

جامعة عمار تليجي - الأغواط -  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية



الموضوع

دور القنوات الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

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

إشراف:

- عطاء الله طريف

إعداد الطالبتين:

✓ أمينة بن جديدة

✓ عائشة سحابات

السنة الجامعية 2015-2016

# الشكر و التقدير

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف الدكتور عطاء الله طريف " على إشرافه و اهتمامه الكبير رغم ظروف العمل و الضغوطات و المنصب الذي يشغله ، الذي كان لي سندا في انجاز هذه المذكرة بدعمه و اهتمامه و نصائحه لي كل من ساهم في هذا البحث من قريب أو بعيد و شكر إلى كل من ساندني في مشواري الجامعي و إلى كل موظفي و مستخدمي المكتبة ، و شكر لكل طلبة الإعلام و الاتصال سنة ثانية ماستر و أخير تحية و شكر لمن ساندني من قريب أو بعيد.

# إهداء

اهدي عملي المتواضع هذا إلى "أبي العزيز" الذي ساندني في مشواري الدراسي و إلى اغلي ما لدي والدتي  
الغالية.

و إلى أخواتي كريمة ورحمة والصغيرة أروى وصفية إلى صديقاتي وحبيباتي منى وحياء و فاطمة و سمية  
وكريمة".

و اهدي اغلي تحية لكل من يعرفني من قريب أو بعيد و إلى رفيقة دربي صفية التي طالما وقفت إلى  
جانبي و ساندتني و شجعتني بقوة .

و إلى كل زملائي بالجامعة.

## الفهرس المحتويات

	الإهداء
	تشكرات
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ-ب	مقدمة.....
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
14	الإشكالية.....
16	أسباب اختيار الموضوع.....
	أهمية الدراسة.....
17	أهداف الدراسة.....
	مفاهيم الدراسة.....
19	دراسات سابقة.....
<b>الفصل الأول: القنوات الفضائية التلفزيونية</b>	
24	تمهيد.....
25	المبحث الأول:نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر.....
	المطلب الأول:التلفزيون النشأة والتطور.....
26	المطلب الثاني:لمحة عن تطور البث التلفزيوني في الجزائر.....
27	المبحث الثاني:القنوات الفضائية التلفزيونية، النشأة والتطور.....
	المطلب الأول:نشأة ومفهوم القنوات الفضائية.....
28	المطلب الثاني:أهمية القنوات الفضائية في مجال الرياضة.....
29	المبحث الثالث: ايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية على المجتمع.....
	المطلب الأول: ايجابيات القنوات الفضائية على المجتمع.....

31	المطلب الثاني:سليبات القنوات الفضائية على المجتمع.....
33	..... خلاصة
<b>الفصل الثاني: الإعلام الرياضي في القنوات الفضائية الرياضية</b>	
35	.....تمهيد
36	المبحث الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته.....
	المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي.....
	المطلب الثاني: أهمية الإعلام الرياضي.....
37	المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياض.....
38	المبحث الثاني:أنواع تأثيرات الإعلام الرياضي ومجالاته.....
	المطلب الأول:تغيير الموقف أو الاتجاه.....
39	المطلب الثاني:تغيير المعرفة الرياضية.....
40	المطلب الثالث:النشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.....
	المطلب الرابع:نظريات التأثير الإعلام الرياضي.....
43	.....خلاصة
<b>الفصل الثالث:الجمهور و علاقته بالمعارف الرياضية</b>	
45	..... تمهيد
46	المبحث الأول :جمهور وسائل الإعلام
	المطلب الأول:طبيعة الجمهور وسائل الإعلام.....
47	المطلب الثاني:مراحل تشكيل مفهوم الجمهور.....
49	المطلب الثالث:أنواع الجمهور.....
50	المطلب الرابع:الخصائص والصفات العام للجمهور.....
51	المبحث الثاني:النشاط الرياضي مفهومه وأنواعه.....
	المطلب الأول:مفهوم الأنشطة الرياضية.....
52	المطلب الثاني:أنواع النشاط الرياضي.....

52	المطلب الثالث: أهداف النشاط الرياضي.....
54	المبحث الثالث: المعرفة الرياضية لدى الجمهور.....
	المطلب الأول: العلاقة بين المعرفة والرياضة.....
55	المطلب الثاني: أهمية المعرفة الرياضية.....
56	خلاصة.....
<b>الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
58	تمهيد.....
59	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....
	المطلب الأول: منهج الدراسة.....
60	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته.....
62	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها.....
64	المطلب الرابع: حدود الدراسة.....
65	المبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان.....
94	نتائج الدراسة.....
97	الاستنتاج العام.....
98	الخاتمة.....
	قائمة المراجع.....
	ملاحق الدراسة.....

## فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....	65
02	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية.....	66
03	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.....	67
04	الجدول يمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي لعينة الدراسة.....	68
05	الجدول يمثل عينة الدراسة حسب متابعتهم للقنوات الرياضية.....	69
06	الجدول يمثل توزيع عينة الدراسة حسب مكان متابعة القنوات الرياضية .....	70
07	الجدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأشخاص المفضلون لمتابعة القنوات الرياضية	71
08	الجدول يمثل توزيع عينة الدراسة حسب معدل متابعة القنوات الفضائية الرياضية	72
09	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب القنوات المفضلة .....	73
10	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة اهتمامهم بمتابعة البرامج الرياضية.	74
11	الجدول توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم متابعتهم للبرامج الرياضية.....	75
12	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب القنوات الأكثر مشاهدة.....	76
13	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترات المشاهدة المفضلة للبرامج الرياضية.....	77
14	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب أسباب مشاهدة القنوات الرياضية.....	78
15	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى إمداد الفضائيات الرياضية الجمهور بالقضايا الرياضية .....	84
16	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة اهتمامهم بهذه البرامج.....	85
17	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب الاهتمام بالبرامج الرياضية على القنوات الفضائية الرياضية .....	86
18	الجدول يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب زيادة المعارف الرياضية من طرف القنوات الرياضية.....	92
19	الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة استفادتهم من القنوات الفضائية الرياضية.....	93

مقدمة:

لقد تطور التلفزيون كوسيلة اتصال من البث باللونين الأبيض والأسود إلى البث بالألوان مما أعطى من جديد معنى للاتصال والتأثير ، كذلك التلفزيون من دائرة مغلقة تخدم منشأة أو مؤسسة أو هيئة إلى محطة إقليمية ثم وطنية ثم دولية ومع تقدم التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية تطور التلفزيون ليصبح محطة بث عالمية أي ما يطلق عليه بالفضائيات ، وانتشرت الفضائيات العالمية في كافة أنحاء العالم سواء مملوكة من الأفراد أو مؤسسات أو للدول والفضائيات تعتبر من أفضل أنواع الاتصال مع الجماهير محليا وعالميا وأوسعها انتشارا ، فلم يعد الجمهور يعتمد على محطة بث تلفزيوني واحد أو أكثر قليلا بل أصبح لديه القدرة بوسائل التكنولوجيا المتطورة أن يشاهد معظم محطات العالم الفضائية إن لم يكن كلها وأصبح هناك منافسة عالمية بين الفضائيات من أجل تقديم الرسالة الإعلامية المنشورة إلى الجماهير والشعوب والدول والتأثير في سلوكها وفي سياستها الداخلية والخارجية ، ومن هنا أصبح يقع على عاتق الفضائيات العربية المهمات الصعبة في منافسة المحطات الفضائية الأخرى من أجل التأثير في الجماهير وتوصيل الرسالة الإعلامية والتأثير في الرأي العام المحلي والعربي ولا شك أن طبقة الشباب من الطبقات المستهدفة إذ لا يخفى ما لهذه الفئة من تأثير على مجتمعاتنا وبالتالي على مكانة بلدانهم سلبا أو إيجابا حيث يمثل الشباب في البلدان العربية أسرع الشرائح نمو كما يمثل الشباب تحت سن الخامسة والعشرين سنة أكثر من تحقيق سكان البلدان العربية ، ومن ثم فإن الشباب لا يمثلون المستقبل فحسب بل هم الحاضر أيضا ونتيجة للتقدم التكنولوجي ازداد التواصل فيما بين الشباب اليوم كثيرا عن ذي قبل واضح صوتهم مؤثر على نحو أكبر خاصة في المجال الرياضي .

فالتربية الرياضية بأوجه نشاطاتها المتعددة تتناول الحياة الاجتماعية والمثل الخلقية والقدرة على التفكير بجانب عنايتها بصحة نمو الأعضاء والحيوية لذلك فآثارها عميق وقوي وهي تعد من أقوى أسلحة الدولة لتربية أبنائها وإعدادهم لحياة سعيدة موفقة فلقد أصبح النشاط الرياضي ضرورة للإعداد العقلي والفكري والتربوي والثقافي وظهرت دراسات هامة تستخدم مصطلح المعارف الرياضية وتتمكن من دراسة هذا الموضوع والإلمام بمختلف الجوانب التي يشملها اعتمادنا على خطة عمل شملت جانبين نظري والآخر ميداني .

فصل تمهيدي يتمثل في الإطار المنهجي ويظم الإشكالية، التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، الدراسة وأهداف الدراسة ومفاهيم الدراسة والدراسات السابقة.

**الفصل الأول** بعنوان القنوات الفضائية التلفزيونية وفيه تناولنا ثلاث مباحث الأول أعطينا فيه لمحة عن نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى القنوات الفضائية تعريفها وأهميتها أما المبحث الثالث تناولنا فيه إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية.

**الفصل الثاني** بعنوان الإعلام الرياضي في القنوات الفضائية الرياضية تناولنا فيه ثلاث مباحث حيث تناولنا في المبحث الأول تعريف الإعلام الرياضي وأهميته، المبحث الثاني أنواع تأثيرات الإعلام الرياضي أما المبحث الثالث خصصناه لنظريات التأثير في الإعلام الرياضي.

**أما الفصل الثالث** بعنوان الجمهور وعلاقته بالمعارف الرياضية حيث تناولنا فيه ثلاث مباحث، الأول تناولنا فيه طبيعة الجمهور أما المبحث الثاني خصصناه للنشاط الرياضي أنواعه وأهدافه وفي المبحث الثالث تناولنا المعرفة الرياضية.

**و الفصل الرابع** يضم الجانب التطبيقي ويشمل تحليل النتائج وعرض الاستنتاجات .

## الإشكالية:

يعتبر التلفزيون وسيلة من بين الوسائل الإعلام الثقيفية والترفيهية المنتشرة عبر العالم، والذي ينفرد بخاصيتين تميزانه عن سائر وسائل الإعلام الأخرى، وهما الصورة الحية والصوت الطبيعي وهذا يجذب إليه أكبر عدد ممكن من المشاهدين، ولقد مر في تطوره كوسيلة اتصال من البث باللونين الأبيض والأسود إلى البث بالألوان مما أعطى معنى جديد للاتصال والتأثير في الآخرين، كذلك تطور التلفزيون من دائرة مغلقة تخدم هيئة ما إلى محطة إقليمية ثم وطنية إلى دولية، ومع تقدم التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية تطور التلفزيون ليصبح بفضل الأعمار الصناعية انتقل من المفهوم الثابت إلى المفهوم الفضائي، أي ما يطلق عليه بالفضائيات، وانتشرت الفضائيات في كافة أنحاء العالم سواء مملوكة لأفراد أو مؤسسات أو للدول، وتعد الفضائيات من بين أفضل أنواع الاتصال مع الجماهير محليا وعالميا وأوسعها انتشارا .

لم يعد الجمهور يعتمد على محطة بث تلفزيوني واحد أو أكثر بل أصبحت لديه القدرة بوسائل التكنولوجيا المتطورة أن يشاهد معظم المحطات من خلال الفضائيات إن لم يكن كلها وأصبحت هناك منافسة عالمية بين الفضائيات من أجل تقديم الرسالة الإعلامية من خلال الجذب والإغراء ما يجعلها محط أنظار المشاهدين الذين يستطيعون استيعاب جوانب كثيرة من الرسالة المبتوثة بحكم المزج بين الصوت والصور، فالقنوات الفضائية رغم تعدد اهتماماتها منها الترفيهية أو ثقافية، دينية، تعليمية، وحتى الرياضية اتخذت عملية التأثير في المشاهدة عدة أبعاد واستمالات على أنواعها وبطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وقد تنافست الدول على إطلاق القنوات الفضائية العامة والمتخصصة وتباينت قدرات تلك الدول في هذا المضمار، كما ساهم المستثمرون في زيادة التنافسية التي لم تعد محصورة بين الدول فحسب بل شاركتها المؤسسات الخاصة وشركات وذو الاستثمارات الخاصة أيضا وتمخض عن ذلك الحراك التنافسي ولادة العديد من القنوات الفضائية المتخصصة للدخول إلى عالم الفضاء الإعلامي المتخصص بوصفه شكلا من أشكال الإعلام الحديث وتوجها عالميا لا يمكن إهماله أو تجاهله ومن أمثلة تلك القنوات، القنوات الرياضية قنوات متخصصة في الرياضة والشباب تحت اسم (الرياضية) وتعني هذه القنوات بتقديم البرامج والأخبار الرياضية والشبابية، ثم إن المتابع للقنوات الفضائية الرياضية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جلييلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم، ونظرا لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون الطلبة الجامعيين من الشرائح المهمة التي يعول عليها

في النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد الرياضي، ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تضم جميع وسائل الإعلامية من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية التي تتفرد باختصاصها بالمجال الرياضي، ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع و إيمانه بأهميتها، لأن الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام و إرسال العديد من الرسائل وتعبر عن مستوى التطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها، لذلك من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية .

ونظرا لأهمية هذا الموضوع حاولنا التطرق إليه من خلال طرح الإشكال التالي:

**- كيف تساهم القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية ؟**

التساؤلات الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للبرامج الرياضية ؟
- ما هي دوافع الجمهور من مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية ؟
- ما مدى إمداد القنوات الفضائية الرياضية بالمعارف الرياضية ؟

## أولاً: أسباب اختيار الموضوع

### \* الأسباب الذاتية :

- اهتمامات الخاص بالقنوات الفضائية الرياضية وأثرها على الفرد
- قوة تأثير القنوات الفضائية التلفزيونية على الجماهير بشكل مباشر خاصة فئة الشباب.
- الميول والرغبة في اكتشاف هذه الوسيلة وكيفية تأثيرها من الناحية الرياضية.

### \* الأسباب الموضوعية :

- البحث في أصل العلاقة بين القنوات الفضائية التلفزيونية والرياضة ومستوى المعرفة لدى الجمهور .
- مدى مساهمة البرامج المعروضة عبر القنوات الفضائية في إقناع الطلبة بفكرة الممارسة الرياضية .
- الأثر الواضح للقنوات الفضائية في المجتمع واختراقها لكافة طبقاته .

## ثانياً: أهمية الدراسة

إن الفضائيات الرياضية تعد توجهاً آخرًا لوسائل الإعلام في نشر وتنمية الثقافة عموماً والرياضة على الخصوص لأنها تستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير الرياضية أكثر من الوسائل الأخرى فهي تنقلك وبنفس الوقت من دولة إلى أخرى ومن حدث رياضي إلى آخر ولذلك فإننا نجد فئة كبيرة من الطلبة والجماهير يتابعون البرامج الرياضية المختلفة المعروضة من خلال هذه الفضائيات وعليه لا بد من استثمار هذه الفضائيات الرياضية في تثقيف جمهور الطلبة كشريحة من شرائح المجتمع مهمة وزيادة معرفتهم بالثقافة الرياضية والتي من خلالها يتم غرس أفكار وقيم وأمط معينة من السلوك الرياضي السوي لدى الطلبة وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيه عواطف المواطنين ومشاعرهم خلال المحافل الدولية والعالمية ومن هناك جاءت أهمية الدراسة في التعرف على دور القنوات الفضائية الرياضية في توعية الجمهور بضرورة الممارسة الرياضية لدى طلبة جامعة الأغواط ويمكن من خلال هذه الدراسة تعزيز الإنجازات الرياضية على المستوى العربي والدولي والعالمي وتأكيد دور الفضائيات الرياضية في دعم الإنجازات .

وتتجسد أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع ذاته وخاصة الدور الذي لعبته القنوات الفضائية وبالأخص الرياضية في توعية جمهور الطلبة الجامعيين نحو الممارسة الرياضية ثم إن هذه الدراسة لا تقتصر على الممارسة الرياضية في حد ذاتها ودراسة البرامج التي تقدمها القنوات الرياضية بل إنها تحاول الربط بين هذين المتغيرين وكذلك تقدم الدعم للباحثين وإسهام هذه الدراسة في أثر المعرفة العلمية .

### ثالثا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور القنوات الفضائية الرياضية للجمهور بكل ما يخص المعارف والمعلومات المتعلقة بالرياضة ، إضافة إلى التحفيز على الممارسة الرياضية .

- الوقوف على معرفة ما مدى تتبع الشباب للقنوات الفضائية الرياضية .
- تبيان مدى تأثير القنوات الفضائية الرياضية على تحفيز الشباب للممارسة الرياضية .
- التعرف على وجهات نظر الطلبة نحو دور الفضائيات الرياضية في الإمداد بالقضايا أو المعارف الرياضية.
- تحديد إن كان هناك فروق في وجهات نظر الطلبة نحو دور الفضائيات الرياضية في توجيه الطلبة وتوعيتهم بالممارسة الرياضية.

### رابعا:تحديد مفاهيم الدراسة

#### الدور لغة :

دار الشيء يدور، ودوراناً ودوراً واستدار وادارته انا ودورته واداره غير به ودرت به،

#### الدور اصطلاحاً:<sup>1</sup>

##### • تعريفلفي:

يرى أن الدور هو بمثابة مركز متميز في نطاق بنیان اجتماعي معين.

##### • تعريف ميريل:

يشير أن الدور يعتبر نموذجاً من السلوك المتوقع والمرتبط بموقع معين في مجتمع معين.

##### • تعريف بيدل:

يرى أن مفهوم الدور يمثل تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من الأشخاص في إطار معين.

ويرى أن الدور هو ما يقوم بفعله الفاعل الاجتماعي في علاقته مع الآخرين .

#### التعريفالإجرائي:

على أساس التعاريف السالفة الذكر ومن أجل تحديد المقصود بالدور في دراستنا هذه فإننا نعني به كل جوانب النشاط الخاص بالقنوات الرياضية في الإمداد بالمعارف والقضايا الرياضية الموجه للشباب الجامعي.

<sup>1</sup>-مجلة الرياض: على الموقع : [www.alriyadh.com.sa/contents/&-11-2003/minpage/thakafa-8885.html](http://www.alriyadh.com.sa/contents/&-11-2003/minpage/thakafa-8885.html)

– القنوات الفضائية:

القنوات لغة : هي جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح و(قناة) الظهر و(القناة) المحفورة ويجمع الكل على (قنى) مثل حصاة وحصى وعلى (قناة) مثل جمال و(قنوات) و(قنو) على فعول و(قنيت) القناة بالتشديد احتقرتها و(قنوات) القناة الرمح .

القناة: هي ممر إلكتروني أو إلكتروني مغناطيسي لنقل البرامج وعادة ما يشار إلى القناة برقم معين حتى يتسنى معرفتها<sup>1</sup> .

وهناك عدة تعاريف نذكر منها : القناة هي وسيلة اتصال يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إليه كما يقصد بالقناة الاتصال المسار الذي تتخذه الرسالة عندما تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل .

كما أنها تركيب حديث وهو اختصار لقنوات التلفزيونية الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية فالقنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه النقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات (الفوزان – 2007) .

ويعرفها حجاب : وسيلة إعلامية تتم من محطة لإرسال الأرضية الموجودة في منطقة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة في حيز (FOOTPRINT) الخاص بالقمر الصناعي ، التردد المستخدم في حيز نطاق الميكروويف<sup>2</sup> .

إمداد:

إمداد مصدر أمد والجمع :إمدادات ،إمداده بمساعدة :تقديم إعانة.

<sup>1</sup> - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، (مصر: دار الكتاب المصري)، ص 31 .

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004)، ص 428 .

## الجمهور:

لغة: من كل شيء معظمه

الجمهور من الرمل ونحوه ماتراكم وارتفع

والجمهور من الناس: جلهم والجمع: جماهير

وجماهير الناس: أشرفهم.

الجمهور MASS مفردة التي يقابلها في العربية كلمة جمهرة مستمدة من الكلمة الإغريقية وتعني وجبة الشعير وقد استخدمت للتعبير عن الكمية غير قابلة للعد وكذلك العدد الكبير من الأفراد. ارتبط هذا المفهوم بالثورة الفرنسية وهيتعبير يوحي بالخوف والاحتقار.

يعرف: هو تجمع أفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولين الهوية لكنهم متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري.

- هو مجموعة من الأفراد التي تمثل فرصة أو تهديدا للمنظمة في وقت ما وبمعنى آخر قد يكون جمهورا للمنظمة أو جمهورا خارجيا أو المعارضة أو المتشددين أو دولة معينة أو الصحافة الدولية أو المحلية ويكون استراتيجيا فيما بعد.<sup>1</sup>

## المعارف الرياضية:

هي مجموع كل المعلومات الرياضية لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص الرياضي وكذلك السلوك الرياضي.

- هي مجموعة العلوم والمعلومات الرياضية المختلفة والتي يكتسبها الفرد من البيئة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية.<sup>2</sup>

## خامسا: الدراسات السابقة

• دراسة الهاشمي (2003) بعنوان:<sup>3</sup> "تأثير نظام العولمة على مستقبل الحركة الرياضية والإعلام الرياضي".

وقد هدفت الدراسة إلى تحديد ومناقشة أهم المشكلات عانت منها ولا زالت تعاني منها اللجنة الاولمبية الدولية والاتحادات الرياضية على مختلف الشؤون الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وقد توصلت الدراسة إلى:

<sup>1</sup> - معمر أوكلبي: دور الصحافة في تزويد طلبة الجامعة بالمعارف الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2013-2014  
<sup>2</sup> - فارس حسن شكري المهدي: دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية العربية، نت نمودجا، 2007، ص22  
<sup>3</sup> - مديحة الامام، دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة وألعاب القوى الخاصة، رسالة دكتوراه، الاسكندرية، 1979.

في ظل العولمة ودعت الرياضة أكثر القيم الإنسانية والمفاهيم الاولمبية وخاصة التي كانت تدعو إلى المشاركة لتحل محلها الفوز بأي ثمن .

في ظل نظام العولمة دخلت الرياضة عصر تصنيع الرياضيين والتجارة والمضاربات والمراهنات .

• دراسة مبارك (2004) عنوانها "العلاقة بين التعرض للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية للجمهور المصري":

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى انتظام الجمهور في التعرض للبرامج الرياضية في الراديو واشتملت عينة البحث على (400) مفردة من ستة أحياء بمحافظة القاهرة واستخدم الباحث المنهج المسحي ، واستخدم المقابلة والاستبيان إحدى أدوات جمع البيانات وكانت أهم النتائج هي : تبين أن نسبة المنتظمين في التعرض للبرامج الرياضية بالراديو مرتفعة إذ تبلغ (72.6%) مقابل نسبة (27.4%) لا يستمعون لها في الراديو، وتبين أن نسبة التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون تبلغ (82.5%) مقابل (17.5%) لا تتعرض .

• دراسة عبيدات (بعنوان ) دور الإعلام في نشر الرياضة المرأة من جهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية ، في دور الإعلام في نشر رياضة المرأة ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الباحثة استبياناً مكوناً من 42 فقرة اشتمل على 4 مجالات رئيسية هي المجال التنافسي ، المجال الترويجي ، المجال الصحي والمهني ، وأجريت الدراسة على عينة تكونت من (381) طالبة من طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية الآتية : جامعة اليرموك وجامعة مؤتة والجامعة الهاشمية واستخدمت الباحثة المعالجات الإحصائية التالية للتوصل إلى النتائج:

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن السؤال الأول ، تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للإجابة عن السؤال الثاني ، اختبار توكي (TUKEY) للمقارنات البعدية اختبار (ت) للفروقات بين العينات المستقلة للإجابة عن السؤال الثاني وبعد إجراء المعالجات الإحصائية اللازمة أظهرت النتائج ما يلي :

إلا في حالة مشاركتها بالألعاب التنافسية، اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بالتغطية الإخبارية الخاصة بالرياضة الرجال بشكل أكبر من متابعة الأخبار الرياضية الخاصة بالإنجازات التي تحقّقها المرأة ضعف اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي لرياضة المرأة ودعمها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ص 23 .

أجرى شاكرو وشحاذة (2009) دراسة بعنوان "دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي" هدفت التعرف على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، واستخدم الباحثان الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات والتي طبقت على عينة بلغ عددهم (1086) طالبا وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة ديالي ما عدا كلية التربية الرياضية لدى متابعي القنوات الرياضية لكلا الجنسين متساو تقريبا، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتوسيع القنوات الفضائية الرياضية ودعمها لتكون واجهة الإعلام الرياضي في العالم.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ص 23 .

## تمهيد:

إن للقنوات الفضائية أهمية بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب ، وإنما على جميع أنماط الحياة فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير على حياتنا ايجابية أو سلبية فلو أحسن استغلالها فستكون ذو تأثير فعال في تشكيل سلوك النشء، بحيث إن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية في الحياة الاجتماعية والثقافية مغير لسلوك الأفراد و المجتمعات المعاصرة بسبب تأثيرها الكبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شؤون الحياة بالإضافة إلى ماتقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير المجالات ، فهي تتميز بقدرتها على جذب المشاهدين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به .

## المبحث الأول: نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر

## المطلب الأول: التلفزيون النشأة والتطور

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة حيث يتفوق عليها جميعها بقدرته على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير فهو يجمع بين معظم مزايا وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى.

ولقد بدأت التجارب الأولى للتلفزيون على أيدي مجموعة كبيرة من العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية في العشرينيات من القرن السابق واستفاد هؤلاء العلماء من التجارب والدراسات السابقة التي قام بها رواد في المجالات المختلفة للكهرباء و التصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية المتعددة .

وأخذ التلفزيون في التقدم السريع حيث نجح أحد الباحثين في إرسال صورة التلفزيون بالدائرة المغلقة من واشنطن إلى نيويورك في عام 1926 ، وفي العام التالي بدأت تجارب الإرسال التلفزيوني الذي قامت به شركة جنرال (إلكتريك) كمرحلة تجريبية وبعدها بعدة أعوام على وجه التحديد في عام 1935 بدأت شبكة (NBC) بث برامجها منتظمة من خلال محطة نيويورك التي أنشأتها<sup>1</sup> .

• أهم وظائف التلفزيون<sup>2</sup> :

**1- الإخبار:** وتعتبر هذه الوظيفة من الوظائف التقليدية للتلفزيون مثل الإخبار بالمستجدات والأحداث الدولية والإقليمية والوطنية.

**2- التثقيف :** يعتبر التلفزيون مصدرهم للثقافة وترويجها في المجتمع فهو يقدم سلع ثقافية من خلال الاحتكاك بالحضارات العالمية والاطلاع على ثقافات البلدان ونقلها للمشاهدين .

**3- التربية:** والتلفزيون من أكثر الوسائل المجتمعية التي يمكن توظيفها لتحقيق التربية في المجتمعات فهو جامعة شعبية كبيرة ومعلم عظيم للشعوب في التربية لملايين من المشاهدين.

**4- الترفيه :** مسؤولية التلفاز لا تقتصر على تقديم البرامج الترفيهية فقط بل إن عليها مسؤولية أكثر عمقا ومن ذلك توجيه الأفراد إلى أسس التفكير السليم وكيفية البحث عن المعلومة مع مراعاة تطبيق مضمون ما يقال مع الصورة الحية المعروضة .

<sup>1</sup> ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (ط 1 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2005 )، ص 26-27 .  
<sup>2</sup> مجد الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، (ط 1 ، عمان ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2002 )، ص 36 .

### المطلب الثاني: لمحة عن تطور البث التلفزيوني في الجزائر

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF 1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر عام 1985 ، وقد كانت عملية استقبال البث الفضائي في الجزائر في البداية وفقا على الأماكن العمومية مثل دور السينما وقاعة الحفلات وقد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربع قنوات تلفزيونية وهي راى الإيطالية ، ميوزيك بوكس MUSIC BOX الألمانية ، TV5 الفرنسية ، وقناة أوروبا<sup>1</sup> . EUROPA<sup>1</sup> .

ونظرا للتكلفة الباهظة للهوائيات المقرة إذ بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا 1985 حوالي 15 ألف فرنك فرنسي أي ما يعادل آنذاك 12 مليون سنتيم جزائري بالإضافة إلى تكاليف الجمركة والنقل فقد كان امتلاك الهوائيات المقرة في الجزائر وفقا على المؤسسات العامة وبعض الفئات الميسورة اجتماعيا . إلا انه مع تنامي تصنيع وتطوير الأقمار الصناعية وتعاضم ظاهرة القنوات الفضائية فإن ذلك قد قلص من حجم تكلفة الهوائيات وضاعف أعداد جمهورها وخاصة بعد إدخال النظام الرقمي Systeme Numérique الذي أتاح للمشاهد فرصة الاختيار الواسع للبرامج التلفزيونية ضمن الباقات المتنوعة وهكذا أصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية العالمية بدون رقابة أو وسيط<sup>2</sup> .

<sup>1</sup>مي عبد الله ، التلفزيون والخوف من المعرفة ، (مجلة إتحاد الإذاعات العربية ، عدد 03 ، 2005 )، ص 108 .  
<sup>2</sup>نصير بو علي ، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة . (مجلة الإذاعة العربية، العدد 2000،04 )، ص33

## المبحث الثاني: القنوات الفضائية التلفزيونية، النشأة والتطور

## المطلب الأول: نشأة ومفهوم القنوات الفضائية

## أولاً: النشأة

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية ، فلا يكاد يمر يوم إلا وتشهد فيه ميلاد قنوات جديدة أو إعلان عن مشروع في البث عبر الأقمار الصناعية وتحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات ومشاهدة برامجها .

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينيات عندما صنع الاتحاد السوفياتي (سابقاً) مركبة فضائية ترن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا وبعدها وضع الاتحاد السوفياتي برنامجاً للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى "إيكران" أطلق الأول منها عام 1976 م<sup>1</sup> .

وقد شهدت سنة 1976 أيضاً الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر بالقارة الأوروبية، وتبعتها مبادرات انفرادية أو ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وأوروبا في أكتوبر 1979، والتي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي TDF1 و TVS AT الألماني في عام 1985<sup>2</sup> .

وفي جوان سنة 1989 أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان ، ويسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية بالقمر أولمبيس OLYMPUS ، وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتية ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته خمس سنوات<sup>3</sup> .

وانطلاقاً من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية ميدان البث التلفزيوني المباشر وأصبحت ساعتها مساحة البث تمتد من إسبانيا والبرتغال إلى دول أوروبا الشرقية ومن بريطانيا والدول الإسكندنافية إلى دول الشمال الإفريقي .

وما زالت العملية التكنولوجية جارية لتسهيل وصول البث التلفزيوني المباشر إلى دول العالم بوسائل سهلة ورخيصة إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي عن طريق الهوائيات الاعتيادية دون الاستعانة بالأطباق

<sup>1</sup>-إياد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية(ط1، الأردن: دار الشروق)، ص 23 .

<sup>2</sup>-نصير بو علي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة ، (مجلة الإذاعة العربية ، عدد 04 ، 2000) ، ص 10 .

<sup>3</sup>- أميمة حامد أبو الخير، البرامج التلفزيونية الرياضية والوعي الرياضي، رسالة دكتوراه، جامعة حلوان، 1991، ص 32-.

الهوائية، الأمر الذي دفع شاكر البكري إلى التوقع بأن العالم سيشهد أكبر صراع وتنافس بين الشبكات والقنوات التلفزيونية أكثر مما هو عليه وأن ذلك سيؤدي إلى حرب تلفزيونية في الفضاء .

### ثانياً: مفهوم القنوات الفضائية

يعرفها محمد منير حجاب بأنها وسيلة إعلامية تتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في القمر الصناعي ثم يعاد بث الإشارة من القمر الصناعي إلى محطات الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة الحيز (FootPoint) الخاص بالقمر الصناعي ، التردد المستخدم في حيز نطاق الميكرويف (C.Ors.Ku.band)، كما أن هناك ترددات أخرى تقاس بالجيجا هرتز وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي.

### المطلب الثاني: أهمية القنوات الفضائية في مجال الرياضة

إن للإعلام أو بالأحرى القنوات الفضائية عبر وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في المجال الرياضي فهو يساهم في تحقيق الأهداف الإعلامية التالية :

- 1 . تكوين بنية معرفية لمتابعين الرسالة سواء كانت إذاعية أو تلفزيونية أو ذلك فيما يخص مفاهيم و أهداف ووسائل التربية البدنية و الرياضية بوجهة نظر صحيفة عامة .
- 2 . تنمية مكونات الثقافة المرتبطة بمجال الرياضة لدى الجمهور بغرض محو الأمية المرتبطة بالمفاهيم و القضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة عن بعض الأفراد و فئات المجتمع .
- 3 . تدعيم المبادئ و القيم التربوية و ترسيخها في الأفراد، و ذلك من خلال الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية لهم في المجال الرياضي.
- 4 . تكوين الاتجاهات الإيجابية نحو الممارسة الرياضية و الرياضة التنافسية و ذلك من خلال مبدأ الرياضة للجميع بغرض زيادة الطلب على المشاركة الفعالة لأوجه نشاطاتها ، و الحاجة إلى ممارستها للوقاية من الأضرار البدنية الحديثة .
- 5 . توضيح أهميتها في حياة الإنسان و المجتمع ، من خلال الفقرات و البرامج الإعلامية في وسائل الاتصال يمكن التعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في المجال الرياضي ، أو التعرف على بعض الحقائق العلمية التي تربط

بين التفوق الرياضي و الاستغلال الجيد لأوقات الفراغ ، أو بين ممارسة النشاط الحركي و الصحة أو حتى بين نقص الحركة و الإصابة ببعض الأمراض<sup>1</sup> .

6 . تكوين رأي عام على حقائق و معلومات صادقة و مناقشات علمية جادة حتى يكون هذا الرأي سندا للمشكلات و القضايا المعاصرة للرياضة.

### المبحث الثالث: ايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية على المجتمع

#### المطلب الأول :ايجابيات القنوات الفضائية على المجتمع

ويمكن تحديد أهمها :

1 - الأخبار السياسية والاجتماعية: حيث ساعدت قنوات البث المباشر فرصة التعرف على الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها والتعاش مع الحدث والخبرة مباشرة بالصوت والصور والمتحركة.

2 - متابعة المهرجانات الرياضية ، حيث وفرت القنوات الفضائية فرصة متابعة الأحداث الرياضية العالمية للمشاهد العربي ، كما أن هناك بعض القنوات الفضائية قد خصصت لتقديم مواد وبرامج رياضية ، والرياضة أداة تحقق فهم مشترك بين شعوب العالم ، وعلى المستوى العالم العربي تم الاستفادة من نقل القنوات الفضائية لأحداث الرياضة العربية إلى الدول العربية ، وهي فرصة لزيادة تقويم البرامج الرياضية بين الدول العربية وزيادة الخبرات بما فيه مصلحة العرب ، ورفع المستوى الرياضي عندهم .

3\_ التعرف على ثقافات جديدة عن مجتمعات دول العالم والتعرف على معلومات ربما ساعدت القنوات الفضائية على تلاقح الثقافات أو ما يمكن أن نسميه بالتفاعل الثقافي بين دول العالم .

4\_ تساهم القنوات الفضائية في استغلال أوقات المشاهد والاستفادة من وقت فراغه بما يسمعه أو يشاهده من حوارات هادفة وبرامج مفيدة ونصائح قيمة.<sup>2</sup>

5\_ تقدم القنوات الفضائية فوائد على المستوى الصحي والعلمي والديني والاجتماعي ، فعن طريق البث المباشر ينشر البث الصحي ، والتعرف على الأمراض ، واستخدام النقل المباشر في نقل صورة حية عن أداء مناسك الحج والصلاة من الأماكن المقدسة ، فضلا عن نقل المؤتمرات واللقاءات الطبية ، وتقديم برامج عن الصحة العامة ،

<sup>1</sup>حسين أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضية ، (الاسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر ، 2003 )، ص 104 .

<sup>2</sup> - أبوعقوب عمر اباد، الإعلام الاذاعي والتلفزيوني ،(عمان: دار البداية ،2012)، ص52.

وصحة الشباب ، وأساليب التغذية السليمة وعن طريق لبث المباشر يتم تقديم البرامج العلمية المرتبطة بشؤون الحياة المختلفة والتعرف على البيئة في شتى بقاع الأرض دون حاجة إلى اتصال أو صفر.<sup>1</sup>

6\_ تكوين نظام تعليمي على المستوى الوطني كجزء من عملية التنمية الاجتماعية الشاملة، عن طريق القنوات الفضائية، حيث يقدم المعلمون والمتخصصون الدروس العلمية والنظرية دون حضور الدارس إلى مدرسته أو معهده.

7\_ تفيد القنوات الفضائية الطلاب في المجتمعات العربية من خبرات الأساتذة المتخصصين والتعرف على أحدث الأبحاث ونتائج العلم والتطور في حياة الناس اليومية.

8\_ تؤكد القنوات الفضائية العربية على أهمية الالتزام بالقيم التي يؤمن بها المجتمع العربي وزيادة الإيمان في عقيدته وتوضيح الدور الحضاري والتاريخي للأمة العربية ، كما يقوم البث المباشر العربي بقضاياها الأساسية ، بتكوين الرأي المجتمعي العام بما يخدم الأمة العربية ويحافظ عليها ، ويزيد من أوامر الترابط بينهم .

9\_ تنقل القنوات الفضائية الثقافة العربية الإسلامية وتعرف دول العالم بما فضلا عن الاستفادة من هذه القنوات في مجالات الدعوة الإسلامية والتعريف بالدين الإسلامي.<sup>2</sup>

### • الآثار السلبية للقنوات الفضائية على المجتمع العربي :

تعتبر القنوات الفضائية من الاختراعات الحديثة التي قدمت للبشرية خدمات متنوعة وجديدة في حياة المجتمعات البشرية وبالمقابل فهي سلاح ذو حدين لها جانب إيجابي وآخر سلبي لا يمكن تجاهله وستعرض للآثار السلبية في النقاط التالية:

**1 - الآثار العقائدية :** هناك أثر سلبي لمضامين برامج بث القنوات الفضائية على عقيدة المسلمين عن طريق التشكيك في عقيدتهم والترويج للقيم المادية وتحسين أنماط السلوك السائد في المجتمعات الغير مسلمة وإظهار المجتمعات الغير مسلمة بأنها بلاد الحرية وتقبل الرأي البشري المخالف للشرائع السماوية وفي المقابل وصف العالم الإسلامي بالرجعية والتخلف وربما روجت بعض قنوات البث المباشر بعض الأفكار الإلحادية وكل هذه المضامين الوافدة تبث عبر القنوات الفضائية وللأسف قد يستحسن بعض المسلمين تلك الأفكار وأساليب الحياة في المجتمع الغربي ويقلدها عن جهل منه .

<sup>1</sup> - سعد لبيب، مدخل حول أعمار الاتصال والبث الفضائي في المنطقة العربية، مجلة الاذاعات العربية، تونس ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1998، ص45

<sup>2</sup> - سعد لبيب، مرجع سبق ذكره، ص46

إن بعض القنوات الفضائية فتنة تهدد كيان الأمة الإسلامية فقد اجتمع (8194 منصرفاً) وعقدوا اجتماعاً عالمياً في هولندا مثله أكثر من خمسين دولة وكلف 21 مليون دولار وكان هدفه دراسة كيفية الاستفادة من البث الفضائي للتنصير والتأثير على المسلمين .<sup>1</sup>

**2 - الآثار الثقافية :** ويتمثل في الغزو الثقافي والفكري ومحاولة التغريب وتهديد الهوية الثقافية للمجتمع الغربي من خلال عرض المعايير والقيم والسلوكيات اليومية ونمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الغربي بوصفه المجتمع الأرقى والأكثر تقدماً وعرض النماذج السائدة في المجتمع العربي ووصفها بالتخلف وهذا يفسر لنا انتشار نماذج ثقافية غربية في المجتمعات العربية .

### 3 - الآثار الاقتصادية:

وتمثل الترويج عن المنتجات الغربية من خلال الإعانات ويجعل المواطن العربي مستهلك.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: سلبيات القنوات الفضائية على المجتمع

مقابل إيجابيات الفضائيات ثمة العديد من السلبيات منها :

1 - أن الفضائيات تعد من الأذرع الرئيسية للعولمة لذا تسعى أيديولوجياتها إلى إسقاط الارتباطات العائلية والوطنية والدينية والقومية والثقافية والطبقية للإنسان بغية ربطه بالتكنولوجيا والحياة الجديدة التي تصنعها الأجيال المتعاقبة في تطوراتها المختلفة .

2 - أن كثرة البرامج الوافدة من الفضاء سترغم أفراد الأسرة على الجلوس ساعات طويلة لمشاهدتها ، مما يؤدي إلى التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة .

3 - أن الفضائيات تساعد على تغيير الإرث القيمي و استدخال الأفكار والقيم المستوردة عليه التي قد لا تتوقف مع التراث العربي والإسلامي.

4 - ارتباط جميع سكان الأرض بالصحون الفضائية والقنوات التلفزيونية ذاتها الموجودة في كل أنحاء العالم والموجهة لجمهور عالمي معولم وليس للجمهور المحلي<sup>3</sup> .

5 - أن اعتماد الأقطار العربية على وكالات الأخبار الأجنبية التي تعتمد على صياغة الأخبار بشكل يحقق ما تسعى إليه الدوائر الغربية من تشويه لمواقف الإنسان واتجاهاته وبذلك أصبحنا مستهلكين لأخبارهم وأفكارهم وعاداتهم وتقاليدهم .

<sup>1</sup> - فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، (ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009)، ص203

<sup>2</sup> - فارس عطوان، مرجع سبق ذكره، ص46

<sup>3</sup> - مازن مرسل وحظاب محمد، الفضائيات والتغيير الاجتماعي، مجلة الجنود، العدد 24، ص 23 .

6 - أن استنساخ برامج اللهو والإثارة غير المألوفة التي جربتها التلفزيونات الغربية في إطار ما يسمى برامج التصوير الواقعي أو تلفزيون الواقع ، أوقعت العديد من المحطات الفضائية العربية في فخ المحذور أخلاقيا وقيميا عن طريق تلك البرامج .

7 - تسابق الفضائيات العربية على إرضاء الجمهور العربي خاصة فئة الشباب واجتذابه بأي وسيلة لبث المواد التي تتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية خاصة البرامج التي تثير الغرائز الجنسية والغريزية.

8 - نشر ثقافة العنف بسبب المواد المعروضة في الفضائية التي تؤثر بشكل كبير في المشاهد خاصة الأفراد المنهمكين في مشاهدة أفلام العنف.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>- مازن مرسل وحطاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص24

**خلاصة :**

ومن خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل نرى بأن القنوات الفضائية ذات أهمية كبيرة فهي تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية وتعليمية ، إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به في إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ، على الرغم من السلبيات التي تحدثها في حين عدم استغلالها استغلال غير مفيد.

## تمهيد:

يعتبر الإعلام الرياضي عملية نشر الإخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع ، بحيث لم يعد الإعلام الرياضي مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة الاجتماعية بل أصبح عامل هام ومؤثر في هذه العملية فقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت خاطب الشباب والكبار اقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج من خلال نظريات التأثير في الإعلام الرياضي .

## المبحث الأول: تعريف الإعلام الرياضي وأهميته

## المطلب الأول: تعريف الإعلام الرياضي

يشير كل من خير الدين عويس وعطاء عبد الرحيم إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب و أوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي، وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي للجمهور<sup>1</sup>.

ويرى محمد الحماسي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم لمناسات الرياضة، والتي 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 .

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 وهو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: أهمية الإعلام الرياضي

يعتبر الإعلام قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات وتعديل بين سلوكهم كبارا وصغارا بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة. وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن 20 ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-مصطفى السايح محمد، علم الاجتماع الرياضي، (ط1، الاسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشعاع التقنية، 2002)، ص52.  
<sup>2</sup>- حليمة بومعزة، مشاهدة التلفزيون الجزائري خلال النقل المباشر لمباريات كرة القدم، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، الجزائر، 2002، ص63.

واستخدمها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره في هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة إحاطة الأفراد والمجتمع بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

### المطلب الثالث: وظائف الإعلام الرياضي

تختلف وظائف الإعلام باختلاف الظروف الاجتماعية والسياسية والرياضية كما تختلف وظيفة الإعلام من فترة زمنية لأخرى فالإعلام بوسائله المختلفة لا يقتصر على التعلم وحسب وإنما ينشر الثقافة الرياضية للمجتمع والاتجاهات البناءة بين الجماهير ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي نجد :

#### 1 - الوظيفة الإخبارية:

وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام شكل دائم وثابت ومستمر كما تقدم المعلومات والمعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجمهور عبر وسائلها المسموعة والمقروءة والمرئية ، فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل كما أنها تواكب الحياة الرياضية وترصد النشاطات الرياضية وتغطي الفعاليات وتنشر كل ما هو جديد وآني على الساحة الرياضية<sup>1</sup> .

#### 2 - الوظيفة التثقيفية:

يعني تقديم ثقافة رياضية ، فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميق رؤية وتفهم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية والظواهر الرياضية وللقضايا الصحية والنفسية والاجتماعية والثقافية ذات الصلة الوثيقة بالرياضة فالموضوعات التي يقدمها الإعلام الرياضي بمختلف وسائله يسعى إلى تحقيق مهمة التثقيف في المجال الرياضي .

#### 3- الوظيفة الترويحية والترفيهية :

يقوم الإعلام الرياضي بالترويج والترفيه عن الجمهور وذلك بالتخفيف عن الجمهور من آثار التوتر والمعاناة اليومية ، ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأسلوب مناسب يحقق لهم المتعة وهذا من خلال نشر الثقافة الرياضية وبث القصص الرياضية والمسابقات الخاصة بالمجال الرياضي وكذا نشر الصور الرياضية والطريقة والمجازفات الرياضية والرياضات الاستعراضية .

<sup>1</sup> - أديب خضر، الإعلام الرياضي، دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1994، ص 39، 40 . .

## 4 - الوظيفة التجارية والخدمية :

فيما يخص الخدمة تتم هذه الوظيفة على أساس تقديم المعلومات والأخبار كذلك تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية التي تفيد الجمهور مباشرة وأماكن إقامتها ومواعيد بثها أو إذاعتها وتقديم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي فهي بهذا تحقق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي بمختلف انتماءاتهم و رغبتهم من أجل المشاركة بالنهوض بالرياضة على جميع المستويات بينما الوظيفة التجارية تتم عن طريق إبلاغ الرسائل الإعلانية لمختلف السلع أو الخدمات أو الأفكار إذ يعتبر الإعلان بمثابة نشر المعلومات عن السلع التجارية وغيره<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني: أنواع تأثيرات الإعلام الرياضي ومجالاته

## المطلب الأول: تغيير الموقف أو الاتجاه

تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال أحد اللاعبين ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو لشخص ما ، وشعوره تجاهه وبناء على هذا الموقف يبني الإنسان حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها هذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا ، رفضا أو قبولا ، كرها أو حبا 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 يعتبروا مضيعة للوقت من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين ، و القضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا فمثلا حين يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث والمواقف عن إحدى الفرق الرياضية وما يظهره أعضائها من عنف داخل الملعب ، كالاعتراض على قرارات الحكام ، أو الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف تكون النتيجة أن المشاهد قد يغير موقفه من هذا الفريق<sup>2</sup> ويصبح هذا الفريق هل سمعته طيبة ، ويقترن اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملاعب ومن الأمثلة على تغيير المواقف ، الانتقال من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية ، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريدة النادي بدور كبير في الفريق إزاء انتقال اللاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر ، كما أن تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد والقضايا الرياضية فقط بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية فكثيرا ما قبل الناس كانوا يرفضونه ويشتمون منه وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة أو استبدلوها بقيم داخلية ومن خلال العرض السابق

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 40.

<sup>2</sup> محمد عبد الرحمن الضيف ، تأثير وسائل الإعلام بدراسة في النظريات والأساليب، (الرياض: مكتبة العبيكان، 1994)، ص30.

يتبين لنا ضرورة ألا يستقي الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الآخر ومن الأمثلة على تغير الموقف الانتقال من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية ، حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثل في جريدة النادي بدور كبير في الفريق إزاء انتقال اللاعب من هذا النادي إلى النادي الآخر<sup>1</sup> .

### المطلب الثاني: تغيير المعرفة الرياضية

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية لدى الفرد ، وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي ، فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه إن التغيير فهي المواقف هو تغير طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر ، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يتم بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا ، فالإعلام الرياضي يؤثر في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى له ، باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية ، فيقوم باحتثات الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي ، أو مجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد ، وإحلال 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 اكتسبتها، أنأي عقيدتنا في شيء ، هي نتاج ما علمناه من ذلك الشيء ، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانات يستطيع أن يحدث تغييرا في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بغض المتغيرات ، كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي ، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع ، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذي يريده سواء هو ما ضد قائم ومناهض هو ماله قائم داعم له<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - محمد عبد الرحمان الضيف، مرجع سبق ذكره، ص 30-31 .

<sup>2</sup> - ياسين فضل ياسين ، مرجع سبق ذكره، ص 97 .

## المطلب الثالث: التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي

هناك مؤسسات معينة في كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول ، إضافة إلى تلقيهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضية ومن هذه المؤسسات : النزل والمدرسة والمراكز الدينية هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبح عاملا هاما ومؤثرا في هذه العملية ، فقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت ، وخاطب النشء والشباب والكبار ، واقتحم كل ميدان من ميدان الرياضة المختلفة مروراً بالثقافة إلى الترويج الرياضي .<sup>1</sup>

## المطلب الرابع: نظريات التأثير الإعلام الرياضي

أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجالا مخصصا ضخما قائما بذاته له نظرياته وأبحاثه الخاصة ، حيث ستتناول علاقة الإعلام الرياضي من خلال أهم النظريات في حقل الإعلام والاتصال لإيضاح أساليب تأثيره على الجمهور من بين هذه النظريات نذكر<sup>2</sup> :

## • نظرية التأثير المباشر (قصير المدى):

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي ،<sup>3</sup> فالإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون ، فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة معنى ذلك هو أن مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفزيون ، فإنه ليس بالضرورة على هذه النظرية سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته فالرسائل الإعلامية حسب هذه النظرية ، مهما كان نوعها والتي ثبتها من خلال وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي تأثيرا مباشرا .

## • نظرية الاستخدامات والإشباع

تنظر هذه النظرية إلى العلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف ففي هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إن استخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغبتهم

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 99.

<sup>2</sup> - خير الدين علي عويس وعطا الله حسن عبد الرحيم ، الإعلام الرياضي ، (ط1، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 1998)، ص 29-30.

يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي ، لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لإشباع رغبات معينة لديه مثال ذلك الشخص الميال للعنف والمغامرات تستهويه مشاهدة أحداث العنف كبرنامج wweentertainnot من خلال شاشة التلفزيون ، فنظرية الاستخدام والإشباع يكون لها تأثير إيجابي في المجتمع الرياضي ، لطالما يقدمه الإعلام الرياضي في هذا المجتمع خال من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة بمعنى عدم مسايرتها للسلوكيات المريضة .

### • نظرية تحديد الأولويات

فكرة هذه النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول أعمال خاص وعلى أساسها ترتب الموضوعات وفقا لدرجة أهميتها فالأهم ثم الأقل أهمية وجدول أعمال الإعلام هو ما بيته من برامج رياضية وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى ليبدو الجمهور والقراء والمشاهدين ، أن هذه البرامج أو الموضوعات أولى وأهم من غيرها بالاهتمام كما أن الحي الذي يوفره الإعلام الرياضي في جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل على أهمية هذا الموضوع ، فمثلا تركيز الإعلام الرياضي على رياضة على رياضة بعينها ككرة القدم مثلا يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة ، وأن لا شيء يستحق الاهتمام سواها ، فتركيز الإعلام الرياضي على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزا كبيرا يعني للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضرا باستمرار أو بكثرة في الإعلام الرياضي أن ما يقدمه الإعلام الرياضي من خلال جدول أعماله الآن يدل على تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر في المجتمع الرياضي أما طغيان مثل هذه العناصر وقد أدى ذلك إلى ضعف الفئة المثقفة على القيام بدورها في القيادة الفكرية والعلمية في المجال الرياضي<sup>1</sup>.

ويرجع السبب في أن الإعلاميون يحرصون على وضع لعبي الكرة في جدول أعمالهم دون غيرهم في كل ما يقدمونه من مواد إعلامية رياضية ، وخاصة البرامج التلفزيونية إلى سهولة إعداد و إخراج البرامج لهم بل وتوافر موادها في مكتبة التلفزيون والتي لا تخرج عن اختيار بعض الأهداف التي يحرزها هؤلاء اللاعبين في المباريات ليشغل بها المساحة الزمنية لهذه البرامج ، سواء في مقدمة هذه البرامج أو أثناءها أو في نهايتها ولا يكلفون أنفسهم عناء الاجتهاد في وضع مادة إعلامية تتناسب وطبيعة البرامج التي يستضيفون فيها رجال العلم والفكر في المجال الرياضي فتكون المحصلة مزيدا من الضعف لهذه البرامج<sup>2</sup> وبعدها عن تحقيق أهدافها ووجود تشابه وتكرار لمعظم

<sup>1</sup> - خير الدين علي عويس ، مرجع سبق ذكره ، ص 34 .

<sup>2</sup> - حسني محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، (ط1، بيروت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2001)، ص270.

فقراتها مما سبق يتضح ضرورة الاهتمام بإعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لأهدافها في نفس الوقت يجب على القائمين على الإعلام الرياضي وفقا لنظرية تحديد الأولويات أن يصنعوا القضايا الرياضية الهامة والملحة في جدول أعمالهم بحيث يتم تناولها بالأسلوب والشكل الذي يتناسب ودرجة أهمية هذه القضايا حيث يمكن المساهمة في وضع الحلول المناسبة وان يكون لرجال العلم الرياضي من أساتذة كليات التربية الرياضية دورا كبيرا وبارزا في جدول أعمال الإعلام الرياضي بما يمكن الاستفادة الكاملة من نتائج أبحاثهم والخروج بها إلى دائرة الضوء والتي تقدم الحلول العلمية لكثير من القضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة بما يمكن الرياضة في المجتمع من مسايرتها للتقدم العلمي والتكنولوجي في الدول المتقدمة .

### ● نظرية الغرس الثقافي

هذه النظرية المتعلقة بالقائم بالاتصال نفترض من خلال هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به وتزيد معارفهم خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 271.

## خلاصة:

لكل ما سبق ذكره يعتبر الإعلام الرياضي الجهاز العصبي في جسم المجتمع في القيام بواجبه ، بحيث تبرز الحاجة الضرورية و الملحة في قيم الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه ، إذ ينبغي على الإعلام الرياضي أن يقوم بتفجير الطاقة داخل الإنسان وشحنتها للبناء وذلك في إطار التغيير في اتجاه التقدم في نشر الثقافة الرياضية ، وتثبيت القيم والمبادئ الرياضية و المحافظة عليها ونشر المعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا الرياضية .

## تمهيد:

تؤكد الحقيقة أن الرياضة قديمة قدوم الزمن ، فمنذ عهد الإنسان البدائي وحتى العصر الراهن الرياضة تلعب دورا هاما في حياة الإنسان والشعوب والأمم وحاجتها إلى التطلع المصري في مجال الرياضة والمساعدة على التنشئة وتثقيف جمهورها وإدماجه في المجتمع الذين يتعرضون للقتوات الرياضية بحكم ميولهم واهتمامهم او طبيعة تخصصهم ، ومن خلال اكتساب وصقل المهارات الحركية ، وتطوير اللياقة البدنية والمحافظة عليها من أجل أفضل مستوى صحي ، واكتساب المعارف وتنمية الاتجاهات الايجابية نحو النشاط البدني وهذا ماسنحاول التطرق اليه في هذا الفصل .

## المبحث الأول: جمهور وسائل الاعلام

## المطلب الأول: طبيعة الجمهور وسائل الاعلام

طبيعة الجمهور تعني في معناها العادي تجمعا لمجموعة من الأفراد أيا تكن هويتهم القومية ومهنتهم أو جنسهم وأيا تكن المصادفة التي تجمعهم<sup>1</sup>.

يعرفه إبراهيم إمام بأنه: جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة<sup>2</sup>. الجمهور جماعة من الأفراد تقع في محيط نشاط منشأة أو مؤسسة معينة تؤثر عليها وتتأثر بها وتتسم بطابع مميز وينموا بين أفرادها مجموعة من الشعارات والرموز ويوجد بينهم مصالح متشابهة ويربط بينهم روابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط توثقا كانت الجماعة أكثر تجانسا<sup>3</sup>.

يعرفه علماء الاجتماع بأنه: جماعة واعية يكون أكثر من فرد يربط أفرادها مصالح مشتركة وهي تتأثر تأثيرا جماعيا بالنسبة لبعض الأحداث والشؤون المتتابعة.

ويختلف الجمهور في حجمه وتكوينه ويختلف كذلك حسب الخصائص السكانية كما ينقسم إلى جمهور محلي وينقسم كذلك جمهور داخلي وخارجي<sup>4</sup>. بصفة عامة فالجمهور هو عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام واحد يعرفون به ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع بين أعضاء الجمهور فغنه يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحد التي تتفاوت من جمهور إلى آخر حيث يعمل كوحدة أكثر من كونه فئة اجتماعية .

<sup>1</sup> لويونفوستاف : سيكولوجية الجماهير ، ترجمة هاشم صالح ، (بيروت: ب. دار النشر 1997) ، ص 53 .  
<sup>2</sup> - غريب عبد السميع، الإتصال والعلاقات العامة في المجمع المعاصر ، (الإسكندرية ، دار الوفاء للنشر والتوزيع ، 2006) ، ص 102 .  
<sup>3</sup> - حسين عبد الحميد رشوان : العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع ، (ط4، الإسكندرية: ب. دار النشر ، 2004) ، ص 225 .  
<sup>4</sup> - غريب عبد السميع ، نفس المرجع ، ص 103 .

## المطلب الثاني: مراحل تشكيل مفهوم الجمهور

فيما يخص مصطلح "الجمهور" فقد خضع في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين .

الأولى: مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام.

كانت فكرة الجمهور في أصلها تعني هؤلاء الذين يقبلون على عرض دراسي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من التماس. وكان هذا الجمهور يتصف بعدة مميزات إذ أن جميع أفراده معروفين بذواتهم ومحددون في الزمان والمكان ذلك أنهم سكان مدينة أو قرية ما، وكان تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق غالبا منظما بحكم العادة ومعين المواقع وفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية تشرف عليه سلطة دينية أو روحية أو إدارية حيث كان يجلس سيد القبيلة في الأول ثم تأتي حاشية ثم النبلاء حتى نصل إلى جميع الناس وقد أضفت تلك السلطات على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة العديد من هذه الخصائص لا يزال قائما في المفهوم السائد في الاستعلامات الراهنة للجمهور مع بعض التعديلات والتغييرات الشكلية في الترتيب والأهمية<sup>1</sup>.

الثانية: مرحلة ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية.

و قد قسمت هذه المرحلة بدورها إلى أربعة مراحل مهمة ساهمت في إضافة عناصر جوهرية وإدخال تعديلات شكلية على عدة خصائص ويتجلى ذلك فيما يلي:

**1- المرحلة الأولى:**

تعتبر هذه المرحلة أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية والتي تنعكس على تشكيل مفهوم الجمهور بشكل ما إذا عرفت اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد الألماني جوتنبرغ ذلك الذي أدى إلى ظهور جمهور القراء بفضل التمكّن من إصدار النشريات والمطبوعات بما فيها الصحف لاحقا وتوزيعها على نطاق واسع مهما كان عليه الحال سابقا وقد أوجد هذا التطور النوعي تقسيما اجتماعيا اقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء والفقراء والحضر والبدو وساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي لما يعرف حاليا بالجمهور العام public كفكرة أو رأي .

<sup>1</sup> كامل خور شيد مراد:،الاتصال الجماهيري والإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 317 – 318 .

## المرحلة الثانية :

التطور التاريخي الثاني الذي كان التأثير البالغ في تشكيل الجمهور هو الإفرازات الاجتماعية والثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية وتسويق الصحافة الشعبية أو الموجهة إلا أفراد المجتمعات الجماهيرية الجديدة التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى المكونة خاصة من شتات المهاجرين انتقلوا من الأرياف التي تسودها الروابط العائلية والصلوات الاجتماعية غالى والمجتمعات الحديثة التي تتميز بالتباين بين أفرادها لغياب قيم ثقافية وتقاليد وأعراف اجتماعية مشتركة في هذه المرحلة التاريخية بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا زال يلازم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية كما سنرى .

## المرحلة الثالثة:

ومن العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور ورسم معالمه الحديثة ظهور وسائل الإعلام الالكترونية من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون من نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى فظهر شكلان جديدان من أشكال الجمهور هما المستمعون والمشاهدون .

## المرحلة الرابعة:

ويتمثل العنصر التاريخي الرابع في إعتناق نظريات الديمقراطية السياسية الذي يعتبر وسائل الإعلام وحريتها أحد أهم مظاهرها فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهم وظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية .

بالإضافة إلى عناصر العملية الإعلامية عنصر رجع المدى حيث تنعكس فيه العملية الإعلامية فيصبح المتلقي مرسلا والمرسل متلقيا.

إذن فمن هذا المنطق ومن المراحل التي تناولناها في تشكيل مفهوم الجمهور يمكن ان نقول بأن الجمهور هو ذلك المتلقي أو المتفاعل مع رسالة إعلامية مكتوبة أو مرئية أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو إيديولوجية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-المرجع نفسه، ص 319

## المطلب الثالث: أنواع الجمهور

## 1- الجمهور العام :

هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضائه أكثر تبعثرا ' متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو العام كظاهرة اجتماعية ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية ويعتبر الجمهور الديمقراطي فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها<sup>1</sup>.

وقد عرفه ديوي على انه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها .

## 2- الجمهور الخاص:

هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما ويصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضائه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي نتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها .

وقدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي :

## 1- الجمهور المفترض:

وهو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يمتلكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيونية أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما والجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب أما جمهور

<sup>1</sup> - كمال خور شيد مراد - الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور - الخصائص - النظريات) ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ط 1 ، 2011 ، ص 319 - 320 .

الوالمفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلبه توفر جهاز كومبيوتر وخط هاتفى ومودم إلى جانب اشتراك في الإنترنت .

## 2-الجمهور الفعلي:

هو مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامى مثل المواطنين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة أو قراءة صحيفة أو زوار موقع الكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة.

## 3-الجمهور المتعرض:

وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه.<sup>1</sup>

## المطلب الرابع:الخصائص والصفات العام للجمهور

توصل علماء النفس لأهم الخصائص والصفات التي يجب أن يدركها المعلن بغية تحقيق أهدافه ومن بينها:

- تنطمس الشخصية الواعية للفرد وتصبح أفكار وعواطف وحدات مصغرة مشكلة للجمهور موجة في نفس الاتجاه وعندئذ تشكل روح جماعية وكيونة واحدة وتصبح خاضعة لقانون الوحدة العقلية للجماهير<sup>2</sup>.
- من السهل التأثير على الجماهير وإقناعها والحصول على رضاها .
- من السهل الإيحاء على الجماهير باستخدام وسائل الإعلام والتبصير لأن الجماهير تتأثر غالبا بما يقدم لها والفرد داخل الجماعة يختلف عن الفرد خارجها فهو في داخلها يتأثر تفكيره بتفكير الجماعة ويتبع سلوك لا يمكن أن يقوم به إذا كان منفردا .
- تميل الجماهير على المبالغة في المواضيع سواء كانت سارة أو سيئة فالجماهير تميل إلى الانطلاق والإنسان في الجماعات لا يقدر العواقب لمشاركته مع الآخرين في المسؤولية ومع ذلك فإن الجماهير إذا أحسن توجيهها فإنها تتجه خيرا بل تتفانى في الولاء للعلامة .
- كما أن الجماهير تقاوم التغيير ولا تتخلى عن عاداتها وتقاليدها إضافة إلى أنه من السهل اندفاع الجماهير تحت تأثير المشاعر وذلك عند اعتقادهم أن هناك فائدة لهم في وقت كثير من الأحيان يكون اندفاع بدون تفكير يتناسب مع الموقف.

<sup>1</sup> - مرجع سبق ذكره ، ص 320  
<sup>2</sup> - لويون غوستاف ، مرجع سبق ذكره ، ص 54 .

الفرد المنخرط في الجمهور يكتسب شعورا عارما بالقوة وتصبح حالته تشبه المنوم مغناطيسيا وتحول الأفكار المعارض عليها إلى فعلها وممارسة مباشرة.

ومن خصائص الجمهور كذلك :

- سرعة انفصال الجماهير وخفتها .
- سرعة تأثير الجماهير وسذاجتها وتصديقها لأي شيء.
- عواطف الجماهير مضخمة ومبسطة .
- تعصب الجماهير واستبداديتها ونزعتها المحافظة.

### المبحث الثاني: النشاط الرياضي مفهومه وأنواعه

#### المطلب الأول: مفهوم النشاط الرياضي

إن الرياضة كلمة مشتقة من كلمة إنجليزية (SPORT) وهي ترجع إلى الكلمة الفرنسية (de sport) من فعل (de sport) هذه الكلمة تعني الاسترخاء والتسلية ولكنها تعني بصفة خاصة التمرين البدني وبهذا المعنى بدأ استعمالها من القرن السادس عشر كما أن اللفظ تحول بعد ذلك ليمثل كل الحركات البدنية الآتية من إنجلترا العدو الريفي ، كرة القدم ، كما انه قبل كل شيء يجب التنويه بأنه هناك خلط بين التربية البدنية والتربية الرياضية الرياضية فلقد أصبح حتى بين المتخصصين كلمة (sport) أي الرياضة تشمل كل أنواع اللعب والنشاط المنظم أو الغير منظم يمارسه الكبار والصغار مباراة في مدرسة إضافة إلى هذا فهناك الكثير من المدربين من يرى أن الرياضة هي جزء من التربية البدنية والعكس صحيح بالنسبة للآخرين<sup>1</sup> .

وردت في الأدبيات تعريفات كثيرة للرياضة جاء فيها أن هي أعمال عضلات الجسم لتقويتها وهي تهذيب الأخلاق النفسية وهي استبدال الحال المذمومة بالحال المحمودة.

ويشير إليها بطرس البستاني: الرياضة هي مصدر راض و هي الحركة التي يحس منها بالتعب من أجل الحفاظ على الصحة.

وكلمة رياضة معناها في الأدبيات الفرنسية والإنجليزية يرجع إلى المفهوم الايمولوجي الذي يشير إلى التحويل والتغيير ولقد حملت معناها من الناس عندما يحولون مشاغلهم إلى التسلية والترفيه من خلال الرياضة<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - بسطوسي أحمد وآخرون: طرق التدريس في مجال التربية الرياضية ، (جامعة بغداد ، 1984 ،) ص 87 .  
<sup>2</sup> - سفين مالك كويل ، سفين ويذل ، أنماط الإعلام لأغراض دراسة الإعلام الجماهيري ، (تونس المنظمة العربية للتربية ، 1989 ،) ص 24

## المطلب الثاني: أنواع النشاط الرياضي

## 1 - من الناحية الاجتماعية ويقسم إلى:

أ) فردي: هو ذلك النشاط الذي يمارسه دون الاستعانة بالآخرين في تأديته ومن بين أنواع هذا النشاط:

الملاكمة، ركوب الخيل، المصارعة، المبارزة، ألعاب القوى، السباحة.... إلخ .

ب) جماعي: وهو النشاط الذي يمارسه الفرد داخل الجماعة وهو ما يسمى (بنشاط الفرق) مثل: كرة القدم، كرة

السلة، كرة اليد ، ..... إلخ .

## 2 - حسب طريقة الأداء :

أ) - ألعاب هادئة: لا تحتاج إلى مجهود جسماني يقوم به الفرد وحده مع أقرانه في جو هادئ ومكانه محدود كقاعة

الألعاب الداخلية أو إحدى الفرق وأغلب ما تكون هذه الألعاب للراحة بعد الجهد المبذول طوال اليوم "تنس

الطاولة".

ب) - الألعاب البسيطة: ترجع بساطتها إلى خلوها من التفاصيل وكثرة القواعد وتنقل شكل أناشيد وقصص مقرونة

ببعض الحركات البسيطة التي تتناسب مع الأطفال.

ج) - ألعاب المنافسة: تحتاج إلى مهارة وتوافق عضلي عصبي ومجهود جسماني ونوع هذه الألعاب يتنافس فيها

الأفراد فردي أو جماعي<sup>1</sup> .

وفيما يخص النشاط الرياضي المرتبط بالمدرسة والذي يدعى بالنشاط للتربية البدنية فإنه يعتبر أحد الأجزاء المكتملة

لبرنامج التربية البدنية ويحقق نفس أهدافها .

## المطلب الثالث: أهداف النشاط الرياضي

من بين أهداف النشاط الرياضي ما يلي :

- زيادة قدرة الفرد على تركيز الانتباه والإدراك والملاحظة والتصور والتخيل و الابتكار.

- رفع كفاءة الأجهزة الحيوية للفرد كالجهاز الدوري التنفسي ذلك لأن النشاط الرياضي يقوي عضلات القلب

والرئتين ويزيد من كفاءتهما الوظيفية.

- اكتساب الصحة العامة للجسم والتمتع بما فقد يتمتع البعض بصحة طيبة دون ممارسة لون من ألوان النشاط

الرياضي إلا أن الأفراد الذين يمارسون هذا النشاط يشعرون بهجة الحياة.

<sup>1</sup> - محمد عادل حطاب ، كمال الدين زكي: التربية الرياضية للخدمات الاجتماعية ، (القاهرة، دار النهضة العربية ، 1965) ، ص 70 .

- اكتساب اللياقة البدنية والقوم المعتدل ويعرف البعض اللياقة البدنية على أنها القدرة على أداء عمل الفرد في حياته اليومية بكفاءة دون سرعة الشعور بالإرهاق أو التعب مع بقاء البعض من الطاقة التي تلزمه للتمتع بوقت الفراغ .

- تحقيق التكيف الاجتماعي والنفسي للفرد داخل أسرته ومجتمعه ووطنه .

- اكتساب القيم الاجتماعية والاتجاهات المرغوب فيها<sup>1</sup> .

إن النشاط البدني اليومي يؤدي إلى تطوير الهيكل العضلي للطفل حيث أن نسبة 80% من آلام الظهر ناتجة عن نقص التمرينات الرياضية كما أن الدراسات تبين أن التمرين يلعب دورا هاما وفعالا أكثر من استهلاك الحليب في تطوير الهيكل التنظيمي (هوستن Houston) أمام عند المراهق فالممارسة اليومية للنشاط البدني تساعده على تقوية حجم العضلة والعظم وتلعب دور هام في الحد من خطر (Osteoporose) بيل مارتين Bill Marten كما أن المراهقين النشطين لديهم هيكل عظمي جيد مقارنة مع غير النشطين (سليسونريك SallesPanryk) .

إن النشاط البدني اليومي مع الحمل وكذا الممارسة عند المراهقين يلعب دورا هاما في تطوير الهيكل العظمي والعناية به على مدى الحياة وبما أن ممارسة النشاط البدني يؤدي إلى ارتفاع الصحة العقلية للطفل ويطور نموه حيث أن النشاط له علاقة مع تحسين قدرات الذات وخفف من القلق (كليفتس وتايلور Taylor Calfast) . إذ يعمل النشاط البدني على تخفيف الاضطرابات والقلق ووقع المعنويات للطفل وقوة إدراك قدراته البدنية (دوماركو سيدن DomarcoSyden) .

- كما أن إكثار النشاط البدني يقوم برفع المردود والفعالية حيث نلاحظ أن الساعتين التي تلبي حصة التمرينات أن للأطفال قدرة كبرى في التركيز والتعلم والاستطاعة في حل المشاكل بفعالية جيدة (تايلور 1998)<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - محمد عوف:المدرس في الجامعة والمجتمع ، (المكتبة الانجلو مصرية ، 1978 )، ص 193 .

<sup>2</sup> - محمد بوزيان وآخرون ، النشاط البدني ودوره في تهذيب السلوك العدواني لدى المراهق ، دفعة 1999 ، جامعة الجزائر .

## المبحث الثالث: المعرفة الرياضية

## المطلب الأول: العلاقة بين المعرفة والرياضة

يتبين لنا من خلال أهمية الرياضة على جميع المستويات، أهمية المعرفة الرياضية أيضا باعتبارها تعمل على تعميق الرياضة لدى الأفراد والمجتمعات بما يعود بالنفع على حياة الإنسان ووجوده على سطح الأرض.

وفي المجال الرياضي توجد عدة صلات بين المعرفة والرياضة وتتلخص فيما يلي:

\* أول درس تثقيفي معرفي تعلمه الإنسان في الحياة كان على هيئة نشاط بدني، فقد بدأ الإنسان يعلم أولاده الصيد والقنص والسباحة وتسلق الأشجار وغير ذلك من أنواع الرياضة، وذلك قبل أن يدرك القراءة أو حتى الكتابة.

\* الحضارة هي في الأساس قائمة على بعد المعرفة وقد ثبت أنه ما من حضارة قامت إلا وكانت الرياضة سمة بارزة فيها ، فالرياضة إذن هي مظهر من مظاهر الحضارة يؤثر في الثقافة ويتأثر بها .

\* طالما نشأت وتأسست قيم ومعتقدات وقامت مبادئ وإيديولوجيات خلال الرحلة لإنسانية الطويلة على ظاهرة الرياضة وتنشئة الفرد وتكوينه على صحة جسمه وسلامته بدنه<sup>1</sup> .

وبعد هذا الطرح نرى أنه قد يكون من المناسب أن نتعرف على المعرفة الرياضية حيث تؤخذ على أساس أنها المجال الذي يتضمن القيم والمبادئ التي تشكل الموضوعات ذات الطابع المعرفي والعقلي المرتبط بالنشاط الرياضي وتحكم أدائه بشكل عام.

ويهتم الهدف المعرفي بتنمية المعلومات والمهارات المعرفية كالفهم ، التطبيق ، التحليل والتركيب وكذا التقدير لجوانب معرفية في جوهرها بالرغم من انتسابها للتربية البدنية .

فالمعرفة الرياضية هي نمط من أنماط المعرفة العامة وجزء مكمل لها، فهي كالثقافة مادية ومعنوية حيث تتصف بالحركية و الديناميكية، وهي عضوية لأن الإنسان بنشاطه وإدراكه هو الذي يبلور مفاهيم الثقافة وهي اجتماعية مكتسبة<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - أسامة راتب :علم نفس الرياضة ، (القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1994 ، ص 106  
<sup>2</sup> - علي يحي المنصوري :الاتجاهات المعاصرة للثقافة ، (ط 1 ، القاهرة ، دن ، 1993) ، ص 17

## المطلب الثاني: أهمية المعرفة الرياضية

هناك مبدأ أساسي من الضروري إرساؤه وهو أن المعرفة تشكل التصرف، بمعنى آخر أن أحد أهم نتائج المعرفة هو الخيار بين عدة بدائل للسلوك، ومن خلال بحث كيف تشكل المعرفة السلوك، بدأ اهتمام الفلاسفة بطبيعة الحياة الفاضلة والعدل في العلاقات .

والمعرفة المرتبطة بالأنشطة الرياضية في مجملها كفيلة بمعاونة الفرد على عقلنة ممارسته للرياضة والنشاط البدني وإضفاء المعنى عليها بحيث أن تستثير هذه الأنشطة التفكير وتعمل على توظيف المعرفة الحركية البدنية في حل مشكلات الإنسان نحو المزيد من التكيف مع البيئة والمجتمع<sup>1</sup> .

وعلى الرغم من أن الطبيعة الحركية البدنية تطغى بشكل كبير على برامج التربية البدنية والرياضية إلا أن بيئة المعرفة الخاصة بها والتي تستقي مبادئها ومفاهيمها من مختلف العلوم والإنسانيات وغيرها قادرة على تثقيف الفرد والعمل على تنمية الجوانب المعرفية والفكرية في شخصيته وإن عقلنة الأنشطة وربطها بالتفكير والمعرفة سيثري هذه الأنشطة فكلما زاد التفكير في الأنشطة البدنية أصبحت تربية من منظور التكامل<sup>2</sup> .

ويمثل المجال المعرفي والرياضة إحدى الدعائم الهمة لتنقية البرامج والأنشطة كما أنها تعبر عن وجه حضاري وثقافي مميز ولأن على الإنسان أن يعرف قبل أن يمارس فإن دور المعرفة الرياضية لا يمكن اعتباره دورا هامشيا وخاصة في أوساط الشباب.

ويدعو نيكسون وجويت Nixon et jowett إلى أهمية تعهد الشباب في الجامعات من منظور التثقيف والمعرفة الحركية والرياضية بالإشارة إلى أهمية وسائل الإعلام في سبيل تنمية المعارف والاتجاهات الرياضية<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> - أمين أنور الخولي: الرياضة والمجتمع، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002)، ص 132

<sup>2</sup> - علي يحي المنصوري: مرجع سابق، ص 156

<sup>3</sup> - محمد كمال أميري: التطور العلمي لمفهوم الرياضة، (القاهرة، مكتبة النهضة المصرية، 1992)، ص 12

## خلاصة:

إن الرياضة تسعى أساسا إلى إنماء شخصية الإنسان من الناحية الجسمية والنفسية والاجتماعية والثقافية من خلال تزويده بالمعارف الرياضية من خلال ما يتلقاه عن طريق القنوات الفضائية الرياضية والتي يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود بها من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية بحيث كلما تعددت هذه الأنشطة الرياضية كلما كان ذلك أفضل في بناء شخصية متزنة هادئة ، كما تعتبر من أنسب الطرق التي تزودهم بمختلف المعارف الرياضية ، أي أن التربية والرياضة مقرونتان من أجل العمل نحو الفرد من الناحية الاجتماعية والعقلية والجسمية والنفسية انطلاقا مما يعرض على القنوات الفضائية الرياضية.

## تمهيد:

تعد الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية هي أساس قاعدي لأي بحث أو دراسة أكاديمية لهذه الخطوات من ضرورة في تنوير الطريق للباحث في بناء دراسته وذلك بتقييده بالأدوات البحثية العلمية وتساعد هذه الإجراءات المنهجية الباحث في اتباع خطوات دقيقة قل ما تظل به إذا ما أحسن توظيفها إلى أنها تساعد الباحث على ربح الوقت والحصول على نتائج مبنية على أسس علمية يمكن اعتمادها والتعميم عليها .

وسنستعرض من خلال هذا المبحث أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في تطبيق الدراسة الميدانية والمتمثلة في :

- المطلب الأول: منهج الدراسة
- المطلب الثاني : مجتمع الدراسة وعينته
- المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها
- المطلب الرابع: حدود الدراسة

## المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

## المطلب الأول: منهج الدراسة

يعتبر اختيار منهج الدراسة مرحلة هامة في عملية البحث العلمي إذ يحدد كيفية جمع البيانات والمعلومات حول الموضوع المدروس، إن دراسة أي ظاهرة تحتاج إلى استخدام المنهج العلمي المؤدي إلى اكتشاف الحقيقة ويعرف المنهج العلمي عادة بأنه:

فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين وإما من أجل البرهنة عليها للأخرين حين نكون بها عارفين.

ونظرا لطبيعة الدراسة والمعلومات المراد الوصول إليها للتعرف على الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية، فسنعتمد على المنهج الوصفي المسحي الذي يعرف على أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الحقيقية للظاهرة.

في حين يرى بعض الباحثين أن المنهج الوصفي (المسحي) هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الخبر الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

تستهدف الدراسة الحالية جمهور عينة من الشباب الجامعي بهدف التعرف على مدى مساهمة القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية.<sup>1</sup>

ثم إن طبيعة الموضوع الخاص بي جعلتني أعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وهذا لعدة اعتبارات :  
إن هذه الدراسة تتلاءم مع المنهج الوصفي لأنها تريد وصف كيفية إمداد القنوات الفضائية الرياضية الجمهور بالمعارف الرياضية.

- نستطيع من خلال هذا المنهج الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها، والاستفادة منها في البحث.

<sup>1</sup> - عطاء الله طريف: دور التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، الجزائر، 2010-2011، ص233.

- لأن هذا المنهج لا يقف عن مجرد وصف الظاهرة موضوع البحث فقط بل يسعى إلى تحليلها إلى العناصر التي تتألف منها ولإتمام ذلك اتبعت الأسس التالية:
- استعنا بالاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات للحصول على البيانات من أجل ضمان أكبر قدر من المعلومات -استعنا بالوصف الكمي و الكيفي لجوانب هذه الدراسة ،بالإضافة إلى محاولة التعرف على الأسباب وتحليل ذلك.
- كما اعتمدنا على الأسلوب الإحصائي الذي يحول البيانات والمعطيات من صورتها الكيفية إلى معطيات كمية يسهل قياسها ،ويتضح ذلك من خلال تفرغ البيانات وعرضها في شكل جداول.

### المطلب الثاني:مجتمع الدراسة وعينته

#### أولاً:مجتمع الدراسة

مما لاشك فيه أن كل بحث مجتمع دور حوله الدراسة وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الإعداد الكبيرة لمجتمع محل الدراسة فهو ما يصعب دراسته وذلك لما يترتب عليه وقت وجهد بشري كبير إضافة إلى الصعوبات التي تواجه الباحث أثناء جمع البيانات من جميع أفراد المجتمع وهذا ما يجعل الباحث يتجه إلى دراسة عدد صغير من الناس يمثلون المجتمع الكلي أفضل تمثيل<sup>1</sup>.

وهذا العدد الصغير من الناس يطلق عليه عينة الدراسة ويقصد بمجتمع البحث المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة أي المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي وقد يتمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة عمار ثلجي بالأغواط وبالتحديد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،قسم العلوم الإنسانية والبالغ عددهم 2008 طالب موزعين.

وانطلاقاً من هذا تسعى هذه الدراسة إلى معرفة دور القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية لدى مجتمع الدراسة .

## ثانيا: عينة الدراسة

فالعينة مشتقة من فعل (عين) يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء ، أما في البحث العلمي فالعينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.

وهي كذلك عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع.

وهناك أنواع عديدة للعينة منها :

العينة العشوائية البسيطة، العينة العشوائية المنتظمة ، العينة الطبقية العشوائية والعينة متعددة المراحل و الحصصية. ولقد قمنا في دراستنا باختيار العينة الحصصية أي أنه يكون استخدام هذه العينة بطريقة الحصص في البحوث الإعلامية بصفة عامة ، وفي استطلاعات الرأي العام بصفة خاصة لما تتميز به من سرعة حيث يقسم الباحث المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع ، ويترك للباحث الميداني حرية اختيار مفردات الحصص بشرط أن يلتزم بالحدود العددية والتنوع للعينة مما يخشى معه عدم تمثيل العينة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا ، إذ أن عدم تقيد الباحث بنسب عددية للضوابط التي اختيرت على أساسها العينة مجتمعة قد يترتب عليه اختيار عينة الإناث من بين الشابات فقط أو من بين المسنات فحسب أو من طبقة اجتماعية معينة دون أن يكون ذلك متمشيا مع النسب الحقيقية في المجتمع الأصلي .

ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام و الإعلام أن هذا النمط من العينات هام جدا في الاستطلاعات الفورية للرأي العام نظرا للسرعة التي تتم بها ، وقلة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى ، ولو أن ذلك لا يمنع من اتسامها بالتحيز الذي لا يشكك فقط في دقة البيانات المتوفرة عنها ، وإنما يصعب كثيرا من مهمة التعامل معها إحصائيا فيما بعد .

وعليه تم اختيار كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة عمار ثليجي و يضم :تخصص تاريخ ، فلسفة ،اعلام واتصال ، علم اجتماع التربية ،علم اجتماع اتصال ،أرطوفونيا.

## المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها

هناك أدوات كثيرة لجمع المعلومات في البحث الاجتماعي، يمكن التمييز بينها على أساس ما تعتمد عليه كل منها في عملية جمع البيانات والأداة هي "الوسيلة التي تتم بواسطتها جمع المعلومات حول الظاهرة المدروسة". فنجد الملاحظة التي تعتمد على الحواس وغيرها من امتدادات للحواس، و هناك المقابلة الشخصية التي تعتمد على الكلمة والسؤال والحوار شرط أن لا يتبادل الباحث أطراف الحديث مع المبحوث وبدون وجود أدنى تفاعل بينهما تتكامل كل هذه الأدوات لأداء دورها في البحث وفق منهج محدد، وذلك من خلال الإجراءات المنهجية التي يتبعها الباحث بدءاً باستطلاع ميدان الدراسة والتعرف عليه وتحديد مجالاته، وقد كان استخدامنا لهذه الأدوات كالتالي:

## • الاستمارة:

أو الاستبيان ويقصد به: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث من أجل إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة. ويعرف باحث الإعلام "محمد عبد الحميد" الاستبيان بقوله هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار في إطار البيانات المرطبة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. ومن خلال ما قمنا به في مجال الدراسة، توصلنا إلى بناء استمارة بحث، وقد احتوت على 19 سؤال مقسمة إلى أربع محاور رئيسية وكانت كالتالي:

## المحور الأول:

يعبر عن البيانات الشخصية، وتتضمن (4) أسئلة من السؤال (1) إلى السؤال (4)  
(أنظر الملحق)

## المحور الثاني:

يعبر عن عادات وأتمات مشاهدة الجمهور للقنوات الرياضية، وتتضمن (5) أسئلة من السؤال (5) إلى السؤال (9)  
(أنظر الملحق)

المحور الثالث :

يعبر عن دوافع الجمهور لمشاهدة القنوات الفضائية الرياضية، وتتضمن (5) أسئلة من السؤال (10) الى السؤال (14)  
(أنظر الملحق)

المحور الرابع :

يعبر عن مدى امداد الفضائيات الرياضية الجمهور بالقضايا الرياضية، وتتضمن (5) ،أسئلة من السؤال (16) الى  
السؤال (20)  
(أنظر الملحق)

## المطلب الرابع: حدود الدراسة

لهذه الدراسة حدود زمانية ومكانية، فبالنسبة للحدود الزمانية، فهي واقفة في الفترة الممتدة من شهر جانفي 2016 إلى نهاية أفريل 2016، وعلى امتداد هذه الفترة قامت الطالبة خلالها بتحضير الجانب النظري و المعرفي للدراسة ليشرع بعدها في الجانب الميداني مع بداية شهر أفريل .

وبالنسبة للحدود المكانية فقد أجريت بجامعة عمار ثليجي بالأغواط وبالتحديد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بحيثهي جامعة جزائرية بولاية الأغواط هي تجسد سياسة لامركزية التعليم العالي التي تنتهجها الجزائر منذ الثمانيات انطلق التعليم العالي بولاية الأغواط وتبلور في بداية الامر بموجب المرسوم 86- 165 المؤرخ في 05-أوت 1986، المتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للأساتذة التعليم التقني، المدرسة العليا للتعليم التقني تتحول إلى جامعي طبقا للمرسوم رقم: 157-97 بتاريخ 10 ماي 1997 ضم المركز لأربع معاهد: معهد الهندسة الكهربائية، الهندسة الميكانيكية، الهندسة المدنية والعلوم الاقتصادية فتح فروع أخرى أيضا منها الكيمياء والصناعة سنة 1997 والمعلومات والحقوق والتسيير سنة 1998 والبيولوجيا وعلم النفس سنة 2000 .

إضافة الى ما تقدم تتميز هذه المرحلة بفتح اولى الدراسات ما بعد التدرج سنة 1995 في فرع المواد تخصصي العلوم وهندسة الاسطح ومواد الهندسة المدنية وضمت هذه المدرسة في البداية التخصصات التالية: ليسانس تعليم تقني، الكترولنيك إلكترو تقني، الهندسة الميكانيكية والمدنية حيث بلغ عدد الطلبة خلال السنة الجامعية 1997 - 1998 يؤطرهم 23 استاذ دائما واقتصرت الدراسة على أراء طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية كل المستويات بجامعة الاغواط، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: تم انشاء كلية العلوم الانسانية والاجتماعية في سنة 2010- 2011 بموجب مرسوم تنفيذي رقم 10-198 المؤرخ في 15 رمضان عام 1431 الموافق 25 سبتمبر 2010 وذلك في اطار الهيكلة الجديدة التي يعرفها اطار التعليم العالي وهي بذلك كلية مستحدثة وتعمل الكلية على ضمان الجودة في الاقسام العلمية التابعة لها، كافة المستويات الادارية والبيداغوجية والبحثية

## المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الاستبيان

جدول رقم (1) :يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
% 50	50	ذكور
% 50	50	إناث
% 100	100	المجموع

تحليل ومناقشة:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور تعادل نسبة الإناث، ب 50% لكلا الجنسين وذلك لاعتمادنا على العينة الحصصية، بحيث أخذنا 50 ذكر و 50 أنثى.

جدول رقم (2) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 71	71	% 78	39	% 64	32	من 20 إلى 25
% 29	29	% 22	11	% 36	18	من 25 إلى أقل من 30
% 00	00	% 00	00	% 00	00	من 30 فأكثر
%100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة:

يتبين من خلال الجدول تفوق الفئات العمرية التي هي من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة عن الفئات الأخرى خاصة عند الإناث حيث بلغت نسبتها 78 % بينما الذكور 64 % وهما نسبتين متقاربتين ، ثم الفئة العمرية من 25 إلى أقل من 30 سنة حيث بلغت النسبة الأكبر وهي عند الذكور 36 % تقابلها نسبة 22 % عند الإناث ، أما الفئة العمرية من 30 سنة فأكثر فلم يجب أي من المبحوثين على هذه الإجابة أي نسبة 00 % .

جدول رقم (3) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 98	98	% 100	50	% 96	48	أعزب
% 02	02	% 00	00	% 04	02	متزوج
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

أثبتت نتائج الجدول أن نسبة العازبين هي أكبر نسبة وقد قدرت بـ : 98 % منهم 96 % عند الذكور و 100 % من الإناث

بينما جاءت الإجابة متزوج في المرتبة الثانية متزوج بنسبة 2 % وهي نسبة ضئيلة جدا بالنسبة للإجابة الأولى منهم 4 % ذكور تقابلها نسبة 0 % إناث ومنه نلاحظ أن أغلب الطلبة بالجامعة عازبين .

جدول رقم (4) :يمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 57</b>	57	% 46	23	% 68	34	ليسانس
<b>% 43</b>	43	% 54	27	% 32	16	ماستر
<b>% 100</b>	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

أشارت نتائج الجدول إلى أن المستوى التعليمي الجامعي مستوى ليسانس يمثل الأكبر لعينة الباحثين حيث أنها قدرت بـ 57% منهم 68% ذكور تقابلها 46% إناث وهنا نلاحظ ارتفاع نسبة الذكور على نسبة الإناث في هذه المرحلة أما مستوى ماستر فقدّر بـ 43% منهم 54% إناث وهي النسبة الأكبر مقارنة بالذكور حيث بلغت نسبة الذكور 32% .

جدول رقم (5) : يمثل عينة الدراسة حسب متابعتهم للقنوات الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 36	36	% 08	04	% 64	32	دائما
% 40	40	% 48	24	% 32	16	أحيانا
% 24	24	% 44	22	% 04	02	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 64 % من الذكور يتابعون دائما القنوات الرياضية تقابلها نسبة 8 % إناث حيث بلغت النسبتين معا 36 % ، في حين أن نسبة الذين يتابعون القنوات الرياضية أحيانا بـ 40 % وهي أكبر نسبة مقارنة بالنسب الأخرى منهم 48 % إناث و 32 % ذكور ، وجاءت نسبة 24 % نادرا ما يتابعون القنوات الرياضية ، هذه النتائج تشير إلى أن الذكور أكثر تعرضا من الإناث في متابعة القنوات الرياضية .

جدول رقم (6) : يمثل توزيع عينة الدراسة حسب مكان متابعة القنوات الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 86	86	% 100	50	% 72	36	في البيت
% 04	04	% 00	00	% 08	04	في الحي الجامعي
% 10	10	% 00	00	% 20	10	في المقاهي
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

يشير الجدول إلى أن مكان متابعة القنوات الرياضية يكون بنسبة كبيرة في البيت وقد قدرت بـ 86 % منهم 100 % إناث و 72 % ذكور . تليها نسبة 10 % الذين يتابعون القنوات الرياضية في المقاهي منهم 20% ذكورا أما الإناث فلم يجبن على هذه الإجابة أي نسبة 0 % ، أما بالنسبة لأقل نسبة وهي نسبة ضئيلة جدا والتي قدرت بـ 04 % يتابعون القنوات الفضائية الرياضية في الحي الجامعي منهم 08 % ذكور و 0 % إناث ومنه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يتابعون القنوات الرياضية في البيت .

جدول رقم (7) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأشخاص المفضلون لمتابعة القنوات الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 22	22	% 20	10	% 24	12	بمفردك
% 46	46	% 70	35	% 22	11	مع إخوتك
% 32	32	% 10	05	% 54	27	مع أصدقائك
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

يظهر من خلال الجدول أن أكبر نسبة تفضل متابعة القنوات الرياضية مع الإخوة حيث قدرت ب 46 % منهم 70 % إناث و 22 % ذكور تليها نسبة 32 % تفضل متابعة القنوات الرياضية مع الأصدقاء منهم 54 % ذكور و 10 % إناث أما الذين يفضلون متابعة القنوات الرياضية بمفردهم قدرت ب 22 % منهم 24 % ذكور و 20 % إناث ومن هنا نلاحظ أن هناك نسب متقاربة تقريبا بين الإجابات الثلاثة .

جدول رقم (8) : يمثل توزيع عينة الدراسة حسب معدل متابعة القنوات الفضائية الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 27	27	% 36	18	% 18	09	أقل من ساعة
% 18	18	% 10	05	% 26	13	من ساعة أقل من ثلاث ساعات
% 16	16	% 10	05	% 22	11	أكثر من ثلاث ساعات
% 39	39	% 44	22	% 34	17	حسب الظروف
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الإجابة بأن معدل متابعة القنوات الرياضية حسب الظروف بنسبة كبيرة مقارنة بالإيجابيات الأخرى وقد قدرت ب 39 % منهم 44 % إناث و 34 % ذكور تليها نسبة 27 % معدل متابعة

القنوات الرياضية أقل من ساعة منهم 36 % إناث و 18 % ذكور أما الإجابة من ساعة لأقل لأقل من ثلاث ساعات قدرت ب 18 % منهم 26 % ذكور و 10 % إناث والإجابة بأكثر من ثلاث ساعات قدرت ب 16 % منهم 22 % ذكور و 10 % إناث .

جدول رقم (9) يمثل توزيع أفراد العينة حسب القنوات المفضلة

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
16 %	16	32 %	16	00 %	00	الجزائرية
31 %	31	20 %	10	42 %	21	العربية
15 %	15	14 %	07	16 %	08	الغربية
38 %	38	34 %	17	42 %	21	حسب طبيعة الحدث
100 %	100	100 %	50	100 %	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أن النسبة الكبيرة من الشباب الجامعي يفضلون مشاهدة القنوات الرياضية حسب طبيعة الحدث وقد قدرت ب 38 % منهم 42 % ذكور و 34 % إناث بعدها جاءت نسبة 31 % تفضل القنوات الرياضية العربية منهم 42 % ذكور و 20 % إناث بينما القنوات الرياضية الجزائرية ب 16 % منهم 32 % إناث أما بالنسبة للذكور فلم يجب أي من المبحوثين على هذه الإجابة أي نسبة 0 % تليها نسبة 15 % الذين يفضلون متابعة القنوات الرياضية الغربية منهم 16 % ذكور و 14 % إناث .

جدول رقم (10) :يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة اهتمامهم بمتابعة البرامج الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 68</b>	68	% 56	28	% 80	40	نعم
<b>% 32</b>	32	% 44	22	% 20	10	لا
<b>% 100</b>	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

يوضح الجدول درجة اهتمام الشباب بمتابعة البرامج الرياضية فقد أجاب معظم أفراد العينة بنعم وقد قدرت ب 68 % منهم 80 % ذكور و 56 % إناث وقد تشير هذه النسبة إلى اهتمام الشباب الجامعي بالمتابعة الرياضية ، بينما أتت نسبة الإجابة بلا ب 32 % منهم 44 % ذكور إناث تقابلها 20 % ذكور وهذا يوضح تعرض الذكور للبرامج الرياضية أكثر من الإناث .

جدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم متابعتهم للبرامج الرياضية (الذين أجابوا بلا)

المتغير	الجنس				المجموع	
	ذكور		إناث		النسبة	التكرار
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
لا أحب الرياضة	0%	0	40.90%	9	9%	9
أفضل البرامج السياسية	70%	7	36.36%	8	15%	15
أفضل مشاهدة الأغاني والأفلام	30%	3	22.72%	5	8%	8
المجموع	100%	10	100%	22	32%	32

#### تحليل ومناقشة

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة 15% من الذين أجابوا بلا يفضلون البرامج السياسية، منهم 70% ذكور، من أصل 7 ذكور، و36،36% إناث منهم 8 إناث، ونسبة 9% لا يحبون الرياضة، هذه النسبة أجابت عليها البنات فقط، أما الإجابة الثالثة فهي 8% يحبون مشاهدة الأغاني والأفلام.

جدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب القنوات الأكثر مشاهدة

المتغير	الجنس				المجموع	
	إناث		ذكور		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
قنوات إخبارية	12	% 24	31	% 62	43	% 43
قنوات رياضية	38	% 76	19	% 38	57	% 57
المجموع	50	% 100	50	% 100	100	% 100

#### تحليل ومناقشة :

يوضح الجدول أن النسبة الأكبر يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية حيث قدرت نسبتها بـ 57% منهم 76% ذكور و 38% إناث ، حيث نلاحظ تفوق عدد الذكور وهم 38 ذكر على الإناث بـ 19 أنثى ، بينما بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة القنوات الإخبارية بـ 43% ، منهم 62% إناث مقابل 24% ذكور وهي عكس النتيجة الأولى أي تفوق عدد الإناث بـ 31 أنثى مقارنة بعدد الذكور بـ 12 ذكر ، ومنه نلاحظ أن الذكور يفضلون القنوات الرياضية أكثر من القنوات الإخبارية عكس الإناث .

جدول رقم (13) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترات المشاهدة المفضلة للبرامج الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 05	05	% 10	05	% 00	00	الفترة الصباحية
% 40	40	% 44	22	% 36	18	الفترة المسائية
% 55	55	% 46	23	% 64	32	الفترة الليلية
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

يشير الجدول أن نسبة أكبر من الشباب يفضلون الفترة الليلية لمشاهدة البرامج الرياضية حيث قدرت النسبة بـ 55% منهم 64% ذكور و 46% إناث حيث نلاحظ تفوق عدد الذكور وبلغ عددهم 32 ذكر مقابل 23 ، بينما بلغت نسبة الشباب الذين يفضلون الفترة المسائية لمشاهدة البرامج الرياضية وقد قدرت بـ 40% منهم 36% ذكورا و 44% إناث بعدها مباشرة الذين يفضلون الفترة الصباحية وهي النسبة الضئيلة من بين النسب وقد قدرت بـ 05% منهم 10% إناث وكان عددهم 05 و 0% ذكور فلم يجد أي من المبحوثين الذكور على هذه الإجابة .

جدول رقم (14) :يمثل توزيع أفراد العينة حسب أسباب مشاهدة القنوات الرياضية

العبارة (1) :

المجموع		التعرف على أحدث الأخبار				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 65	65	% 48	24	% 82	41	دائما
% 27	27	% 40	20	% 14	07	أحيانا
% 08	08	% 12	06	% 04	02	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

يوضح الجدول أن النسبة الأكبر يرون أن مشاهدتهم القنوات الرياضية دائما هو التعرف على أحداث الأخبار حيث قدرت ب 65 % منهم 82 % ذكور و 48 % إناث في حين عبرت نسبة المقارنة للأولى بأن سبب مشاهدة القنوات الرياضية أحيانا هو التعرف على أحدث الأخبار وقد قدرت ب 27 % منهم 40 % إناث و 14 % ذكور ، أما الإجابة ب نادرا بلغت نسبة 08 % وهي أقل مقارنة بالإجابات الأخرى ومن هذا الجدول نستنتج أن الذكور يهتمون بشكل كبير بمشاهدة القنوات الرياضية على الإناث .

العبارة (2) :

المجموع		نسيان الهموم وضغوط الحياة				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 10	10	% 00	00	% 20	10	دائما
% 56	56	% 58	29	% 54	27	أحيانا
% 34	34	% 42	21	% 26	13	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

تبين نتائج الجدول أن أكبر نسبة هي مشاهدتهم القنوات الرياضية هو نسيان الهموم وضغوط الحياة وقد قدرت ب 56 % منهم 58 % إناث و 54 % ذكور وهما نسبتين متقاربتين بين الذكور والإناث حيث أن عدد الإناث 29 أنثى مقابل 27 ذكر ، تليها الإجابة ب نادرا ب 43 % منهم 42 % إناث و 26 % ذكور في حين أجابت فئة قليلة على دائما وقد قدرت ب 10 % ، منهم 20 % ذكور وقد كان عددهم 10 ذكور أما الإناث فلم يجبن من أي المبحوثات على هذه الإجابة .

## العبرة (3) :

المجموع		زيادة معلومات عن مختلف القضايا				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 50	50	% 44	22	% 56	28	دائما
% 42	42	% 46	23	% 38	19	أحيانا
% 08	08	% 10	05	% 06	03	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة:

توضح نتائج الجدول أن أكبر نسبة ترى أن سبب مشاهدتهم للقنوات الرياضية دائما هو زيادة معلومات عن مختلف القضايا وقد قدرت ب 50 % ، منهم 56 % ذكور وعددهم 28 ذكر ، أما الإناث ب 44 % وعددهم 22 وهي نسبة متقاربة بين النوعين ( ذكور وإناث ) ، بينما نسبة 42 % يرون أن سبب مشاهدة القنوات الرياضية أحيانا هو زيادة معلومات عن مختلف القضايا ، منهم 46 % إناث وقد كان عددهم 23 طالبة و 38 % ذكور كان عددهم 19 طالب ، في حين أجابت فئة قليلة ب نادرا وقد بلغت هذه النسبة 08 % ، منهم 10 % إناث وقد كان عددهم 5 طالبات مقابل 06 % ذكور وعددهم 3 طلاب .

العبارة (4) :

المجموع		متابعة الأخبار والأحداث الفنية				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 44	44	% 38	19	% 50	25	دائما
% 47	47	% 46	23	% 48	24	أحيانا
% 09	09	% 16	08	% 02	01	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

يشير الجدول إلى أن نسبة أكبر من الشباب الجامعي يشاهدون القنوات الرياضية أحيانا من أجل متابعة الأخبار والأحداث الفنية وقدرت بـ 47% منهم 48% ذكور و46% إناث وتفوقت فيها نسبة الذكور على الإناث بينما النسبة التي تليها فهي أن الشباب يشاهدون دائما القنوات الفضائية الرياضية من أجل متابعة الأخبار والأحداث الفنية حيث بلغت نسبتها 44% منهم 50% ذكور و38% إناث ، بعدها مباشرة على أن الشباب الجامعي أجابوا بنادرا وهي النسبة الضئيلة من بين النسب وقد قدرت بـ 9% منهم 16% إناث و 2% ذكور .

العبارة (5) :

المجموع		محاولة القضاء على العزلة التي أشعرها				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 15	15	% 12	06	% 18	09	دائما
% 37	37	% 38	19	% 36	18	أحيانا
% 48	48	% 50	25	% 46	23	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

نلاحظ من خلال الجدول نسبة كبيرة من الشباب يرون أن سبب مشاهدتهم للقنوات الرياضية من أجل محاولة القضاء على العزلة التي يشعرون بها نادر وقد قدرت بـ 48% منهم 50% إناث و عددهم 25 أنثى ، و 46% ذكور عددهم 23 أي لا يوجد فارق كبير بين الذكور والإناث في هذه الإجابة فين يشاهدون القنوات الرياضية أحيانا من أجل محاولة القضاء على العزلة قدرت بـ 37% منهم 38% إناث و عددهم 19 تقابلها 36% ذكور و عددهم 18 ، أما الإجابة دائما فقد بلغت 15% منهم 12% إناث و 8% ذكور .

## العبارة (6) :

المجموع		معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 53</b>	53	% 44	22	% 62	31	دائما
<b>% 39</b>	39	% 46	23	% 32	16	أحيانا
<b>% 08</b>	08	% 10	05	% 06	03	نادرا
<b>% 100</b>	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة :

تبين نتائج الجدول أن غالبية الشباب يرون أن سبب مشاهدتهم القنوات الرياضية دائما هو معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين وقد قدرت نسبتها بـ 53% ، منهم 62% ذكور وعدددهم 31 ذكرا مقابل 44% إناث وعدددهم 22 أنثى في حين أجابت نسبة تقدر بـ 39% بأحيانا منهم 46% إناث و32% ذكور بينما أجابت فئة قليلة على أن مشاهدتهم القنوات الفضائية نادرا ما يكون سببه هو معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين وقد قدرت بـ 08% منهم 10% إناث و 06% ذكور .

جدول رقم (15) :يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى إمداد الفضائيات الرياضية بالجمهور بالقضايا الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 71	71	% 60	30	% 82	41	نعم
% 29	29	% 40	20	% 18	09	لا
% 100	100	% 100	50	%100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

تبين من الجدول أن غالبية الشباب وافقوا بشكل كبير على أن الفضائيات الرياضية تستطيع إمداد الجمهور بالقضايا الرياضية فقد كانت معظم إجاباتهم بنعم وقد قدرت بـ 71% منهم 82% ذكور و 60% منهم إناث ، حيث كان عدد الذكور 41 ذكرا و عدد الإناث 30 أنثى تليها نسبة 29% لم يوافقوا على أن الفضائيات الرياضية تستطيع إمداد الجمهور بالقضايا الرياضية منهم 40% إناث و 18% ذكور وكانت إجاباتهم بلا

جدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة اهتمامهم بهذه البرامج

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 46	46	% 24	12	% 68	34	دائما
% 38	38	% 52	26	% 24	12	أحيانا
% 16	16	% 24	12	% 08	04	نادرا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من الشباب لديهم دائما درجة اهتمام بالبرامج الرياضية وقد قدرت بـ 46% منهم 68% ذكور و24% إناث بحيث نلاحظ أن عدد الذكور مرتفع على عدد الإناث في حين عبرت فئة بلغت نسبتها 38% منهم 52% إناث و24% ذكور وفي المرتبة الثالثة وهي أصغر نسبة نادرا ما لديهم درجة اهتمام بهذه البرامج وقد قدرت بـ 16% منهم 24% إناث و08% ذكور .

جدول رقم (17) :يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب الاهتمام بالبرامج الرياضية على القنوات الفضائية الرياضية

العبارة (1) :

المجموع		تساعد في التعرف بمختلف التظاهرات الرياضية				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 74</b>	74	<b>% 60</b>	30	<b>% 88</b>	44	موافق
<b>% 26</b>	26	<b>% 40</b>	20	<b>% 12</b>	06	محايد
<b>% 00</b>	00	<b>% 00</b>	00	<b>% 00</b>	00	معارض
<b>% 100</b>	100	<b>% 100</b>	50	<b>% 100</b>	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

تشير البيانات الموضحة في الجدول إلى أن أغلب الشباب وافقوا على أن سبب اهتمامهم بالبرامج الرياضية هو أنها تساعد في التعرف بمختلف التظاهرات الرياضية وقد قدرت بـ 74% منهم 88% ذكور وكان عددهم 44 ذكر و60% إناث كان عددهم 30 أنثى في حين عبرت فئة بلغت نسبتها 26% ، منهم 40% إناث وكان عددهم 20 أنثى و12% ذكور وعددهم 06 فقد أجابوا بمحايد ، أما الإجابة بمعارض فلم يختار أي من المبحوثين هذه الإجابة سواء ذكورا أو إناثا وقد قدرت بـ 00% .

## العبارة (2)

المجموع		التزويد بالمعارف الرياضية				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 82</b>	82	% 76	38	% 88	44	موافق
<b>% 18</b>	18	% 24	12	% 12	06	محايد
<b>% 00</b>	00	% 00	00	% 00	00	معارض
<b>% 100</b>	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة :

تبين نتائج الجدول أن غالبية أفراد العينة وافقوا على أن سبب اهتمامهم بالقنوات الرياضية هو التزويد بالمعارف الرياضية وقد قدرت نسبتها بـ 82% منهم 88% ذكور وقد كان عددهم 44 ذكر و 76% إناث و عددهم 38 أنثى في حين آخر أجابت نسبة 18% بالمحايد ، منهم 24% إناث و عددهم 12 أنثى و 12% ذكور و عددهم 06 ، أما الإجابة الثالثة معارض فلم يجب أحد من المبحوثين على هذه الإجابة أي 00% .

العبارة (3) :

المجموع		الترويح عن النفس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 59	59	% 50	25	% 68	34	موافق
% 28	28	% 32	16	% 24	12	محايد
% 13	13	5 18	09	% 08	04	معارض
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

أجابت نسبة تفوق نصف حجم أفراد العينة بأنهم موافقون على أن سبب اهتمامهم بالقنوات الرياضية هو الترويح عن النفس وقد قدرت بـ 59% منهم 68% وعدددهم 34 ذكر و 50% إناث بحيث أن عددهم 25 أنثى وتشير هذه النسبة إلى قدرة القنوات الرياضية على الترويح على النفس بالنسبة للمبحوثين بينما أجابت فئة قدرت نسبتها بـ 28% بمحايد منهم 32% إناث وكان عددهم 16 أنثى و 24% ذكور وعددهم 12 ذكر أما بالنسبة للذين أجابوا بمعارض فقد بلغت النسبة 13% وهي أقل قيمة ، منهم 18% إناث و 8% ذكور ومنه نلاحظ ارتفاع نسبة الذكور على الإناث .

العبارة (4) :

المجموع		التعرف على آخر نتائج المباريات				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
<b>% 73</b>	73	% 62	31	% 84	42	موافق
<b>% 19</b>	19	% 24	12	% 14	07	محايد
<b>% 08</b>	08	% 14	07	% 02	01	معارض
<b>% 100</b>	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

أشارت نتائج الجدول أن نسبة تفوق نصف حجم العينة على أن غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن متابعتهم القنوات الرياضية هو من أجل التعرف على آخر نتائج المباريات وقد قدرت بـ %73 منهم %84 ذكور من أصل 42 ذكر و%62 إناث وعددهم 31 أنثى وقد أجابت نسبة تقدر بـ %19 على أنهم محايدون منهم %24 إناث وعددهم 12 أنثى و%14 ذكور وعددهم 7 ذكور ، بعدها الإجابة الثالثة فقد كانت النسبة قليلة مقارنة بالنسبة للنسب الأخرى وهم من أجابوا بمعارض وقد قدرت بـ %08 منهم %14 إناث بحيث كان عددهم 7 إناث مقابل %2 ذكور وعددهم ذكر واحد .

## العبارة (5) :

المجموع		التثقيف الرياضي				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 65	65	% 62	31	% 68	34	موافق
% 29	29	% 38	19	% 20	10	محايد
% 06	06	% 00	00	% 12	06	معارض
% 100	100	% 100	50	%100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة :

أشارت النتائج الموضحة في الجدول أعلاه إلى أن غالبية أفراد العينة وافقوا على أن متابعة القنوات الرياضية هو من أجل التثقيف الرياضي وهي نسبة فاقت نصف حجم العينة وقد قدرت بـ 65% منهم 68% ذكور بحيث أن عددهم 34 ذكر و62% إناث عددهم 31 أنثى وهما نسبتين متقاربتين في حين عبرت نسبة 29% على الإجابة الثانية محايد منهم 38% إناث عددهم 19 أنثى و20% ذكور عددهم 10 ذكور ، أما الإجابة الثالثة فقد أجابت فئة قليلة بمعارض وقد قدرت بـ 06% منهم 12% ذكور أما الإناث فلم يجبن على هذه الإجابة .

## العبرة (6) :

المجموع		التعرف على المشاكل الرياضية في العالم				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 54	54	% 62	31	% 46	32	موافق
% 31	31	% 24	12	% 38	19	محايد
% 15	15	% 14	07	% 16	08	معارض
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

## تحليل ومناقشة :

تبين نتائج الجدول أن أغلب الباحثين يوافقون على أن مشاهدتهم القنوات الرياضية هو من أجل التعرف على المشاكل الرياضية في العالم وقد قدرت بـ 54% منهم 62% إناث وحصر عددهم 31 طالبة و46% ذكور وعددهم 23 ذكر في حين عبرت فئة بلغت نسبتها 31% منهم 38% ذكور من أصل 19 ذكر و24% إناث وعددهم 12 أنثى بمحايد أما في المرتبة الثالثة وهي أقل نسبة أجابت بمعارض وقد قدرت بـ 15% منهم 16% ذكور حيث كان عدد الذكور 08 و14% إناث وكان عددهم 07.

جدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب زيادة المعارف الرياضية من طرف القنوات الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 70	70	% 56	28	% 84	42	بشكل كبير
% 29	29	% 44	22	% 14	07	بشكل متوسط
% 01	01	00	00	% 02	01	بشكل ضعيف
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

#### تحليل ومناقشة :

أشارت نتائج الجدول أن نسبة تفوق نصف حجم العينة أن القنوات الرياضية تعمل على الزيادة من المعارف الرياضية وبشكل كبير وقد قدرت بـ 70% منهم 84% ذكور حيث كان عددهم 42 طالبا و56% إناث عددهم 28 طالبة بينما أجابت نسبة 29% على الاختيار الثاني بشكل متوسط منهم 44% إناث والبالغ عددهم 22 أنثى و14% ذكور والبالغ عددهم 7 ذكور أما الإجابة بشكل ضعيف أجابت على هذا الاختيار فئة قليلة جدا قدرت بـ 1% منهم 2% ذكور وعددهم ذكر واحد أما الإناث فلم يجبن على هذه الإجابة .

جدول رقم (19) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب درجة استفادتهم من القنوات الفضائية الرياضية

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 47	47	% 34	17	% 60	30	استفيد إلى حد كبير
% 44	44	% 54	27	% 34	17	متوسط
% 09	09	% 12	06	% 06	03	ضعيف
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

تحليل ومناقشة :

تبين نتائج الجدول أن النسبة الأكبر يرون أن درجة استفادتهم من تعرضهم للقنوات الرياضية هو أنهم يستفيدون إلى حد كبير وقد قدرت نسبتها بـ 47% منهم 60% ذكور وقد كان عددهم 30 ذكر و 34% إناث و عددهم 17 طالبة في حين أجابت فئة قدرت نسبتها بـ 44% منهم 54% إناث والبالغ عددهم 27 أنثى و 34% ذكر والبالغ عددهم 17 ذكرا بأنهم يستفيدون إلى حد متوسط ومن هنا نلاحظ أن النسبتين متقاربتين أما الإجابة الثالثة وهي درجة استفادتهم بشكل ضعيف هي نسبة قليلة مقارنة بالنسب الأخرى وقد قدرت بـ 9% منهم 12% إناث و 6% إناث و 6% ذكور والبالغ عددهم 3 ذكور .

## نتائج الدراسة

تحاول هذه الدراسة الوصول إلى استنتاجات عامة ونتائج مبينة على حقائق علمية وموضوعية مستقاة من الواقع الاجتماعي الميداني .

وقد أوردنا هذه النتائج بعد دراستنا الحالية من خلال الأدوات السابق ذكرها في المبحث السابق ذكرها وكما سبقت الإشارة فقد إهتمت هذه الدراسة بمعرفة دور القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية ،قمنا من خلالها بتوجيه استبيان لعينة من الشباب الجامعي بجامعة عمار ثليجي الأغواط .

محاولين إبراز أهمية القنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية ومامدى اهتمام الشباب بمتابعة هذه القنوات من اجل تحقيق صورة ايجابية ومساهمتها في تلبية حاجات جمهورها .

انطلاقا مما سبق سنتعرض إلى مناقشة النتائج حسب التساؤلات المطروحة حسب المحاور الأربعة وبالنسبة للمحور الأول فهو عبارة عن بيانات شخصية ترتبط بخصائص العينة والمحور الثاني يتناول عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للقنوات الرياضية والمحور الثالث يتناول دوافع الجمهور لمشاهدة القنوات الفضائية الرياضية ،أما المحور الرابع مدى إمداد القنوات الرياضية بالقضايا الرياضية.

**فرع 01:دراسة عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للقنوات المحور الثاني .**

ولقد قمنا بدراسة هذه الحالة من خلال طرح أسئلة مخصصة لهذا الغرض للتعرف على وجود دور للقنوات الفضائية الرياضية في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية .

ومن خلال السؤال رقم (05) من المحور الثاني:من خلال متابعة القنوات الفضائية الرياضية وكانت نسبة الإجابة بنسبة 40% أحيانا يتابعون القنوات الفضائية الرياضية .

ومن خلال السؤال رقم (06) من المحور الثاني:نحاول التعرف على المكان الذي يتابع فيه الشباب القنوات الفضائية الرياضية حيث كانت نسبة 86% في البيت .

ومن خلال السؤال رقم (07) من المحور الثاني:حاولنا معرفة مع من يفضل الشباب متابعة القنوات الفضائية الرياضية حيث كانت نسبة 46% يفضلون مشاهدتها مع إخوانهم وهذا دليل على أن القنوات الفضائية الرياضية لها دور في شمل الإخوة والعائلة .

ومن خلال السؤال رقم (08) من المحور الثاني حاولنا التعرف على معدل متابعة القنوات الفضائية الرياضية حيث كانت نسبة 39% يشاهدونها حسب الظروف.

ومن خلال السؤال رقم (09) من المحور الثاني: حاولنا التعرف على ماهي القنوات الفضائية الرياضية المفضلة لدى الشباب حيث كانت نسبة 38% يشاهدون القنوات على حسب طبيعة الأحداث.

فرع 02: دراسة نسبة دوافع الجمهور لمشاهدة القنوات الفضائية الرياضية: (المحور الثالث).

ومن خلال السؤال رقم (10) من المحور الثالث: نحاول معرفة إهتمام الشباب بمتابعة البرامج الرياضية حيث كانت نسبة 68% بنعم أي يتابعون البرامج الرياضية .

ومن خلال السؤال رقم (11) من المحور الثالث: نحاول معرفة إذا كانت الإجابة بلا فلماذا ليس هناك إهتمام بمتابعة البرامج الرياضية حيث كانت نسبة 32%.

ومن خلال السؤال رقم (12) من المحور الثالث: نحاول معرفة ماهي القنوات المفضلة القنوات الإخبارية أو القنوات الرياضية حيث كانت نسبة 57% مشاهدة القنوات الرياضية.

ومن خلال السؤال رقم (13) من المحور الثالث نحاول معرفة الفترة الزمنية المفضلة لمشاهدة البرامج الرياضية وجاءت نسبة 55% يفضلون مشاهدة هذه البرامج في الفترة الليلية.

ومن خلال السؤال رقم (14) نحاول معرفة أسباب مشاهدة القنوات الفضائية وجاءت نسبة 65% دائما التعرف على أحدث الأخبار أما بالنسبة للعبارة رقم 02% نسيان الهموم والضغوطات جاءت بنسبة 56% أحيانا أما في العبارة رقم 03 زيادة المعلومات عن مختلف القضايا جاءت بنسبة 50% دائما أما العبارة رقم 04 متابعة الأخبار والأحداث الفنية بنسبة 47% أحيانا أما العبارة رقم 05 محاولة القضاء على العزلة التي أشعر بها جاءت بنسبة 48% نادرا. أما العبارة رقم 06 معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين جاءت بنسبة 53% دائما.

فرع 03: مدى إمداد الفضائيات الرياضية الجمهور بالقضايا الرياضية. (المحور الرابع)

ومن خلال السؤال رقم (15) من المحور الرابع نحاول معرفة إهتمام الشباب بالبرامج الرياضية جاءت بنسبة 71% نعم يهتمون بمتابعة البرامج الرياضية .

ومن خلال السؤال رقم (16) من المحور الرابع: نحاول معرفة ما درجة اهتمامهم بهذه البرامج جاءت بنسبة 46% دائما .

ومن خلال السؤال رقم (17) من المحور الرابع: نحاول معرفة لماذا يهتم الشباب بمتابعة القنوات الفضائية الرياضية حيث جاءت نسبة 74% موافق في العبارة رقم 01 تسعد في التعرف بمختلف التظاهرات الرياضية أما العبارة رقم 02 فيما يخص التزويد بالمعارف الرياضية جاءت بنسبة 82% موافق أما العبارة رقم 03 الترويج على النفس بنسبة 59% موافق أما العبارة رقم 04 التعرف على آخر نتائج المباريات جاءت بنسبة 73% موافق أما العبارة رقم 05 التثقيف الرياضي جاءت بنسبة 65% موافق أما العبارة رقم 06 التعرف على المشاكل الرياضية جاءت بنسبة 54% موافق .

ومن خلال السؤال رقم (18) من المحور الرابع: نحاول معرفة إذا ما كانت الفضائيات الرياضية تزيد من معارف الشباب الرياضية جاءت بنسبة 70% بشكل كبير .

ومن خلال السؤال رقم (19) من المحور الرابع: نحاول معرفة استفادة الشباب من التعرض للقنوات الفضائية الرياضية جاءت بنسبة 47% يستفيد الى حد كبير .

## الاستنتاج العام للدراسة :

إن الفكرة الرئيسية والعامّة التي يمكن أن نستوحيها من خلال دراستنا واستنادا على الدراسة التطبيقية التي قمنا بها لاستعمالنا الاستبيان ومضامين البرامج الرياضية للقنوات الفضائية الرياضية هي أن الإعلام الرياضي يخدم الأبعاد الحقيقية للرياضة لأن التحفيز على الممارسة الرياضية بمعناها الحقيقي لا تكون في كونها حصص رياضية بل تكمن في نوعية هذه البرامج الرياضية التي تقدمها الفضائيات الرياضية ومدى فعاليتها في ترسيخ المبادئ الصحيحة للرياضة والتزويد بالمعارف والقضايا الرياضية .

ومن هنا نستنتج أن الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الرياضية بات واضحا من خلال مساهمة هذه القنوات في إمداد الجمهور بالمعارف الرياضية و منه نكون قد أجبنا على التساؤل العام للدراسة.

**الخاتمة:**

وفي الأخير يمكن القول أن القنوات الفضائية الرياضية ذات أهمية من خلال ماتقدمه من برامجها وموضوعاتها المقترحة ، فهي وسيلة اتصال هامة لنشر المعارف الرياضية بين أفراد المجتمع ، وخاصة فئة الشباب من خلال البرامج الرياضية المتنوعة ، بحيث لم تعد الرياضة ذلك النشاط العبثي الخالي من أي معاني أو قيم ، بل أصبحت من الميادين الحيوية التي توليها الدول المتقدمة أهمية بالغة وتسخر لها الإمكانيات اللازمة لتؤدي وظائفها على أكمل صورة وبذلك لا يقتصر مفهوم القنوات الفضائية الرياضية على ذلك التصور الضيق المحدود الذي يرتبط في أذهان العامة على أهداف تنافسية خالصة فهي ذات نظام فعال في كل المجتمعات و الشبانية بوجه الخصوص لما تلعبه من أدوار التنشئة والتقويم ، وعلى ضوء دراستنا لنتائج الاستبيان الخاص بعينة من الطلبة بجامعة عمار ثليجي الأغواط و الدراسة المفصلة لهذا الجانب أثبتت أن القنوات الفضائية الرياضية بأنها ذات طابع اجتماعي وثقافي وتربوي لها دور في تزويد المجتمع بالمعارف الرياضية وخاصة فئة الشباب .

## قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المصادر و المراجع :

- أديب خضر :الإعلام الرياضي، (دمشق ، دار علمية للتحرير الرياضي في الصحافة و الإذاعة و التلفزيون مكتبة الإعلامية ، 1994 ) .
- أسامة راتب :علم نفس الرياضة، (القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1999 ) .
- إياد شاكر البكري : حرب المحطات الفضائية، (ط1 ، الأردن ، دار الشروق ) .
- بدير سهير : المناهج في مجال التربية الرياضية، ( مصر ، دار المعارف للنشر و التوزيع ، 1985 ) .
- جمال الدين عبد العاطي الشافعي :التعليم المدرج في التربية الرياضية، (القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1997 ) .
- حسن أحمد الشافعي : الإعلام في التربية البدنية و الرياضة، ( الإسكندرية ، دار الوفاء لندنيا طباعة و النشر ، 2003 ) .
- حسين عبد الحميد رشوان : العلاقات العامة و الإعلام من منظور الاجتماع، ( ط4 ، الإسكندرية ، 2004 ) .
- خير الدين عويس - عطاء حسن عبد الرحمان ، الإعلام الرياضي، ( مصر الجديدة ، مركز الكتاب للنشر الجزء الأول ، 1998 ) .
- سامي الشريف :الفضائيات العربية رؤية نقدية، (القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2004 ) .
- سيفن مالك كويل : أنماط الإعلام لأغراض دراسة الإعلام الجماهيري، ( تونس ، المنظمة العربية للتربية ، 1989 ) .
- عصام عبد الخالق :التدريب الرياضي، ( مصر ، دار الكتابة الجامعية 1972 ) .
- علي محمد شهو : تكنولوجيا الفضاء و أرقام الاتصالات، ( دار القومية العربية ، 1994 ) .
- علي يحيى المنصوري : الاتجاهات المعاصرة للثقافة، (ط1 ، القاهرة ، دار المسيرة ، 1993 ) .
- غريب عبد السميع :الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، (الإسكندرية ، 2006 ) .
- فارس عطوان :الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، (ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009).

## قائمة المصادر والمراجع

- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، "التطور - الخصائص - النظريات"، (ط1، عمان، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، 2011) .
- لويونغوستان: سيكولوجية الجماهير، (ترجمة هاشم مالح ، بيروت ، 1997).
- ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي، (ط1 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2005) .
- مجد الهاشمي: الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، (ط1 ، عمان ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، 2002) .
- محمد الحماحمي: الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار الفراغ، (ط1 ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ، 2006) .
- محمد عادل خطاب و كمال الدين زكي: التربة الرياضية للخدمة الاجتماعية، (القاهرة ، دار النظرة العربية ، 1965) .
- محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام " دراسة في النظريات و الأساليب"، (الرياض ، مكتبة العيكان ، 1998) .
- محمد عرف: المدرس في الجامعة و المجتمع، (المكتبة الأنجلومصرية ، 1978) .
- محمد كامل أميري: التطور العلمي لمفهوم الرياضة، (القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، 1992) .
- محمود منصور هبة: مختارة في علوم الاتصال قراءات بالجماهير، (الإسكندرية ، 2004) .
- مصطفى السايح محمد: علم الاجتماع الرياضي، (ط1، الاسكندرية، مكتبة ومطبعة الاشعاع التقنية، 2002).
- مي عبد الله: التلفزيون و الخوف من المعرفة ، (الأردن ، مجلة الاتحاد العربية ، العدد 3 ، 2005) .
- نصير بوعلي: البث التلفزيوني المباشر و الحضارة القادمة ، (مجلة الإذاعة العربية العدد 4 ، 2000) .

## قائمة المصادر والمراجع

- ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، (ط 1 ، الأردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2015 ) .

### المذكرات و الرسائل :

- أميمة أبو الخير : حامد البرامج التلفزيونية الرياضية والوعي الرياضي ، رسالة دكتوراه ، جامعة حلوان ، 1991
- بورغداد عقبة : دور الإعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية ، مذكرة مكملة لشهادة الماستر في التربية البدنية و الرياضة ( كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ) بسكرة ، 2011 – 2012 .
- سطويسي أحمد و آخرون : طرق التدريس في مجال التربية الرياضية ، جامعة بغداد ، 1984 .
- مديحة الامام : دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة وألعاب القوى الخاصة، رسالة دكتوراه ، الاسكندرية ، 1979
- معمر أوكلي : دور الصحافة الالكترونية في تزويد طلبة الجامعة بالمعارف الرياضية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، 2012-2013،
- نسيمه طبشوش : القنوات الفضائية و أثرها على القيم الأسرية لدى الشباب ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي ، ( منشورة ) 2007 – 2008 .

### المجلات :

- أمين أنور الخولي : الرياضة والمجتمع (سلسلة عالم الفكر- المجلس الوطني لثقافة و الفنون ، العدد 216 ، سنة 1996) .
- خالد زيود : مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة اليرموك ( مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية،الأردن ،العدد الرابع 2013)
- مي العبد الله : التلفزيون والخوف من المعرفة ، (مجلة اتحاد الاذاعات العربية-العدد 2005،03)

### المعاجم :

- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ( ابن المنظور ) ، لسان العرب ، ج5 ، بيروت ، دار الصادر ، 1956
- أحمد زكي بدوي : معجم مصطلحات الإعلام ، دار الكتاب المصري .
- محمد منير حجاب : المعجم الإعلامي ( القاهرة ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، 2004 ) .

## المحور الاول:البيانات الشخصية

### 1-النوع :

ذكر  انثى

### 2-السن:

من 20 إلى 25  من 25 الى اقل من 30  من 30 فاكثر

### 3-الحالة الاجتماعية:

اعزب  متزوج

### 4-المستوى التعليمي:

ليسانما

## المحور الثاني:عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للقنوات الرياضية

### 5-هل تتابع القنوات الفضائية الرياضية؟

دائما  أحيانا نادرا

### 6-أين تتابع القنوات الفضائية الرياضية؟

في البيت  في الجامعة في مقاهي

### 7-مع من تفضل متابعة القنوات الرياضية ؟

بمفردك  مع أصدقائك

### 8-ما معدل تتبعك للقنوات الفضائية الرياضية ؟

أقل من ساعة  أقل من ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات حسب البر

**9-** ماهي القنوات الرياضية المفضلة لديك ؟

- القنوات التلفزيونية الجزائرية الفضائية

- القنوات التلفزيونية العربية

- القنوات التلفزيونية الغربية

- يتوقف الأمر على طبيعة الأحداث

**المحور الثالث: دوافع الجمهور لمشاهدة القنوات الفضائية الرياضية**

**10-** هل لديك إهتمام بمتابعة البرامج الرياضية ؟

لا

نعم

**11-** إذا كانت الإجابة بلا فلماذا ليس لديك إهتمام بمتابعة البرامج الرياضية ؟

- لا أحب الرياضة

-أفضل البرامج السياسية

-أفضل مشاهدة الأفلام والأغاني

**12-** توجد قنوات فضائية متنوعة كالقنوات الإخبارية والقنوات الرياضية وغيرها

أي من هذه القنوات تشاهدها أكثر؟

- قنوات إخبارية

- قنوات رياضية

**13-** ماهي الفترة الزمنية المفضلة لديك عند مشاهدتك للبرامج الرياضية ؟

- الفترة الصباحية

- الفترة المسائية

- الفترة الليلية

14- ماهي أسباب مشاهدتك للقنوات الفضائية؟

نادرا	أحيانا	دائما	السبب
			التعرف على أحدث الأخبار.
			نسيان المهوم وضغوط الحياة.
			زيادة معلومات عن مختلف القضايا.
			متابعة الأخبار و الأحداث الفنية.
			محاولة القضاء على العزلة التي أشعرها.
			معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين.

المحور الرابع: مدى إمداد الفضائيات الرياضية الجمهور بالقضايا الرياضية.

15- هل تهتم بمشاهدة البرامج الرياضية؟

لا

نعم

16- ما درجة اهتمامك بهذه البرامج؟

نادرا

احيانا

دائما

17- لماذا تهتم بالبرامج الرياضية على القنوات الفضائية الرياضية لأنها:

معارض	محايد	موافق	- تساعد في التعرف بمختلف التظاهرات الرياضية.
			- التزويد بالمعارف الرياضية.
			- الترويج على النفس.
			- التعرف على آخر نتائج المباريات.
			- التثقيف الرياضي.
			- التعرف على المشاكل الرياضية في العالم.

18- هل تري أن الفضائيات الرياضية تزويد من معارفك الرياضية ؟

- بشكل كبير  - بشكل متوسط  - بشكل ضعيف

19- هل تستفيد من تعرضك للقنوات الفضائية الرياضية ؟

- أستفيد إلى حد كبير   
- متوسط   
- ضعيف