مما يعكس عدم وجود انحياز تجاه أي جنس في هذه العينة.

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن (ن=50).

النسبة المئوية%	التكرار	السن
20	10	أقل من 18 سنة
50	25	18- 25 سنة
20	10	26- 33 سنة
10	5	أكثر من 33 سنة
100	50	المجموع



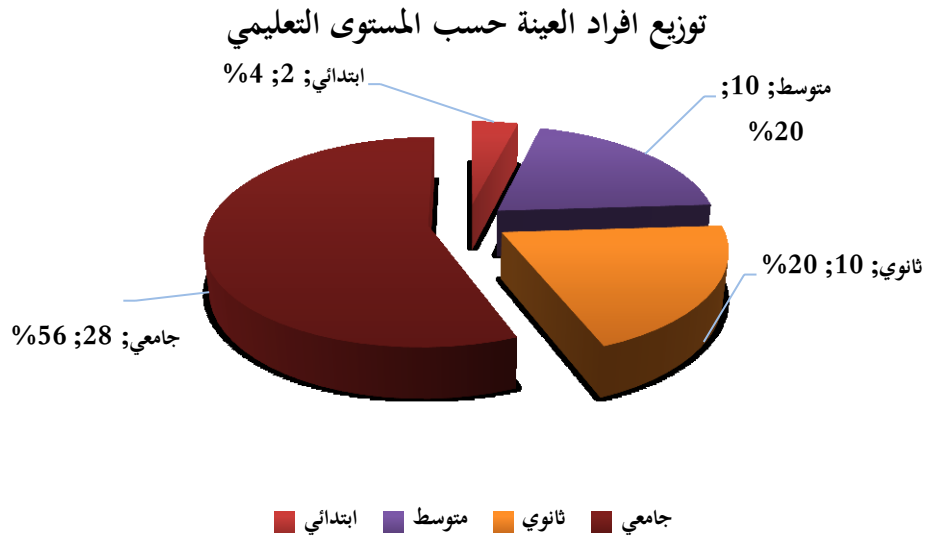
يوضح الجدول توزيع العمر بين مجموعة من الأفراد، حيث تم تقسيمهم إلى أربع فئات عمرية مختلفة. الفئة العمرية الأقل من 18 سنة تمثل 20% من المجموعة بإجمالي 10 أفراد. الفئة الأكبر، التي تتراوح أعمارها بين 18 و25 سنة، تشكل نصف المجموعة بنسبة 50% مع 25 فردًا. الفئة التي تتراوح أعمارها بين 26 و33 سنة تشكل أيضًا 20% من المجموعة بعدد 10 أفراد. وأخيرًا، الفئة العمرية التي تزيد أعمارها عن 33 سنة تمثل 10% فقط من المجموعة بإجمالي 5 أفراد. مجموع الأفراد في جميع الفئات هو 50 فردًا، مما يعكس توزيعًا متنوعًا للأعمار داخل المجموعة.

نحن هنا لم نعتمد على السن كمتغير للدراسة وإنما اکتفينا بالإشارة إليه كمتغير مساعد على التعريف بعينة البحث.



الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي (ن=50).

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي
4	2	ابتدائي
20	10	متوسط
20	10	ثانوي
56	28	جامعي
100	50	المجموع



يوضح الجدول توزيع المستوى التعليمي بين مجموعة من الأفراد، حيث تم تقسيمهم إلى أربع فئات تعليمية مختلفة. الفئة ذات المستوى الابتدائي تشكل 4% من المجموعة بإجمالي 2 فردين. الفئة ذات المستوى المتوسط تمثل 20% من المجموعة بعدد 10 أفراد. الفئة التي تتمتع بمستوى تعليمي ثانوي تشكل أيضًا 20% من المجموعة بإجمالي 10 أفراد. أما الفئة التي تتمتع بمستوى تعليمي جامعي فهي الأكبر، حيث تشكل 56% من المجموعة بعدد 28 فردًا. مجموع الأفراد في جميع الفئات هو 50 فردًا، مما يعكس تنوعًا في المستويات التعليمية داخل المجموعة.

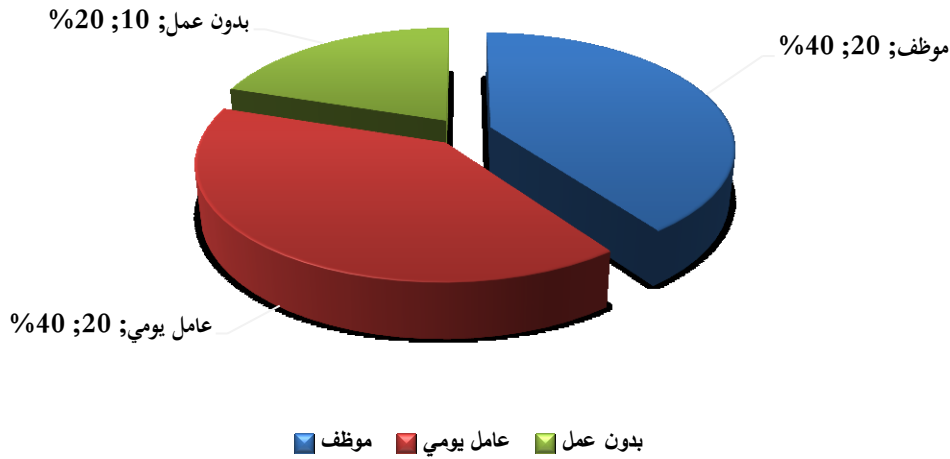


من هنا نستنتج ان افراد العينة الخاصة بنا معظمهم طلبة جامعيون يهتمون بالإعلام الرياضي من أجل تنمية الوعي باعتبار هذه الفئة تتصف بالنخبة وتتميز بالوعي -خاصة الثقافي منه-. كما اننا لم نعتمد على الدرجة العلمية للشباب كمتغير مؤثر في البحث، وإنما اكتفينا بالإشارة له كخاصية من خصائص العينة.

الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية (ن=50).

الوضعية المهنية	التكرار	النسبة المئوية%
موظف	20	40
عامل يومي	20	40
بدون عمل	10	20
المجموع	50	100

توزيع افراد العينة حسب الوضعية المهنية



يوضح الجدول توزيع الوضعية المهنية بين مجموعة من الأفراد، حيث تم تقسيمهم إلى ثلاث فئات مهنية مختلفة. الفئة الأولى تشمل الموظفين وتشكل 40% من المجموعة بإجمالي 20 فردًا. الفئة الثانية تشمل العمال اليوميين، وهم أيضًا يمثلون 40% من المجموعة بعدد 20 فردًا. الفئة الثالثة تشمل الأفراد الذين بدون عمل، وتمثل 20% من المجموعة بإجمالي 10 أفراد. مجموع الأفراد في جميع الفئات هو 50 فردًا، مما يعكس تنوعًا في الوضعيات المهنية داخل المجموعة.



عرض نتائج الاستبيان الخاصة بالمحور الثاني : المقصود بالثقافة الرياضية

المحور الثاني : المقصود بالثقافة الرياضية

السؤال رقم (01) هل تتابع الإعلام الرياضي ؟

الجدول رقم (05): يبين مدى متابعة الاعلام الرياضي (ن=50).

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائما	30	60
أحيانا	15	30
نادرا	5	10
المجموع	50	100

يعكس الجدول مدى متابعة الأفراد للإعلام الرياضي ويقدم نظرة مفصلة على التوجهات المختلفة داخل المجموعة:

المتابعون الدائمون (60%): يشكل الأفراد الذين يتابعون الإعلام الرياضي بانتظام الغالبية العظمى من العينة (30 فردًا من أصل 50). يمكن أن يعزى هذا الاهتمام الكبير إلى حبهم العميق للرياضة، مما يدل على أن الإعلام الرياضي يلبي احتياجاتهم ويوفر لهم المعلومات والترفيه الذي يبحثون عنه. قد يكون هؤلاء الأفراد متابعين للعديد من الرياضات، سواء المحلية أو العالمية، وقد يكون لديهم فرق أو رياضيون مفضلون يتابعون أخبارهم بشكل دوري.

وهنا لابد من مواصلة إنتاج محتوى متميز ومتنوع للحفاظ على تفاعلهم الدائم.

المتابعون أحياناً (30%): يشكل الأفراد الذين يتابعون الإعلام الرياضي أحياناً نسبة كبيرة أيضاً (15 فردًا من أصل 50). هؤلاء الأفراد مهتمون بالرياضة، لكن قد تكون لديهم التزامات أو اهتمامات أخرى تمنعهم من المتابعة الدائمة. يواجه هؤلاء تحديات في تخصيص وقت كافٍ لمتابعة الإعلام الرياضي بانتظام.

العمل على تقديم خدمات ملخصات سريعة أو إشعارات بأهم الأخبار الرياضية التي قد تهمهم.



المتابعون نادراً (10%): الأفراد الذين يتابعون الإعلام الرياضي نادراً (5 أفراد من أصل 50) قد يكون لديهم أولويات أخرى تفوق اهتمامهم بالرياضة. هؤلاء قد يتابعون الرياضة بشكل عرضي أو عند حدوث أحداث رياضية كبيرة فقط.

هاته الفئة يجب العمل على محاولة إشراكهم من خلال محتوى مبتكر يبرز أهمية وفائدة متابعة الرياضة.

السؤال رقم (02) كم مرة في الأسبوع تتابع الأخبار الرياضية ؟

الجدول رقم (06): يبين مدى متابعة الاخبار الرياضية (ن=50).

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
مرة في الأسبوع	5	10
مرتين	10	20
يوميًا	35	70
المجموع	50	100

المتابعون اليوميون (70%): يشكل الأفراد الذين يتابعون الأخبار الرياضية يوميًا النسبة الأكبر من العينة (70%)، بإجمالي 35 فردًا من أصل 50. يدل هذا على اهتمام كبير وشغف بالأخبار الرياضية، حيث أن هذه الفئة تخصص وقتًا يوميًا لمتابعة آخر المستجدات في عالم الرياضة. قد يكون هؤلاء الأفراد متابعين للأحداث الرياضية الهامة، والنتائج، والتحليلات.

يمثل هؤلاء المتابعون جمهورًا أساسيًا للإعلام الرياضي، مما يعزز أهمية توفير محتوى يومي متجدد ومثير للحفاظ على تفاعلهم واهتمامهم. والاستمرار في تقديم محتوى متجدد يوميًا يتضمن الأخبار العاجلة، التحليلات، والملخصات اليومية للأحداث الرياضية.

المتابعون مرتين في الأسبوع (20%): الأفراد الذين يتابعون الأخبار الرياضية مرتين في الأسبوع يشكلون 20% من العينة، أي 10 أفراد. هؤلاء قد يكونون مهتمين بالأخبار الرياضية ولكن ليس بشكل يومي، ربما بسبب ضيق الوقت أو وجود اهتمامات أخرى.

يمكن أن يكون لهذه الفئة محتوى خاص يتم نشره مرتين في الأسبوع، مثل ملخصات للأحداث الرياضية البارزة أو تحليلات معمقة تلائم وتيرتهم في المتابعة.



المتابعون مرة في الأسبوع (10%): الأفراد الذين يتابعون الأخبار الرياضية مرة واحدة في الأسبوع يشكلون 10% من العينة، أي 5 أفراد. هؤلاء قد يتابعون الأحداث الرياضية الهامة فقط أو لديهم اهتمام محدود بالأخبار الرياضية.

يمكن استهداف هؤلاء الأفراد بمحتوى أسبوعي شامل يلخص أهم الأحداث الرياضية للأسبوع، أو بمحتوى خاص يتناسب مع اهتماماتهم المحدودة.

السؤال رقم (03): هل تستفيد من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في حياتك اليومية ؟

الجدول رقم (07): يبين مدى الاستفادة من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في الحياة اليومية (ن=50).

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائما	27	54
أحيانا	13	26
نادرا	10	20
المجموع	50	100

الاستفادة دائماً (54%): يشكل الأفراد الذين يستفيدون دائماً من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في حياتهم اليومية النسبة الأكبر من العينة (54%)، بإجمالي 27 فرداً من أصل 50. يشير هذا إلى أن الأغلبية يجدون قيمة كبيرة في المحتوى الذي يقدم لهم، سواء كان ذلك لأغراض ترفيهية، اجتماعية، أو لتحسين أدائهم الشخصي في الأنشطة الرياضية.

يعكس هذا أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في حياة هؤلاء الأفراد، مما يجعلهم جمهوراً مهماً يجب تلبية احتياجاته باستمرار عبر تقديم محتوى غني ومفيد.

الاستفادة أحياناً (26%): الأفراد الذين يستفيدون من المعلومات الرياضية أحياناً يمثلون 26% من العينة، أي 13 فرداً. قد تكون لديهم اهتمامات أخرى أو يجدون أن بعض المعلومات فقط هي التي تلائم احتياجاتهم.



يمكن تحسين تجربة هؤلاء المتابعين من خلال تقديم محتوى أكثر تنوعاً وملاءمة لاحتياجاتهم المتغيرة، وربما من خلال تفاعلات شخصية أو تخصيص المحتوى.

الاستفادة نادراً (20%): الأفراد الذين يستفيدون نادراً من المعلومات الرياضية يشكلون 20% من العينة، أي 10 أفراد. قد يكون السبب في ذلك عدم توافق المحتوى المقدم مع اهتماماتهم أو احتياجاتهم.

يمثل هؤلاء الأفراد تحدياً وفرصة في نفس الوقت. يمكن جذب انتباههم وزيادة استفادتهم من خلال تقديم محتوى يركز على الفوائد العملية والملموسة للمعلومات الرياضية في الحياة اليومية.

السؤال رقم (04): ماذا تعني لك الثقافة الرياضية ؟

الجدول رقم (08): يبين ماذا تعني الثقافة الرياضية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
الوعي	10	20
التربية	10	20
الأخلاق	15	30
إحترام الآخر	10	20
ممارسة الرياضة	5	10
المجموع	50	100

الوعي (20%): الوعي الرياضي يُظهر مدى إدراك الأفراد لأهمية الرياضة وفوائدها الصحية والنفسية. ويعكسه عدد 10 أفراد، مما يسلط الضوء على الحاجة لنشر المعلومات والتثقيف حول الرياضة وأثرها الإيجابي على الحياة.

التربية (20%): التربية جزءاً أساسياً من الثقافة الرياضية، حيث تساهم في ترسيخ القيم والمبادئ الرياضية منذ الصغر ، ويعكسه عدد 10 أفراد، مما يعزز من تطوير مهارات الأطفال والشباب وتنمية شخصياتهم ليصبحوا أفراداً مسؤولين وملتزمين بالقيم الرياضية.

الأخلاق (30%) : الأخلاق الرياضية تمثل القيم السلوكية التي تحكم تصرفات الأفراد في المجال الرياضي، ويعكسه عدد 15 فرداً، مما يعكس الالتزام باللعب النظيف والاحترام المتبادل، ويساهم في خلق بيئة رياضية صحية وآمنة.



احترام الآخر (20%): احترام الآخر في الرياضة يعزز من روح التعاون والتفاهم بين الأفراد. التكرار هنا هو 10 مرات، ويعكسه عدد 10 أفراد، ويشمل احترام اللاعبين لبعضهم البعض، واحترام الجماهير للحكام وللمنافسين، مما يؤدي إلى تقليل التوترات والنزاعات ويعزز من الروح الرياضية.

ممارسة الرياضة (10%): ممارسة الرياضة هي النتيجة العملية للثقافة الرياضية، ويعكسه عدد 5 أفراد، وعلى الرغم من أنها تأتي بنسبة أقل مقارنة بالجوانب الأخرى، إلا أنها تعتبر الهدف النهائي الذي تسعى الثقافة الرياضية لتحقيقه من خلال التوعية والتربية وتعزيز القيم الأخلاقية.

السؤال رقم (05): هل ترى أن الثقافة الرياضية هي جزء من الثقافة العامة للشباب ؟

الجدول رقم (09): يبين رؤية الشباب للثقافة الرياضية كجزء من الثقافة العامة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	36	72
لا	14	28
المجموع	50	100

نعم (72%): النسبة الأكبر من الشباب (72%) أي 36 فرداً من العينة يرون أن الثقافة الرياضية هي جزء أساسي من الثقافة العامة. هذا يشير إلى أن هناك وعياً واسعاً بأهمية الرياضة في حياة الأفراد والمجتمع ككل. الوعي بأهمية الرياضة يتضمن فهم فوائدها الصحية والاجتماعية والنفسية، ويعكس تأثير التربية والمجتمع في ترسيخ هذه الفكرة.

لا (28%): النسبة المتبقية (28%)، أي 14 فرداً، من الشباب لا يرون الثقافة الرياضية كجزء من الثقافة العامة. قد يعود ذلك إلى نقص الوعي أو التعليم الرياضي، أو قد يكون بسبب عدم الاهتمام الشخصي بالرياضة. هذه النسبة تشير إلى الحاجة لتعزيز الجهود التثقيفية والتربوية لزيادة الوعي بأهمية الرياضة كجزء لا يتجزأ من الثقافة العامة.



السؤال رقم (06): هل تعتقد أن الثقافة الرياضية غيرت مفهوم الشباب بمفهوم الرياضة ؟

الجدول رقم (10): يبين مدى تغيير الثقافة الرياضية لمفهوم الشباب عن الرياضة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	44	88.0
لا	6	12.0
المجموع	50	100.0

نعم (88.0%) : النسبة الأكبر من الشباب (88%)، أي 44 فرداً، يرون أن الثقافة الرياضية قد غيرت مفهومهم عن الرياضة. هذا يشير إلى تأثير إيجابي كبير للثقافة الرياضية في تحسين فهم الشباب لدور الرياضة في حياتهم. الثقافة الرياضية قد تكون ساهمت في تعزيز الوعي بفوائد الرياضة الصحية والنفسية والاجتماعية، وكذلك في تشجيع ممارسة الرياضة بانتظام.

لا (12.0%): النسبة المتبقية (12%)، أي 6 أفراد، لا يرون أن الثقافة الرياضية قد غيرت مفهومهم عن الرياضة. قد يكون ذلك بسبب عدم تعرضهم الكافي للثقافة الرياضي، أو ربما بسبب تجارب شخصية أو بيئية لم تعزز لديهم أهمية الرياضة. هذه النسبة تشير إلى الحاجة لمزيد من الجهود لتوصيل أهمية الرياضة وفوائدها إلى جميع الشباب.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب يشعرون بأن الثقافة الرياضية قد غيرت مفهومهم عن الرياضة، مما يعكس تأثيراً قوياً وإيجابياً للثقافة الرياضية. ومع ذلك، وجود نسبة 12% لم تتغير مفاهيمهم يشير إلى ضرورة الاستمرار في التوعية والتثقيف لضمان وصول الرسالة إلى الجميع بشكل فعال.

السؤال رقم (07): ماهي العوامل التي تساهم في تكوين الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟

الجدول رقم (11): يبين العوامل المساهمة في تكوين الثقافة الرياضية لدى الشباب

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
ممارسة الرياضة	15	30
متابعة الأحداث الرياضية	25	50
معرفة أهمية الرياضة في الصحة العامة	10	20
المجموع	50	100

ممارسة الرياضة (30%): يشير 30% من الشباب، أي 15 فرداً، إلى أن ممارسة الرياضة هي عامل رئيسي في تكوين ثقافتهم الرياضية. هذا يعكس أهمية المشاركة الفعلية في الأنشطة الرياضية وتأثيرها في تعزيز فهم الأفراد لأهمية الرياضة في حياتهم اليومية.

متابعة الأحداث الرياضية (50%): تعد متابعة الأحداث الرياضية العامل الأكثر تأثيراً، حيث أشار 50% من الشباب، أي 25 فرداً، إلى أنها تساهم في تكوين ثقافتهم الرياضية. متابعة المباريات والبطولات الرياضية تعزز من ارتباط الشباب بالرياضة وتزيد من معرفتهم بالفرق واللاعبين والأحداث الرياضية، مما يعزز من شغفهم واهتمامهم بالثقافة الرياضية.

معرفة أهمية الرياضة في الصحة العامة (20%): يشير 20% من الشباب، أي 10 أفراد، إلى أن معرفة أهمية الرياضة في الصحة العامة تساهم في تكوين ثقافتهم الرياضية. هذا يشير إلى أن الوعي بالفوائد الصحية للرياضة يلعب دوراً هاماً في تشجيع الشباب على تبني نمط حياة نشط وصحي.

الجدول يوضح أن العوامل الثلاثة المذكورة تساهم بشكل متكامل في تكوين الثقافة الرياضية لدى الشباب. ممارسة الرياضة والمتابعة المستمرة للأحداث الرياضية تساهمان بشكل كبير في تعزيز الارتباط بالرياضة، بينما الوعي بأهمية الرياضة للصحة العامة يدعم هذا الارتباط ويوضح الفوائد الجسدية والنفسية التي يمكن الحصول عليها من ممارسة الرياضة.



السؤال رقم (08): هل تساهم الثقافة الرياضية في تنمية السمات الفردية للشباب ؟

الجدول رقم (12): يبين مساهمة الثقافة الرياضية في تنمية السمات الفردية للشباب

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	37	74
لا	13	26
المجموع	50	100

نعم (74%) : يشير 74% من الشباب، أي 37 فرداً، إلى أن الثقافة الرياضية تساهم في تنمية السمات الفردية لديهم. هذا يعكس تأثيراً إيجابياً واضحاً للثقافة الرياضية على تطوير الصفات الشخصية مثل الانضباط، العمل الجماعي، الثقة بالنفس، والقدرة على التحمل. الثقافة الرياضية تعلم الشباب القيم الأخلاقية وتساعدهم في تطوير مهارات القيادة والتواصل.

لا (26%) : النسبة المتبقية (26%) من الشباب، أي 13 فرداً، يرون أن الثقافة الرياضية لا تساهم بشكل كبير في تنمية السمات الفردية لديهم. قد يكون هذا الرأي ناتجاً عن تجارب شخصية أو بيئة معينة، أو ربما بسبب نقص الوعي الكامل بفوائد الثقافة الرياضية على التنمية الشخصية. هذه النسبة تشير إلى ضرورة تعزيز الجهود التثقيفية لتوضيح الفوائد الشاملة للثقافة الرياضية.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب يشعرون بأن الثقافة الرياضية تساهم في تنمية سماتهم الفردية، مما يعكس تأثيراً قوياً وإيجابياً للثقافة الرياضية. ومع ذلك، وجود نسبة 26% لم تشهد هذا التأثير يشير إلى الحاجة المستمرة للتوعية والتثقيف لضمان وصول الرسالة إلى جميع الشباب بشكل فعال.



المحور الثالث : ماهية العلاقة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية

السؤال رقم (09): ماهية الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالاً لديك لمتابعة الرياضة ؟

الجدول رقم (13): يبين الوسيلة الاعلامية الاكثر متابعة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
تلفزيون	15	30
راديو	10	20
صحافة مكتوبة	5	10
وسائل التواصل الاجتماعي	20	40
المجموع	50	100

تلفزيون (30%): يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية رئيسية لمتابعة الأخبار والأحداث الرياضية، حيث أشار 30% من الشباب، أي 15 فرداً، إلى أنه الوسيلة الأكثر متابعة بالنسبة لهم. التلفزيون يوفر تغطية شاملة ومباشرة للأحداث الرياضية مما يجعله وسيلة مفضلة للعديد من الشباب.

راديو (20%): الراديو لا يزال وسيلة متابعة مهمة للأخبار الرياضية بالنسبة لبعض الشباب، حيث أشار 20%، أي 10 أفراد، إلى أنه الوسيلة الأكثر متابعة بالنسبة لهم. الراديو يتيح للأفراد متابعة الأحداث الرياضية أثناء التنقل أو العمل.

صحافة مكتوبة (10%): على الرغم من تراجع نسبة متابعي الصحافة المكتوبة، إلا أن 10% من الشباب، أي 5 أفراد، لا يزالون يعتبرونها وسيلة إعلامية مهمة لمتابعة الأخبار الرياضية. الصحافة المكتوبة توفر تحليلات معمقة وتقارير مفصلة قد لا تكون متاحة بنفس الشكل في الوسائل الأخرى.

وسائل التواصل الاجتماعي (40%): وسائل التواصل الاجتماعي تعد الوسيلة الأكثر متابعة بالنسبة لـ 40% من الشباب، أي 20 فرداً، مما يعكس التحول الكبير نحو الرقمنة واستخدام الإنترنت كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات. وسائل التواصل الاجتماعي توفر تحديثات سريعة وفورية وتتيح للشباب التفاعل المباشر مع المحتوى والأحداث الرياضية.



الجدول يوضح التوزيع المتنوع للوسائل الإعلامية التي يتابعها الشباب للحصول على الأخبار والمعلومات الرياضية. التلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي هما الأكثر شيوعاً، مما يعكس التنوع في استخدام الوسائل التقليدية والحديثة للوصول إلى المحتوى الرياضي.

السؤال رقم (10): هل تلاحظ وجود تأثير إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟

الجدول رقم (14): يبين وجود تأثير ايجابي للاعلام الرياضي على الثقافة الرياضية للشباب

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	41	82
لا	9	18
المجموع	50	100

نعم (82%): الأغلبية العظمى من الشباب، بنسبة 82%، أي 41 فرداً، يرون أن للإعلام الرياضي تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية لديهم. هذا يعكس الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في تعزيز الوعي الرياضي، ونقل المعلومات المفيدة، وتشجيع الشباب على ممارسة الرياضة. متابعة الأحداث الرياضية بانتظام تساعد في زيادة معرفة الشباب بالفرق واللاعبين والمباريات، وتعزز من اهتمامهم بالثقافة الرياضية.

لا (18%) : نسبة 18% من الشباب، أي 9 أفراد، لا يرون أن للإعلام الرياضي تأثيراً إيجابياً على ثقافتهم الرياضية. قد يعود ذلك إلى تجارب شخصية معينة أو ربما بسبب عدم متابعة الإعلام الرياضي بشكل كافٍ. هذه النسبة تشير إلى وجود فجوة يمكن للإعلام الرياضي معالجتها من خلال تحسين المحتوى وزيادة التوعية بأهمية الرياضة.

الجدول يوضح أن الغالبية العظمى من الشباب يعتقدون أن للإعلام الرياضي تأثيراً إيجابياً على ثقافتهم الرياضية، مما يعزز أهمية الإعلام في نشر الوعي وتشجيع الرياضة. ومع ذلك، وجود نسبة 18% لم تتأثر إيجابياً يشير إلى ضرورة الاستمرار في تحسين جودة المحتوى الإعلامي الرياضي وضمان وصوله إلى جميع الشباب بطرق فعالة.



السؤال رقم (11): هل التغطية الإعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية لديك ؟

الجدول رقم (15): يبين وجود تغطية الإعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
كافية	18	36
غير كافية	12	24
نوعاً ما	20	40
المجموع	50	100

كافية (36%) : نسبة 36% من الشباب، أي 18 فرداً، يرون أن التغطية الإعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية. هذا يشير إلى رضا جزء كبير من الشباب عن المحتوى الرياضي المقدم في وسائل الإعلام، والذي يعتبرونه ملائماً لتلبية احتياجاتهم من المعلومات والتثقيف الرياضي.

غير كافية (24%): نسبة 24% من الشباب، أي 12 فرداً، يرون أن التغطية الإعلامية الرياضية الحالية غير كافية. هذا يعكس وجود فجوة في المعلومات أو النوعية المقدمة، ويشير إلى ضرورة تحسين التغطية الإعلامية لتشمل المزيد من التفاصيل والتحليلات المعمقة لتلبية احتياجات هذه الفئة من الشباب.

نوعاً ما (40%) : نسبة 40% من الشباب، أي 20 فرداً، يرون أن التغطية الإعلامية الرياضية الحالية نوعاً ما كافية. هذا يعكس تبايناً في الآراء حول كفاية التغطية الإعلامية، حيث يشعر البعض بأنها كافية في بعض الجوانب لكنها تحتاج إلى تحسين في جوانب أخرى.

الجدول يوضح أن هناك تبايناً في آراء الشباب حول كفاية التغطية الإعلامية الرياضية الحالية. بينما يعتقد 36% أنها كافية، يرى 24% أنها غير كافية، ويعتقد 40% أنها نوعاً ما كافية. هذا يشير إلى ضرورة التقييم المستمر لتحسين جودة التغطية الإعلامية وضمان تلبية احتياجات جميع الشباب في الحصول على الثقافة الرياضية المطلوبة.



السؤال رقم (12): هل يساهم الإعلام الرياضي في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية ؟

الجدول رقم (16): يبين مساهمة الإعلام الرياضي في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	30	60
أحياناً	20	40
المجموع	50	100

دائماً (60%): نسبة 60% من الشباب، أي 30 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي يساهم دائماً في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية. هذا يشير إلى أن هناك تقديراً كبيراً لدور الإعلام في الحفاظ على تاريخ الرياضة وتعريف الأجيال الحالية بالإنجازات والتقاليد الرياضية للأجيال السابقة.

أحياناً (40%): نسبة 40% من الشباب، أي 20 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي يساهم أحياناً في نقل التراث الرياضي. هذا يشير إلى أن هناك بعض التقصير أو عدم الانتظام في تغطية التراث الرياضي، مما يترك مجالاً للتحسين لضمان نقل مستدام وشامل للتراث الرياضي.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتقد أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في نقل التراث الرياضي، حيث يرى 60% منهم أن الإعلام يقوم بهذا الدور دائماً، في حين يرى 40% أن هذا يحدث أحياناً. هذا يعكس أهمية الإعلام في الحفاظ على التاريخ الرياضي وتعزيز الوعي بالتراث بين الأجيال.

السؤال رقم (13): الإعلام الرياضي هو المصدر الرئيسي لك لتقديم المعلومات الرياضية؟

الجدول رقم (17): يبين أهمية الإعلام الرياضي كمصدر رئيسي لتقديم المعلومات الرياضية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	28	56
أحياناً	17	34
نادراً	5	10
المجموع	50	100

دائماً (56%) نسبة 56% من الشباب، أي 28 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي هو دائماً المصدر الرئيسي لتقديم المعلومات الرياضية. هذا يعكس ثقة كبيرة بالإعلام الرياضي وقدرته على توفير معلومات دقيقة وشاملة حول الأحداث الرياضية، القوانين، التحليلات، والإنجازات الرياضية.

أحياناً (34%) نسبة 34% من الشباب، أي 17 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي أحياناً يكون المصدر الرئيسي للمعلومات الرياضية. هذا يشير إلى أن هناك بعض التحديات في الاتساق والجودة التي تواجه الإعلام الرياضي في تلبية احتياجات جميع الأفراد بانتظام.

نادراً (10%): نسبة 10% من الشباب، أي 5 أفراد، يرون أن الإعلام الرياضي نادراً ما يكون المصدر الرئيسي للمعلومات الرياضية. قد يكون ذلك بسبب تفضيلهم لمصادر أخرى للمعلومات الرياضية مثل الإنترنت، المدونات، أو الشبكات الاجتماعية، أو ربما بسبب تجارب سلبية مع بعض الوسائل الإعلامية الرياضية.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتمد على الإعلام الرياضي كمصدر رئيسي لتقديم المعلومات الرياضية، حيث يرى 56% منهم ذلك دائماً، بينما يرى 34% أنه يحدث أحياناً. مع ذلك، هناك 10% من الشباب يعتقدون أن الإعلام الرياضي نادراً ما يكون المصدر الرئيسي، مما يشير إلى وجود فجوة يمكن تحسينها.



السؤال رقم (14): يساهم الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام الرياضي ويعمل على ربط شرائح المجتمع ببعضها.

الجدول رقم (18): يبين مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام الرياضي وربط شرائح المجتمع

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	30	60
أحياناً	15	30
نادراً	5	10
المجموع	50	100

دائماً (60%): يشير 60% من الشباب، أي 30 فرداً، إلى أن الإعلام الرياضي دائماً يساهم في تشكيل الرأي العام الرياضي وربط شرائح المجتمع. هذا يعكس الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي في توحيد وجهات النظر بين مختلف الفئات الاجتماعية وتعزيز الانتماء الجماعي من خلال متابعة الأحداث الرياضية والمناقشات العامة حول الرياضة.

أحياناً (30%): نسبة 30% من الشباب، أي 15 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي أحياناً يساهم في تشكيل الرأي العام وربط شرائح المجتمع. هذا يشير إلى وجود بعض الفترات أو القضايا التي يكون فيها تأثير الإعلام الرياضي أقل أو غير متسق، مما يتطلب تحسين جودة وتغطية الإعلام الرياضي لتلبية احتياجات جميع الفئات بشكل أفضل.

نادراً (10%): نسبة 10% من الشباب، أي 5 أفراد، يرون أن الإعلام الرياضي نادراً ما يساهم في تشكيل الرأي العام وربط شرائح المجتمع. هذا قد يكون بسبب الاعتماد على مصادر أخرى للمعلومات أو وجود تجارب سلبية مع الإعلام الرياضي التقليدي، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز المصداقية والجاذبية في تغطية الإعلام الرياضي.

الجدول يوضح أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام الرياضي وربط شرائح المجتمع، حيث يرى 60% من الشباب أنه يقوم بهذا الدور دائماً، بينما يرى 30% أنه يقوم بذلك أحياناً. وجود نسبة 10% تعتقد أن هذا التأثير نادراً ما يحدث يشير إلى ضرورة تعزيز جودة المحتوى الإعلامي واستهداف كافة الفئات بطرق أكثر فعالية.



المحور الرابع: مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل أوساط الشباب.

السؤال رقم (15): هل يساهم الإعلام الرياضي في:

الجدول رقم (19): يبين مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تعزيز القناعات الرياضية وتغيير الآراء والتصرفات

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
تعزيز قناعتك الرياضية	9	18
تغيير آرائك وتصرفاتك	21	42
تزويد بمعلومات جديدة	20	40
المجموع	50	100

تعزيز قناعتك الرياضية (18%): يشير 18% من الشباب، أي 9 أفراد، إلى أن الإعلام الرياضي يساهم في تعزيز قناعاتهم الرياضية. هذا يعكس دور الإعلام في تقوية المفاهيم والقيم الرياضية التي يؤمن بها الأفراد، مما يزيد من ارتباطهم بالرياضة وإيمانهم بأهميتها.

تغيير آرائك وتصرفاتك (42%): نسبة 42% من الشباب، أي 21 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في تغيير آرائهم وتصرفاتهم الرياضية. هذا يشير إلى التأثير الكبير للإعلام في تشكيل وتوجيه سلوك الأفراد نحو ممارسة الرياضة واتخاذ مواقف معينة تجاه الأحداث الرياضية.

تزويد بمعلومات جديدة (40%): يشير 40% من الشباب، أي 20 فرداً، إلى أن الإعلام الرياضي يزودهم بمعلومات جديدة. هذا يعكس دور الإعلام في تقديم معلومات حديثة وشاملة حول مختلف الجوانب الرياضية، مما يساعد الأفراد على البقاء مطلعين على آخر المستجدات وتطوير معرفتهم الرياضية.

الجدول يوضح أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في التأثير على القناعات الرياضية وتغيير الآراء والتصرفات، حيث يرى 42% من الشباب أنه يغير آرائهم وتصرفاتهم، و40% يرون أنه يزودهم بمعلومات جديدة، بينما يرى 18% أنه يعزز قناعاتهم الرياضية. هذا يشير إلى أهمية الإعلام الرياضي كأداة لتوجيه وتنقيف الشباب نحو تبني قيم وممارسات رياضية إيجابية.



السؤال رقم (16): في رأيك هل يعمل الإعلام الرياضي على التغيير الإيجابي ؟

الجدول رقم (20): يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على التغيير الإيجابي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائما	32	64
أحيانا	13	26
نادرا	5	10
المجموع	50	100

السؤال رقم (17): في رأيك هل يرسخ الإعلام الرياضي القيم و الأخلاق الرياضية لدى الشباب ؟

الجدول رقم (21): يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على ترسيخ القيم والاخلاق الرياضية لدى الشباب

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	43	86
لا	7	14
المجموع	50	100

نعم (توعية مستمرة) (86%): نسبة 86% من الشباب، أي 43 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي يساهم في ترسيخ القيم والأخلاق الرياضية من خلال التوعية المستمرة. هذا يعكس فعالية الإعلام الرياضي في نقل الرسائل التربوية والأخلاقية، وتشجيع السلوكيات الإيجابية في المجتمع الرياضي. الإعلام الرياضي يمكن أن يعزز الوعي بالقيم مثل اللعب النظيف، التعاون، والاحترام بين اللاعبين والمشجعين.

لا (14%): نسبة 14% من الشباب، أي 7 أفراد، يرون أن الإعلام الرياضي لا يساهم في ترسيخ القيم والأخلاق الرياضية. قد يكون ذلك بسبب عدم التعرض الكافي للرسائل الإعلامية المناسبة أو وجود



محتوى غير كافٍ في هذا المجال. هذه النسبة تشير إلى الحاجة لتحسين جهود التوعية الإعلامية وتقديم محتوى أكثر تركيزاً على القيم والأخلاق الرياضية.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتقد أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في ترسيخ القيم والأخلاق الرياضية من خلال التوعية المستمرة. مع ذلك، وجود نسبة 14% من الشباب الذين يرون عكس ذلك يشير إلى الحاجة لتعزيز الجهود الإعلامية في هذا المجال لضمان وصول الرسائل الإيجابية بشكل فعال إلى جميع الفئات الشبابية.

السؤال رقم (18): يعمل الإعلام الرياضي على تجنب الشباب من التعصب و العنف الرياضي ؟

الجدول رقم (22): يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي على تجنب الشباب من التعصب و العنف الرياضي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	33	66
أحياناً	12	24
نادراً	5	10
المجموع	50	100

دائماً (66%) : يشير 66% من الشباب، أي 33 فرداً، إلى أن الإعلام الرياضي دائماً يساعد في تجنب الشباب من التعصب والعنف الرياضي. هذا يعكس الدور الإيجابي الكبير الذي يلعبه الإعلام في نشر الوعي بأهمية السلوك الرياضي النزيه واللعب النظيف. الإعلام الرياضي يمكن أن يسهم في تعزيز الروح الرياضية واحترام الخصوم، مما يقلل من حالات التعصب والعنف بين الشباب.

أحياناً (24%) : نسبة 24% من الشباب، أي 12 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي أحياناً يساعد في تجنب الشباب من التعصب والعنف الرياضي. هذا يشير إلى أن هناك فترات أو حالات يكون فيها تأثير الإعلام أقل فعالية، مما يتطلب مزيداً من الجهود لتحسين التوعية الإعلامية والتركيز على نشر الرسائل الإيجابية باستمرار.



نادراً (10%) :نسبة 10% من الشباب، أي 5 أفراد، يرون أن الإعلام الرياضي نادراً ما يساعد في تجنب الشباب من التعصب والعنف الرياضي. قد يكون ذلك بسبب عدم تعرضهم الكافي للرسائل التوعوية المناسبة أو بسبب تجارب سلبية مع بعض الوسائل الإعلامية الرياضية. هذا يشير إلى الحاجة لتعزيز وتكثيف الجهود الإعلامية لنشر ثقافة التسامح والروح الرياضية.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتقد أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في تجنبهم من التعصب والعنف الرياضي، حيث يرى 66% منهم أن الإعلام يقوم بهذا الدور دائماً، بينما يرى 24% أنه يقوم بذلك أحياناً. مع ذلك، وجود نسبة 10% تعتقد أن هذا التأثير نادراً ما يحدث يشير إلى ضرورة تحسين جودة التوعية الإعلامية وضمان وصول الرسائل الإيجابية إلى جميع الفئات الشبابية بطرق فعالة.

السؤال رقم (19): يعمل الإعلام الرياضي على زيادة الوعي الثقافي عموماً في أوساط الشباب ؟

الجدول رقم (23): يبين مدى قدرة الإعلام الرياضي زيادة الوعي الثقافي عموماً في أوساط الشباب

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
دائماً	30	60
أحياناً	16	32
نادراً	4	8
المجموع	50	100

دائماً (60%) : يشير 60% من الشباب، أي 30 فرداً، إلى أن الإعلام الرياضي دائماً يساعد في زيادة الوعي الثقافي بينهم. هذا يعكس التأثير الإيجابي للإعلام الرياضي في نشر المعرفة والتوعية حول مواضيع ثقافية مختلفة، بما في ذلك القيم الرياضية، والتاريخ الرياضي، والقضايا الاجتماعية المرتبطة بالرياضة.

أحياناً (32%) : نسبة 32% من الشباب، أي 16 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي أحياناً يساهم في زيادة الوعي الثقافي. هذا يشير إلى أن هناك حالات أو فترات يكون فيها تأثير الإعلام متذبذباً أو غير كافٍ، مما يتطلب تحسين التغطية الإعلامية وزيادة تركيزها على المواضيع الثقافية بشكل متنسق.



نادراً (8%) : نسبة 8% من الشباب، أي 4 أفراد، يرون أن الإعلام الرياضي نادراً ما يساهم في زيادة الوعي الثقافي. قد يكون ذلك بسبب نقص في البرامج التوعوية أو عدم اهتمامهم بالمحتوى الإعلامي الرياضي المقدم. هذا يشير إلى الحاجة لتعزيز المحتوى الثقافي في الإعلام الرياضي وتقديمه بطرق تجذب اهتمام هذه الفئة.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتقد أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في زيادة الوعي الثقافي بينهم، حيث يرى 60% منهم أن الإعلام يقوم بهذا الدور دائماً، بينما يرى 32% أنه يقوم بذلك أحياناً. مع ذلك، وجود نسبة 8% تعتقد أن هذا التأثير نادراً ما يحدث يشير إلى ضرورة تحسين جودة المحتوى الثقافي وتوسيع نطاق التوعية ليشمل كافة شرائح الشباب.

السؤال رقم (20): في رأيك هل يؤثر الإعلام الرياضي في علاقة الشباب مع الآخرين ؟

الجدول رقم (24): يبين مدى تأثير الإعلام الرياضي في علاقة الشباب مع الآخرين

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	33	66
لا	17	34
المجموع	50	100

نعم (66%): يشير 66% من الشباب، أي 33 فرداً، إلى أن الإعلام الرياضي يؤثر بشكل إيجابي على علاقاتهم مع الآخرين. هذا يعكس قدرة الإعلام الرياضي على تعزيز التواصل الاجتماعي بين الشباب من خلال تشجيع النقاشات حول الأحداث الرياضية وتبادل الآراء والخبرات. يمكن أن تساهم الأنشطة الرياضية المشتركة ومتابعة المباريات في بناء صداقات جديدة وتقوية العلاقات الحالية.

لا (34%): نسبة 34% من الشباب، أي 17 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي لا يؤثر بشكل كبير على علاقاتهم مع الآخرين. قد يكون ذلك نتيجة لتفضيلات شخصية أو لأن تأثير الرياضة في حياتهم الاجتماعية أقل من العوامل الأخرى. هذا يشير إلى أن الإعلام الرياضي قد يحتاج إلى استراتيجيات جديدة لجذب هذه الفئة وزيادة تأثيره على حياتهم الاجتماعية.

الجدول يوضح أن الأغلبية العظمى من الشباب تعتقد أن الإعلام الرياضي له تأثير إيجابي على علاقاتهم مع الآخرين، حيث يرى 66% منهم أن الإعلام يساهم في تحسين وتطوير هذه العلاقات. مع ذلك، وجود نسبة 34% من الشباب الذين يرون أن الإعلام الرياضي لا يؤثر على علاقاتهم يشير إلى الحاجة لمزيد من الجهود لتعزيز التأثير الاجتماعي للإعلام الرياضي بشكل أوسع وأعمق.

السؤال رقم (21): كيف ترى مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ؟

الجدول رقم (25): يبين مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي والثقافة الرياضية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية%
تثقيف رياضي	20	40
تعزيز الاهتمام	14	28
وعي أكبر	16	32
المجموع	50	100

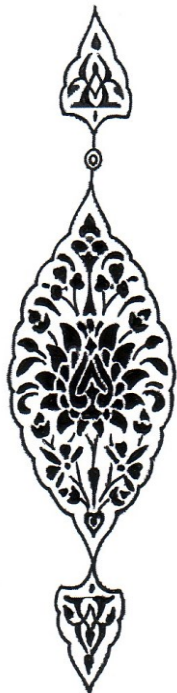
تثقيف رياضي (40%): نسبة 40% من الشباب، أي 20 فرداً، يرون أن مستقبل العلاقة بين الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية يكمن في التثقيف الرياضي. هذا يشير إلى أهمية دور الإعلام في نشر المعرفة الرياضية وتقديم معلومات تعليمية حول الرياضة، تاريخها، وقيمها. الإعلام يمكن أن يسهم في رفع مستوى الوعي الرياضي لدى الجمهور وتعزيز الفهم العميق للرياضة كممارسة وثقافة.

تعزيز الاهتمام (28%) : نسبة 28% من الشباب، أي 14 فرداً، يرون أن الإعلام الرياضي يعزز الاهتمام بالثقافة الرياضية. هذا يعكس قدرة الإعلام على جذب انتباه الشباب وتشجيعهم على متابعة الأنشطة الرياضية والمشاركة فيها. الإعلام يمكن أن يلعب دوراً كبيراً في إثارة شغف الجمهور بالرياضة وتحفيزهم على المشاركة الفعلية.

وعي أكبر (32%): نسبة 32% من الشباب، أي 16 فرداً، يرون أن مستقبل العلاقة بين الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية يكمن في تحقيق وعي أكبر. هذا يشير إلى الدور الأساسي للإعلام في زيادة الوعي بأهمية الرياضة والفوائد التي تقدمها للمجتمع والأفراد. الإعلام يمكن أن يسهم في تسليط الضوء على القضايا الرياضية الهامة ونشر الوعي الصحي والاجتماعي المرتبط بالرياضة.

الجدول يوضح أن الشباب يرون مستقبل العلاقة بين الإعلام الرياضي والثقافة الرياضية من خلال ثلاثة محاور رئيسية: التثقيف الرياضي (40%)، تعزيز الاهتمام (28%)، وتحقيق وعي أكبر (32%). هذا يعكس الدور المتنوع الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في دعم وتطوير الثقافة الرياضية، ويشير إلى أهمية الاستمرار في تحسين المحتوى الإعلامي لتحقيق هذه الأهداف.

الخاتمة





الخاتمة

من خلال ما توصلنا إليه في النهاية بعد دراستنا لهذا الموضوع، وبعد الدراسة الميدانية المنجزة بالاستعانة باستمارة الاستبيان وجدنا أن ما جاء في التساؤل الأول المعنون كالتالي :

ما المقصود بالثقافة الرياضية ؟

وقد صيغ هذا التساؤل في شكل محور أول في الاستمارة كالتالي : المقصود بالثقافة الرياضية و قد صيغت أسئلته من السؤال الخامس إلى السؤال الثاني عشر تتمحور حول مفهوم الثقافة الرياضية لدى الشباب ، توصلنا إلى أن الثقافة الرياضية هي الأخلاق بالدرجة الأولى و هذا ما تعكسه نتائج الإستبيان ، إلى جانب الوعي و التربية و إحترام الآخر . و هو ما يعكس اثر الإعلام الرياضي في أوساط الشباب ، حيث يعتبرونه مصدرا لاكتساب ثقافة رياضية لمختلف مجالاتها ، مما أدى إلى اكتسابهم أنماطا جديدة من السلوك نتيجة لقضاء ساعات طويلة في متابعته عبر وسائله المختلفة .

ومن خلال التساؤل الثاني المعنون كالتالي: ما هي العلاقة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية؟ والذي صيغ في شكل محور ثان من الاستمارة كالتالي: . العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية

وقد صيغت أسئلته من السؤال الثالث عشر إلى السؤال الثامن عشر ، تتمحور حول العلاقة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ، وقد أكدتها النتائج المتحصل عليها من أجوبة أفراد العينة التي أكدت العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية حيث أن غالبية أفراد العينة كانت إجاباتهم بأن الاعلام الرياضي هو المصدر الرئيسي لهم للحصول على المعلومات الرياضية ، كما أكدت النتائج بأن هناك أثر إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية عند الشباب ، وهذا راجع إلى ما يتميز به الإعلام الرياضي من خصائص ومميزات تم ذكرها في الجانب النظري ومنه نقول إن نتائج الدراسة ومناقشتها قد أجابتنا حقا عن التساؤل الثاني القائل: ما هي العلاقة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ؟

وبعد دراسة تفاصيل التساؤل الثالث المعنون كالتالي: ما هي مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل أوساط الشباب ؟

والذي صيغ في شكل محور ثالث من الاستمارة بعنوان: . مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل أوساط الشباب ؟

قد صيغت أسئلته من السؤال التاسع عشر إلى غاية السؤال الأخير (السؤال الخامس و العشرون)، التي تتمحور حول مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية ، حيث رأينا من خلال هذا المحور أن



الإعلام الرياضي يساهم في نشر الثقافة الرياضية بمختلف مجالاتها خاصة الصحية والسلوكية خصوصا الإيجابية منها ، من خلال مواضيع الإعلام الرياضي، وهذا ما أكدته إجابات المستجوبين، وتحقق ذلك من خلال ما ذكر سابقا في الجانب النظري ، ومنه نقول إن نتائج الدراسة ومناقشتها قد أجابتنا حقا عن التساؤل الثالث القائل: ما هي مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل أوساط الشباب ؟ وبالتالي نقول في النهاية أن التساؤلات المقترحة جاءت في سياق النتائج المتحصل عليها جاء من خلال أجوبة أفراد العينة، حيث أن هناك دورا كبيرا جدا يقوم به الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية بمختلف مجالاتها.

إن أهم الاستنتاجات التي خلصت إليها الدراسة كانت كالتالي :

- الغالبية العظمى من الشباب يتابع الإعلام الرياضي لما يوفره لهم من معلومات رياضية جديدة ، كما يعود ذلك إلى الاهتمام الكبير للشباب بالرياضة وحبهم لها ، ما جعل الإعلام الرياضي يلبي إحتياجاتهم و يوفر لهم المعلومات التي يريدونها .
- مفهوم الثقافة الرياضية عند غالبية الشباب هي بالدرجة الاولى الأخلاق و هذا ما تعكسه النتائج الميدانية المتحصل عليها ، كما تعني أيضا الوعي ، و التربية ، إحترام الآخر و ممارسة الرياضة .
- يرى معظم الشباب بأن الثقافة الرياضية هي جزء أساسي من الثقافة العامة لدى الشباب ، ما يشير إلى أهمية الرياضة في حياة الافراد و المجتمع ، و يعكس تأثير التربية في ترسيخ هذه الفكرة .
- يوجد تأثير إيجابي كبير للثقافة الرياضية في تحسين فهم الشباب لدور الرياضة في حياتهم ، وقد ساهمت الثقافة الرياضية في تعزيز الوعي بفوائد الرياضة الصحية و النفسية و الاجتماعية .
- متابعة الأحداث الرياضية هي العامل الأكثر تأثيرا في تكوين الثقافة الرياضية في اوساط الشباب ، و هي العامل الاساسي بالنسبة لهم حسب النتائج الميدانية المتحصل عليها ، إلى جانب ذلك نجد ايضا عامل ممارسة الرياضة و كذا معرفة أهمية الرياضة في الصحة العامة و هما عاملان أقل تأثيرا في تكوين الثقافة الرياضية في أوساط الشباب .
- الثقافة الرياضية تساهم في تنمية السمات الفردية لدى الشباب ، و هذا يعكس التأثير الإيجابي للثقافة الرياضية على تطوير الصفات الشخصية مثل الانضباط ، العمل الجماعي ، الثقة بالنفس ، و القدرة على التحمل ، و الثقافة الرياضية تعلم الشباب القيم و الاخلاق و تساهم في تطوير مهارات القيادة و التواصل .



- معظم الشباب يتابع الاخبار الرياضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي و التلفاز بالدرجة الاولى و الاساسية ، و يتابع الراديو الصحافة المكتوبة بدرجة أقل .
- يوجد تأثير إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية لدى الشباب ، ما يعكس الدور الكبير الذي يلعبه الاعلام الرياضي في تعزيز الوعي الرياضي و نقل المعلومات المفيدة .
- الاعلام الرياضي يساهم في نقل التراث الرياضي من الاجيال السابقة الى الحالية ، هذا يشير الى أن هناك تقديرا كبيرا لدور الاعلام الرياضي في الحفاظ على تاريخ الرياضة ، و تعريف الاجيال الحالية بالانجازات و التقاليد الرياضية للاجيال السابقة .
- يلعب الاعلام الرياضي دورا مهما في تشكيل الراي العام الرياضي و يربط شرائح المجتمع ، ما يعكس الدور الكبير الذي يلعبه الاعلام الرياضي في توحيد و جهات النظر بين مختلف الفئات و تعزيز الانتماء الجماعي من خلال متابعة الاحداث و الاخبار الرياضية .
- الاعلام الرياضي يلعب دورا مهما في التأثير على القناعات الرياضية و تغيير الاراء و التصرفات ، ما يعكس دور الاعلام الرياضي في تشكيل و توجيه سلوك الافراد نحو ممارسة الرياضة و اتخاذ مواقف معينة اتجاه الاحداث الرياضية .
- يعمل الاعلام الرياضي على التغيير الاجتماعي الايجابي ، و يعمل على ترسيخ القيم و الاخلاق الرياضية من خلال التوعية المستمرة .
- يعمل الاعلام الرياضي على تجنب الشباب التعصب و العنف الرياضي ، ما يعكس الدور الايجابي الكبير الذي يلعبه الاعلام الرياضي في نشر الوعي ، كما يساهم في تعزيز الروح الرياضية و احترام المنافسين ، مما يقلل من حالات التعصب و العنف بين الشباب .
- يرى معظم الشباب أن مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية تظهر من خلال ثلاث محاور أساسية ، التنقيف الرياضي بنسبة كبيرة ، تعزيز الاهتمام ، ثم تحقيق وعي اكبر ، وهذا ما يعكس الدور المتنوع الذي يمكن ان يلعبه الاعلام الرياضي في دعم و تطوير الثقافة الرياضية ، و يشير الى اهمية الاستمرار في تحسين المحتوى الاعلامي لتحقيق هذه الاهداف.

قائمة المصادر

والمراجع



1. إبراهيم القمري : السلوك الإنساني والعلاقات العامة، الإسكندرية، دار الجامعات المصرية، سنة 1976.
2. ابراهيم جوادي، دور وسائل الاعلام المكتوب في ترقية قيم الروح الوطنية لدى الجمهور الرياضي، الجزائري؛ معهد التربية البدنية والرياضية؛ جامعة باتنة، مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، العدد الثامن، جوان 2014.
3. أبو زيد احمد مصطفى: البناء الاجتماعي "مدخل لدراسة المجتمع"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط، 1982.
4. أديب خضور: الإعلام المتخصص. المكتبة الإعلامية دمشق، ط2، 2005، ص74.
5. إسماعيل إبراهيم، الصحف المتخصصة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دط، 2001
6. إسماعيل زكي محمد: الأنثروبولوجيا والفكر الإسلامي، شركة مكاتب عكاظ للنشر والتوزيع، جدة، دط، 1992
7. إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1 ، عمان، 2012.
8. أكرم حجازي: الموجز في النظريات الاجتماعية التقليدية والمعاصرة، الجزء الأول، مجلة العلوم الإنسانية العدد 18 ، الجمهورية اليمنية، 2005
9. أيمن محمد الهنداوي: تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، كلية التربية الرياضية، جامعة طنطا، مصر، رسالة ماجستير غير منشورة.
10. تهناني عبد السلام وطه عبد الرحيم: دراسات في الترويج، دار المعارف، الإسكندرية، 1991
11. الجبالي حمزة: الثقافة الصحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2009.
12. جرمون على، مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة؛ العدد 20، 2015.
13. جورج كلاس، ميشال سبع: الإعلام المتخصص فنون وتقنيات"، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، دط، 2004.
14. جورج كلاس، ميشال سبع، الإعلام المتخصص فنون وتقنيات، دائرة منشورات الجامعة اللبنانية، دس.
15. حميد جاعد محسن الدليمي: علم اجتماع الإعلام "رؤية سوسيولوجية مستقبلية"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دط، 2007.



16. خير الدين على عوس، عطاء حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، ط 1، 1998.
17. سامح كمال عبد القادر: الإعلام وصنع القرار في المجال الرياضي، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، 2017، الإسكندرية، ط 1
18. صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، جمعية أعمال المطابع التعاونية، عمان، الأردن،. دط، 1990
19. عبد الفتاح أبو معاذ، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق، عمان، ط 1، 1997.
20. عبد القادر حاتم: الإعلام والدعاية "تظريات وتجارب"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1، 1996
21. عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، ط 1، 1984.
22. عبد المنصف حسن رضوان ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم، المكتب الجامعي الحديث، (دط)، أسوان 2006.
23. عصمت عزلي علم الاجتماع الأمني: الأمن والمجتمع المعرفة الجامعية ، (دط)، مصر، 2001.
24. على عبد الفتاح كنعان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 4 ص 13.
25. علي عبد الرزاق جليبي، دراسات في المجتمع و الثقافة و الشخصية، دار المعرفة الجامعية، مصر، دط، 2009.
26. علي عبد الفتاح كنعان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2014.
27. عيسى الهادي، الإعلام الرياضي الثريوي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط 2013، 1.
28. عيسى الهادي، سليمان لاوسين، المنظومة الإعلامية الرياضية، دار المتب الحديث، القاهرة، دط، 2015
29. عيسى بوزغينة: الدليل المنهجي لفنيات التنشيط في مؤسسات الشباب، دار أشريفة، ط 1، 1998. ص بوزغينة 11 - قطاع 9
30. عيسى بوزغينة، قطاع الشباب واقع وآفاق دار أشريفة، ط 1، الجزائر ، 2003
31. عيسى موني الممتاز قاموس مدرسي، دار العلوم للنشر والتوزيع، (دط)، الحجاز، عناية، 2008.
32. محمد إبراهيم شحاتة: الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر، الإسكندرية، دط، 2004



33. محمد إبراهيم شحاتة، الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة و النشر، الإسكندرية، دط، 2004.
34. محمد أحمد النابلسي: أصول الفحص النفسي ومبادئه، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، الإسكندرية، لبنان، دط 1997
35. محمد عبد المالك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، دار الآثار للنشر والتوزيع، صنعاء، ط 2.
36. مرسي (عبد الحميد السيد) الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي والمهني "مكتبة الخارجي" القاهرة.
37. مسعود جميدي، إدارة وتنظيم مؤسسات الشباب، سلسلة كتب تصدرها الرابطة الوطنية لاطارت الشباب، العدد 3، ط 1، 1996.
38. معنى خليل عمر؛ نظريات معاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، طر، 1997.
39. معين أمين السيد: المعين في الإحصاء، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، القبة، دط، 1998
40. مليكة هارون: الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة، رسالة منشورة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004
41. منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 1، 2007.
42. ميساء نديم أحمد، محمد إسماعيل مهدي: الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين ديالي، مجلة علوم التربية الرياضية، بغداد، العدد الثالث، مج 5
43. ميساء نديم أحمد، محمد إسماعيل مهدي: الثقافة الرياضية وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لدى طلاب المرحلة الخامسة بمعهد إعداد المعلمين ديالي، مجلة علوم التربية الرياضية، بغداد، العدد الثالث، مج 5.
44. الهاشمي علي: تأثير الحصار على الثقافة الرياضية لأساتذة كلية التربية الرياضية من خلال ما تنشره الصحافة الرياضية، مجلة التربية الرياضية، جامعة بغداد،المجال الحادي عشر، العدد الأول، 2002
45. ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2015 ، دط.



الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية

ماستر 2

إستمارة استبيان

عنوان:

دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية عند الشباب

باعتباركم منخرطين في هذه المؤسسة الشبابية، يرجى منكم الإجابة على الأسئلة الآتية بكل صدق وموضوعية من أجل التوصل إلى نتائج دقيقة تفيد الدراسة علما أن الإجابات التي ستقدمونها ستستخدم لأغراض علمية فقط.

ولكم منا فائق التقدير والاحترام. نرجو أن تتقبلوا منا خالص الشكر والتقدير.

ملاحظة:

ضع علامة (x) داخل المربع عند الإجابة التي تراها مناسبة لكل سؤال.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة

إشراف الدكتور :

بن عيسى الشيخ

إعداد الطلبة :

❖ بغورة بدرالدين

❖ جليد نورالدين

السنة الجامعية: 2023/2024



المحور الأول : المعلومات الشخصية

الجنس

ذكر أنثى

السن

أقل من 18 سنة 18 - 25 سنة 26 - 33 سنة أكثر من 33 سنة

المستوى التعليمي

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

الوضعية المهنية

موظف عامل يومي بدون عمل



المحور الثاني : المقصود بالثقافة الرياضية

هل تتابع الإعلام الرياضي ؟

دائماً أحيانا نادرا

ولماذا؟.....

كم مرة في الأسبوع تتابع الأخبار الرياضية ؟

مرة في الأسبوع مرتين يوميا

هل تستفيد من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في حياتك اليومية ؟

دائماً أحيانا نادرا

ماذا تعني لك الثقافة الرياضية ؟

الوعي التربية الأخلاق إحترام الآخر ممارسة الرياضة

أخرى؟.....

هل ترى أن الثقافة الرياضية هي جزء من الثقافة العامة للشباب ؟

نعم لا

هل تعتقد أن الثقافة الرياضية غيرت مفهوم الشباب بمفهوم الرياضة ؟

نعم لا

ماهي العوامل التي تساهم في تكوين الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟

ممارسة الرياضة متابعة الأحداث الرياضية معرفة أهمية الرياضة في الصحة العامة

أخرى.....

هل تساهم الثقافة الرياضية في تنمية السمات الفردية للشباب ؟

نعم لا



المحور الثالث : ماهية العلاقة بين الإعلام الرياضي و الثقافة الرياضية

- ماهية الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالا لديك لمتابعة الرياضة ؟

تلفزيون راديو صحافة مكتوبة وسائل التواصل الاجتماعي

أخرى اذكرها

- هل تلاحظ وجود تأثير إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟

نعم لا

إذا كانت اجابتك (بنعم) فلماذا؟.....

- هل التغطية الإعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية لديك ؟

كافية غير كافية نوعا ما

- هل يساهم الإعلام الرياضي في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية ؟

دائما أحيانا

- الإعلام الرياضي هو المصدر الرئيسي لك لتقديم المعلومات الرياضية ؟

دائما أحيانا نادرا

- يساهم الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام الرياضي و يعمل على ربط شرائح المجتمع ببعضها.

دائما أحيانا نادرا



المحور الرابع : مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية داخل أوساط الشباب .

هل يساهم الإعلام الرياضي في: تعزيز قناعتك الرياضية ، تغيير آرائك و تصرفاتك ، تزويد بمعلومات جديدة ؟

دائماً أحيانا نادرا

في رأيك هل يعمل الإعلام الرياضي على التغيير الإيجابي ؟

دائماً أحيانا نادرا

في رأيك هل يرسخ الإعلام الرياضي القيم و الأخلاق الرياضية لدى الشباب ؟

نعم لا

ولماذا ؟

يعمل الإعلام الرياضي على تجنب الشباب من التعصب و العنف الرياضي ؟

دائماً أحيانا نادرا

يعمل الإعلام الرياضي على زيادة الوعي الثقافي عموماً في أوساط الشباب .

دائماً أحيانا نادرا

في رأيك هل يؤثر الإعلام الرياضي في علاقة الشباب مع الآخرين ؟

نعم لا

كيف ترى مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ؟

.....



Statistiques		
الجنس		
N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		1.5000
Ecart type		.50508

الجنس					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	25	50.0	50.0	50.0
	انثى	25	50.0	50.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fréquences

Statistiques		
السن		
N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		2.2000
Ecart type		.88063

السن					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 18 سنة	10	20.0	20.0	20.0
	من 18 الى 25 سنة	25	50.0	50.0	70.0
	من 26 الى 33 سنة	10	20.0	20.0	90.0
	اكثر من 33 سنة	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Statistiques		
المستوى التعليمي		
N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		3.2800
Ecart type		.92670



المستوى التعليمي				
		Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ابتدائي	2	4.0	4.0
	متوسط	10	20.0	24.0
	ثانوي	10	20.0	44.0
	جامعي	28	56.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0

Fréquences

Statistiques		
الوضعية المهنية		
N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		1.8000
Ecart type		.75593

الوضعية المهنية				
		Fréquence	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موظف	20	40.0	40.0
	عامل يومي	20	40.0	80.0
	بدون عمل	10	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0

المحور 2 س1 لماذا FREQUENCIES VARIABLES=

Statistiques			
		هل تتابع الإعلام الرياضي	هل تتابع الإعلام الرياضي
N	Valide	50	50
	Manquant	0	0
Moyenne		1.5000	
Ecart type		.67763	



Table de fréquences

هل تتابع الإعلام الرياضي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	30	60.0	60.0	60.0
	احيانا	15	30.0	30.0	90.0
	نادرا	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

هل تتابع الإعلام الرياضي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	احب الرياضة	30	60.0	60.0	60.0
	لا يوجد وقت	15	30.0	30.0	90.0
	ليس من اولوياتي	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fréquences

Statistiques

كم مرة في الأسبوع تتابع الأخبار الرياضية

N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		2.6000
Ecart type		.67006

كم مرة في الأسبوع تتابع الأخبار الرياضية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مرة في الاسبوع	5	10.0	10.0	10.0
	مرتين	10	20.0	20.0	30.0
	يومية	35	70.0	70.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fréquences

Statistiques

هل تستفيد من المعلومات التي يقدمها الإعلام

الرياضي في حياتك اليومية ؟

N	Valide	50
	Manquant	0
Moyenne		1.6600
Ecart type		.79821



هل تستفيد من المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي في حياتك اليومية ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	27	54.0	54.0	54.0
	احيانا	13	26.0	26.0	80.0
	نادرا	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

MULT RESPONSE GROUPS=\$(ماذا تعني لك الثقافة الرياضية) الاخلاق التربية الوعي احترام_الآخر
 (1) ممارسة الرياضة
 /FREQUENCIES=\$(ماذا تعني لك الثقافة الرياضية).

Réponses multiples

Récapitulatif de l'observation						
	Observations					
	Valide		Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	
\$ ماذا تعني لك الثقافة الرياضية a	23	46.0%	27	54.0%	50	

fréquences ماذا تعني لك الثقافة الرياضية\$				
		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
ماذا تعني لك الثقافة الرياضية\$ a	الوعي	10	19.6%	43.5%
	التربية	10	19.6%	43.5%
	الاخلاق	16	31.4%	69.6%
	احترام_الآخر	10	19.6%	43.5%
	ممارسة الرياضة	5	9.8%	21.7%
Total		51	100.0%	221.7%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données1



Réponses multiples

fréquences ماذا تعني لك الثقافة الرياضية\$				
		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
ماذا تعني لك الثقافة الرياضية\$	الوعي	10	20.0%	43.5%
	التربية	10	20.0%	43.5%
	الاخلاق	15	30.0%	65.2%
	احترام الاخر	10	20.0%	43.5%
	ممارسة الرياضة	5	10.0%	21.7%
Total		50	100.0%	217.4%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

FREQUENCIES VARIABLES=5_المحور2_س5
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Statistiques		
هل ترى أن الثقافة الرياضية هي جزء من الثقافة العامة للشباب ؟		
N	Valide	50
	Manquant	0

هل ترى أن الثقافة الرياضية هي جزء من الثقافة العامة للشباب ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	36	72.0	72.0	72.0
	لا	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=6_المحور2_س6
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

هل تعتقد أن الثقافة الرياضية غيرت مفهوم الشباب بمفهوم الرياضة ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	44	88.0	88.0	88.0
	لا	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



Réponses multiples

Récapitulatif de l'observation					
	Observations				
	Valide		Manquant		Total
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N
\$ عوامل مساهمة الثقافة الرياضي ^a	30	60.0%	20	40.0%	50

عوامل مساهمة الثقافة الرياضية \$ fréquences				
		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
عوامل مساهمة الثقافة الرياضية ^a	1 ممارسة الرياضة	15	30.0%	50.0%
	متابعة الاحداث الرياضية	25	50.0%	83.3%
	معرفة اهمية الرياضة	10	20.0%	33.3%
Total		50	100.0%	166.7%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Fréquences

هل تساهم الثقافة الرياضية في تنمية السمات الفردية للشباب ؟					
Valide		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		نعم	37	74.0	74.0
	لا	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Table de fréquences

تلفزيون					
Valide		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		لم يختره	35	70.0	70.0
	اختاره	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

راديو					
Valide		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		لم يختره	40	80.0	80.0
	اختاره	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



صحافة_ مكتوبة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لم يختره	45	90.0	90.0	90.0
	اختاره	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

وسائل_ التواصل					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لم يختره	30	60.0	60.0	60.0
	اختاره	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Réponses multiples

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

الوسيلة_ الاعلامية \$ frequences				
		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
الوسيلة_ الاعلامية \$ ^a	تلفزيون	15	30.0%	60.0%
	راديو	10	20.0%	40.0%
	صحافة_ مكتوبة	5	10.0%	20.0%
	وسائل_ التواصل	20	40.0%	80.0%
Total		50	100.0%	200.0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Fréquences

Table de fréquences

- هل تلاحظ وجود تأثير إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	41	82.0	82.0	82.0
	لا	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



- هل تلاحظ وجود تأثير إيجابي للإعلام الرياضي على الثقافة الرياضية لدى الشباب ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		9	18.0	18.0	18.0
	متابعة الاحداث الرياضية	41	82.0	82.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المحور 3_3 س3 FREQUENCIES VARIABLES=3
/ORDER=ANALYSIS .

Fréquences

هل التغطية الإعلامية الرياضية الحالية كافية للحصول على الثقافة الرياضية لديك ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	كافية	18	36.0	36.0	36.0
	غير كافية	12	24.0	24.0	60.0
	نوعا ما	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المحور 3_3 س4 FREQUENCIES VARIABLES=4
/ORDER=ANALYSIS .

Fréquences

هل يساهم الإعلام الرياضي في نقل التراث الرياضي من الأجيال السابقة إلى الحالية ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	30	60.0	60.0	60.0
	أحيانا	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المحور 3_3 س5 FREQUENCIES VARIABLES=5
/ORDER=ANALYSIS .

الإعلام الرياضي هو المصدر الرئيسي لك لتقديم المعلومات الرياضية ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	28	56.0	56.0	56.0
	أحيانا	17	34.0	34.0	90.0
	نادرا	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

المحور 3_3 س6 FREQUENCIES VARIABLES=6
/ORDER=ANALYSIS .



يساهم الإعلام الرياضي في تشكيل الرأي العام الرياضي و يعمل على ربط شرائح المجتمع ببعضها					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	30	60.0	60.0	60.0
	أحيانا	15	30.0	30.0	90.0
	نادرا	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=1س_4 المحور

ل يساهم الإعلام الرياضي في: تعزيز قناعتك الرياضية ، تغيير آرائك و تصرفاتك ، تزويد بمعلومات جديدة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تعزيز قناعتك الرياضية	9	18.0	18.0	18.0
	تغيير آرائك و تصرفاتك	21	42.0	42.0	60.0
	تزويد بمعلومات جديدة	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

في رأيك هل يعمل الإعلام الرياضي على التغيير الإيجابي ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	32	64.0	64.0	64.0
	أحيانا	13	26.0	26.0	90.0
	نادرا	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Table de fréquences

في رأيك هل يرسخ الإعلام الرياضي القيم و الأخلاق الرياضية لدى الشباب ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	43	86.0	86.0	86.0
	لا	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

في رأيك هل يرسخ الإعلام الرياضي القيم و الأخلاق الرياضية لدى الشباب ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		7	14.0	14.0	14.0
	توعية مستمرة	43	86.0	86.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



يعمل الإعلام الرياضي على تجنب الشباب من التعصب و العنف الرياضي ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	33	66.0	66.0	66.0
	أحيانا	12	24.0	24.0	90.0
	نادرا	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

يعمل الإعلام الرياضي على زيادة الوعي الثقافي عموما في أوساط الشباب					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دائما	30	60.0	60.0	60.0
	أحيانا	16	32.0	32.0	92.0
	نادرا	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

في رأيك هل يؤثر الإعلام الرياضي في علاقة الشباب مع الآخرين ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	33	66.0	66.0	66.0
	لا	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

كيف ترى مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	3	6.0	6.0	6.0
	تثقيف رياضي	17	34.0	34.0	40.0
	تعزيز الاهتمام	14	28.0	28.0	68.0
	وعي اكبر	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

كيف ترى مستقبل العلاقة بين الاعلام الرياضي و الثقافة الرياضية ؟					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تثقيف رياضي	20	40.0	40.0	40.0
	تعزيز الاهتمام	14	28.0	28.0	68.0
	وعي اكبر	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

الملخص:

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره و لذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر و أشمل ألا و هي ظاهرة الاتصال، حيث أن الاعلام الرياضي بشتى أنواعه يعتبر وسيلة ووعي ونشر للأفكار والتجارب في المجال الرياضي، وهذا ما من شأنه أن يساهم في تعزيز الممارسة الرياضية باعتبارها أحد أسباب الرقي و التطور، ويرجع دور الاعلام الرياضي كونه سهل الوصول إلى كل الأفراد وفي أي وقت وفي أي نقطة من الأرض خاصة مع انتشار وسائل الاتصال الحديثة، وتسعى وسائل الاعلام الرياضي بشتى أنواعها سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية إلى جانب دورها الاعلامي المتمثل في نقل الأخبار والنتائج الرياضية لمختلف البطولات والمنافسات الرياضية المحلية والعالمية، إلى نشر الثقافة الرياضية من خلال البرامج التي تبثها أو المواضيع التي تكتبها، وهذا ما يساهم في اكتساب ثقافة في المجالات الصحية والاجتماعية التربوية والمعرفية

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، الثقافة الرياضية، الشباب

Abstract:

Sports media is an essential component of any sports society, regardless of its degree of development. Therefore, it is considered as a social sports phenomenon. However, sports media is no more than a branch of a larger and more comprehensive phenomenon. It is the phenomenon of communication. The role of sports media as it is accessible to all individuals at any time and at any point in the ground, especially with the spread of modern means of communication. , And seek sports media In addition to its media role in transmitting the news and sports results of various competitions and local and international sports competitions, to the dissemination of the sports culture through the programs that broadcast or the subjects that write, which contributes to the acquisition of a culture in the areas of health and social The research aims at identifying the role of the sports media in spreading the sports culture

Keywords: Sports media, sports culture, youth

