

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

## الموضوع

دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة

الرياضية لدى المرأة

دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

● سعاد لعزيزي.

إعداد الطالبة :

● إيمان مطروزة.

السنة الجامعية 2016/2015



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

# شكر و عرفان

{ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ }

الآية (172) البقرة

الحمد لله نور بكتابه القلوب أنزله في أوجز لفظ واعجز أسلوب، فأعيت بلاغته البلغاء وأبكت فصاحته الفصحاء أعجزت حكمته الحكماء، فهو الحجة والبالغة والنعمة الباقية والعصمة الواقية فهو شفاء لما في الصدور والحكم العدل عند متشابهات الأمور

ونشهد أن محمدا عبده ورسوله أما بعد:

نشكر الله العلي القدير الذي أنار درب العلم و المعرفة لأداء هذا العمل المتواضع ، نسأله العمل

المتواصل ولقوله عليه الصلاة والسلام:

يقول النبي صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله) رواه أحمد الترمذي

نتقدم بجزيل الشكر لراعية الثمرة والمشرقة على إنجازها لعزيزي سعاد وكل من الأساتذة الذين

قدموا لي يد العون

وإلى كل من ساعدوني ولو بكلمة طيبة





# الفهرس

فهرس الموضوعات	
الصفحة	الموضوع
	شكر وعرفان
	فهرس الموضوعات
	فهرس الجداول والأشكال
أ	مقدمة
<b>الفصل المنهجي</b>	
4	1-الإشكالية
4	2-التساؤلات
5	3-أسباب اختيار الموضوع
5	4-أهداف الدراسة
6	5-أهمية الدراسة
6	6- المنهج المستخدم
7	7- أدوات جمع البيانات
8	8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
10	9- مفاهيم الدراسة
<b>الفصل الأول: الجانب النظري</b>	
16	المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي التلفزيوني
16	تمهيد
17	1-1- ماهية الإعلام الرياضي
14	1-1-1- تعريف ونشأة الإعلام الرياضي
19	1-1-2- خصائص الإعلام الرياضي
20	1-1-3- أهداف وأهمية الإعلام الرياضي
22	1-1-4- وظائف الإعلام الرياضي

24	2-1- المنظومة التلفزيونية الرياضية وعوامل تفوقها
24	1-2-1- تعريف القنوات الرياضية
25	2-2-1- مفردات المنظومة التلفزيونية الرياضية
26	3-2-1- عوامل تفوق الإعلام المرئي الرياضي
26	4-2-1- المشاكل الناجمة عن الإعلام الرياضي المرئي
28	خلاصة
29	المبحث الثاني: الإعلام الرياضي المرئي ودوره في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة
29	تمهيد
30	1-2- ماهية الثقافة الرياضية
30	1-1-2- تعريف الثقافة الرياضية
32	2-1-2- مكونات الثقافة الرياضية
32	3-1-2- أهمية الثقافة الرياضية ومجالاتها
33	4-1-2- الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية
35	2-2- علاقة القنوات التلفزيونية الرياضية بالثقافة الرياضية لدى المرأة
35	1-2-2- أنواع تأثير الإعلام الرياضي
38	2-2-2- واقع الثقافة الرياضية لدى المرأة
39	3-2-2- دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة
41	خلاصة
<b>الفصل التطبيقي</b>	
43	تمهيد
44	1- عرض البيانات
44	1-1- عرض بيانات محور التعرض للقنوات الرياضية
51	2-1- عرض بيانات محور القنوات الرياضية ودورها في الثقافة الرياضية
65	2- تفسير النتائج

65	2-1- تفسير نتائج التعرض للقنوات الرياضية
66	2-2- تفسير نتائج الثقافية الرياضية ودور القنوات الرياضية في نشرها
69	نتائج الدراسة التطبيقية
71	نتائج العامة للدراسة
72	اقتراحات والتوصيات
73	الاستنتاج العام
75	الخاتمة
77	قائمة المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة

# فهرس الجداول والأشكال

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
09	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص	01
10	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأعمار	02
44	يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون	03
45	يمثل النسبة المئوية لأوقات متابعة التلفاز	04
46	يمثل القنوات التي تشاهدها الطالبات	05
47	يمثل أكثر القنوات مشاهدة من طرف الطالبات.	06
48	يمثل الوقت الذي تقضيه الطالبات في مشاهدة القنوات الرياضية	07
49	يمثل الأشخاص الذين يشاهدون معهم القنوات الرياضية	08
50	يمثل البرامج التي تفضل الطالبات مشاهدتها في القنوات الرياضية	09
51	يمثل مساهمة القنوات الرياضية	10
52	يمثل ارتباط أهداف البرامج باحتياجات وميول الطالبات	11
53	يمثل مدى تكوين الطالبات لمعرفة شاملة بالرياضة	12
54	يمثل مدى تكوين الطالبات للمعرفة الرياضية حسب التخصص	13
54	يمثل وسائل إكساب المعرفة الرياضية.	14
55	يمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات	15
56	يمثل توجيه القنوات حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة.	16
57	يمثل دور القنوات الرياضية على تطبيع العلاقات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد	17
58	الجدول يمثل دور القنوات الرياضية في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في الحضارة	18
59	دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية إكساب الرشاقة والجمال البدني	19
60	يمثل دور القنوات الرياضية في نشر الوعي الرياضي	20
61	يمثل دور القنوات الرياضية في زيادة شعور الانتماء للجماعة والوطن	21

62	يمثل مناقشة المواضيع الرياضية من طرف الطالبات	22
63	يمثل مناقشة المواضيع من طرف الطالبات حسب التخصص	23
63	يمثل مستوى النقاش الذي تخوضه الطالبات	24
64	يمثل قدرة الطالبات في إقناع الآخرين برأيهم	25

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
44	1. يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون	01
45	2. يمثل النسبة المئوية لأوقات متابعة التلفاز	02
46	3. يمثل القنوات التي تشاهدها الطالبات	03
47	4. يمثل أكثر القنوات مشاهدة من طرف الطالبات.	04
48	5. يمثل الوقت الذي تقضيه الطالبات في مشاهدة القنوات الرياضية	05
49	6. يمثل الأشخاص الذين يشاهدون معهم القنوات الرياضية	06
50	7. الجدول يمثل البرامج التي تفضل الطالبات مشاهدتها في القنوات الرياضية	07
51	8. يمثل مساهمة القنوات الرياضية	08
52	9. الجدول يمثل ارتباط أهداف البرامج باحتياجات وميول الطالبات	09
53	10. يمثل مدى تكوين الطالبات لمعرفة شاملة بالرياضة	10
54	11. يمثل وسائل إكساب المعرفة الرياضية.	11
55	12. يمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات	12
56	13. يمثل توجيه القنوات حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة.	13
57	14. يمثل دور القنوات الرياضية على تطبيع العلاقات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد	14
58	15. يمثل دور القنوات الرياضية في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في الحضارة	15
59	16. دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية إكساب الرشاقة و الجمال البدني	16
60	17. يمثل دور القنوات الرياضية في نشر الوعي الرياضي	17
61	18. يمثل دور القنوات الرياضية في زيادة شعور الانتماء للجماعة والوطن	18
62	19. يمثل مناقشة المواضيع الرياضية من طرف الطالبات	19
63	20. يمثل مستوى النقاش الذي تخوضه الطالبات	20
64	21. يمثل قدرة الطالبات في إقناع الآخرين برأيهم	21

# مقدمة

## مقدمة:

إن للإعلام دور كبير في المجتمع ظهر بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياساتها تخصص لها صحف وقنوات إذاعية وتلفزيونية وتوجيهها لتحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى وثقافة ووعي جمهورها في كل مجال من مجال حياته العامة والخاصة، وكذا استخدامها للوصول إلى أهدافها الخارجية من تعريف العالم بحضارة شعوبها والذي بدوره يعكس مدى رقيها وتقدمها في شتى المجالات . فقد أضحت عصب الحياة الاجتماعية المعاصرة وشريانها المتدفق في بناء التوجهات وتشكيل المعارف والقيم الاجتماعية والثقافية.

ورغم التقدم الملحوظ في التقنيات وإمكانات وسائل الإعلام من حيث الفاعلية وسهولة الاستخدام، إلا أن سطوة التلفزيون كانت ولا تزال فريدة من نوعها، بحكم امتلاكه لخاصية الصوت والصورة مما يسمح بوضع المتلقي في ظرف يسمح بالتأثير عليه، كما أن هذه الوسيلة متوفرة لدى الجميع فالتلفزيون ناقل ثقافي بالدرجة الأولى، والسلعة الثقافية المقدمة تتخذ عدة أشكال من أفلام ومسلسلات وحتى حصص الرياضة والتسلية. ومن هذا فإننا نتوقع منه دورا حيويا وملموسا في مجال الرياضة التي أصبحت لغة عالمية تتجاوز حدود الاختلافات والمفروقات بين البشر على وجه المعمورة، فهي تعكس وتمثل الإيديولوجية، تتجسد في الرياضة القيم والأخلاق والثقافة والتربية. وتقع مسؤولية التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية على عدة عوامل أهمها الأسرة والمدرسة والجامعة والبيئة المحيطة بالفرد وكذلك وسائل الإعلام بصورة عامة والإعلام الرياضي بأجهزته كافة المقروءة والمسموعة والمرئية بصورة خاصة. فقد حظي الإعلام الرياضي المرئي في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافر لدى وسائل الإعلام المختلفة وتظهر أهميته في قدرته على توصيل المعلومات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتباينة الاتجاهات، مختلفة في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة.

وقد احدث التطور التقني السريع في الإعلام الرياضي طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية، لهذا تعد الفضائيات الرياضية من وسائل الاتصال الجماهيرية الفعالة التي لها دورا واضح التأثير في حياة الناس، إذ اكتسبت بعض القنوات سمعة منفردة لنفسها في مجال تغطية الأحداث الرياضية في العالم وهذا لما توفره من خدمة جلييلة للمشاهدين، ونشر الوعي والثقافة بين شرائح المجتمع.

وبما أن المرأة تمثل نصف المجتمع وما لها من دور أساسي في تنشئته، فان اكتسابها لثقافة واسعة وفي جميع مجالات الحياة واجب عليها، وتعتبر القنوات الفضائية وسيلة لاكتساب هذه الثقافة حيث أثبتت الدراسات أن

النساء من أكثر شرائح المجتمع تعرض للتلفزيون وتأثرا به ولهذا فاستخدام القنوات الرياضية لكسب معرفة وثقافة رياضية واسعة وارد.

ومعرفة ما تقوم به القنوات الرياضية من نشر الثقافة الرياضية بين النساء، قمنا بمعالجة موضوعنا من خلال التطرق إلى الفصول التالية:

الفصل المنهجي وتناولنا فيه الإشكالية الذي تطرقنا فيها إلى سؤال البحث الرئيسي وتساؤلات وأهمية وأسباب الدراسة والمنهج المستخدم والأدوات المستعملة وكذا عينة البحث بالإضافة إلى تحديد المصطلحات. والفصل الثاني تم تسليط الضوء على الإعلام الرياضي فكان المبحث الأول ماهية الإعلام الرياضي يتكون من أربع مطالب التي جاءت كالتالي تعريف المطلب الأول الإعلام الرياضي نشأته، المطلب الثاني خصائص الإعلام الرياضي، المطلب الثالث أهدافه وأهميته، المطلب الرابع وظائف الإعلام الرياضي، أما المبحث الثاني المنظومة التلفزيونية الرياضية وعوامل تفوقها فقسمناه المطلب الأول تعريف القنوات الرياضية، المطلب الثاني مفردات المنظومة التلفزيونية الرياضية، المطلب الثالث عوامل تفوق الإعلام الرياضي المرئي والمطلب الرابع المشاكل الناجمة عن الإعلام الرياضي المرئي.

والفصل الثالث أيضا تطرقنا إلى مبحثين كل مبحث مقسم إلى أربع مطالب فالمبحث الأول بعنوان الثقافة الرياضية ودور الإعلام في نشرها لدى المرأة حيث جاء المطلب الأول حول ثقافة الرياضية تعريفها خصائصها، والمطلب الثاني مكونات الثقافة الرياضية، والمطلب الثالث أهميتها، والمطلب الرابع الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية، أما المبحث الثاني علاقة القنوات التلفزيونية بالثقافة الرياضية لدى المرأة فكان المطلب الأول تأثير الإعلام الرياضي وأنواعه، المطلب الثاني واقع الثقافة الرياضية لدى المرأة، المطلب الثالث دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة.

أما الفصل الرابع فخصصناه للفصل التطبيقي، عرض النتائج وتحليلها من خلال مبحثين كل مبحث به مطلبين المبحث الأول عرض بيانات الدراسة في المطلب الأول عرض نتائج محور التعرض للقنوات والمطلب الثاني عرض نتائج محور دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية، أما المبحث الثاني تطرقنا إلى التحليل الكمي والكمي للبيانات من خلال مطلبين مقسمين حسب المحاور الأساسية التي طرحها في التساؤلات الدراسة وعرض نتائج الدراسة وكذا الاستنتاج العام للدراسة.

# الفصل المنهجي

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- المنهج المستخدم
- 7- أدوات جمع البيانات
- 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9- مفاهيم الدراسة

### 1- الإشكالية:

تعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيرية الفعالة التي أصبح لها دور واضح في التأثير على حياة الناس ويمكن القول أن مشاهدة الفضائيات الرياضية يؤثر تأثيرا كبيرا على ثقافة ومعرفة الجماهير ، فلا تخلو أسرة في المجتمع من فرد أو أكثر يتابع القنوات الرياضية ، ويعد ما يبث عن الرياضة من العناصر الرئيسية في نشر الثقافة الرياضية بين الجماهير.

حيث تعتبر الثقافة الرياضية من المجالات التي يسعى الخبراء والمختصين إلى نشرها والاهتمام بها، وذلك من خلال توعية المجتمع بأهمية ممارسة الرياضة ونشر معلومات حول مختلف الرياضات من خلال متابعة الأحداث، ومن الضروري بذل الجهود الجماعية على كافة المستويات المحلية والإقليمية والعالمية لزيادة الوعي الرياضي لدى الجماهير وخاصة عند النساء الذين تعتبر ثقافتهم الرياضية متدنية مقارنة بسرائح المجتمع فقد أصبحت المرأة تسعى إلى تثقف في المجال الرياضي .

حيث زاد اهتمام النساء بالقنوات الرياضية الفضائية مؤخرا وهذا لعدة عوامل منها أن المرأة عنصر هام في مجالات الحياة المختلفة بما في ذلك المجال الرياضي زيادة عدد إعلاميات مجال الإعلام الرياضي، وكذا انتشار الأندية النسوية التي تدعو إلى ممارسة لرياضة .

لذلك يمكن الاستفادة من هذا الاهتمام لتحقيق تنمية والبناء الاجتماعي، أو كجزء لزيادة الثقافة العامة ووسيلة لبناء المرأة نفسيا وجسديا بما أن هناك أنظمة تستخدم القنوات الرياضية لخلق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي والاقتصادي والتجاري. الدور الكبير والفعال الذي تقوم به القنوات الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية وتغطيتها المباشرة لها والتي توفر خدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم، ونظرا لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر وعي وثقافة رياضية بن عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص.

وجدنا ضرورة في التعرف على الدور الذي تلعبه القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة

والإشكال المطروح هنا:

ما هو دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة ؟

### 2- التساؤلات:

- ماهية المنظومة الإعلامية الرياضية التلفزيونية ؟

- ماذا نقصد بالثقافة الرياضية ؟ وماهية خصائصها ؟
  - هل هناك إقبال من طرف الطالبات على متابعة القنوات الرياضية ؟
  - هل للقنوات الرياضية دور في نشر الثقافة الرياضية؟
  - هل القنوات الرياضية تؤثر على الجانب المعرفي للطالبات ؟
- 3- أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع دون غيره من المواضيع ومنها:

### أسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- شعورنا بأهمية الموضوع خاصة بعد أن أصبحت المرأة تهتم بالرياضة سواء بالمشاركة في مختلف البطولات او المكانة التي تحتلها في الإعلام الرياضي .
- أيماننا بأهمية العنصر النسوي في المجتمع الذي يحمل على عاتقه تربية الأجيال القادمة .
- زيادة مشاهدة القنوات الرياضية بين أفراد المجتمع.

### أسباب ذاتية:

- ميلنا الطبيعي ورغبتنا في البحث والاستطلاع في موضوع .
- الشعور بالرغبة في الإطلاع الاستفادة واكتساب بعض المعلومات من خلال الدراسة.
- قلة الدراسات العلمية في هذا الموضوع حسب علمنا، وكذلك رغبة منا في دراسة هذا الموضوع بعمق.
- رغبة منا في إثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال بمزيد عن البحوث والدراسات العلمية المتخصصة التي تصب في هذا المجال.

### 4-أهداف الدراسة:

نسعى من خلال دراستنا المتمثلة في دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة إلى الأهداف

التالية:

- § تعزيز الدور الذي تقوم به القنوات الرياضية وتثمينه.
- § التحقق من الدور الذي تقوم به القنوات الرياضية.
- § معرفة مدى مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية وخاصة الجانب المعرفي

§ التعرف على وجهات نظر الطالبات نحو دور القنوات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية

#### 5- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من حيث تناولها موضوع لم يأخذ المجال الواسع في الدراسات الأكاديمية، عكس مواضيع أخرى. لذا حاولنا من خلال دراستنا الكشف عن الدور الذي تقوم به القنوات الرياضية في نقل المعرفة وتوفير المعلومات وزيادة ثقافة المرأة في الجانب الرياضي.

#### 6- منهج الدراسة:

يملك الباحث في مجال علوم الإعلام والاتصال عدة مناهج علمية ، يستعملها في دراساته وأبحاثه العلمية ، تختلف حسب قواعد دراسة المشكلة محل البحث وجوانبها والآثار المحيطة بها .

يعد المنهج العمود الفقري في تصميم البحوث، وهو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يشير لها موضوع البحث.

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث والهدف المرجو من الدراسة ،توجد أنواع عدة من مناهج البحث العلمي كل حسب طبيعة الدراسة وموضوعها لهذا نجد أن موضوع دراستنا يعتمد على المنهج الوصفي ويعرف على انه دراسة الوقائع السائدة المرتبطة بظاهرة أو موقف معين أو مجموعة من الأفراد أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة معينة من الأوضاع<sup>1</sup>.

ويعرفه الراشدي بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات، وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلا كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى النتائج.<sup>2</sup>

يعرف المنهج الوصفي بأنه: محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الراهن بشكل أساسي وإن كان يهدف إلى الحصول على معلومات يمكن الاستفادة منها في المستقبل، ويعرفه "برجس" بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقديمه الاجتماعي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، شركة دار الهدى للطبع والنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص86.

<sup>2</sup> بشير صالح الرشدي: مناهج البحث التربوي ، كلية الرياضية ، جامعة الكويت ، ط1 ، 2000، ص59

<sup>3</sup> - علي عبد المعطي، محمد السرياقوسي: أساليب البحث العلمي، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 1988، ص415.

في هذه الدراسة فان توظيف المنهج الوصفي ينصب على دراسة دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة، فقد تطلب الجانب النظري للدراسة الاستعانة بالمنهج الوصفي الذي يعتبر أكثر ملاءمة في هذا الشأن خاصة فيما تتعلق بالتعريفات وتطور بعض المفاهيم التي تتطلب مثل هذه المناهج، وفي الشق التطبيقي دراسة ميدانية أقوم من خلالها توظيف ورصد أهم ما يأتي في الشق النظري من معطيات وتحليلات بغرض الخروج بالنتائج نهائية للدراسة .

### 7- أدوات جمع البيانات:

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وإمكانات الباحث، للحصول على البيانات والمعطيات الدراسة التي تخدم أهداف الدراسة إن طبيعة الموضوع المدروس يتطلب الاستعانة بأداة من أدوات المنهجية ولهذا اعتمدنا على الأداة الآتية :

#### استمارة استبيان:

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال بحيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة، وقد استخدمنا الاستبيان كأداة في البحث كونه يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار والتشتت، بالإضافة لعدم تدخل الباحث بالمبحوثين أثناء الاستقصاء يوفر الكثير من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج<sup>1</sup>.

كما يعد الاستبيان الأداة الأساسية والملائمة للحصول على الحقائق والمعلومات أو البيانات مرتبطة بحالة معينة أو مشكلة، وهو مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف المراد الوصول إليها<sup>2</sup>.

ووضعت الاستمارة لجمع المعلومات من أفراد العينة للتعرف على رأيهم حول موضوع البحث والاستبيان مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة<sup>3</sup> تكون هذه الأسئلة:

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2000، ص106.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005، ص197.

<sup>3</sup> محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2011، ص139.

## الأسئلة المفتوحة

تعطي كل الحرية للمستجوب للإجابة بكل كما يشاء

## الأسئلة المغلقة

وتكون معظمها محددة "نعم" و"لا" حيث تعتمد على النتائج التي تطمح الوصول إليها

## الأسئلة النصف المفتوحة

وتنقسم إلى صنفين:

\_ الصنف الأول يكون مغلق تكون الإجابة "بنعم" أو "لا"

## الأسئلة الاختيارية:

هذا المبحث يجد جدول عريض للأجوبة المفتوحة، وما عليه إلا اختيار واحد منها دون أن يتطلب منه جهد فكري كما هو الحال في الأسئلة المغلقة، إلا أنه في هذه الأسئلة يفتح المجال إلى خانات ممكنة<sup>1</sup>.

وقد استخدمنا في دراستنا استمارة استبيان في أول الاستمارة أسئلة حول البيانات الشخصية للمستجوبين ثم قسمناها إلى محورين الأول حول التعرض للقنوات الرياضية والمحور الثاني حول دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية واستعملنا نوعين من الأسئلة وهي الأسئلة المغلقة التي تمثلت إجابتها "بنعم" و"لا" والأسئلة الاختيارية حيث تركنا خانات ممكنة وذلك بفتح المجال للمبحوث للإجابة.

وقد وزعنا 100 استمارة استرجعنا منها 90.

## 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموع عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث<sup>2</sup>.

كما يعرف على أنه مجموعة من الأفراد التي تشترك معا في صفة أساسية أو في بعض الخصائص المشتركة قد يكون مجتمعا أو غير ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عمر مصطفى النير: استمارة استبيان أو مقابلة لدراسات ومجال علم الاجتماع، بيروت، المعد للإتمام العربي، 1986، ص 54.

<sup>2</sup> موريس أنجوس: منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية - تدريبات علمية -، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون: الإشراف والمتابعة مصطفى ماضي، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2004، ص 22.

<sup>3</sup> محمود حسن إسماعيل: مرجع سابق، ص 130.

## الفصل المنهجي

وقد تمثل مجتمع البحث في دراستنا في النساء بشكل عام وهم شريحة من شرائح المجتمع الذي يتميزون عن غيرهم في العديد من الأشياء.

### العينة:

إن اختيار العينة له أهمية أساسية في أي بحث علمي، وهي تختلف باختلاف الموضوع، فصحة نتائج الدراسة أو خطئها يتوقف على طريقة اختيار العينة، حيث أن اختيار العينة ملائمة للبحث من أهم المشكلات التي تواجه أي باحث في أي بحث اجتماعي، فالعينة من الضروري أن تحمل كل خصائص والمميزات التي تمثل المجتمع الأصلي الذي أخذت منه العينة، حتى تمثله تمثلا صحيحا<sup>1</sup>. هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين، وينظر إلى العينة على أنها الجزء الذي يتم اختياره لكل بهدف دراسته وتعميم ما نحصل عليه من نتائج على الكل<sup>2</sup>. وقد قمنا باختيار عينة عشوائية لأن مجتمع البحث كبير وكذا متنوع ومختلف ولإعطاء فرص متساوية لأفراد مجتمع البحث.

### العينة العشوائية:

هنا لا تعني الفوضى وإنما تعني الفرصة متساوية ودرجة الاحتمال واحدة لأي فرد من أفراد مجتمع البحث ليتم اختياره احد أفراد عينة البحث دونما تأثير أو تأثير<sup>3</sup>. وتقدر عينة البحث بـ 90 فرد موزعين على طالبات جامعة "محمد بوضياف" وتظهر خصائص العينة موضحة من خلال الجداول التالية:

### الجدول (1): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص

تخصص	رياضة	اتصال	لغات	اقتصاد	المجموع
العدد	30	26	15	19	90
النسبة	33%	28%	17%	22%	100%

<sup>1</sup> رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، مطبعة دار هومة، ط1، 2002، ص122.

<sup>2</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 1999، ص166

<sup>3</sup> عادل مرابط، عائشة نحوي: العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد4، 2009، ص101.

## النتائج

ونلاحظ من خلال الجدول أن العينة تشكلت من جانب التخصص بـ 30 طالبة تخصص رياضة أي بنسبة 33% و 26 طالبة تخصص اتصال أي بنسبة 28% و 15 طالبة تخصص لغات أي بنسبة 17% و 19 طالبة تخصص اقتصاد أي نسبة 22%.

أما الجدول التالي يوضح توزيع العينة حسب السن.

الجدول (2) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأعمار

العمر	22-19 سنة	26-23 سنة	27 سنة فأكثر	المجموع
العدد	33	38	19	90
النسبة	36%	43%	21%	100%

ونلاحظ من خلال الجدول أن 33 طالبة ما بين سن 19-22 أي بنسبة 36% و 38 طالبة ما بين 23-

26 أي بنسبة 43% و 19 طالبة 27 فأكثر أي بنسبة 21%

9- مفاهيم الدراسة:

مفهوم الدور:

لغة:

يشير الدور لغة إلى الاضطلاع بمهمة<sup>1</sup>.

اصطلاحا :

الأداء الذي تقوم به وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين<sup>2</sup>

الدور إجرائيا: هو ما تقوم به القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلاب من خلال ما تقدمه من مواضيع في برامجها المختلفة فوسائل الإعلام بشكل عام تقوم على تثقيف الأفراد .

<sup>1</sup> المنجد الأبيدي، بيروت دار المشرق، ط5، 1987، ص451

<sup>2</sup> -كرم شلي: معجم المصطلحات الإعلامية (انجليزي عربي)، القاهرة، دار الشرق، 1989، ص522.

### مفهوم الرياضة:

#### لغة:

كلمة مشتقة من الكلمة الإنجليزية sport وهي ترجع إلى الفعل الفرنسي desporter الذي يرجع ظهوره إلى القرن الثالث عشر حيث كانت تعني الاسترخاء والتسلية، كما أنها نشاط لشغل وقت الفراغ يركز على تمارين للصفات الجسمية وفي نفس الوقت هو لعب يركز على حرية الاختيار والمجانبة وروح المخاطرة والخضوع للقوانين وروح المنافسة والاحتكاك الإرادي بالخصم أو بحاجز أو الانفعال وقوة الاندفاع والوصول إلى المبتغى، وقد يبدو اختلاف العلماء في تعريفهم للرياضة واضحا وجليا.

#### اصطلاحا:

حيث يعرفها "هبرت" 1925 بأنها كل أنواع التمارين والأنشطة البدنية التي يراد بها تحقيق مستوى معين مع وقت راحة يتخلل هذه التمارين، وتؤدي هذه التمارين ضد خصم أو حاجز معين يساعد على تحقيقها، كالمسافة أو الوقت أو المنافس أو صعوبة معينة أو خطر معين<sup>1</sup>.

أما العالم "إدواردز" 1972 فقد عرف الرياضة: "الاشتراك في الأنشطة، إذ لها سجلات رسمية تاريخية وعادات، ولضغوط الإجهاد البدني خلال المنافسة داخل أماكن محدودة وقواعد رسمية، وهذا يطبق عن طريق اللاعبين الممارسين لأنهم جزء من التنظيم الرسمي للاتحادات وأهداف ترسيمها للإنتاج الحقيقي الملموس خلال هزيمة المجموعة المتنافسة<sup>2</sup>.

إذن فالرياضة هي نشاط خاص بأوقات الفراغ يغلب عليه الجهد البدني بمشاركة اللعب والعمل مرة وبطريقة تنافسية في إطار تنافسي متضمن لقواعد معينة، أما على المستوى المحلي فالرياضة عبارة عن وسيلة لاحتواء المواطنين في الدولة والذين يشركون أنفسهم في الممارسة وفي العمل وفي الإدارة، لأن الرياضة لا تستطيع أن تستقل عن شتى المجالات الأخرى.

قد أشار إلى أن دي كوبرتان كان يرى أن Jesperson كما أن "جي سبيرسون الرياضة تعد أداة ديناميكية من خلال حرية الانضمام للممارسة والتقدم في مستواها وكذلك تعد أداة للديمقراطية إذ أن نقطة الانطلاق لممارسة أوجه النشاط الرياضي متاحة لجميع الأفراد بالتساوي، وأنه يمكن لبعض الأفراد أن تتفوق وتصل

<sup>1</sup> أمين نور الخولي: الرياضة والحضارة الإسلامية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1995، ص41.

<sup>2</sup> عويس خير الدين، هلال عاصم: علم الاجتماع الرياضي، القاهرة، ط1، 1997، ص62-63.

إلى مستوى رياضة المنافسات العالية، مما يؤكد على أن الرياضة القيمة المنافسات العالية تركز على وجود قاعدة عريضة من الممارسين"<sup>1</sup>.

كما يعرفها أمين الخولي "الرياضة مجموعة من القيم والمهارات والمعلومات والاتجاهات التي يمكن أن يكتسبها الأفراد لتوظيف ما تعلموه في تحسين نوعية الحياة، ونحو المزيد من تكيف الإنسان مع بيئته ومجتمعه"<sup>2</sup>.

### التعريف الإجرائي:

ومن خلال هاته التعاريف العديدة والمختلفة نستطيع تعريف الرياضة تعريفا شاملا ومتكاملا فنقول عنها بأنها: "تربية الفرد عن طريق النشاط الحركي أو البدني أو عن طريق اللعب واستغلال ميول الأفراد واستعدادهم نحو الحركة والنشاط البدني، فهي على السواء تهدف إلى ما تهدف إليه التربية العامة من حيث تكوين الفرد وتوجيهه لما فيه صالح المجتمع الذي يعيش به".

### مفهوم الثقافة:

#### لغة:

ثقافة: ثقف يثقف ثقفا: صار حاذقا فطنا، ثقف شيء: أقام المعوج منه وسواه ثقف الرجل: صار حاذقا، ويقال رجل ثقف: إذا كان ضابطا لما يجويه قائما به، ويقال ثقف الشيء والمراد سرعة التعلم، ويقولون ثقف في موضوع كذا: أخذها وظفريه أو أدركه.<sup>3</sup>

#### اصطلاحا:

مفهوم الثقافة بوجه عام يشمل كل مصادر المعرفة الإنسانية وبصفة خاصة العلم، فمن الممكن أن نستنتج أن المستوى الثقافي بما يتضمن من جوانب عديدة، ويرتفع كلما تقدم المستوى الحضاري للمجتمعات<sup>4</sup>. الثقافة تتصل أصلا بالناس والشعوب لإضفاء صفة التفاعل مع البيئة المحيطة تأثيرا وتأثرا.

<sup>1</sup> محمد الحماحي: الرياضة للجميع الفلسفة والتطبيق، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1997، ص16.

<sup>2</sup> عمار حامد: في بناء البشر، القاهرة، دار المعرفة، 1998، ص78.

<sup>3</sup> قديرة سليم: معنى الرحمة والثقافة لغة واصطلاحا وعلاقتها، الجامعة الإسلامية العالمية بإسلام آباد، باكستان، ص2.

<sup>4</sup> حسام الدين مبارك: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلاب، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، 2003، ص27.

ويعرفها إصبع بأنها هي مظهر للوعي الذي من خلاله يفهم الإنسان العالم وهي استجابة لواقع موضوع قائم خارج ذهن الإنسان<sup>1</sup>.

ويشير عزري إلى أن الثقافة هي كل ما يحمله المجتمع وما ينتجه في الحاضر والمستقبل من القيم الرموز معنوية ومادية وذلك في التفاعل مع الزمان والمحيط بماضي ذلك النظام الاجتماعي انطلاقاً من بعض الأسس والقيم التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها<sup>2</sup>.

وتعرفها اليونسكو أن الثقافة بمعناها الواسع يمكن أن ينظر إليها اليوم على أنها جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعا بعينه أو قلة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرق الحياة كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات<sup>3</sup>.

ويعرفها حرشاوي بأنها هي كل ما ينقل من نشاط حركي، وعادات واتجاهات ومعتقدات وقيم تنظيم العلاقات بين الأفراد وأفكار وتكنولوجيا وما ينشأ عنها من سلوك يشترك فيه أفراد المجتمع وهي التي يتعلمها الفرد عناصر عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية والتفاعل مع المواقف الاجتماعية مع الآخرين.

### التعريف الإجرائي:

هي نتاج الخبرات الإنسانية المادية والغير المادية التي اكتسبها الإنسان من خلال التفاعل الذي تم بينه وبين البيئة، والثقافة هي ذلك النسيج الكلي المعتقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير والعمل، وأنماط السلوك.

### تعريف الثقافة الرياضية:

يعرفها الشافعي الثقافة الرياضية بأنها الزيادة الزاحرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية، التي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> صالح أبو إصبع: تحديات الإعلام العربي دراسات الإعلام الهيمنة الثقافية والمصادقية الحرة التنمية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1999، ص 29.

<sup>2</sup> عبد الرحمن عزري: الثقافة وحمية الاتصال، مجلة المستقبل العربي، ص 20.

<sup>3</sup> محمد عبد العليم مرسي: المنظور الإسلامي للثقافة والتربية، الرياض، مكتبة العبيكان، ط2، 1996، ص 18.

<sup>4</sup> حسن أحمد الشافعي: الاتصال في التربية البدنية والرياضية، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2005، ص 76.

وفي العصر الحديث أصبحت الرياضة فيها مظهرا حضاريا وثقافيا للمجتمع، وأن مراحل القديمة التي مرت بها الرياضة جعلتها جزءا من حياة الإنسان وثقافته حتى أصبحت نظاما معترفاً به مستقرا، فهي مؤسسة ثقافية ناقله لثقافة المجتمع<sup>1</sup>.

ويعرفها كنعان على أنها الدرجة التي يحصل عليها الفرد ويقيسها مقياس الثقافة الرياضية والتي تنصب على خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية التي يستند إليها نشاط الفرد في مجالات مختلفة<sup>2</sup>.

### التعريف الإجرائي:

الثقافة الرياضية جزء من ثقافة الأفراد وهذا من خلال الأنشطة التي تؤدي بنا إلى فهم البيئة المحيطة.

<sup>1</sup> جلال العبادي: علم الاجتماع الرياضي، بغداد، ب.ط، 1989، ص.ص 79، 80.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام الرياضي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص127.

# المفصل النظري

المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي التلفزيوني

1-1- ماهية الإعلام الرياضي

1-2- المنظومة التلفزيونية الرياضية وعوامل تفوقها

المبحث الثاني: الإعلام الرياضي المرئي ودوره في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة

1-2- ماهية الثقافة الرياضية

2-2- علاقة القنوات التلفزيونية الرياضية بالثقافة الرياضية لدى المرأة

المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي التلفزيوني.

تمهيد:

لقد أصبح الإنسان في هذا العصر يواجه ثورة إعلامية تحاصره من مختلف الاتجاهات وبمختلف اللغات، وفي جميع الأوقات، لترسم له طريقا جديدا لحياته وأسلوبا معاصرا لنشاطه وعلاقته مع الآخرين وتفاعله مع المجتمع، لمواجهة مشاكله وفهم قضاياها والاستثمار وقات فراغه.

ولقد أصبح الإعلام الرياضي المرئي من بين الوسائل الهامة التي توفر المناخ الصالح للتنمية والتغيير لهذا تسعى كل الدول المتقدمة والسائرة في طريق النمو إلى إعطائه أهمية خاصة مما جعل دوره يتعاظم من سن لأخرى والبرامج الرياضية التلفزيونية لها جمهورها الذي يتابعها، وحرية متاح في طرح الموضوعات من خلال تحويل المعلومات والحقائق إلى الجمهور الرياضي المستهدف من الدرجة الأولى، وهذا لحاجته وحقه في معلومة رياضية صادقة وبكل موضوعية في إطار محايد.

المطلب الأول: ماهية الإعلام الرياضي.

أولاً: تعريف ونشأة الإعلام الرياضي.

1- مفهوم الإعلام:

قبل التطرق إلى الإعلام الرياضي نستعرض مفهوم الإعلام بشكل عام.

انشتت كلمة الإعلام من الفعل علم وتقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه أي صار يعرفه بعد أن طلب معرفته، فلغويا الإعلام نقل الأخبار<sup>1</sup>.

أما اصطلاحاً فهو إبلاغ أو إخبار الجمهور بالمستجدات الحديثة، إذن فالإعلام هو نشر وتقديم المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة وإخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة ومنطقية وراجحة للجمهور، مع ذكر مصادرها لخدمة الصالح العام<sup>2</sup>.

الإعلام كما يعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة: "هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"<sup>3</sup>.

يرى حامد زهران بأن الإعلام "هو عملية نشر وتقويم المعلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام. فمن هذا التعريف البسيط نفهم أن الإعلام عبارة عن عملية تعبير موضوعي يقوم على حقائق والأرقام والإحصاءات يستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة، الإذاعة، التلفاز، المسرح وغيرها"<sup>4</sup>...

والتعريف الأوضح للإعلام للعالم الألماني اتربرون "الإعلام هو التعبير الموضوعي بعقلية الجماهير ولروحها، وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المنجد في اللغة والآداب والعلوم، بيروت، المطبعة الكاثوليكية ط5، ص 527.

<sup>2</sup> حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، القاهرة، عالم الكتب، ط5، ص 337.

<sup>3</sup> عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير، القاهرة، دار الفكر، ط3، 1965، ص 135.

<sup>4</sup> حسن احمد الشافعي: الإعلام في التربية البدنية والرياضية، الإسكندرية، دار الواء للدنيا للطباعة والنشر، 2003، ص 37.

<sup>5</sup> عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، بيروت، دار المعرفة، ط1، 1984، ص 23.

## النهج النظري

ويقصد بالإعلام: تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، وارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.<sup>1</sup>

### 2- تعريف الإعلام الرياضي:

يشير كل من "خير الدين عويسي" و"عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذلك للجمهور بقصد ثقافة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي للجمهور.<sup>2</sup>

ويرى محمد الحماحمي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين المبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.<sup>3</sup>

ويرى أديب الإعلام، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.<sup>4</sup> يقصد بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم.<sup>5</sup>

### 3- مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي:

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام الأخرى بمراحل ثلاثة منها على الشكل

التالي:

<sup>1</sup> - محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص27.

<sup>2</sup> - هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، كتب الجامعي الحديث، 1988، ص50.

<sup>3</sup> - إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيون، مصر، دار الفكر العربي، ط2، ص79.

<sup>4</sup> - حضور أديب: الإعلام الرياضي، دمشق، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة الإذاعة والتلفزيون، 1994، ص77.

<sup>5</sup> - علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام الرياضي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص59.

### المرحلة الأولى (البداية):

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا والدخان في الهند والنيران في الصحراء عند البلاد العربية، والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كالأثار لأرشفة الأحداث الرياضية وانتهت هذه المرحلة بظهور الطباعة وذلك من بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية وارتبطت بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف والمجلات والدوريات المختلفة.

### المرحلة الثانية (العصر الحديث):

وبدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية والتي تعددت في الكثير من الدول وخاصة الدول الكبرى واستخدمت في ذلك وسائل الإعلام والاتصال المعروفة حاليا كالسمعية والبصرية مثل الإذاعة والتلفزيون، والمقروءة مثل الجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم.

### المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية والانترنت):

ستتكم عن هذه المرحلة عربيا حيث تعد مصر أول تدخل نادي الفضاء الإعلامي في القرن الواحد والعشرين تأكيدا على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي والإفريقي ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالانترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام والاتصال.<sup>1</sup>

ثانيا: خصائص الإعلام الرياضي.

للإعلام الرياضي كثير من الخصائص ومن أبرزها:

#### 1- الاختيار:

فالإعلام الرياضي يختار جمهور الذي يرغب في الوصول إليه فهذا برنامج عبر محطة الراديو الموجه إلى جمهور فريق كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا البرنامج التلفزيوني موجه لجمهور كرة اليد، وهكذا...

#### 2- الجماهيرية:

فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير .

<sup>1</sup> - شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية، ط2، 1996، ص28، 27.

### 3- الاهتمام بكل قطاعات المجتمع:

فالإعلام الرياضي يهتم بكل حتى صغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعوقين.... وهكذا

### 4- الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع:

فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها لسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع<sup>1</sup>.

ثالثاً: أهداف وأهمية الإعلام الرياضي:

#### 1- الأهداف:

هناك العديد من المهداف التي يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيقها ومن هذه الأهداف نذكر:

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

2- تثبيت المبادئ والاتجاهات الرياضية والحفاظة عليها، إذ أن لكل مجتمع نسقا قيميا يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكان التوافق سمة من سمات المجتمع.

3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات المعاصرة ومحاولة تفسيرها وتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في مجال الرياضي وإعطاء الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسباً من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستند في حياتهم على المستويين المحلي والعالمي.

4- الترويج عن الجمهور وتسليم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة.<sup>2</sup>

#### 2- الأهمية:

يعد الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور المتشعب في المجتمع. ويظهر بجلاء من حيث رفع المستوى الثقافية الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي، وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان: مرجع سابق الذكر، ص 61.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح كنعان: مرجع سابق الذكر، ص 130.

## النهج النظري

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات. وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع، علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها، وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحقة هذا التدفق من المعلومات، والذي يعد أمرا صعبا، فاقبل ما يوصف به هذا العصر هو (عصر المعلومات) نتيجة التقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وانتشار شبكة المعلومات (الانترنت). ومن هنا تبرز أهمية هذا الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.<sup>1</sup>

ويرى العويس أن هناك أهمية للإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع تتضح في الآتي:

- له اثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي.
- يلعب دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من إزالة ما بينهم من فوارق طبيعية.
- يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة، وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعاضة معها.
- يستطيع أن يلعب دورا فعالا في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتداء به.
- له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الايجابية نحو الرياضة لو أحسن استغلاله وفق طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة.
- الإعلام الرياضي السليم قادر على ربط الأفراد والمجتمع بعقيدته، وهو قادر على أن يشده دائما إلى القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة، وينفره عن التعصب والانحراف والشغب والعنف والمخدرات.
- الإعلام الرياضي السليم يقدم لأبناء المجتمع على اختلاف أعمارهم الثقافات الرياضية اللازمة، ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينمي ثقافتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع آفاقهم.

<sup>1</sup> - أحمد فروق أحمد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002، ص 24-25.

## النتائج النظرية

- الإعلام الرياضي السليم يربط الأمة بتاريخها الرياضي وأمجادها الرياضية، وتشجيعها على أن تحذو حذوها وتسير على منوالها.

- الإعلام الرياضي سلاح ذو حدين له فوائده الاجتماعية الكثيرة وله عيوبه المتعددة، فهو أداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الإنسان لها وتسخيرها إياها، ففيها فوائد إذا ما أحسن توجيهها وانتقائها وإعدادها الإعداد المناسب، فهي توسع المعارف والمعلومات والثقافة والمفاهيم الرياضية، وتفتح آفاقا أمام النشء، وفيها شحذ لذهنه وتنوع لاهتماماته وإثراء لخياله.<sup>1</sup>

### رابعا: وظائف الإعلام الرياضي.

إن التقدم المشهود في وسائل الإعلام أعطى دفعا كثيرا من ترقية المجال الفكري والرياضي للجمهور الرياضي وتحديد منحى ميول اتجاهاتهم ومواقفهم عن طريق تأثير أنواع وسائل الإعلام المختلفة وأن التنوع في وسائل الإعلام الرياضي خلق فكرة جديدة وهي حرية المتلقي في تتبع الوسيلة الإعلامية الملائمة لها التي تتوافق مع ميوله ورغباته ومن هذا التنوع الإعلامي يضيف لنا وظائف متعددة:

- **وظيفة إعلامية:** يهدف الإعلام إلى تزويد الناس بالمعلومات النافعة لهم في شتى مجالات الحياة وتزويدهم بالأخبار والمجتمع الذي يعيشون فيه وتعتبر الوظيفة الإعلامية من جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات والحقائق من أهم وظائف الإعلام إذ بواسطتها يتمكن الجمهور من تجديد معلوماته وإثرائها وتوسيع آفاقه ومداركه واتخاذ القرارات الصائبة.

- **وظيفة تربوية:** التربية هي عملية تظم الأفعال والتأثيرات المختلفة التي تستهدف نمو الفرد من جميع جوانب شخصيته وتسيره نحو كمال ووظائفه عن طريق التكيف مع ما يحيط به ومن حيث ما تحتاجه هذه الوظائف من أنماط سلوك وقدرات.

إذن فالإعلام يلعب دورا كبيرا في مجال التربية والتعليم فهو يعمل على تعميم المعارف وإيقاظ المعرفة ومقاومة الأفكار المسبقة.

- **وظيفة تثقيفية:** يقصد بالتثقيف تزويد الأفراد والجماعات بعناصر معرفية جديدة والتثقيف لمعناه الواسع المتعارف عليه يتناول النواحي العامة التي تحجز الأساليب الأكاديمية المتبعة في المؤسسات التعليمية عن القيام بها، بهذا المعنى

<sup>1</sup> - عطاء حسين وخير الدين علي العويس: الإعلام الرياضي، القاهرة، دار الكتاب للنشر، 1998، ص.ص 18-76.

## الفصل النظري

يمكن أن يقوم به الأفراد بأنفسهم وقد يكون من هذه الحالة أكثر فاعلية من التثقيف المفروض على الأفراد من الخارج.

- **وظائف ترفيحية:** يعتبر عنصر الترفيه مهما وضروريا في المجتمع بفضل ما يؤديه للأفراد والمجتمعات فهو ينتشلهم، ولو لوقت محدد من الضغوط النفسية والاجتماعية التي يتعرضون لها اثر قيامهم بنشاطاتهم اليومية لذا نجد الإعلام يلعب دورا بارزا في تسلية الجماهير والترفيه عنهم لزيادة استمتاع الأفراد بأوقات فراغهم والتنفيس عن مكبوتاتهم.<sup>1</sup>

ويمكننا القول أن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية تكمن في إحاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في الواقعة أو الحادثة أو مشكلة موضوع مهم يتعلق بمجال الرياضي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى: تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، 2012، ص46.

<sup>2</sup> ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، عمان، دار أسامة للنشر وتوزيع، ط1، 2010، ص49

المطلب الثاني: المنظومة التلفزيونية الرياضية وعوامل تفوقها.

أولاً: تعريف القنوات الرياضية.

القنوات المتخصصة: القناة: هي ممر إلكتروني لنقل برامج التلفزيون، وعادة يشار إلى القناة برقم معين على جهاز الاستقبال، حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يود مشاهدته.<sup>1</sup>

أما القنوات التلفزيونية المتخصصة فتعد ظاهرة إعلامية ملفتة للنظر، القنوات المتخصصة هي قنوات تقدم نوعية معينة من البرامج، أو تستهدف جمهوراً معيناً وهي بذلك تنقسم إلى شكلين:

أ- قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه: وهي قنوات تقدم نوعية معينة من البرامج المتخصصة، ولكنها تستهدف جمهوراً عاماً مثل القنوات المتخصصة في الأخبار والبرامج الإخبارية أو القنوات الموسيقية الغنائية وقنوات الأفلام والدراما.

ب- قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه: وهي قنوات تستهدف الوصول إلى قطاع معين من الجمهور، يتميز بخصائص وسمات مشتركة، تقدم هذه القنوات مواد متنوعة تلائم تلك الخصائص والسمات كمثل على ذلك القنوات المتخصصة في برامج الأطفال، قنوات المرأة، القنوات المخصصة لرجال الأعمال... الخ.<sup>2</sup>

و تعد القنوات الرياضية من القنوات التلفزيونية مخصصة في المضمون الذي تقدمه وقد عرفها العياري على "تتم بنقل التظاهرات الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم وتتنافس القنوات المشفرة الخاصة على احتكار حقوق بث مقابلات أبرز المنافسات الأوروبية".<sup>3</sup>

وهي إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس لما لها من المزايا، كسهولة الانتشار وقوة التأثير وهي تقوم بعرض برامج رياضية متنوعة من شتى دول العالم بنفس زمن الحدث.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، د.س، ص36.

<sup>2</sup> محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والأيدولوجي، عين مليلة، دار الهدى، 2006، ص 71.

<sup>3</sup> - المنصف العياري محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، تونس، سلسلة بحوث والدراسات الإذاعية 56، 2006، ص18.

<sup>4</sup> - مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الرابع، أكتوبر 2013، ص326.

## النهج النظري

**التعريف الإجرائي:** تعتبر القنوات الرياضية من القنوات المتخصصة التي تهتم بالحال الرياضي فهي تغطي جميع الأحداث الرياضية العربية والعالمية وتستحوذ على نسبة مشاهدة، وأصبح لها تأثير واضح على حياة الناس لما لها من مزايا.

ثانيا: مفردات المنظومة التلفزيونية الرياضية.

### 1- النشرة الإخبارية التلفزيونية الرياضية:

يتابع التلفزيون كل النشاط الرياضي وتعرض في نشرة خاصة عبر متخصصة مرة أو عدة مرات (في اليوم بضع دقائق 5 دقائق)، وتهدف إلى رصد الحركة الرياضية تغطيتها (الآتي) بأقصى سرعة ممكنة، كما تكون هذه البرامج (النشرة) سريعة وموجزة، تأتي بالجديد، وتغطي المباشر وحية فهي بذلك تتمتع بميزات وخصائص أهمها:

- الطابع الإخباري الصرف.

- التنوع (مختلف أنواع الرياضات)

بنية النشرة:

-مقدمة عامة عرض سريع وعام لمحتوى النشرة، يقدمه المذيع التلفزيوني.

- فقرات منفصلة ومتابعة، حسب التصنيف المتبع.

- تلخيص سريع للبرامج (الأحداث).

### 2- البرنامج التلفزيوني الرياضي الإخبارية:

يُجد في أغلب التلفزيونية برامج رياضية إخبارية وأسبوعية، نصف أسبوعية، وتدوم 20 دقيقة فأكثر ويُجد فيه الشمولية العمق والجددي والطرح الأحداث الرياضية، فهو لا يقتصر على تقديم الأخبار مختصرة وحسب بل تأتي بالتغطية المتكاملة والمعالجة العلمية الجدية للإحداث الرياضية، ولهذا النوع خصائصها أبرزها:

-يقدم البرنامج الرياضي التلفزيوني، الأحداث الرياضية ضمن سياقها العام مع عرض للتحليل والتفسير والتقويم والأسباب، للتنبؤ بالنتائج والآثار.

-لا يقدم الأحداث مجردة بل يدعمها برأي الخبراء والمحللين والمختصين وحتى المشاهدين والرياضيين أنفسهم والمربين، لهدف تعميق المعرفة.

-يقدم هذا البرنامج صحفي رياضي متمرس.

-جمهور هذه البرامج من (المشاهدين النوعين المختصين، المهتمين).

-محتوى مثل هذه البرامج هي التقارير التلفزيونية المباشرة.

-المادة الحية هي العمود الفقري لهذه الحصص (تغطية حية بالصورة والصوت للحدث).

-التخطيط قبل العرض في غرفة تحرير الحصة.

طريقة التقديم والتي يقوم بها صحفيون متمرسون ورياضيون مختصون مستثمرين ليس كما يحدث في

الأخبار الرياضية التلفزيونية السريعة، فهو الذي يعد النوع الصحفي الملائم للحدث المعروض، وللجو العام الذي ينبغي أن يعيش فيه المشاهد والجمهور ككل.<sup>1</sup>

ثالثاً: عوامل تفوق الإعلام المرئي الرياضي.

إن الإعلام اهتم بالرياضة بشكل كبير نظراً لاتساع الجمهور المهتم بها والتعامل مع الحدث الرياضي بقدر كبير من الحرية، وأصبح هذا النوع من الإعلام مطالباً بادراك هذه الحقائق بشمولية وعمق والتوسع فيها الإشباع رغبات المشاهدين. وهذا التعامل بين الجمهور والإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام وساعده في ذلك عوامل نذكر منها:

- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو المسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد.  
-تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يحس المشاهد انه على اتصال مباشر معها، وتجعله يعيش تلك الأحداث، وتزرع فيه حب الاستطلاع. كذلك من العوامل المؤثرة في قوة الإعلام الرياضي المرئي وجود حوافز ومنبهات مادية ومعنوية التي تقدمها الجماعة أو المسؤولين عنها، الذين يبرزون في الميادين التدريبية المتعلقة بالنشاط الرياضي والقيام وبحملات اجتماعية شاملة تهدف إلى تغيير المواقف السلبية التي يحملها بعض المواطنين إزاء الرياضة والرياضيين.<sup>2</sup>

رابعاً: المشاكل الناجمة عن الإعلام الرياضي المرئي.

إن المتتبع لما ينشره الإعلام الرياضي المتلفز في وقتنا المعاصر يجد صعوبة في معرفة ما إذا كان الإعلام يسهم في إيجاد الحلول السليمة للمشاكل التي تواجه الرياضة ، أو انه يعمل على تعميمها ، أو يقتصر على مجرد التعريف ، لكن المؤكد بان هناك مشاكل جد هامة ذات طابع إعلامي بحت يمكن أن نشير لها فيما يلي :

<sup>1</sup> - حضير أديب: الصحافة والتنمية، دمشق، دار النشر، 1979، ص 45.

<sup>2</sup> - راجحي صابر: تأثير الإعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012، ص28.

### الافتقار للإرشاد التربوي:

وهذا يتبين في تجاهل الإعلام الرياضي المتلفز لواجبه الأساسي فيما يتعلق بالترشيد والتوجيه والتركيز على القيم التربوية ، فيما تنشره على الرياضة عموما والذي يعاني نقصا هائلا، ذلك أن دور الإعلام الرياضي المتلفز لا يقتصر على نقل الأخبار ووصف الأحداث الرياضية بل يشتمل أيضا على إسداء التوجيهات الرامية لتنمية السمات الاجتماعية والخلقية المرغوبة فيها، هذا الافتقار في وسائل الإعلام قد يفرغ الرياضة من مضمونها ويجعلها كأنها نشاط حركي يهدف إلى تقوية البدن وليس التربية عن طريق النشاط البدني.

### التجاهل والإذعان:

الكثير من يذعن الإعلام الرياضي المتلفز إلى الكثير من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب، فتعتمد إلى عدم التصدي لها بقوة كافية وتعزف عن نقلها ودراستها لغاية إيجاد حلول لها، فتشير إليها إشارة عابرة ربما نتجاهلها في بعض الأحيان لأسباب تتعلق بالكرامة أو بالوطنية أو ما يشبه ذلك، اعتقادا بإبراز هذه الانحرافات والأخطاء يؤدي إلى غضب البعض كما يؤدي لتشكيك في قيمته الرياضية بصفة عامة وأيضاً نشر التعصب بين الجمهور الأمر الذي يعرف تصاعدا خطيرا في الآونة الأخيرة الذي له خلفيات خطيرة بتصرفات عدوانية حيث يؤدي إلى مشادات بين جماهير الأندية أو اللاعبين أثناء المباراة وتسريحات الإدارات والأعضاء اللاعبين تصرف في حالة هزيمة أو في حالة انتصار فتصرفات اللاعبين والإداريين عقب المباريات أو أثناءها هي التي تثير التعصب بين الجماهير وتؤدي إلى حدوث خلافات. وان إبراز المشاكل والمعوقات هي ثقافة الرياضية العامة للمواطنين وتركيزهم على نوع واحد من أنواع الرياضات وترك أنواع أخرى وقلة خبرة الإعلاميين بأنواع الفعاليات الرياضية ودور الجمهور السلبي في الوسط الرياضي والدكتاتورية طرح مواضيع في قسم من وسائل الإعلام المرئية الرياضية وعدم دعوة الإعلاميين إلى الأنشطة الفعاليات الاتحادات الرياضية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-ياسين فضل ياسين : الإعلام الرياضي ، مرجع سابق ، ص 300

### خلاصة:

من خلال تطرق إلى مفاهيم الخاصة بالإعلام والإعلام الرياضي، نجد أن الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة هو المرأة التي يرى من خلالها الجمهور مفاهيم والمعلومات والموضوعات عن الرياضة كقيمة تربوية وبدنية ونفسية تربوية واجتماعية ومهارة وترفيهية والى آخرها من القيم والبعاد هذه المرأة يجب أن تحتفظ بمكوناتها وأساسياتها في نقل المعلومة.

### المبحث الثاني: الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة

تمهيد:

تعد الثقافة الفرد في أي مجال الموجه الأساسي والمحدد لاتجاهاته والجانب الذي يعكس من خلاله الفرد ما تعلمه واكتسبه من معارف وخبرات من خلال مصادر مختلف كالمؤسسات التعليمية والوسائل الإعلام وعلاقاته المختلف داخل محيطه الاجتماعي، كذا القنوات الرياضية في إطار عمليات الاتصال مع جماهيرها لتعريف بالرياضة وأفكارها، والذي تعد الثقافة الرياضية إحدى هذه الأفكار التي تظم بدورها لممارسة الرياضة وكذلك المعلومات الرياضية كفكرة وثقافة لدى الأفراد، فمهمة الفضايات الرياضية هنا هو نشر الوعي الرياضي بين الجماهير وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل.

المطلب الأول: ماهية الثقافة الرياضية.

أولاً: تعريف الثقافة الرياضية وخصائصها.

1- الثقافة والرياضة: علاقة الثقافة بالرياضة تكمن في أن الثقافة في المجتمع عبارة عن جزء من تراثه تتوارثه الأجيال المتعاقبة، وتتفاعل تلك الثقافة مع جميع المتغيرات الأخرى بالمجتمع، وذلك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتشمل الثقافة على الاتجاهات والعادات والتقاليد والمفاهيم والعقائد والعناصر المادية التي يتناولها الأفراد على مر الأجيال.

والثقافة يمكن تحليلها إلى عناصر مادية وأخرى غير مادية فعلى سبيل المثال: فالعناصر المادية في مجال الرياضية تشمل الملاعب والأدوات والأجهزة وجميع العناصر الأخرى، والتي تستخدم الممارسة الرياضية، كما تشمل العناصر غير المادية مثل: المعتقدات والقيم والاتجاهات والمعايير الاجتماعية.<sup>1</sup>

فقد أصبحت الرياضة جزءاً من الثقافة وأصبحت الحياة الثقافية، وأصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي، وظهرت دراسات هامة تستخدم مصطلح الثقافة البدنية كمرادف أو بديل للثريية البدنية، وتعتبر هذه الثقافة جزءاً متمماً لكل ثقافة، فحقيقة الإنسان بكيته كوحدة هو المعنى.<sup>2</sup>

وقد عرف الثقافة الرياضية العديد من الباحثين:

عرفها نبيل علي "إن الثقافة الرياضية هي الكم المتراكم عبر الأزمنة المختلفة من المعلومات الرياضية التي تتناقل من جيل إلى آخر، في إطار تنسيق العلاقة التكاملية بين الثقافة الرياضية والإعلام كأداة لتطوير ودعم الإطار المعرفي والمعلوماتي الرياضي لتلبية احتياجات ركب التطور الرياضي"<sup>3</sup>.

ويرى الخولي "إنها تلك الثقافة المتصلة بالرياضة تشمل أدائها، ومهاراتها، وقواعد المنافسة التي تنظمها وتديرها، والخطط والاستراتيجيات الخاصة بها، واللغة الرياضية والرموز التي تتصل بها، وكذلك الإصابات الشائعة في هذه الرياضة"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> إخلاص محمد عبد الحفيظ ومصطفى حسين باهي: الاجتماع الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ط1، 2000، ص27

<sup>2</sup> إبراهيم نشوى إمام: تأثير الإعلام الرياضي المدرسي، القاهرة، 2003، ص.ص 26.27

<sup>3</sup> نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، القاهرة، 2001، ص 280.

<sup>4</sup> أمين الخولي، محمود عدنان: المعرفة الرياضية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 1999، ص 85.

## النهج النظري

والثقافة الرياضية في المفهوم الحديث تعد المفهوم البدني، لتشمل مفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترويجية والثقافية، وهي وسيلة مهمة من وسائل من وسائل تعميق صلة المواطن بوطنه وواقعه<sup>1</sup>. ويعرف الشافعي الثقافة الرياضية بأنها هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية، والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها<sup>2</sup>. ونقلت تهماني عبد السلام عن (هوزينجا) قوله "إن الحقيقة الرياضية تمتد إلى ما وراء مجال الحياة الإنسان، وهو شيء خاص بترائه، والرياضة والملازمة للثقافة والمتغلغلة فيها منذ القدم، وحتى الآن وهي صورة معلومة عن الحياة العادية وعامل ثقافي فيها"<sup>3</sup>.

### 2- خصائص الثقافة الرياضية:

- ترتب على جهود علماء علم الاجتماع والأنثروبولوجيا في اهتمامهم بدراسة الثقافة عدة نتائج أسهمت بإثراء فهمنا لهذه الظاهرة، كان من أهمها جهود في توضيح المقصود بالثقافة من عناصر أساسية اعتبرها علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا بمثابة الخصائص التي تميز الثقافة، إذ تتميز الثقافة الرياضية عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية، خاصة وإن 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 تراكم عصور طويلة من الزمن، وإلى استعارة كثير من السمات الثقافية من خارج المجتمع نفسه.
- تتميز الثقافة الرياضية بأنها انتقل الثقافة من جيل إلى جيل يختلف عن نقل وتوارث الصفات الجسمية والحيوية في الكائنات الحية.
- تتميز الثقافة الرياضية بالتغيير لطالما كانت الثقافة الرياضية جزءاً من ظواهر الكون، ويخضع الكون بجميع ظواهره إلى التغيير، فما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء.

<sup>1</sup> غسان محمد الصادق: مبادئ التربية والتربية الرياضية، بغداد، دار الفكر العربي، 1990، ص20، 21.

<sup>2</sup> حسن أحمد الشافعي: الاتصال في التربية البدنية والرياضية، مرجع سابق، ص96.

<sup>3</sup> عبد السلام محمد تهماني: الترويج والتربية الترويجية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2005، ص96.

تمتاز الثقافة الرياضية برغم تغيرها بالكامل، إذ تظهر كل الثقافة ميلا نحو التكامل بمعنى أنها تتحد لان تكون كلا متكاملًا منسجما، وتميل عناصر المختلفة، من عادات وطرائق شعبية ونظم تتعرض لضغط يقودها نحو التكامل والاتساق مع بعضها البعض<sup>1</sup>.

### ثانيا: مكونات الثقافة الرياضية.

يتم تقسيم الثقافة الرياضية باعتبارها جزءا من الثقافة العامة إلى:

**عموميات:** وتعني الأنشطة الحركية والرياضية التي تنتشر من مجتمع لآخر، فلعبة كرة القدم مثلا تعتبر من العموميات في مجتمع تلقى فيه اهتمام اغلب أعضائه كما هو الشأن في المجتمعات العربية، في الوقت الذي تعتبر هذه اللعبة من العموميات في مجتمعات أخرى كالمجتمع الأمريكي أو الاسترالي.

**خصوصيات:** أدى تقدم المدينة إلى إقامة مؤسسات ومنظمات تربوية ومهنية واجتماعية كثيرة، تضم مئات متعددة من الأعضاء المجتمع تنتشر بينهم ألوان معينة من النشاط الرياضي يتفق مع الأهداف وخصائص المؤسسة التي ينتمون إليها. فجدد لطلاب المدارس ثقافتهم الرياضية التي تخصهم، ونجد أعضاء الأندية ومراكز الشباب ثقافتهم الرياضية، ونجد لسيدات ولبعض طبقات المجتمع ثقافته الرياضية، ونجد لأفراد القوات المسلحة ثقافتهم الرياضية قاصرة عليهم. التقسيم لا يعني ضرورة انتماء الفرد إلى هيئة أو طبقة، بل يمكن للفرد إن يمارس النشاط الرياضي الذي يرغب فيه متى توفرت إمكانية ذلك دون ضرورة الانتماء الطبقي أو الانتماء إلى منظمة بذاتها. وتشكل خصوصيات الثقافة الرياضية التي تقوم بها الهيئات والمنظمات المختلفة أساس اتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية، مثل الرياضة، والتربية البدنية وتربية الخلاء.

**بديلات:** هي الأنشطة التي لم تستهوي إلا اهتمام عدد قليل من أعضاء المجتمع، فهي ليست ضمن العموميات أو الخصوصيات وإنما هي محصورة في نطاق ضيق للغاية<sup>2</sup>.

### ثالثا: أهمية الثقافة الرياضية ومجالاتها.

#### 1- الأهمية:

تكمن أهمية الثقافة الرياضية في الاعتبارات التالية:

أ- تنشيط الأطر المعرفية العامة وإثارة الاهتمام لتوسيع دائرة المعرفة الإنسانية المرتبطة بالرياضة.

<sup>1</sup> أديب حضور: الصحافة التلفزيونية، دمشق، 1994، ص74.

<sup>2</sup> محمد إبراهيم شحاتة: الثقافة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية، سلسلة الوعي الرياضي، العدد 9، 2004، ص21.

## النهج النظرية

ب- تأصيل المعرفة النظرية للرياضة والترويح وتأسيس بنية معرفية ضمن النظام الأكاديمي.

ج- زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الإنسانية.

أن تكون الاهتمامات والاتجاهات الترويحية والرياضية مبنية على قواعد معرفية صحيحة وراسخة<sup>1</sup>.

### 2- مجالات الثقافة الرياضية

-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 وتثقيفهم 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 وفنيا واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة .

-المجال الصحي:

قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسده والعناية به وإشباع حاجاته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية<sup>2</sup>

رابعا: الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية.

الثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنساني والحضاري، وتحتل مركزا أساسيا في الخطط الوطنية كالقومية والدولية، وترتبط ارتباطا بمخططات التنمية الاقتصادية كالاقتصادية لمعظم دول

<sup>1</sup> فتحي بخاري: مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة لنيل ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2003، ص55.

<sup>2</sup> جرمون علي: مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 261

## النهج النظري

العالم، وتتصل جذورها بجياة الأفراد لممارسة ومشاهدة، وتربية وترويجا، وهواية واحترافا، وثقافة وصحة، للدرجة التي يستحيل معها بأن نقرر اليوم بأن هناك من لا يقدر أهميتها.

إن كثير من المدركات الخاطئة قد ارتبطت بمفهوم الثقافة وإحاطته بغلاف سميك عتم الرؤية، كحجب جوهر الكلمة العميقة عن الحقيقة كالمعرفة، وتعني الإرث الاجتماعي للبشرية كلها منذ أف كانت هناك حياة على وجوه البسيطة حتى اللحظة التي نعيشها... بل تعني الحياة بكل أبعادها، لذلك لا يمكن أن يقتصر مفهوم الثقافة على ناحية واحدة من نواحي الحياة... ولا يمكن أن تكون الثقافة فكرا وأدبا ومعنويات فقط، لأن الشمولية هي الصفة التي تميز الثقافة وتلازمها، وترتقي بها إلى مدارج التوازن والتكامل، وتنحو بدفع منها نحو الحضارة كالازدهار، والمآثر السلوكية هي المعيار الحقيقي لأصالة الثقافة كسموها.

لقد أمن الكثيرون بالثقافة النظرية كالتصورات المجردة، كالمعنويات المثالية، وأسقطوا من حسابهم العوائد المادية، كالممارسات العملية لبعض أنماط الثقافة المفيدة كالثقافة الرياضية... فكانت النتيجة زيادة مدارك العقل، على حساب قوة البدن واختلال تركيب البناء، وانحدار إلى الهوة اعتلال الصحة هزال البدن، رغم من بدهة صحة الرأي القائل: "بأن قوة الإنسان تقاس بأضعف ما فيه وليس بأقوى ما فيه".

إن الحديث الثقافي في الرياضة مازال همسا، والفكر العربي مازال 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 المصطلح إمكانية احتوائه على كل الأنشطة البدنية والحركية والرياضية، للإنسانية المتراكمة عبر الزمان، سواء أكانت مادية أو معنوية، بسيطة أم متطورة، وفي الوقت الذي لا يمكن لأي مصطلح آخر استيعاب هذا المضمون الشامل.

إذن فالثقافة المزدهرة الباقية هي ثقافة البناء الشامل للمجتمع، والبناء المترن للإنسان في كل أبعاده العقلية والنفسية والاجتماعية والبدنية... وكل بناء ثقافي لا يتصف بالتكامل، ولا يختص بالانزان فهو بناء مرفوض غير قادر على تحقيق رسالة الإنسان وغاية الثقافة في حياة... والمثقف لا ليس ذلك الإنسان الذي يختص من ناحية واحدة دكن سند من الثقافة العامة، وإنما هو الذي يتذوق الفن والأدب، ويؤدي واجبه بكفاءة وإخلاص، ويعتني

بصحته، ويحافظ على لياقته البدنية، ويمارس ضربا من الهواية المفيدة، ويستوعب الكثير من المعلومات كالمعارف، ويترجمها على سلوك فاضل مفيد، ويحيا حياة زاخرة بالحياة كالنشاط<sup>1</sup>.

**المطلب الثاني: علاقة القنوات التلفزيونية الرياضية بالثقافة الرياضية لدى المرأة.**  
أولا: أنواع تأثير الإعلام الرياضي.

يمكن القول أن للإعلام الرياضي أنواع عديدة من التأثيرات يحدثها في الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية يمكن عرضها وتبليها كالاتي:<sup>2</sup>

أ- **تغير المواقف أو الاتجاه الرياضي:** ويقصد بالمواقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما والشعور اتجاهه، ومن هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها، وهذا الموقف قد يغير سلبيا أو إيجابيا رفضا أو قبولا حبا أو كرها وذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان، والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرته على تغيير مواقفه اتجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا فمثلا حينما يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث والمواقف عن احد الفرق الرياضية والتي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب والتي قد تتمثل في الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف.

وتكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق ويصبح هذا الفريق له سمعة غير طيبة ويقترن اسمه بكل أحداث العنف والشغب داخل الملاعب ومن الأمثلة الأخرى على تغيير المواقف الانتقال من حالة العداء إلى حالة المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية، حيث يقوم الإعلام الرياضي بتغيير نظرة الجمهور لتلك الأندية من خلال الدور الكبير الذي تلعبه الجريدة مثلا في تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور نادي آخر مستغلة في ذلك على سبيل المثال انتقال احد لاعبي من هذا النادي إلى النادي الآخر والظروف التي دفعتة للتغيير وتفضيل فريق على آخر . ومن خلال ما سبق يتبين لنا ضرورة إلا يستقسي الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من وجهة نظر واحدة والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب آخر.

<sup>1</sup> محمد إبراهيم شحاتة: مرجع سابق، ص 26 .

<sup>2</sup> خير دين علي عويس، عطاء حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مرجع سابق ذكره، ص 43-44.

## النهج النظري

ب- **تغيير المعرفة الرياضية:** والمعرفة الرياضية هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد، تشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك اعم واشمل من الموقف أو الاتجاه. إن التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحويل بطيئة تستغرق زمنا طويلا فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية باحتثات الأصول المعرفية القائمة لقصة الرياضة أو موضوع الرياضي أو لمجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإخلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.

إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في قناعتنا ومعتقداتنا الرياضية، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبناها أي أن في عقيدتنا في شيء ما هي نتاج ما تعلمناه عن ذلك الشيء .

ج- **الإثارة الجماعية:** من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا ما يمثل وجه من وجوه الإيجابية للإعلام الرياضي. بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من اجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية . وعملية الإثارة الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن أن تحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية وخروجها من إحدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكاس العالم لكرة القدم الذي كان يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير نتيجة لتقصير الواضح في أداء اللاعبين والأخطاء الفادحة في التشكيل في وقت هم كانوا فيه اقرب إلى الفوز من الفرق الأخرى خاصة إذا كانت البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره . إن حسن التصرف في أوقات الأزمة والقدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة يسمى "فن إدارة الأزمات"، حيث يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة. إن تسير فيه، أي إثارة الجماهير وتحريكها لتكيف مع ظروف هذه الأزمة . ولتجنب مثل هذه الأزمات لابد أن يتميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية بعدم المغالاة والمبالغة والعمل على تهيئة الجماهير لمثل المواقف كالربح والخسارة.

د- **الاستشارة العاطفية:** الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه يتنازعه أمران: المشاعر أو العواطف والمنطق أو العقل، ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد لكن هناك عدة عواطف كالحب والكراهية، الحزن، السعادة وغيرها من العواطف والعقل هو عدم الاستجابة التلقائية كما يعترض الإنسان من مشيرات حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة،

والعواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارتهما حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها وكثيرا ما يحدث ذلك، والإنسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر الحزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال والإعلام الرياضي يتمتع بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانيات تخاطب الفكر والوجدان.<sup>1</sup>

**ه- صياغة الواقع:** حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو ويقصد بالواقع ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو وكأنه واقعي وطبيعي ومعبر عن الحقيقة وهذا ما يجب أن يكون الإعلام الرياضي ولكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي صياغة هذا الواقع فمثلا يكون اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما لكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير في المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة ويعطي انطباعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة .

**و- الضبط الاجتماعي:** المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملعب مما يتيح للاعبين التنافس الشريف.<sup>2</sup>

**ي- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:** في كل مجتمع من المجتمعات هناك مؤسسات معينة تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة، ومن هذه المؤسسات المنزل والمدرسة بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها.

ثم برز إلى الساحة الاجتماعية الإعلام الرياضي الذي تطور سريعا -كباقي فروع الإعلام- ولم يعد مجرد مساهم صغير في عملية تنشئة الأفراد بل أصبح عامل هام ومؤثر في هذه العملية، فدخل كل البيوت وخاطب عقول النشء والشباب والكبار، واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي، وقد تضاءل دور مصادر المعلومات وفرق التلقي الأخرى أمام الطوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي، التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من التكنولوجيا في مجال الاتصال استهدفت بأسلوب جذب العقول والوجدان.

1 خير الدين عويس، عطاء حسين عبد الرحيم، مرجع سابق، ص48.

2 خليفة طالب مبخاني : شغب الملاعب وأساليب مواجهته، الرياض، 2004، ص42.

يتعامل كثير من الناس مع الإعلام الرياضي على انه مجرد أداة ترفيه أو مصدر لنقل الأخبار الرياضية ليس أكثر، وهذه النظرة هي نظرة الضيقة مقارنة الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرياضي، إذ ليس هناك ترفيه بريء ولا أخبار محايدة فكل ما نراه أو ما نقراه في الإعلام الرياضي لا يخرج عن احد أدواره في إزالة قيمة من قيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت قيمة أخرى ايجابية محلها أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي .

ولابد من الإشارة إلى ضرورة التنسيق بين أجهزة الإعلام وخاصة الإعلام الرياضي في معالجة القضايا العامة التي تشغل الرأي العام وتمس الأمن القومي ووحدة الشعب، لكي لا يكون هناك تناقض بين ما تقدمه هذه الأجهزة وما يراه الفرد في البيت وما يتعلمه في المدرسة أو النادي أو مراكز 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 بإعمال الشعب<sup>1</sup>.

### ثانياً: واقع الثقافة الرياضة لدى المرأة.

إن الرياضة هي مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع والثقافة البدنية بدورها هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، إن الرياضة للجميع تعد الحالة عقلية لطريقة الحياة الرياضية وفقاً لحرية الإنسان كعامل في الممارسة الرياضية أما الثقافة تتضمن كل ما يمكن أن تحققها الجماعة البشرية ويشمل ذلك اللغة ، الدين ، الأخلاق .. الخ فتشمل أيضاً الآلات المادية والمصنوعات التي تمثل فيها عناصر ثقافية معين . والثقافة الرياضية ظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنسان الحضاري وتحتل مركزاً أساسياً في الخطط المحلية والدولية وترتبط ارتباطاً بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم الدول العالم وتتصل جذورها بممارسة ومشاهدة وهواية وثقافة .

وواقع أن الثقافة الرياضية لدى المرأة لم تصل إلى المستوى العالي خاصة بما يتعلق بالممارسة وقد يرجع لبيئة المجتمع الذي نعيش حيث انه لا يشجع على ممارسة المرأة للرياضة فلا نجد أماكن مخصصة لممارسة الرياضة كما أن هناك عوائق البيئة المحافظة التي نعيش فيها على عكس الدول الغربية التي نجد أن ممارسة الرياضة بنسبة للمرأة من الأوليات فغرس هذه الثقافة بنحدها من المداس وقد ظهرت عدة هيئات ولجان تشجع على ممارسة الرياضة مثل لجنة

<sup>1</sup> ياسين فضل ياسين: مرجع سابق، ص 94-95.

رياضية المرأة الذي إنشأ سنة 2009 ويهدف إلى تعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة وكذا ممارسة النشاط البدني لدى المرأة وأهميتها الصحية والروحية وحثها على جعلها أسلوب حياة ونبد الخمول لارتباطه بأمراض العصر. أما من الناحية المعرفة واكتساب معلومات في المجال الرياضي فذلك يختلف من امرأة لأخرى وهذا حسب الاهتمام بالرياضة بشكل عام برغم منه يجب على المرأة إكساب معرفة رياضية لأنها تحتاجها في حياتها.<sup>1</sup>

**ثالثا: دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة.**

إن التربية الرياضية في جوهرها عملية تشكيل اجتماعي للفرد ومساعدته على استثمار قدراته وإمكاناته، كما أنها عملية تعديل لسلوك الإنسان بقصد التنمية الشاملة للفرد إلى أقصى حد ممكن من النواحي الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية. ونظرا للأهمية التي لعبها الإعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التنقيف للجمهور الرياضي خاصة النساء باعتبارهم الفئة الأقل ثقافة رياضية في المجتمع وذلك انه يعمل على بعث القيم الاجتماعية والتربوية الحميدة وما تقدمه البرامج الرياضية عبر القنوات الرياضية يساعد على تنمية المرأة ثقافيا وصحيا كذلك من خلال الحث المستمر على أهمية الأنشطة الرياضية وان دور الإعلام الرياضي في إحاطة الأفراد في المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها.

والدور الفعال والايجابي للإعلام الرياضي المرئي عبر القنوات الرياضية في المجال الاجتماعي بين النساء من خلال غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي لدى النساء وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وتوجيه العواطف والمشاعر من خلال المحافل الدولية وزرع محبة الوطن فان مؤكداً أن كل مرآه تقضي بعض الوقت أمام الشاشة لمتابعة البرامج والأحداث الرياضية التي تعرضها القنوات الرياضية.

وفي إطار فعاليات المؤتمر الدولي لرياضة المرأة الذي أقيم تحت شعار "الرياضة صحة وسعادة" والذي أقيم في دولة الإمارات حيث تناول محورين محور الرياضة النسائية وتنمية المجتمع والمحور الثاني دور الإعلام في تشجيع النساء على ممارسة أنشطة الرياضية واكتساب ثقافة رياضية.

<sup>1</sup> mkleit.wordpress.com/2012/06/01/ 2016/4/ 27

## النهج النظري

وأوضحت ليلي سهيل نائبة رئيسة لجنة رياضة المرأة الإماراتية بالنسبة للمحور دور الإعلام بأن الإعلام الرياضي له دور في دعم الحركة الرياضية عامة والرياضة النسائية خاصة وأكدت أن الإعلام يعتبر من أهم وسائل الإعلام التي تشكل ثقافة رياضية.

وطالبت الإعلام الرياضي بتشجيع النساء على ممارسة الرياضة وكذا اكتساب وعي رياضي كبيرة وهذا من خلال تخصيص برامج تلفزيونية وإذاعية خاصة بالنساء تبرز للمرأة ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، فالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم.

وأكد المتحدثون أن الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير فهو يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه<sup>1</sup>.

1 مؤنس برهان: استعراض دور الإعلام في تشجيع المرأة على ممارسة الرياضة، جريدة البيان الرياضي (أون لاين).

### خلاصة :

الرياضة جزء من الثقافة ، كما أصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد الفكري والتربوي والفني والثقافي ، فتعتبر الثقافة الرياضية هي الكم المتراكم عبر الأزمنة المختلفة من المعلومات الرياضية ، فالعلاقة التكاملية بين الثقافة الرياضية والإعلام كأداة لتطوير ودعم الإطار المعرفي والمعلوماتي الرياضي، فالإعلام يعمل على نشر الثقافة الرياضية بين شرائح المجتمع المختلفة .

# الفصل التطبيقي

1- عرض البيانات

1-1- عرض بيانات محور التعرض للقنوات الرياضية

1-2- عرض بيانات محور القنوات الرياضية ودورها في الثقافة الرياضية

2- تفسير النتائج

2-1- تفسير نتائج التعرض للقنوات الرياضية

2-2- تفسير نتائج الثقافة الرياضية ودور القنوات الرياضية في نشرها

3- نتائج الدراسة التطبيقية

4- نتائج العامة للدراسة

5- اقتراحات والتوصيات

6- الاستنتاج العام

### تمهيد:

يتضمن هذا المبحث عرضاً لنتائج الدراسة، فيما يتعلق باستجابات الشباب الجامعي في جامعة المسيلة لمحاوَر أداة الدراسة، واستعراض أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، بهدف التعرف على دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة، والوقوف على متغيرات الدراسة التي اشتملت على (السن، التخصص)، وقد تم إجراء المعالجة الإحصائية باستخدام الجداول البسيطة والمركبة، للحصول على نتائج الدراسة.

## الفصل الثاني

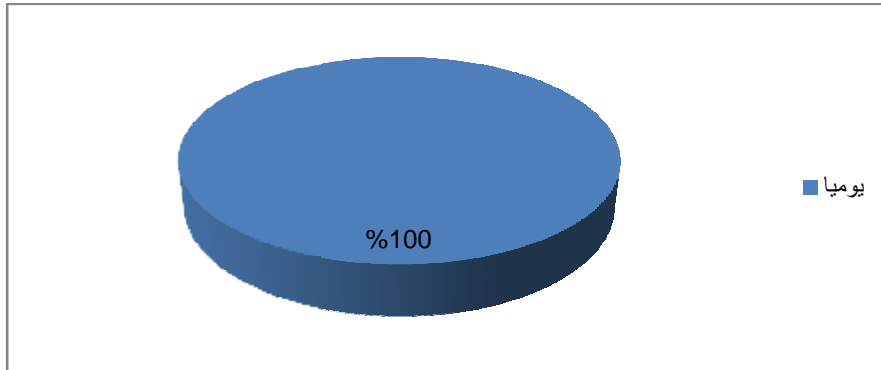
المبحث الأول: عرض البيانات.

المطلب الأول: عرض البيانات لخور التعرض للقنوات الرياضية.

الجدول (3): يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون

الإجابة	التكرار	النسبة
يومية	90	%100
أحيانا	0	%0
نادرا	0	%0
المجموع	90	%100

من خلال الجدول نلاحظ أن %100 تشاهد التلفزيون يوميا، و%0 تشاهده أحيانا نادرا.



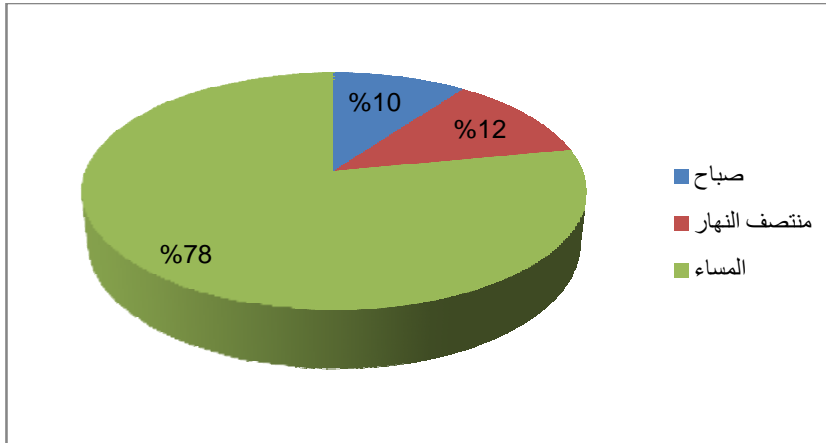
الشكل رقم (01): دائرة نسبية توضح نسبة مشاهدة التلفاز

## الفصل الثاني

الجدول (4): يمثل النسبة المئوية لأوقات متابعة التلفاز

النسبة	التكرار	الإجابة
%10	9	صباح
%12	11	منتصف النهار
%78	70	المساء
%100	90	المجموع

نلاحظ أن نسبة 78% تعود إلى المساء وهي أكبر نسبة أما اصغر نسبة فهي 10% والتي تعود إلى الفترة الصباحية ونسبة 12% تعود إلى منتصف النهار.



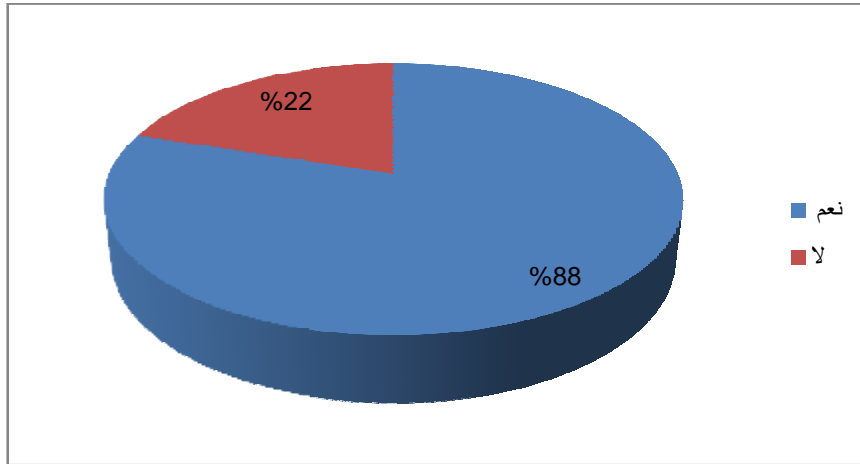
الشكل رقم (02): دائرة نسبة تمثل النسبة المئوية لفترات متابعة التلفاز

## الفصل الثاني

الجدول (5): يمثل القنوات التي تشاهدها الطالبات

النسبة	التكرار	الإجابة
%88	80	نعم
%22	10	لا
%100	90	المجموع

من خلال قراءتنا الكمية لبيانات الجدول فإن %88 تعود إلى مشاهدة أكثر من قناة و%22 هي النسبة مشاهدة قناة واحدة.



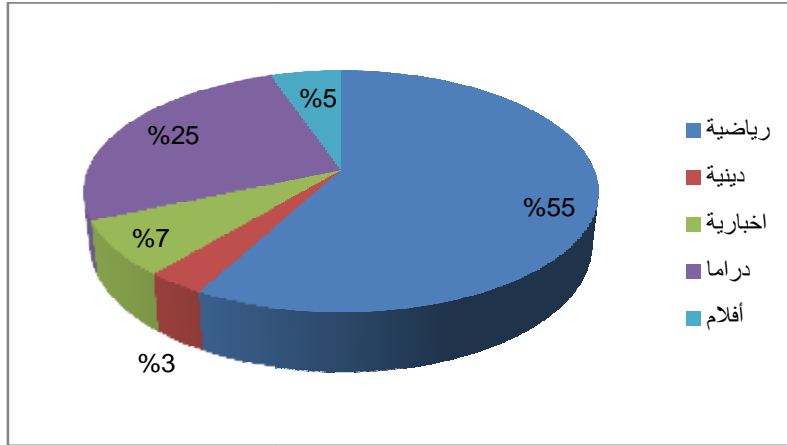
الشكل رقم (03): دائرة نسبية تمثل أكثر القنوات مشاهدة من طرف الطالبات

## الفصل الثاني

الجدول (6): يمثل أكثر القنوات مشاهدة من طرف الطالبات.

النسبة	التكرار	الإجابة
55%	49	رياضية
3%	4	دينية
7%	9	إخبارية
25%	23	دراما
5%	5	أفلام
100%	90	المجموع

نتائج الجدول توضح أن نسبة 55% تشاهد القنوات الرياضية و3% تشاهد القنوات الدينية و7% تعود للقنوات الإخبارية أما نسبة 25% تعود للقنوات الدرامية و نسبة 5% تعود إلى القنوات الفيلمية.



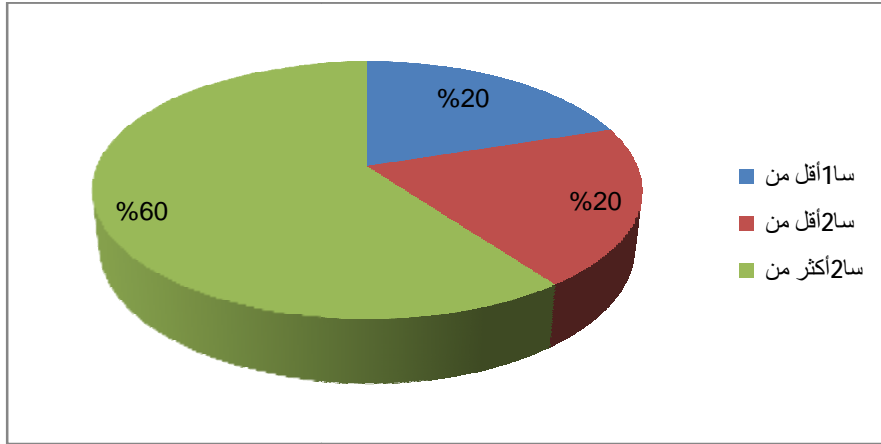
الشكل رقم (04): دائرة نسبية تمثل القنوات التي تشاهدها الطالبات

## الفصل الثاني

الجدول (7): يمثل الوقت التي تقضيه الطالبات في مشاهدة القنوات الرياضية.

الإجابة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	18	20%
اقل من ساعتين	18	20%
أكثر من ساعتين	54	60%
المجموع	90	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 60% تعود إلى فترة أكثر من ساعتين، أما الفترتين الأخيرتين اقل من ساعة و اقل من ساعتين فقد كانتا متساويتين وذلك بنسبة 20%.



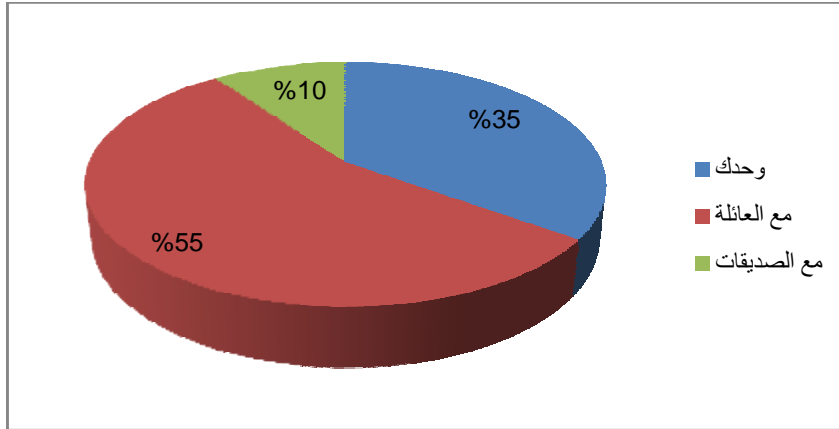
الشكل رقم (05): دائرة نسبية تمثل الوقت التي تقضيه الطالبات في مشاهدة القنوات الرياضية

## الفصل الثاني

الجدول (8): يمثل الأشخاص الذين يشاهدون معهم القنوات الرياضية

الإجابة	التكرار	النسبة
وحدك	31	35%
مع العائلة	50	55%
مع الصديقات	9	10%
المجموع	90	100%

نتائج الجدول توضح أن نسبة مشاهدة القنوات الرياضية مع العائلة هو 55% أما نسبة 5% وهي أقل نسبة فقد عادت إلى مشاهدة القنوات مع الصديقات أما نسبة الباقية هي 35% التي تعود إلى الأشخاص الذين يشاهدون القنوات مع صديقاتهم.



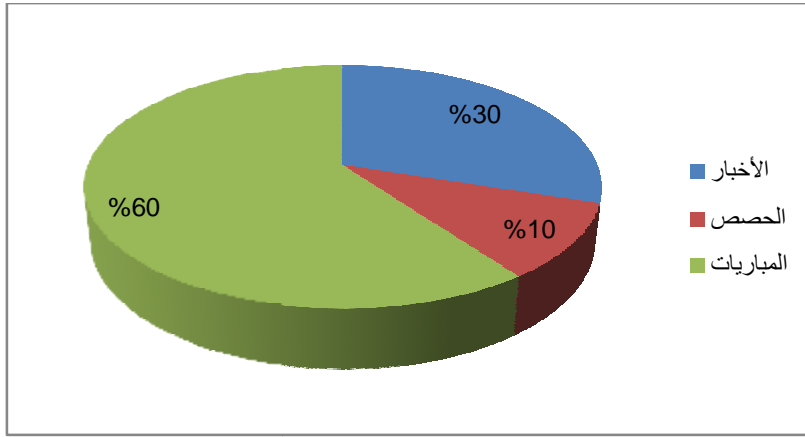
الشكل رقم (06): دائرة نسبية تمثل مع من تشاهد الطالبات القنوات الرياضية

## الفصل الثاني

الجدول (9): الجدول يمثل البرامج التي تفضل الطالبات مشاهدتها في القنوات الرياضية

الإجابة	التكرار	النسبة
الأخبار	27	30%
الحصص	9	10%
المباريات	54	60%
المجموع	90	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 60% تعود إلى مشاهدة المباريات و30% تعود إلى مشاهدة الأخبار و10% تعود إلى مشاهدة الحصص.



الشكل رقم (07): دائرة نسبية تمثل البرامج التي تفضل الطالبات مشاهدتها في القنوات الرياضية

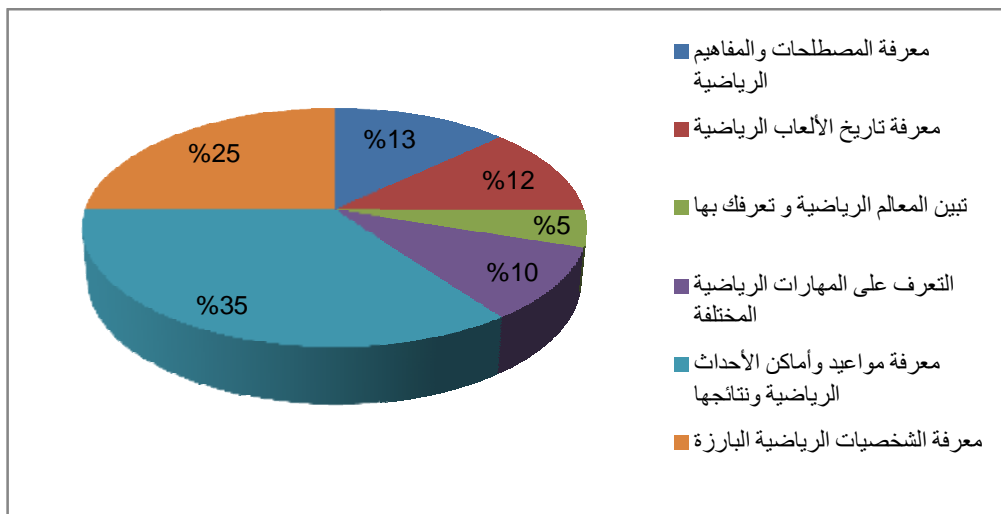
## الفصل الثاني

المطلب الثاني: عرض البيانات محور القنوات الرياضية ودورها في الثقافة الرياضية

الجدول (10): يمثل مساهمة القنوات الرياضية

الإجابة	التكرار	النسبة
معرفة المصطلحات والمفاهيم الرياضية	12	13%
معرفة تاريخ الألعاب الرياضية	10	12%
تبين المعالم الرياضية و تعرفك بها	4	5%
التعرف على المهارات الرياضية المختلفة	9	10%
معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها	32	35%
معرفة الشخصيات الرياضية البارزة	23	25%
المجموع	90	100%

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 13% تعود إلى معرفة المصطلحات والمفاهيم الرياضية ونسبة 12% تعود إلى معرفة تاريخ الألعاب الرياضية نسبة 5% تعود على تبين المعالم الرياضية و تعرفك بها ونسبة 10% تعود للتعرف على المهارات الرياضية المختلفة ونسبة 35% تعود للتعرف على مواعيد و أماكن الأحداث الرياضية ونتائجها ونسبة 25% تعود إلى معرفة الشخصيات الرياضية .



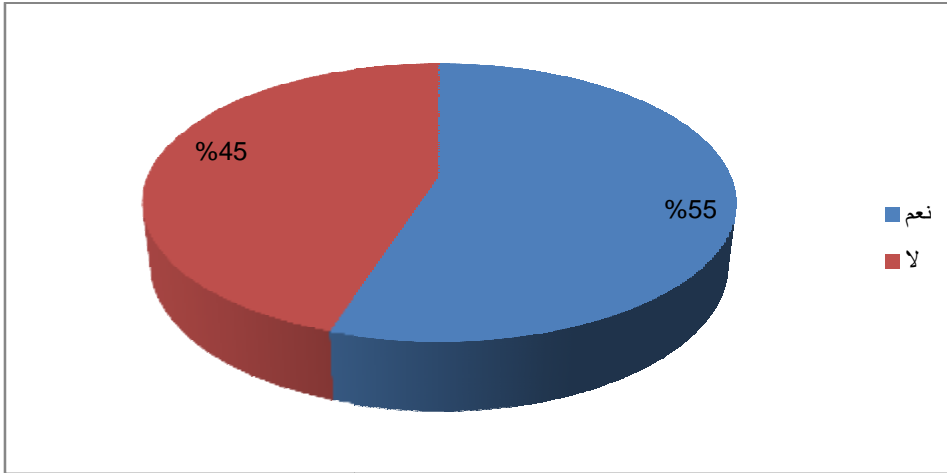
الشكل رقم (08): دائرة نسبية تمثل مساهمة القنوات الرياضية

## الفصل الثاني

الجدول (11): الجدول يمثل ارتباط أهداف البرامج باحتياجات وميول الطالبات

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	50	55%
لا	40	45%
المجموع	90	100%

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 55% ترى أن أهداف البرامج مرتبطة باحتياجاتك وميولك ونسبة 45% ترى أن البرامج غير مرتبطة بميولها واحتياجاتها.



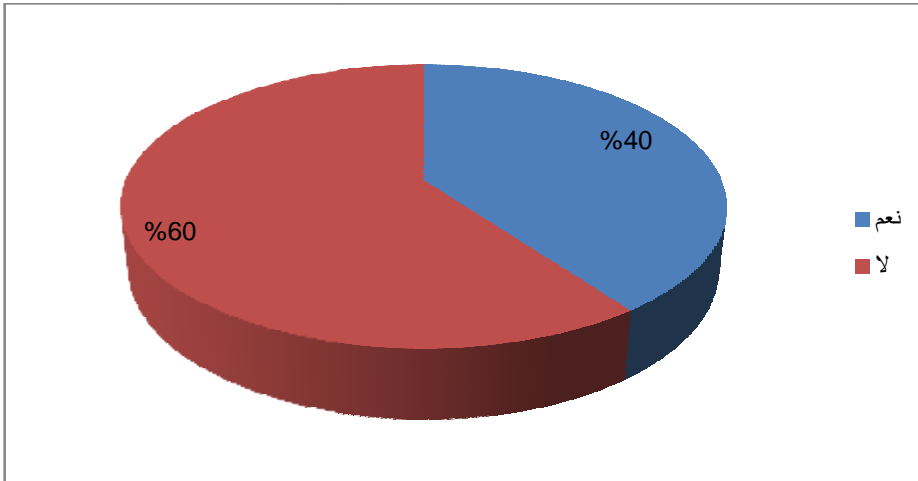
الشكل رقم (09): دائرة نسبية تمثل ارتباط أهداف البرامج باحتياجات وميول الطالبات

## الفصل الثاني

الجدول (12): يمثل مدى تكوين الطالبات لمعرفة شاملة بالرياضة

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	36	%40
لا	54	%60
المجموع	90	%100

من خلال النتائج الموضح في الجدول نجد أن نسبة %60 ترى أن لها معرفة شاملة بالرياضة ونسبة %40 ترى أن ليس لها معرفة شاملة بالرياضة.



الشكل رقم (10): دائرة نسبية توضح مدى تكوين الطالبات لمعرفة شاملة بالرياضة

## الفصل الثاني

الجدول (13): يمثل مدى تكوين الطالبات للمعرفة الرياضية حسب التخصص

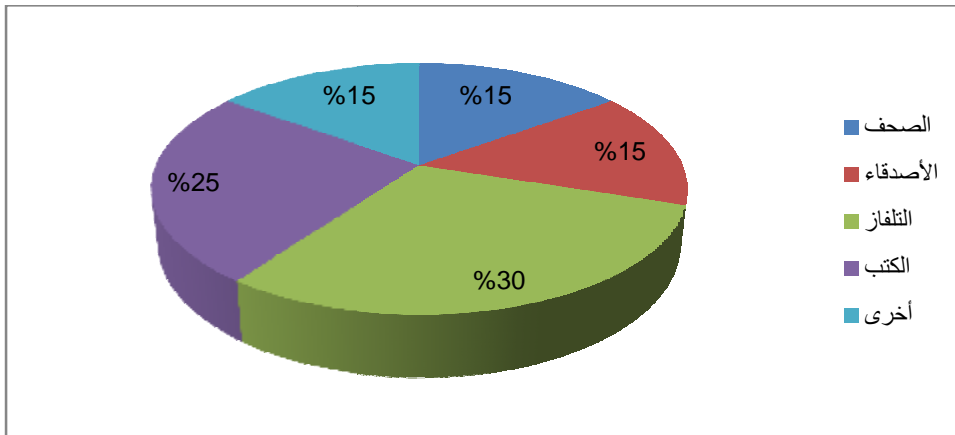
التخصص										الإجابة
المجموع		لغات		اقتصاد		اتصال		رياضة		
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
40%	36	%2	2	%2	2	%2	2	%27	30	نعم
60%	54	%12	13	%16	17	%22	24	%0	0	لا

الجدول (14): الجدول يمثل وسائل إكساب المعرفة الرياضية.

النسبة	التكرار	الإجابة
%15	13	الصحف
%15	13	الأصدقاء
%30	27	التلفاز
%25	24	الكتب
%15	13	أخرى
100%	90	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 30% تعود إلى التلفاز ونسبة 25% تعود إلى الكتب ونسبة 15%

تعود لكل من الصحف والأصدقاء وأخرى.



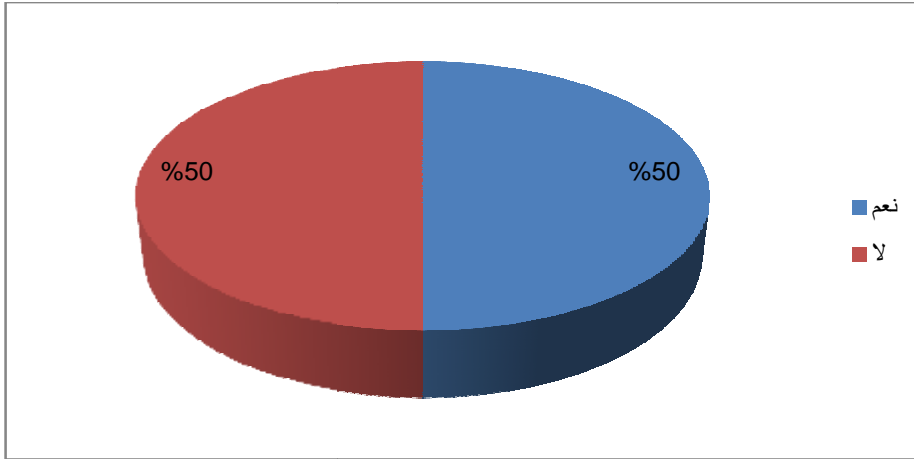
الشكل رقم (11): دائرة نسبية تمثل وسائل إكساب المعرفة الرياضية

## الفصل الثاني

الجدول (15): الجدول يمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	45	50%
لا	45	50%
المجموع	90	100%

يتضح من خلال الجدول أن 50% ترى أن القنوات الرياضية تساهم في ثقافة الرياضية و50% ترى عكس ذلك.



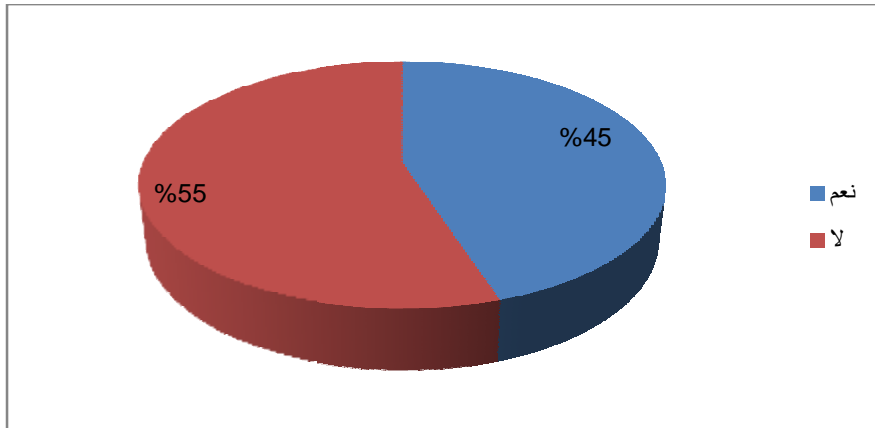
الشكل رقم (12): دائرة نسبية تمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات

## الفصل الثاني

الجدول (16): الجدول يمثل توجيه القنوات حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	40	%45
لا	50	%55
المجموع	90	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن %55 تعود للإجابة بـ: لا و%45 تعود للإجابة ب نعم وهذا فيما يخص مساعدة القنوات الرياضية في توجيه حياة الأفراد نحو أهداف نافعة و مفيدة.



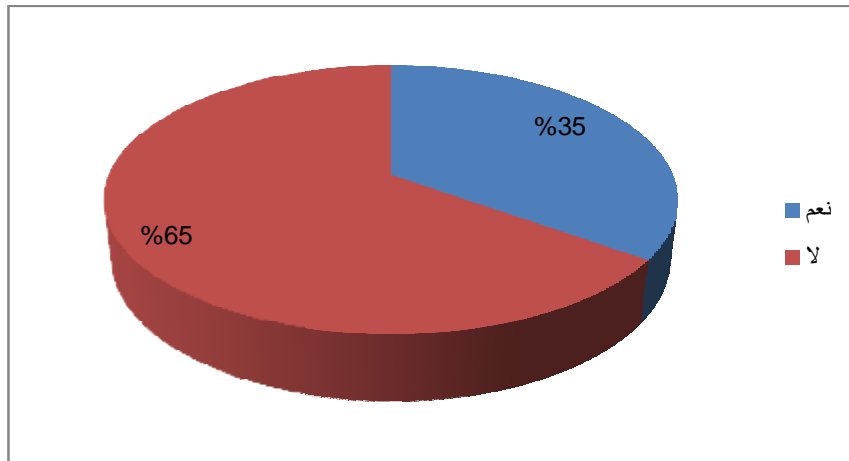
الشكل رقم (13): دائرة نسبية تمثل توجيه القنوات حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة

## الفصل الثاني

الجدول (17): الجدول يمثل دور القنوات الرياضية على تطبيع العلاقات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	31	%35
لا	59	%65
المجموع	90	%100

يتبين من خلال الجدول أن %65 تعود للإجابة بـ: لا ونسبة %35 تعود للإجابة بـ: نعم وهذا مما يخص عمل القنوات الرياضية على تطبيع القنوات الرياضية العلاقات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد.



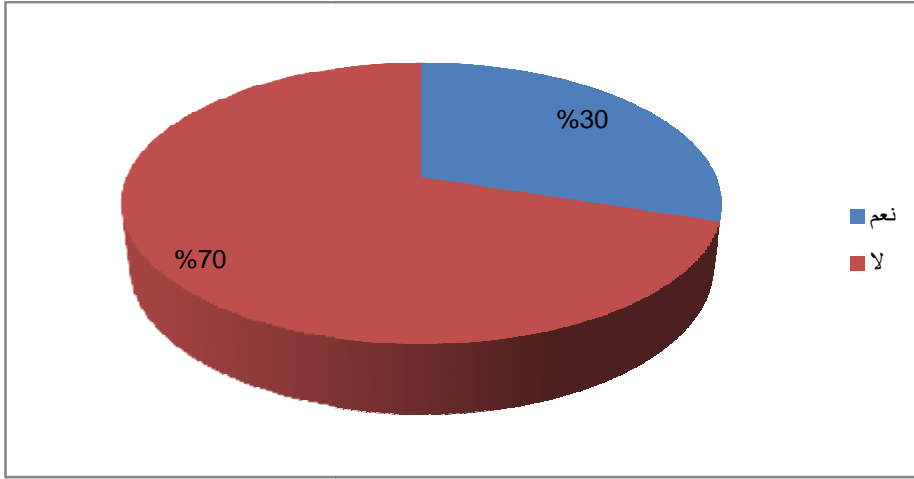
الشكل رقم (14): دائرة نسبية تمثل دور القنوات الرياضية على تطبيع العلاقات الاجتماعية والثقافية بين الأفراد

## الفصل الثاني

الجدول (18): الجدول يمثل دور القنوات الرياضية في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في الحضارة

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	27	%30
لا	63	%70
المجموع	90	%100

يوضح الجدول أن نسبة %70 تعود إلى الإجابة بـ: لا ونسبة %30 تعود إلى الإجابة بـ: نعم.



الشكل رقم (15): دائرة نسبية تمثل دور القنوات الرياضية في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في

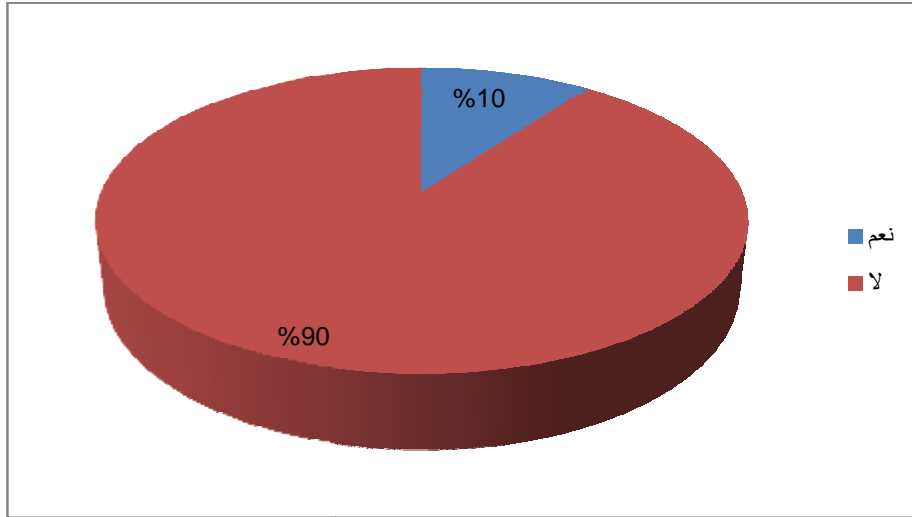
الحضارة

## الفصل الثاني

الجدول (19): دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية إكساب الرشاقة والجمال البدني

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	9	%10
لا	81	%90
المجموع	90	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة %10 تعود للإجابة بـ: نعم ونسبة %90 تعود للإجابة بـ: لا.



الشكل رقم (16): دائرة نسبية تمثل دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية إكساب الرشاقة و الجمال

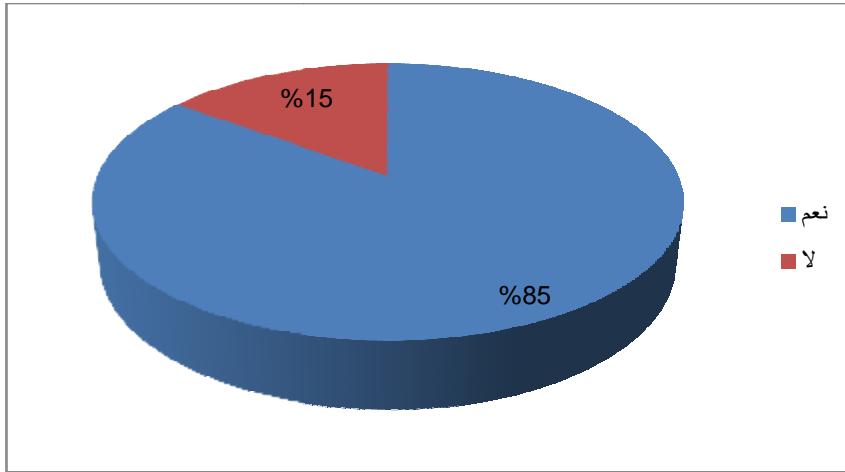
البدني

## الفصل الثاني

الجدول (20): الجدول يمثل دور القنوات الرياضية في نشر الوعي الرياضي.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	76	%85
لا	14	%15
المجموع	90	%100

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن نسبة %85 ترى أن القنوات الرياضية تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي ونسبة %15 ترى أن القنوات الرياضية لا تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي.



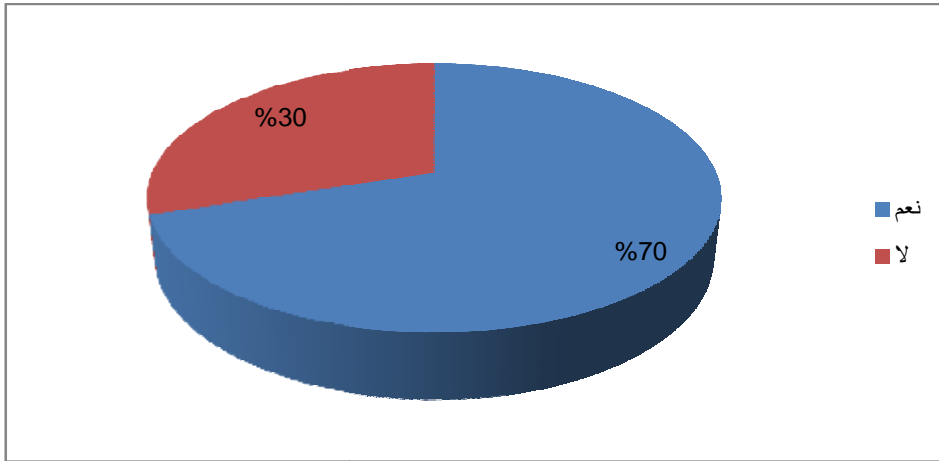
الشكل رقم (17): دائرة نسبية تبين دور القنوات الرياضية في نشر الوعي الرياضي.

## الفصل الثاني

الجدول (21): الجدول يمثل دور القنوات الرياضية في زيادة شعور الانتماء للجماعة والوطن

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	63	%70
لا	27	%30
المجموع	90	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة %70 ترى أن القنوات الرياضية تنمي مفهوم الانتماء للجماعة والوطن ونسبة %30 ترى أن القنوات الرياضية لا تنمي مفهوم الانتماء للجماعة والوطن.



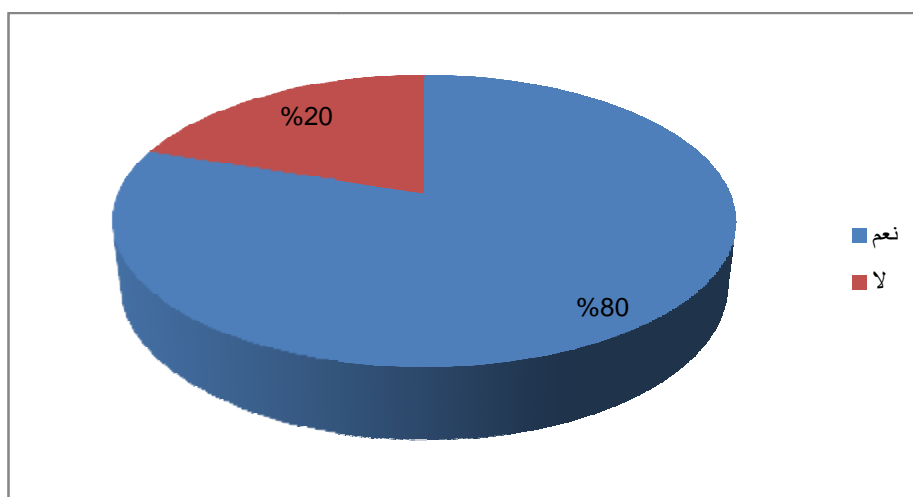
الشكل رقم (18): دائرة نسبية توضح دور القنوات الرياضية في زيادة شعور الانتماء للجماعة والوطن

## الفصل الثاني

الجدول (22): الجدول يمثل مناقشة المواضيع الرياضية من طرف الطالبات

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	72	%80
لا	18	%20
المجموع	90	%100

الجدول يوضح أن نسبة %80 تناقش المواضيع الرياضية ونسبة %20 لا تناقش المواضيع الرياضية.



الشكل رقم (19): دائرة نسبية توضح مناقشة المواضيع الرياضية من طرف الطالبات

## الفصل الثاني

الجدول (23): الجدول يمثل مناقشة المواضيع من طرف الطالبات حسب التخصص

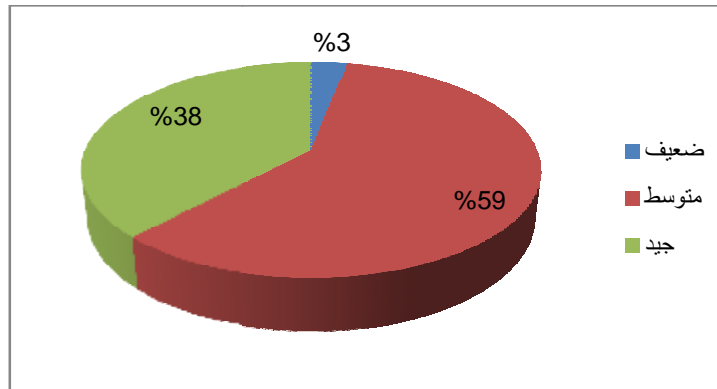
										البيانات
المجموع		اقتصاد		لغات		اتصال		رياضة		الإجابة
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
80%	70	9%	10	20%	22	9%	10	27%	30	نعم
20%	18	8%	9	3%	4	4%	5	0%	0	لا

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه يتضح أن كل طالبات تخصص رياضة يناقشون المواضيع الرياضية أي بنسبة 27% و طالبات تخصص اتصال بنسبة 9% و طالبات تخصص لغات بنسبة 20% و طالبات تخصص اقتصاد بنسبة 9% وهذه كانت نسب الذين أجابوا بنعم أما فيما يتعلق بالإجابة ب لا فكانت 0% بنسبة لطالبات تخصص رياضة ونسبة 4% لطالبات اتصال و 3% نسبة طالبات اللغات 8% لطالبات اقتصاد.

الجدول (24): الجدول يمثل مستوى النقاش

النسبة	التكرار	الإجابة
3%	2	ضعيف
59%	53	متوسط
38%	35	جيد
100%	90	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 59% التي ترى أن مستوى النقاش متوسط و نسبة 38% ترى أن مستوى النقاش جيد و نسبة 3% ترى أن مستوى النقاش ضعيف.



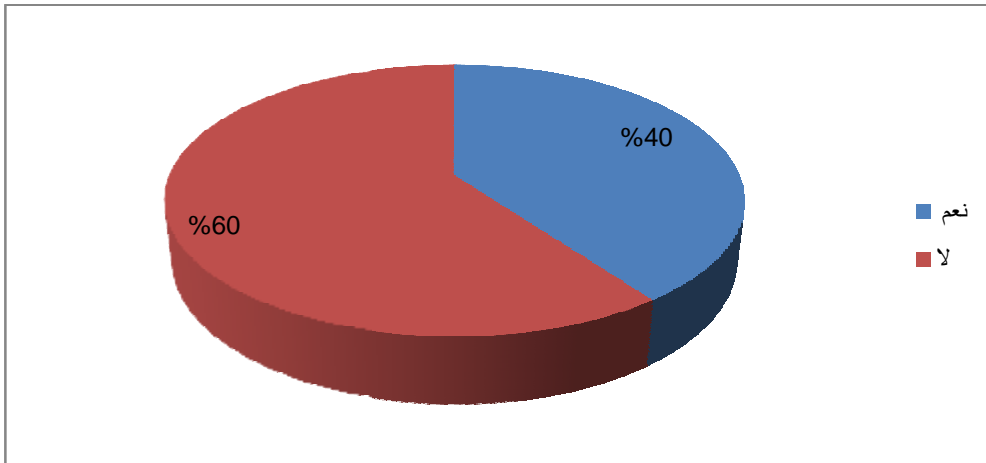
الشكل رقم (20): دائرة نسبية توضح مستوى النقاش

## الفصل الثاني

الجدول (25): يمثل قدرة الطالبات في إقناع الآخرين برأيهم

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	36	%40
لا	54	%60
المجموع	90	%100

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة %40 تستطيع إقناع الآخرين برأيها ونسبة %60 لا تستطيع إقناع الآخرين برأيها.



الشكل رقم (21): دائرة نسبية تمثل قدرة الطالبات في إقناع الآخرين برأيهم

المبحث الثاني: تفسير النتائج.

المطلب الأول: تفسير نتائج التعرض للقنوات الرياضية.

نستنتج من خلال الجدول (3) أن الإجابة رقم (1) هي الأكثر تكرار. بمؤشر يوميا ومجموع تكرار (90) ومنه وبالرغم من ظهور وسائل إعلام حديثة مثل الانترنت و وسائل أخرى إلا أن التلفاز يبقى من وسائل الإعلام التي تلقى إقبالا من طرف جمهور وسائل الإعلام.

نستنتج من الجدول (4) أن الإجابة رقم (3) هي الأكثر تكرار. بمؤشر (المساء) بمجموع تكرار (70)، وذلك لطبيعة العينة كونها من طالبات جامعات، ففي الفترة الصباحية ومنتصف النهار يكن في الجامعة أي في مقاعد الدراسة و فترة فراغهن هي الفترة المسائية.

نستنتج من خلال الجدول (5) أن المبحوثين يفضلون التنوع في مشاهدة القنوات وهذا لتنوع هذه الأخيرة، كما أن التنوع في القنوات وهذا لإشباع رغباتهم ميولهم و احتياجاتهم، كما أنهم ينوعون في مصادر معلومااتهم وعدم الاعتماد على مصدر واحد فقط.

نستنتج من خلال الجدول (6) أن القنوات الرياضية ذات إقبال كبير على المشاهدة من طرف المبحوثين عكس ما كان متوقع أن القنوات الدرامية هي التي تهتم بها النساء أكثر من غيرها، وهذا ما يفسر أن المرأة أصبحت منفتحة على العالم فقد كسرت صورة المرأة التقليدية التي تستعمل التلفاز لمشاهدة المسلسلات، أي أن المرأة لم تعد سطحية.

نستنتج من خلال الجدول (7) أن المدة التي تقضيها الطالبات تتراوح من ساعتين فأكثر وهذا راجع إلى نوعية البرامج المقدمة في هذه القنوات مثل المباريات والبرامج التحليلية.

نستنتج من خلال الجدول (8) أن تكرار مشاهدة القنوات الرياضية مع العائلة هو الأعلى ويرجع ذلك لكونها قنوات تجذب كل شرائح المجتمع، وأيضا تتمشى خصائص العائلة حتى ولو كانت محافظة كما أن أوقات بث البرامج والمباريات تتمشى و وقت اجتماع العائلة أي في المساء.

نستنتج من خلال الجدول (9) أن البرامج المفضلة عند الطالبات هي المباريات التي تبثها القنوات الرياضية، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الرياضية أكثر من ساعتين، ففترة المباراة تكون 90 دقيقة وغالبا ما تكون مصحوبة بأستوديو تحليلي للمباراة، كما أن القنوات الرياضية تعتمد على المباريات لجذب أكبر عدد من المشاهدين.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الثقافة الرياضية ودور القنوات الرياضية في نشرها.

نستنتج من خلال الجدول (10) أن إقبال الطالبات على مشاهدة القنوات الرياضية يكون من اجل التعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها وكذا للتعرف على الشخصيات البارزة ، فالقنوات الرياضية هي التي توفر للمشاهدين المعلومات الرياضية الحصرية وذلك من خلال تغطية الأحداث الرياضية .

نستنتج من خلا الجدول (11) أن رقم (1) هي الأكثر تكرار بمؤشر نعم بمجموع تكرار (50) البرامج المقدمة على القنوات الرياضية تشبع احتياجات و ميول ورغبات مشاهديها وهذا ما يفسر ارتفاع تكرار الإجابة بنعم وهذا ما يتمثل في أن الطالبات يشاهدن المباريات و هذا ما توفره القنوات الرياضية على مدار العام.

نستنتج من خلال الجدول (12) أن الإجابة رقم (2) هي الأكثر تكرار بمؤشر (لا) والذي كان مجموع تكرار 54 وهذا راجع لكون المعرفة الرياضية الشاملة تمس عدة جوانب الصحة، القوانين... الخ، فالرياضة ذو مجال واسع.

نستنتج من خلال الجدول (13) أن طالبات تخصص رياضة هم الذين لديهم معرفة رياضية شاملة بحكم أنهم في هذا المجال.

نستنتج من خلال الجدول (14) أن الكتب والتلفزيون هما الوسائل الأكثر استعمالا في كسب المعرفة الرياضية، وارتفاع تكرار التلفاز كونه الوسيلة السهلة والأكثر استعمالا والمتوفر في أي وقت، أما تكرار الكتب يعود لكون الباحثين طالبات جامعات.

نستنتج من خلال الجدول (15) أن تكرار 45 والذي يمثل نصف الطالبات يرون أن القنوات الرياضية تساهم في ثقافة الرياضية، والمجال المعرفي هو أكثر المجالات التي تساهم فيه هذه الأخيرة من بين المجالات الاجتماعي والصحي والتربوي، أما 45 الذين يرون أن القنوات الرياضية لا تساهم في ثقافتهم الرياضية، فهم يجدون البديل في الانترنت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والكتب بما أنهم طالبات.

نستنتج من خلال الجدول (16) أن الإجابة (2) هي الأكثر تكرار بمؤشر (لا) وبمجموع تكرار 50 والذي يمثل الباحثين الذين كانت إجابتهم بلا يرون أن القنوات الرياضية ليست نافعة ومفيدة، وهذه الإجابات كانت مرتبطة أكثر بالذين يفضلون مشاهدة المباريات من خلال السؤال السابق.

نستنتج من خلال الجدول (17) أن تكرار 59 يمثل عدد الذين كانت إجاباتهم بـ: لا وهذا مرتبط بانخفاض نسبة الإجابة على سؤال السابق المتعلق بمساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية المرتبطة بالجانب الاجتماعي، ومنه القنوات الرياضية لا تلعب دورها في المجتمع كونها تهتم أكثر بتوفير المعلومات الرياضية.

نستنتج من خلال الجدول (18) أن الإجابة رقم (2) هي الأكثر تكرار. مؤشر (لا). بمجموع تكرار (63) والذي يمثل عدد الطالبات الذين يرون أن القنوات الرياضية لا تساهم في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في الحضارة.

نستنتج من خلال الجدول (18) أن القنوات الرياضية لا توضح للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة وهذا لطبيعة المواضيع المقدمة في البرامج الرياضية المقدمة، التي تهتم أكثر بالأحداث الرياضية وتعريف بمختلف النتائج ومعلومات حول أماكن وتواريخ المسابقات الرياضية.

نستنتج من خلال الجدول (20) أن القنوات الرياضية تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي وذلك راجع لنوع المواضيع في البرامج المختلفة التي تقوم على تحليل مختلف النتائج في جميع الرياضات.

نستنتج من خلال الجدول (21) أن القنوات الرياضية تنمي الانتماء للوطن والجماعة وهذا يكون خاصة في المحافل الدولية أو تحقيق نتائج رياضية على المستوى العالي، فيكون التركيز على كون أن هذا الانجاز يعزز شعور الوطنية، وهذا يجعله انجاز يدعو للفخر.

نستنتج من خلال الجدول (22) أن المبحوثين يناقشون المواضيع الرياضية، وقد كانت المناقشة مع العائلة أكثر الأشخاص تتم النقاشات ويمكن ربط ذلك بنسبة مشاهدة القنوات الرياضية مع العائلة، أما المناقشة مع الصديقات كانت أقل نسبة وهناك من فضلن أنهن يجتازن أماكن مناقشة أخرى كالأماكن العامة ومواقع التواصل الاجتماعي.

نستنتج من خلال الجدول (23) أن طالبات تخصص رياضة هما الأكثر مناقشة للمواضيع الرياضية كونها أن لهم معرفة أكثر من غيرهم.

نستنتج من خلال الجدول (24) أن النقاش يكون ذو مستوى متوسط بما أن أكثر النقاشات تكون مع العائلة وطبيعة العائلة تتكون من مجموعة أفراد من الجنسين الذكور والإناث وشائع أن الذكور ذو ثقافة رياضية لباس بما هذا ما يجعل النقاش متوسط.

## الفصل الثاني

---

نستنتج من خلال الجدول (25) أن المبحوثين لا يستطيعون إقناع الآخرين برأيهم ويعود أن النقاشات تكون مع أفراد العائلة وطبيعة الفرد انه يتمسك برأيه كونه يرى أن المرأة لا يمكنها أن تناقش في المسائل الرياضية لأن ليس لها ثقافة رياضية تسمح لها بذلك.

### نتائج الدراسة التطبيقية:

بعد الإجراءات الإمبريقية وتفريغ البيانات ومناقشتها ، توصلنا إلى صياغة نتائج الدراسة:

— مازال التلفزيون يحتل مكانة في المجتمع رغم ظهور وسائل الإعلام حديثة أخرى، فهو من الوسائل سهلة الاستعمال التي لا تتطلب جهد ولا معرفة فكل يستطيع استخدامه، كما انه متواجد في كل منزل، لهذا مازال يعتمد عليه كوسيلة لاستقصاء الأخبار والمعلومات وتعرف على تطور الأحداث في شتى المجالات.

- القنوات الرياضية تلقى متابعة كبيرة من طرف النساء حيث أكدت الدراسة أن هناك إقبال على متابعة القنوات الرياضية برغم أن المعروف و المتداول أن هذه القنوات لا تجذب المرأة كونها قنوات يهتم بها الرجال أكثر.

- مشاهدة القنوات الرياضية تكون مع العائلة، وهذا عكس القنوات الأخرى التي تفضل المرأة مشاهدتها وهذا ما أثبتته مختلف الدراسات أن النساء تشاهد قنوات الدراما وقنوات الأفلام وحدها، وهذا راجع إلى طبيعة البرامج مثل المباريات التي تعتمد على الإثارة ، كما أنها قنوات عائلية بدرجة الأولى موجهة لجميع شرائح المجتمع.

- هناك نوعين من البرامج الرياضية الأكثر متابعة هي الأخبار والمباريات ويرجع ذلك أنهما الأكثر بث على القنوات الرياضية فالمباريات هي المحتوى الذي تعتمد عليه في جذب المشاهدين من خلال الاعتماد على النقل الحصري للبطولات العالمية والقارية وكذا المحلية.

- مشاهدة القنوات الرياضية يكون من اجل التعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها، وهذا راجع أن هذه الفضائيات توفر هذه المعلومات بالتفصيل من خلال برامج خاصة بالأحداث وكذا نشرات الإخبارية المقدمة في كل وقت.

- البرامج المقدمة على القنوات الرياضية تشبع احتياجات وميول ورغبات مشاهديها، وبما أن متابعة الفضائيات الرياضية من اجل المباريات والتعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية وهذا ما توفره هذه القنوات.

- القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية لدى المرأة، بما أن للقنوات تعمل على زيادة الثقافة بشكل عام لدى الأفراد، وبما أن هذه القنوات تهتم بالجانب الرياضي فأنها تساهم في ثقافة مشاهديها في هذا الجانب.

- لا توضح القنوات الرياضية للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة.

- القنوات الرياضية تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي، فهي تقوم بتوعية الجمهور للابتعاد عن التعصب وكذا تسليط الضوء على أحداث الشغب وتوضيح الآثار الجانبية لذلك.

## الفصل الثاني

---

- تنمي القنوات الرياضية الشعور بالانتماء للوطن والجماعة، خاصة في المحافل الدولية ويمكن القول هنا شعور الانتماء للوطن يعزز يكون ظريفي فقط أي عند الانجازات الرياضية سواء الفردية أو الجماعية.
- مناقشة المواضيع الرياضية يكون على المستوى العائلي، فمناقشة المواضيع الرياضية تكون عند المشاهدة.
- مستوى نقاش يكون متوسط، لا يستطيع المبحوثين إقناع الآخرين برأيهم يكون مستوى النقاشة متوسط لأنه يكون مع العائلة وليس مع ممارسين أو خبراء في المجال الرياضي.

### نتائج العامة للدراسة:

- 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.
- يلعب الإعلام الرياضي دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكاملها، كما أن له دورا بارزا في تسلية الجماهير والترفيه عنهم لزيادة الاستمتاع بأوقات فراغهم والتنفيس عن مكبوتاتهم يعمل على ربط الأفراد بعقيدتهم.
- والإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام لأنه ينقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم بصورة متحركة في شكل يحس المشاهد انه على اتصال مباشر معها، وتجعله يعيش تلك الأحداث.
- الثقافة الرياضية هي تلك الثقافة المتصلة بالرياضة تشمل أدائها، ومهاراتها، وقواعد المنافسة التي تنظمها وتديرها، والخطط والاستراتيجيات الخاصة بها، واللغة والرموز الرياضية.
- التلفزيون يحتل مكانة في المجتمع رغم ظهور وسائل الإعلام حديثة أخرى، فهو من الوسائل سهلة الاستعمال التي لا تتطلب جهد و لا معرفة فكل يستطيع استخدامه.
- القنوات الرياضية تلقى متابعة كبيرة من طرف النساء.
- مشاهدة القنوات الرياضية تكون مع العائلة، وهذا عكس القنوات الأخرى التي تفضل المرأة مشاهدتها وهذا ما أثبتته مختلف الدراسات أن النساء تشاهد قنوات الدراما و قنوات الأفلام وحدها.
- مشاهدة القنوات الرياضية يكون من اجل التعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها ، وهذا راجع أن هذه الفضائيات توفر هذه المعلومات بالتفاصيل.
- القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية لدى المرأة، بما أن للقنوات تعمل على زيادة الثقافة بشكل عام لدى الأفراد.
- القنوات الرياضية لا تهتم بالبرامج التي توضح للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة.
- القنوات الرياضية تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي، فهي تقوم بتوعية الجمهور للابتعاد عن التعصب.
- القنوات الرياضية تنمي شعور الانتماء للوطن والجماعة خاصة في المحافل الدولية.

### اقتراحات و التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلنا إليها نوصي بما يلي:

- (1) زيادة الاهتمام بالبرامج الرياضية الموجهة إلى فئة النساء لنشر الثقافة الرياضية.
- (2) توجيه النساء إلى دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية.
- (3) أن تستمر في جودة برامجها المقدمة التي تشبع احتياجات مشاهديها.
- (4) الاهتمام أكثر بالجانب الصحي والتربوي والاجتماعي.
- (5) أن تبقى القنوات الرياضية حاملة على عاتقها تعزيز شعور الانتماء للوطن.
- (6) إجراء دراسات علمية مشاهمة ونشرها حول فاعلية القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضي.
- (7) إجراء دراسات حول أهم البرامج الرياضية التي تلي وتؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد. النفسية والمعرفية والصحية والاجتماعية.

### الاستنتاج العام:

من خلال ما توصلن إليه في نهاية دراستنا أن المنظومة التلفزيونية الرياضية هي تلك النشرات والبرامج التي تهتم بنشر المعلومات و المعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي كما أنها تستهدف إلى تنمية الفرد من جميع شخصيته، ولها وظيفة ترفيهية من خلال انتشار الأفراد من الضغوطات النفسية والاجتماعية التي يتعرضون إليها ، تتفوق على غيرها من وسائل الإعلام الرياضية الأخرى بنقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشر أو مسجلة بالصوت والصورة، وتلعب دورا مهما في نشر الثقافة الرياضية التي تعدت المفهوم البدني لتشمل مفاهيم النفسية والأخلاقية والجمالية والترويجية والثقافة، والتي يختلف اكتسابها بين شرائح المجتمع.

وقد أثبتت الدراسة أن المرأة مهتمة وتتابع القنوات الرياضية خاصة المباريات والنشرات الإخبارية فإقبال النساء على مشاهدة الفضائيات الرياضية من اجل التعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها والتعرف على الشخصيات البارزة، مما يسمح لهم بتكوين وعي رياضي وثقافة رياضية تسمح لها بمناقشة المواضيع الرياضية.

ومن هنا فالفكرة الرئيسة والهامة والتي يمكن أن نستوحيها من خلال دراستنا استنادا إلى الدراسة التطبيقية باستعمالنا استمارة استبيان أن للقنوات الرياضية دور في زيادة الثقافة الرياضية لدى المرأة.

# الخاتمة

## الخاتمة:

إن الإعلام هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والأفكار والآراء بين الجماهير من خلال وسائله المختلفة سواء كانت مكتوبة كالصحف... أو سمعية كالإذاعة... أو سمعية بصرية كالتلفزيون.

وقد تزامن تطور مختلف وسائل الإعلام مع انتشار الرياضة والذي كان للإعلام دورا مهما في ذلك، فقد ساهم بجميع أجهزته خاصة المرئية منها في التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس.

فالقنوات المتخصصة بالمجال الرياضي أي القنوات الرياضية والتي تهتم بنشر الأخبار والمعرفة المتعلقة بالجانب الرياضي قطعت أشواطاً كبيرة لأنها أصبحت تحتل مكانة بين القنوات التلفزيونية المختلفة كما أن لها تأثير كبير على أفراد المجتمع ودور تلعبه في حياتهم الشخصية والاجتماعية، ومن خلال دراستنا نستطيع أن نقول أن للقنوات الرياضية دور في نشر الثقافة الرياضية بين النساء، وكذا زيادة الجانب المعرفي في المجال الرياضي لدى المرأة وهذا من خلال البرامج المتنوعة المقدمة مثل البرامج تحليلية وأخبار.... الخ.

وهذا النوع من المواضيع يحتاج إلى العديد من الدراسات ودراساتهم من مختلف الجهات النفسية والاجتماعية والاقتصادية لذلك نترك المجال مفتوح لدراسات قد تسهب بشكل أكثر في هذا الموضوع.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع: باللغة العربية

### أ- القواميس والمعاجم:

- 1- بدوي أحمد زكي: معجم مصطلحات الإعلام، بيروت، الكتب اللبناني، ط2، 2002.
- 2- شلي كرم: معجم المصطلحات الإعلامية (انجليزي عربي)، القاهرة، دار الشرق، 1989.
- 3- الفار محمد جمال: المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
- 4- المنجد الأبجدي، دار المشرق، بيروت، ط5، 1987.

### ب- قائمة الكتب:

1. إبراهيم نشوى إمام: تأثير الإعلام الرياضي المدرسي، القاهرة، 2003.
2. أبو إصبع صالح: تحديات الإعلام العربي دراسات الإعلام الهيمنة الثقافية والمصادقية الحرة التنمية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 1999.
3. إخلاص محمد عبد الحفيظ ومصطفى حسين باهي: الاجتماع الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ط1، 2000.
4. إسماعيل محمود حسن: مناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2011.
5. إمام إبراهيم: الإعلام الإذاعي والتلفزيون، مصر، دار الفكر العربي، ط2.
6. أنجيس موريس: منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية -تدريبات علمية-، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون: الإشراف والمتابعة مصطفى ماضي، الجزائر، دار القصبه للنشر، 2004.
7. بدوي هناء حافظ: الاتصال بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، كتب الجامعي الحديث، 1988.
8. بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005.
9. بيباني خليفة طالب: شغب الملاعب وأساليب مواجهته، الرياض، 2004.
10. بوحوش عمار، الذنبيات محمد محمود: مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 1999.
11. حامد عمار: في بناء البشر، القاهرة، دار المعرفة، 1998.

12. الحماحمي محمد: الرياضة للجميع الفلسفة والتطبيق، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1997.
13. حضور أديب: الإعلام الرياضي، دمشق، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة الإذاعة والتلفزيون، 1994.
14. حضور أديب: الصحافة التلفزيونية، دمشق، 1994.
15. حضور أديب: الصحافة والتنمية، دمشق، دار النشر، 1979.
16. الخولي أمين، محمود عدنان: المعرفة الرياضية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 1999.
17. الخولي أمين نور: الرياضة والحضارة الإسلامية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1995.
18. الرشدي بشير صالح: مناهج البحث التربوي، كلية الرياضية، جامعة الكويت، ط1، 2000.
19. زرواتي رشيد: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، مطبعة دار هومة، ط1، 2002.
20. زرواتي رشيد: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر، شركة دار الهدى للطبع والنشر والتوزيع، ط1، 2007.
21. زهران حامد عبد السلام: علم النفس الاجتماعي، القاهرة، عالم الكتب، ط5.
22. الشافعي حسن أحمد: الاتصال في التربية البدنية والرياضية، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2005.
23. الشافعي حسن أحمد: الإعلام في التربية البدنية والرياضية، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2003.
24. شطاح محمد: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، عين مليلة، دار الهدى، 2006.
25. الصادق غسان محمد: مبادئ التربية والتربية الرياضية، بغداد، دار الفكر العربي، 1990.
26. طلعت شاهيناز: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، الدار المصرية، ط2، 1996.
27. العبادي جلال: علم الاجتماع الرياضي، بغداد، 1989.
28. عبد الطيف حمزة: المدخل في فن التحرير، القاهرة، دار الفكر، ط3، 1965.
29. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، بيروت، دار المعرفة، ط1، 1984.
30. عطاء حسين والعويس خير الدين علي: الإعلام الرياضي، القاهرة، دار الكتاب للنشر، 1998.

31. علي نبيل: العرب وعصر المعلومات، القاهرة، 2001 .
32. عويس خير الدين، هلال عاصم: علم الاجتماع الرياضي، القاهرة، ط1، 1997.
33. قديرة سليم: معنى الرحمة والثقافة لغة واصطلاحا وعلاقتهما، الجامعة الإسلامية العالمية بإسلام آباد، باكستان
34. كنعان علي عبد الفتاح: الإعلام الرياضي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014.
35. كنعان علي عبد الفتاح: الإعلام الرياضي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014 .
36. محمد تهاين عبد السلام: الترويج والتربية الترويجية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2005.
37. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2000 .
38. مرسي محمد عبد العليم: المنظور الإسلامي للثقافة والتربية، الرياض، مكتبة العيكان، ط2، 1996.
39. المعطي علي عبد، السرياقوسي محمد: أساليب البحث العلمي، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 1988.
40. النير عمر مصطفى: استمارة استبيان أو مقابلة لدراسات ومجال علم الاجتماعي، بيروت، المعد للإثناء العربي، 1986.
41. ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر وتوزيع، 2010 .

### ج- مجلات ومنشورات ورسائل ومقابلات:

1. أحمد فروق أحمد، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002.
2. بخاري فتحي، مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة لنيل ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2003.
3. جرمون علي: مستويات الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.
4. راجحي صابر: تأثير الإعلام المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ المرحلة الثانوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2011-2012.

5. شحاتة محمد إبراهيم: الثقافة الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية، سلسلة الوعي الرياضي، العدد 9، 2004 .
6. عادل مرابط، عائشة نحوي: العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 4، 2009.
7. عزي عبد الرحمن: الثقافة وحتمية الاتصال، مجلة المستقبل العربي.
8. العياري المنصف محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، تونس، سلسلة بحوث والدراسات الإذاعية 56، 2006.
9. مبارك حسام الدين: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلاب، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنات، جامعة الإسكندرية، 2003 .
10. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الرابع، أكتوبر 2013.
11. مصطفى: تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، 2012.

#### د- المواقع الالكترونية :

1. مؤنس برهان: استعاض دور الإعلام في تشجيع المرأة على ممارسة الرياضة، جريدة البيان الرياضي (أون لاين).
2. <http://www.albayan.ae/sports/all-games/2012-04-12-1.1629253>
3. [mkleit.wordpress.com/](http://mkleit.wordpress.com/)

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة محمد بوضياف مسيلة

استمارة استبيان حول

# دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة

في إطار إنجاز دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال: تحت عنوان دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة، نرجو منكم ملاءمة هذه الاستمارة واعلموا أن إجاباتكم على قدر من الأهمية وأنها ستحظى بكل الحرية ولن تتجاوز البحث العلمي.

ملاحظة:

ضع علامة (x) في الخانة المناسبة

إشراف الأستاذة:

سعاد لعزيري

إعداد الطالبة:

إيمان مطروزة

## البيانات الشخصية:

### التخصص

اتصال  رياضة   
لغات  اقتصاد

### السن

22-19 سنة  26-23 سنة   
27 فأكثر

### المحور الأول : مشاهدة الطالبات للقنوات الرياضية

هل تشاهدين التلفاز ؟

يوميًا  أحيانًا  نادرا

ما هي أفضل الأوقات التي تشاهدين فيها التلفاز ؟

الصباح  منتصف النهار  المساء

هل تشاهدين أكثر من قناة ؟

نعم  لا

ما هي هذه القنوات ؟

رياضية  دينية  إجبارية  دراما   
أخرى اذكرها

إذا كنت تشاهدين القنوات الرياضية كم ساعة تشاهدين ؟

اقل من ساعة  اقل من ساعتين  أكثر من ساعتين

هل تشاهدينها ؟

وحدك  مع العائلة

ما هي البرامج الرياضية التي تفضلين مشاهدتها ؟

الأخبار  الحصص  المباريات

## المحور الثاني : القنوات الرياضية و دورها في الثقافة الرياضية

هل القنوات الرياضية ساعدتك في

معرفة المصطلحات و المفاهيم الرياضية

معرفة تاريخ الألعاب الرياضية

تبيين المعالم الرياضية وتعرفك بها

التعرف على المهارات الرياضية المختلفة

معرفة مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها

معرفة الشخصيات البارزة في كل دول العالم

هل البرامج التي تشاهدونها مرتبطة باحتياجاتك وميولك ؟

لا

نعم

هل لديك معرفة شاملة بالرياضة؟

لا

نعم

من أين اكتسبت هذه المعرفة ؟

الصحف

الكتب

التلفزيون

الأصدقاء

هل تساهم القنوات الرياضية في ثقافتك الرياضية ؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة بنعم فمن أي جانب ؟

الجانب المعرفي

الجانب التربوي

الجانب الاجتماعي

الجانب الصحي

هل تساعدك القنوات الرياضية في توجيه حياة الفرد نحو أهداف نافعة ومفيدة ؟

لا

نعم

تعمل القنوات الرياضية على تطبيع العلاقات الاجتماعية و الثقافية بين الأفراد ؟

نعم  لا

تساهم القنوات الرياضية في إيقاظ الحس الجمالي في البشر ودوره في الحضارة والأخلاق ؟

نعم  لا

توضح القنوات الرياضية للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة و الجمال الجسمي ؟

نعم  لا

تنمي مفهوم الانتماء للجماعة والوطن ؟

نعم  لا

هل تقوم بدورها في نشر الوعي الرياضي ؟

نعم  لا

هل تناقشين المواضيع الرياضية ؟

نعم  لا

مع :

الصديقات  العائلة  أماكن أخرى

كيف يكون مستوى النقاش ؟

ضعيف  متوسط  جيد

هل تستطيعين إقناع الآخرين برأيك ؟

نعم  لا



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ملخص الدراسة:

تبحث الدراسة في دور القنوات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة وتأتي أهمية الموضوع كونه لم يأخذ مجال واسع في الدراسات الأكاديمية، وكذا الدور الذي تقوم به الفضائيات في توفير المعلومات وزيادة ثقافة المرأة في الجانب الرياضي.

وتم اختيار هذا الموضوع لدراسة وفقا لمجموعة أسباب ذاتية وموضوعية، فالأسباب الذاتية فهي وقوع موضوع الدراسة ضمن اهتمامات الباحثة وتخصصها، أما الأسباب الموضوعية فتتمثل في اهتمام النساء بالقنوات المتخصصة في الرياضة.

وقد سعت الدراسة في مجملها إلى الإجابة عن عدة أسئلة وهي كتالي هل هناك إقبال من طرف الطالبات على متابعة القنوات الرياضية؟ وأخرى هل القنوات الرياضية تؤثر على الجانب المعرفي للطالبات؟ وفي الأخير هل للقنوات الرياضية دور في نشر الثقافة الرياضية؟ وتم إجراء دراسة مسحية بواسطة استمارة استبيان موزعة على عينة مكونة من 90 فردا، تم انتقاء هذه العينة بأسلوب عينة عشوائية.

جاء الإطار النظري للدراسة في فصلين خصص الأول للإعلام الرياضي التلفزيوني، حيث اهتمت الباحثة بمهية الإعلام الرياضي بشكل عام من حيث التعريف والأهمية والوظائف ثم الإعلام الرياضي التلفزيوني عرفت القنوات الرياضية ووضحت منظومة التلفزيون الرياضي وأسباب تفوقها على غيرها.

أما الفصل الثاني عالج الثقافة الرياضية ودور القنوات الرياضية في نشرها بين جموع النساء، وهذا بتعريف الثقافة الرياضية وخصائصها ومجالاتها ثم تأثير الإعلام الرياضي المرئي فواقع الثقافة الرياضية لدى المرأة.

الدراسة المسحية جرى فيها معالجة بيانات التي تحصلت عليها الباحثة لتتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- يلعب الأعلام الرياضي دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكاملها، كما أن له دورا بارزا في تسلية الجماهير والترفيه عنهم لزيادة الاستمتاع بأوقات فراغهم والتنفيس عن مكبوتاتهم يعمل على ربط الأفراد بعقيدتهم.
- الإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام لأنه ينقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم بصورة متحركة في شكل يحس المشاهد انه على اتصال مباشر معها، وتجعله يعيش تلك الأحداث.
- الثقافة الرياضية هي تلك الثقافة المتصلة بالرياضة تشمل أداؤها، ومهاراتها، وقواعد المنافسة التي تنظمها وتديرها، والخطط والاستراتيجيات الخاصة بها، واللغة والرموز الرياضية.
- القنوات الرياضية تلقى متابعة كبيرة من طرف النساء.
- مشاهدة القنوات الرياضية يكون من اجل التعرف على مواعيد وأماكن الأحداث الرياضية ونتائجها، وهذا راجع أن هذه الفضائيات توفر هذه المعلومات بالتفاصيل.
- القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية لدى المرأة، بما أن للقنوات تعمل على زيادة الثقافة بشكل عام لدى الأفراد.