

دور الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة
الرياضية للمرأة

دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية الاعلام و الاتصال
بجامعة الجزائر 3

من 11 أفريل الى 16 ماي

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: صحافة و اتصال رياضي

تحت اشراف الاستاذة:

اعداد الطالبة:

تيماجر ناريمان

بن عنتر منار

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس: ليليا بوسجرة

المشرف: الاستاذة تيماجر ناريمان

المناقش: ابلعيدن حسيبة

السنة الجامعية: 2024/2023



Higher National School of Journalism

And Media Sciences

Journalismdepartment



The role of Algerian television sports media in promoting women's sports culture

A field Study on a Sample of female Students at the college of media and communication at the university of Algiers3

From April 11, 2024 to May 16, 2024

Dissertation submitted to the department of information sciences in partial fulfilment of a masters degree.

Sports journalism and communication

Realized by:

Ben antar Manar

supervised by:

Timadjer Narimane

Discussion committee members:

President: Lilya Bousedjra

Supervisor: Timadjer Narimene

Discussion: Ibeliden Hassiba

ACADIMIC YEAR: 2023/2024

الاهداء:

الحمد لله حبا و شكرا و امتنانا، ما كنت لافعل هذا لولا فضل الله فالحمد لله على البدء وعلى الختام....

وأخر دعواهم ان الحمد لله رب العالمين

اهدي هذا النجاح الى نفسي الطموح جدا لقد ظننت انني لا استطيع و لكن من قال انا لها نالها و ان ابت رغما عنها اتيت بها وها انا اليوم اختم بحث تخرجي بكل همة و نشاط فالحمد لله اللهم لا تجعله اخر عهدي من العلم و اجعلها حير بداية لطريق اعظم اللهم بارك لنا في عملنا و انفعنا بما علمتنا.

اهدي ثواب هذا البحث الى العزيز الذي حملت اسمه فخرا،يردد اسمي عاليا في عنان السماء حاملا شرف لقبك، وبكل اعتزاز انا لهذا الرجل ابنة الى من كلله الله بالهيبة و الوقار يا من افتقدته منذ الصغرو يرتعش قلبي لذكره، الى من فارقتني بجسده وروحه مازالت ترفرف في سماء حياتي لطالما عاهدته بهذا النجاح وها انا اتممت وعدي و اهديته اليك الى تلك الروح الطاهرة (والدي العزيز) رحمه الله ...

و اهدي ثمرة جهدي و دراستي و فرحتي المنتظرة الى وهج حياتي و نبراس ايامي و التي ظلت دعواتها تضم اسمي دائما الى من افنت عمرها في سبيل ان احقق طموحي و احلق في اعالي المراتب ماما الغالية حفظها الله.

الى جميع من امدوني بالقوة و التوجيه و امن بي و دعمني في الاوقات الصعبة لاصل الى ما انا عليه الان دمت لي سندا لا عمر له.ما سلكننا البدايات الا بتيسيره و ما بلغنا النهايات الا بتوفيقه وما حققنا الغايات الا بفضلته فالحمد لله فجزاكم الله خير و اثابكم خير الجزاء.

شكر و تقدير:

الحمد لله الذي هدانا لهذا و ما كنا لنهتد لولا ان هدانا الله،والصلا و السلام على سيدنا محمد و على اله و اصحابه الطاهرين.

لا يسعني و انا انهي هذا الجهد العلمي الا ان اتقدم بفائق الشكر و الامتنان الى كل من مد لي يد العونو ساعدني في انجاز هذا البحث، و اخص منهم بالذكر المشرفة الاستاذة تيماجر ناريمان التي اشرفت بعناية فائقة على البحث و لما بذلته باخلاص من صبر و جهد، و ماقدمته من توجيهات سديدة لاجراج البحث بالمستوى المطلوب، جزاها الله عنا خير الجزاء و حفظها من كل مكروه.

ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع دور الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة حيث هدفت هذه الدراسة للكشف عن الدور الاساسي الذي يقوم به الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في نقل المعرفة و أهم المعلومات و زيادة وعي المرأة في الجانب الرياضي و التعرف على تأثير البرامج و القنوات الرياضية في تعزيز الثقافة الرياضية ، ولتحقيق هذه الاهداف اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي حيث قمنا بدراسة وصفية تحليلية وذلك باستخدام أداة الاستبيان على عينة من طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال و تمثلت عينتنا في 100 طالبة من مختلف الاطوار من كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3، و توصلت دراستنا الى مجموعة من النتائج أهمها أن للاعلام الرياضي التلفزيوني دور فعال في تعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة وان القنوات الرياضية تلعب دورا هاما في تلبية اهتمام النساء و تزويدهن بالمعلومات و التحليلات الرياضية.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرياضي التلفزيوني، الثقافة الرياضية، الطالبات الجامعيات، القنوات الرياضية ، البرامج الرياضية، المرأة.

Abstract :

Our study dealt with the role of Algerian television sports media in promoting sports culture among women, where this study aimed to reveal the basic role played by the Algerian television sports media in transferring knowledge and the most important information and increasing women's awareness in the sports aspect and identifying the impact of sports programs and channels in promoting sports culture, and to achieve these goals, we relied in our study on the survey method, where we conducted a descriptive and analytical

study using the questionnaire tool on a sample of female college students Media and Communication Sciences Our sample was represented by 100 students from different phases from the Faculty of Information and Communication Sciences at the University of Algiers 3 Our study reached a set of results, the most important of which is that television sports media has an effective role in promoting sports culture among women and that sports channels play an important role in meeting women's interest and providing them with sports information and analysis.

Keywords: Television sports media, sports culture, female university students, sports channels, sports programs, women

خطة الدراسة:

I. الإطار المنهجي

1. الاشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. منهج الدراسة
7. أداة الدراسة
8. مجتمع البحث
9. عينة الدراسة
10. حدود الدراسة
11. الدراسات السابقة
12. تحديد المفاهيم و المصطلحات

II. الإطار النظري

• الفصل الاول: الاعلام الرياضي: مفاهيم وأبعاد

المبحث الاول: الاعلام الرياضي مفهومه ،مراحل تطوره، و خصائصه

المبحث الثاني: أهمية و أهداف الاعلام الرياضي

المبحث الثالث: الوظائف الاساسية للاعلام الرياضي

• الفصل الثاني: الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري

المبحث الاول: تعريف الاعلام الرياضي التلفزيوني وواقعه في الجزائر

المبحث الثاني: عوامل تفوق الاعلام الرياضي التلفزيوني على باقي وسائل الاعلام

المبحث الثالث: المشاكل الناجمة عن الاعلام الرياضي التلفزيوني

• الفصل الثالث: المرأة و الثقافة الرياضية

المبحث الاول: تعريف الثقافة الرياضية، مكوناتها، أهميتها و مجالاتها

المبحث الثاني: الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية وواقعه لدى المرأة

المبحث الثالث: دور الاعلام الرياضي التلفزيوني في نشر الثقافة الرياضية للمرأة

III. الاطار التطبيقي:

المبحث الاول: عرض و تحليل البيانات

01. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الاول

02. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني

03. عرض و تحليل الاسئلة المتعلقة بالمحور الثالث

المبحث الثاني: نتائج العامة للدراسة

خاتمة

مقدمة:

شهد العالم في العقود الثلاثة الأخيرة قفزة إعلامية واسعة الناتجة عن استفادتها وتوظيف فيها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة لا سيما تكنولوجيا البث الفضائي التي تم ظهرت في تزايد كبير في عدد الفضائيات التلفزيونية العامة والخاصة والتي تضافت جهودها لتقديم الخدمة إعلامية توفي بجميع احتياجات المشهدين المعرفية والنفسية والاجتماعية.

هذا التزايد العددي والتنوع في العظام نحا بالكثير منها إلى التخصص فظهرت قنوات تهتم بالغرض السياسي وأخرى بشؤون الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وحتى دينية وغيرها واتجه بعضها الآخر نحو الرياضة كما جاء اهتمام متخصص يستند إلى المكان التي تحتلها الرياضة نشاط بدني وعقلي في حياة الأفراد والمجتمعات وأصبح الإعلام الرياضي عاملا مؤثرا في تشكيل الإطار الفكري لهم فيما يتعلق بالقضايا الرياضية من خلال نشر المعلومات وتقديم التحليلات وعرض وجهات النظر حول الأحداث والقضايا التي تشعر الجمهور الرياضي .

ورغم التقدم الملحوظ في التقنيات وامكانيات وسائل الإعلام من حيث الفاعلية وسهولة إلا أن سطوة التلفزيون كانت ولا تزال فريدة من نوعها بحكم امتلاكه لخاصية الصوت والصورة مما يسمح بوضع المتلقى في ظرف يسمح بالتأثير عليه كما أن هذه الوسيلة متوفرة لدى الجميع فالتلفزيون ناقل ثقافي بالدرجة الأولى والسرعة الثقافية المقدمة تتخذ عدة أشكال من أفلام ومسلسلات وحتى حصص الرياضة والتسلية. ومن هذا فإننا نتوقع منه دورا حيويا و ملموسا في مجال الرياضة التي أصبحت لغة عالمية تتجاوز حدود الاختلافات والمفروقات بين البشر على وجه المعمورة فهي تعكس وتمثل الأيديولوجية تتجسد في الرياضة القيم والأخلاق والثقافة والتربية.

وتقع مسؤولية التعريف بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية على عدة عوامل أهمها الأسرة و المدرسة والجامعة والبيئة المحيطة بالفرد وكذلك وسائل الإعلام بصورة عامة والإعلام الرياضي بأجهزته كافة المقروءة والمسموعة والمرئية بصورة خاصة. فقد حضي الإعلام الرياضي التلفزيوني في العالم بالاهتمام الكبير والعناية الوافر لدى وسائل الإعلام المختلفة

وتظهر أهميته في قدرته على توصيل المعلومات في شكل رسائل إلى قاعدة جماهيرية كبيرة ومتباينة الاتجاهات مختلفة في الرأي العام نحو قضية أو مشكلة معينة.

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

وبما أن المرأة تمثل نصف المجتمع فإن اكتسابها لثقافة واسعة في جميع مجالات الحياة واجب عليها، حيث أثبتت الدراسات أن النساء من أكثر شرائح المجتمع تعرضا للتلفزيون وتأثرا به ولهذا فاستخدام الاعلام الرياضي التلفزيوني لكسب معرفة وثقافة رياضية واسعة . و لمعرفة ما يقوم به الاعلام الرياضي التلفزيوني من نشر الثقافة الرياضية للمرأة قمت بمعالجة هذا الموضوع من خلال التطرق إلى الجوانب التالية:

الجانب المنهجي تناولت فيه الإشكالية التي تطرقت إلى سؤال البحث الرئيسي، تساؤلات وأهمية وأسباب الدراسة، والمنهج المستخدم، والأدوات المستعملة، وكذا عينة البحث، بالإضافة إلى حدود الدراسة و تحديد المصطلحات و الدراسات السابقة.

أما الجانب النظري يحتوي المادة العلمية موزعة على ثلاثة فصول:
الفصل الأول يتضمن الاعلام الرياضي مفهوم، أبعاد، الأهمية الأهداف، الخصائص مراحل تطور ووظائفه الأساسية.

الفصل الثاني محور حول الاعلام الرياضي التلفزيوني واقعه،وظائفه،بالإضافة إلى عوامل تفوق الاعلام الرياضي التلفزيوني على باقي وسائل الاعلام والمشاكل الناجمة عنه. أما الفصل الثالث تم تسليط الضوء على المرأة والثقافة الرياضية بالإضافة إلى الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية وواقعها لدى المرأة و دور الإعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة.

أما الجانب الأخير وهو الجانب التطبيقي فخصص لعرض النتائج وتحليلها وخاتمة.

الأطار المنهجي

1. الإشكالية:

تعد الرياضة مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع والثقافة الرياضية بدورها هي جزء من الثقافة العامة له ،ولقد أصبح موضوع الثقافة الرياضية اليوم الوجه الثاني لثقافة المجتمع خاصة بعد اتساع رقعة الممارسة لدى جميع الفئات وفي شتى الميادين والاختصاصات مع تزايد المرافق العامة والخاصة وتنافسها الشديد حول تقديم اجود التقنيات وأفضل البرامج التدريبية وخدمات الرعاية الصحية والترفيهية، ما استقطب العديد من الممارسين والمتابعين بين الأفراد والمجتمعات على اختلاف ثقافتهم التي تعانقت وانصهرت عبر القاعات والملاعب وكل الفضاءات الرياضية في معادلة التأثير والتأثر بينما هوموروث ثقافي وما هو مكتسب من خلال الاحتكاك والتواصل والتعايش الرياضي مع الآخر المتميز بالتنوع و التعدد في نسق حوار وتفاعل الثقافات و الحضارات.

ان الاهتمام بالثقافة الرياضية يمكن أن يساهم في وقاية النشئ من الأمراض العضوية والانحرافات السلوكية والمشاكل الاجتماعية ، ويساهم في نموهم نموا سليما ليس فقط من الناحية البدنية بل من النواحي النفسية ،الاجتماعية والعقلية وكذا الأمراض المنتشرة كثيرا خاصة لدى النساء لكن لا يمكن أن تصبح مثل هذه السلوكيات نمط معيشي في حياة المرأة إذا كانت هذه الأخيرة لا تملك وعيا رياضيا.

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

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

لذلك يمكن الاستفادة من هذا الاهتمام لتحقيق تنمية والبناء الاجتماعي، وأكجزء لزيادة الثقافة العامة ووسيلة لبناء المرأة نفسيا وجسديا بما أن هنا كأنظمة تستخدم القنوات الرياضية لخلق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي والاقتصادي والتجاري الدورالكبير والفعال الذي يقوم به الاعلام الرياضي التلفزيوني و القنوات الرياضية في متابعة الأحداث الرياضية وتغطيتها المباشرة لها والتي توفرخدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم،ونظرا لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر وعي وثقافة رياضية من عموما للمشاهدين بشكل عام و الرياضيين بشكل خاص.

إن أهمية الأعلام الرياضي التلفزيوني والقنوات الفضائية الرياضية تبرز من خلال الإحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور حولهم من أحداث وتطورات في هذا المجال نرى أن الكثير من الطالبات الجامعيات يشاهدون المباريات بمختلف أنواعها و يلتقين في ساحة الجامعة ويتبادلون النقاش حولها و توجه لطالبات نحو الاطلاع على مستجدات الأخبار الرياضية المحلية منها والعالمية والتأثير الذي أصبح يمارسه الإعلام في توجيه الرأي العام وتكوين ثقافتهم وهذه الدراسة للكشف عن العلاقة القائمة بين الاعلام الرياضي و الفئة النسوية و معرفة ما اذا كان للاعلام الرياضي التلفزيوني دور في نشر وتعزيز الثقافة الرياضية في هذا الوسط هذا ما دفعنا للبحث و التساؤل:

هل يساهم الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية لدى طالبات كلية الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3؟

2. تساؤلات الدراسة:

سعت هذه الدراسة الى الاجابة على الاسئلة التالية:

- ما مدى اهتمام طالبات كلية الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3بمتابعة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري؟
- ما مدى تأثير البرامج الرياضية التلفزيونية الجزائرية في تشكيل تصورات الطالبات كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 حول الرياضة وممارستها؟
- هل تساهم البرامج الرياضية التلفزيونية الجزائرية في زيادة معرفة طالبات كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 بالقوانين والقواعد الرياضية المختلفة، وبأحدث المستجدات في عالم الرياضة؟

3. اسباب اختيار الموضوع:

يعود اختياري لموضوع البحث لأسباب ذاتية و أخرى موضوعية.

ا. ذاتية:

- الميل و الرغبة الذاتية في الدراسة والتعمق في تفاصيل هذا الموضوع.
- كوني واحدة من النساء الجزائريات المتأثرات بالاعلام الرياضي التلفزيوني.
- السعي لاثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديدة.

اا. موضوعية :

- قلة الدراسات العلمية في هذا الموضوع حيث يعد هذا الموضوع من الموضوعات المهمة التي لم تحظى باهتمام كبير من طرف الباحثين مما يفتح المجال لدراسات جديدة حوله.
- قابلية الموضوع للدراسة و البحث معرفيا و منهجيا.
- شعورنا باهمية الموضوع خاصة بعد ان اصبحت المرأة تهتم بالرياضة سواء بالمشاركة في مختلف البطولات او المكانة التي تحتلها في الاعلام الرياضي.
- ايماننا باهمية الفئة النسوية في المجتمع الذي يحمل على عاتقه تربية الاجيال القادمة

4. أهداف الدراسة:

- ✓ تحديد مدى فعالية البرامج الرياضية التلفزيونية الجزائرية في نشر الثقافة الرياضية بين طالبات الإعلام والاتصال.
- ✓ تحديد الجوانب المختلفة للبرامج الرياضية التي تساهم في تعزيز الوعي الرياضي، مثل نوع المحتوى، طريقة التقديم، واللغة المستخدمة
- ✓ معرفة أنواع البرامج الرياضية التي تفضلها الطالبات، وما هي المعلومات التي يرغبن في الحصول عليها.
- ✓ فهم توقعات الطالبات من البرامج الرياضية، وما هي المعايير التي يستخدمنها لتقييم هذه البرامج.
- ✓ توفير قاعدة بيانات يمكن للباحثين الآخرين الاستفادة منها في دراساتهم المستقبلية.

5. أهمية الدراسة:

- ✓ حداثة موضوع الدراسة
- ✓ تساهم في التعرف على وجهات نظر الطالبات نحو دور القنوات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية.
- ✓ تساهم هذه الدراسة في تحديد الدور الدقيق الذي يلعبه الإعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تشكيل وعي الطالبات بالرياضة وممارستها.
- ✓ يمكن للدراسة تقييم جودة البرامج الرياضية المقدمة، وتحديد مدى ملاءمتها لاحتياجات الطالبات.
- ✓ فهم الاحتياجات الحقيقية للجمهور المستهدف، مما يساهم في تطوير برامج أكثر جاذبية وتأثيراً.
- ✓ تشجيع المشاركة النسائية في الرياضة من خلال تسليط الضوء على الدور الإيجابي للإعلام في هذا المجال.

6. منهج الدراسة

المنهج لغة مأخوذ من كلمة نهج بمعنى الطريق ،ونهج الأمر بمعنى: أوضحه فمنهج الدراسة هو بمثابة الخطة التي يسير عليها الباحث.¹

يعتبر منهج البحث أسلوباً واحداً أو مجموعةً من الأساليب المترابطة التي يعتمد عليها الباحث لدراسة ظاهرةٍ أو مشكلةٍ معينة تكون محور بحثه، وذلك من خلال تنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها للوصول إلى وقائع ونتائج.²

المنهج المسحي:

يعرف المنهج المسحي بأنه الطريقة الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا ومستقبلا، والمنهج المسحي مرادف للمنهج الوصفي لأن الأول يقوم على اكتشاف الواقع كما هو والثاني يقوم على الاستقصاء الذي ينصب على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها، وعليه فإن المنهج المسحي يساعد على الوصف المجرد للظاهرة والتعريف بما يتغير بداخلها. فالمنهج المسحي أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد أو المفردات الذين يتم اختيارهم يكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة، كما يستعمل في الدراسات التي تقوم على محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة منه، من خلال أساليب جمع البيانات المناسبة، وان كانت الدراسات المسحية لا

¹ إبراهيم عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2010، صفحة 70

² ربحي عليان و عثمان غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق) ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، 2000 ، ص

تقتصر عادة على مجرد الوصف للظاهرة وانما تتعدى إلى أسباب حدوثها وعلاقتها بظواهر أخرى.³

تعتمد دراستنا على المنهج المسحي الذي يعتبر أحد المناهج الرئيسية الواقعة في إطار البحوث الوصفية، ويتجه منهج المسح إلى تجميع الحقائق والبيانات والمعلومات عن الظواهر الاجتماعية والثقافية والسياسية كما هي في الواقع الذي نقوم بدراسته، وذلك بقصد الوصول⁴ إلى النتائج المتعلقة بما يفيد في فهم الظواهر وتقديم حلول للمشكلات البحثية، ولا يتوقف منهج المسح عند تجميع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها، لكنه يتجاوز ذلك إلى تقديم حلول للمشكلات العلمية، ويقوم على الحصول على أكبر كم ممكن من المعلومات حول الظاهرة محل الدراسة بغية تحقيق قدر كبير من الفهم الشامل للوضع القائم⁵ وعليه تفرض علينا دراستنا المتعلقة بدراسة دور الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة، وبالاعتماد على المنهج المسحي من خلال القيام "بدراسة وصفية تحليلية" على عينة من طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 ولدعم البحث تم اختيار أداة لجمع البيانات . كما يعتبر المنهج الانسب لتحقيق اهدافها بالاضافة على أنه يتيح وصفا واقعا لعلاقة الطالبات بالبرامج الرياضية ، وتحديد ارائهن و ممارستهن.

7. أداة الدراسة:

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

استمارة استبيان :

³ أحمد بن مرسللي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام و الاتصال، ط1 ، الورسم للنشر و التوزيع، 2013، ص 9.

⁴ مسعود حسين التائب ، البحث العلمي وقواعده إجراءاته ، مناهجه ، المكتب العربي للمعارف، ط1، ليبيا ، 2018 ، ص 227

⁵ مسعود حسين التائب، البحث العلمي وقواعده إجراءاته ، مناهجه، نفس المرجع السابق ، ص 227

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال بحيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة، وقد استخدمنا الاستبيان كأداة في البحث كونه يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار والتشتت، بالإضافة لعدم تدخل الباحث بالمبحوثين أثناء الاستقصاء يوفر الكثير من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج.⁶

ووضعت الاستمارة لجمع المعلومات من أفراد العينة للتعرف على رأيهم حول موضوع البحث والاستبيان مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة.⁷

وسيتم ذلك من خلال توزيع إستمارة أسئلة إلكترونية على عينة من طالبات كلية الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3، وزعنا الاستمارة لـ 20 طالبة لكل دفعة من الدفعات الخمسة أي 100 طالبة إجمالاً.

شملت استمارتنا مجموعة من الأسئلة الواضحة والمتمحورة حول إشكالية دراستنا وتساؤلاتها وقسمت إلى ثلاثة محاور وهي كالآتي:

المحور الأول : جاء بعنوان البيانات الشخصية و الذي يهدف للتعرف على المعلومات الشخصية العامة للمستجوب .

المحور الثاني : بعنوان اهتمام طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 بمتابعة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري .

المحور الثالث: بعنوان تأثير البرامج و القنوات الرياضية الجزائرية و مساهمتها في زيادة معرفة و تثقيف المرأة بالقواعد الرياضية المختلفة، و بأحدث المستجدات في عالم الرياضة.

8. مجتمع البحث:

⁶ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب ، ط2000، ص106.

⁷ محمود حسن اسماعيل، مناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ط2011، ص139.

حسب موريس أنجريس فإن مجتمع البحث هو مجموعة من العناصر المشتركة في خاصية أو عدة خصائص والتي تميزها عن غيرها ويجرى عليها البحث أو التقصي⁸.

وهو أيضا جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد والأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أنه كل العناصر التي تنتمي إلى الدراسة⁹.

مجتمع البحث في دراستنا هو جميع طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 يشمل هذا المجتمع الطالبات من مختلف المستويات الاكاديمية (سنة أولى ، و الثانية ، الثالثة ليسانس وحتى ماستر 1 و ماستر 2) و اللواتي تتراوح أعمارهن بين 18-27 عاما.

9. عينة الدراسة:

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة¹⁰ وقد اعتمدنا في دراستنا على اختيار العينة الطبقية العشوائية وذلك لملائمتها موضوع الدراسة ، حيث يوجد في كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3، 5 دفعات وعليه شملت عينتنا 20 طالبة من كل دفعة في هذه الكلية أي بمجموع 100 طالبة. هذا يشير الى ان العينة تم اختيارها بناء على تقسيم المجتمع (الطالبات) الى مجموعات أو طبقات (دفعات) و اختيار عدد متساو من الطالبات من كل مجموعة بشكل عشوائي. و بالتالي تكون النتائج قابلة للتعميم بنسبة أكبر.

10. حدود الدراسة:

✓ الحدود الزمنية

منا بإجراء دراستنا خلال الفترة الممتدة من 11 افريل 2024 الى غاية 16 ماي 2024 وكان الهدف منها هو التعرف على المجتمع الأصلي للدراسة واختيار العينة، بالإضافة إلى توزيع

⁸موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية للنشر، 2004، ص 298.

⁹رزق دياب ، مناهج البحث العلمي ، دار اليازوري العلمية ، ط 1 ، فلسطين ، 2003 ، ص 89

¹⁰محمد در ، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، دار المنظومة، الجزائر، ع9،

2017، ص 313.

استمارة الاستبيان، وتم تحديد عينة الدراسة والمتمثلة في طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 والبالغ عددهم 100 امرأة وهو الجتمع الأصلي للدراسة.

✓ الحدود المكانية:

اجريت دراستنا بكلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3

11. الدراسات السابقة:

إن عملية استعراض الدراسات السابقة والبحوث العلمية لها أهمية كبيرة بالنسبة للباحث حيث تساعده على تشكيل قراءات وتمكنه من الوقوف على جانب النقص بها من حيث المضمون، كما أن هذه الدراسات تعطي له كل المعايير والمفاهيم الإجرائية اللازمة للقيام بعملية وجب تطرق إليها وهذا ما سنستعرضه في دراستنا الحالية ألا وهي استخلاص نتائج الدراسة السابقة مع دراستنا الحالية.

الدراسة الاولى: تأثير الإعلام الرياضي المرئي على تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة دراسة ميدانية لبعض ثانويات مدينة -بسكرة-
2011/2012 لراجحي صابر

إشكالية الدراسة: هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية؟
تساؤلات الدراسة:

- هل يتعرض تلاميذ المرحلة الثانوية لوسيلة التلفاز باستمرار؟
 - هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى مرحلة الثانوية؟
 - هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي على سلوك وعادات تلاميذ المرحلة الثانوية؟
 - هل يؤثر الإعلام الرياضي المرئي على الجانب المعرفي للتلميذ؟
- الهدف العام من الدراسة:

تتبيه القائمين على وسائل الاعلام الرياضي المرئي في الدور الذي يمكن ان تلعبه في التأثير في التنمية الثقافية الرياضية لدى المراهقين.
المنهج المتبع:

اتبع المنهج الوصفي التحليلي الذي وصف فيه وسند الحقائق المتعلقة بموضوع البحث والاطلاع على الدراسة والبحوث النظرية ، حيث تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية من مجتمع يتكون من 1530 تلميذ موزعة على ثلاثة ثانويات لمدينة بسكرة

إستنتاجات الدراسة:

الرياضة مؤسسة اجتماعية ثقافية تربية فهي أكثر ثرى واتساع لذلك قال للرياضة أنها مرآة المجتمع.

يعتبر التلفزيون أهم وسيلة الوسائل الاتصال الجماهيري الذي يتعرض لها الأفراد وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهاتهم.

الإعلام الرياضي يتم من خلاله نشر الأخبار والمعلومات الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع لتنميتهم وتوعيتهم.

أوجه الاستفادة والتشابه:

تلتقي دراسة الباحث لرجح صابر مع دراستنا في كونهم كلاهما يعالج موضوع يتعلق بالاعلام الرياضي المرئي و نشر الثقافة الرياضية ، ويعتمدان على نفس الاداة لجمع البيانات والمعلومات وهي الاستبيان، بالاضافة الى التشابه في اختيار منهج الوصفي التحليلي.

الدراسة الثانية: دور الاعلام الرياضي الاردني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الاردنية إعداد الباحثين د. عبد الحكيم احمد مهنا حراشة تاريخ الاصدار : 2-11-2019

مشكلة الدراسة: ماهو دور الاعلام الرياضي الاردني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الاردنية؟

تساؤلات الدراسة:

ما دور الإعلام الرياضي الأردني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية؟
هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0,5$) لدى عينة الدراسة حول
دور الإعلام الرياضي الأردني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وفقا لمتغيري (السنة
الدراسية والمكان الجغرافي)؟
أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى دور الاعلام الرياضي الأردني في تعزيز الثقافة الرياضية
للمرأة الأردنية و الفروق الإحصائية لدى عينة الدراسة حول دور الاعلام الرياضي الأردني
في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وفقا لمتغيري السنة الدراسية و المكان الجغرافي
المنهج المتابع:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بطريقة مسحية واداة استمارة استبيان و توزيعها على
عينة تمثلت في 187 طالبة من قسم التربية البدنية في جامعة البيت للعام الدراسي 2018
2019 حيث يتم اختيارهن بطريقة عشوائية.

نتائج الدراسة :

لا يؤدي الاعلام الرياضي الأردني دورا هاما في تعزيز ثقافة المرأة الرياضية نتيجة ضعف
تغطية الإعلامية الرياضة النسوية، انحياز الإعلام الرياضي الأردني في تغطية رياضة
الذكور بشكل اكبر من رياضة المرأة.

عدم وجود تفاوت في المستوى الثقافي الرياضي للطالبات على الرغم من التفاوت في
المستوى الدراسي لهن و الاختلاف في أماكن سكنهن.

إسهامات الدراسة:

تم اختيارنا لهذه الدراسة لأنها تحتوي على نقاط مشتركة و شبيهة بموضوع بحثنا خصوصا
في المتغيري الاعلام الرياضي و تعزيز الثقافة الرياضية. بالاضافة الى التشابه في اختيار
منهج الوصفي التحليلي بطريقة مسحية و استخدام ادة الاستبيان.

الدراسة الثالثة: تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة
الأردنية دراسة للزيود 2013

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية.

المنهج المستخدم:

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام منهج الوصفي وذلك باستخدام أداة الإستبيان التي تكونت من 42 فقرة موزعة على أربعة مجالات: المجال التنافسي والمهني والترويحي والصحي ثم توزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها 39 امرأة أردنية.

إستنتاجات الدراسة:

وجود مستوى متوسط لتقييم دور الاعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كانت في المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيرا الصحي كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة. و اوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنوعية القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء ولاعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة لرفي الشعوب.

اسهامات الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة أوجه التشابه مع موضوع بحثنا خاصة في متغير متعلق بدور الاعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الاردنية المشابهة لدور الاعلام الرياضي الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة مما مكننا من جمع العديد من المعلومات و المعطيات التي تفيدنا لكن هناك اختلاف في اختيار منهج الدراسة بين الدراستين.

الدراسة الرابعة : دور الإعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي. دراسة ميدانية لطلبة السنة الثالثة تربية حركية لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية لعروي عبلة مونية 2013- 2014.

الهدف العام من الدراسة:

التعرف على المستوى الثقافي لطلبة السنة الثالثة تربية حركية لمعهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية باعتبارهم مقبلين على المجال التربوي التعليمي.

تساؤلات الدراسة:

هل للاعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية وتوجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي

التربوي وسط طلاب معهد علوم وتقنيات نشاطات البدنية والرياضية بجامعة ورقلة؟

هل يملك طلبة سنة الثالثة معهد تقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة ورقلة مستوى ثقافي؟

هل الأعلام الرياضي التلفزيوني للقناة الجزائرية الأولى يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية؟

هل تساهم البرامج الإعلامية الرياضية التلفزيونية في القناة الجزائرية الأولى في توجيه الطلبة

التخصص الرياضي التربوي؟

المنهج المتبع:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي و استخدم أداة الإستبيان على 67 طالب من بين طلبة

سنة ثالثة لقسم النشاط البدني الرياضي التربوي.

نتائج الدراسة:

على العاملين بالمجال الإعلامي الرياضي الاهتمام بالجانب التوجيهي الرياضي التربوي بشكل كبير

لأنه أساس وعي الفرد الرياضي كما أنه يساهم في بناء الشخصية واعية ويوجه حياة الفرد نحو

أهداف نافعة.

البحث في تحليل لمضمون البرامج الرياضية للوسائل الإعلامية القنوات الفضائية الجزائرية

تكوين متخصصين في الأعلام الرياضي وتنوع البرامج الرياضية الاهتمام أكثر بالرياضات

والأنشطة الرياضية للطفل.

إسهامات الدراسة:

تم اختيارنا لهذه الدراسة لأنها تحتوي على نقاط مشتركة شبيهة بموضوع بحثنا خصوصا في

العنوانين حيث ان كل منهما يدرس دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية و يختلفان في

العينة المدروسة حيث أن دراستنا مع طالبات كلية الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 اما الدراسة

السابقة فكانت لطلبة السنة الثالثة تربية حركية لمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية

بجامعة ورقلة بالإضافة إلى التشابه في اختيار المنهج الوصفي التحليلي و أداة الإستبيان.

■ اوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

ان هذه الدراسات السابقة في مجملها قد ساهمت بقسط كبير في لقاء الضوء على تحديد الاسس الهامة لهذه الدراسة مثل :

- تحديد موضوع الدراسة الحالية والهدف منها .
- تحديد المنهج المناسب لموضوع الدراسة الحالية .
- تحديد العينة وطريقة اختيارها وحجمها تحديد محتوى الاستبيان الموجه لهذه الفئة .
- تحديد الادوات المناسبة لجمع البيانات.

12. تحديد المفاهيم و المصطلحات:

الإعلام:

لغة: كلمة الإعلام في اللغة العربية مشتقة من علم فيقال أعلم بالأمر أي إطلع عليه والإعلام في القاموس الفرنسي هو عملية إعطاء الشكل معين والشكل يعني البنية وبالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية أو بالأحرى المنظمة.¹¹

والإعلام وهو التبليغ يقال بلغت القوم بلاغ وإبلاغ الإيصال وكذلك التبليغ فابلاغ وبين واصل تعني إشاعة المعلومات وبنها وتعميمها وإذاعتها للناس.

اصطلاحا: هي كل أشكال وصور إرسال المعلومات من إنسان لآخر أو من حيوان لآخر أو من إنسان لآلة ومن الآلة الى الآلة.¹²

و هو عملية نقل الخبر أو وجهة نظر أو كليهما من طرف إلى طرف آخر وهذا التعريف يشمل كل صور الإعلام المداولة في وسائل الإعلام المختلفة كما هو مجموعة من الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف بموضوعية بغية الاخبار والتوجيه وتشكيل رأي الأمة أراء القضايا المطروحة بمعنى أن من أهم وظائف الإعلام هوتزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي

¹¹ Petit la rouse 1994

¹² ايمن محمد الهنداوي، برامج التلفزيون المصري الرياضية ، دار الوفاء ، ط1، الاسكندرية، مصر، 2004، ص21

صائب على القضايا المطروحة أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن آراء الناس و اتجاهاتهم وميولهم.¹³

إجرائياً: هو مجمل أوجه النشاط الاتصالية الهادفة إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق الواقعية الصحيحة قصد خلق أكبر درجة من المعرفة والوعي والإدراك للفئات المتلقية للمادة الإعلامية حول كل القضايا والموضوعات والمشكلات المثارة كل ذلك يهدف إلى تكوين رأي حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، وهذا الرأي يكون معبراً تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. فالإعلام يهدف إلى الإقناع عن طريق بث المعلومات والحقائق مع دعمها بالأرقام والإحصائيات ومن هنا يتضح أن الإعلام هو كافة النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة. والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي والمعرفة والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة وبما يسهم في تنوير الرأي العام.

الإعلام الرياضي:

اصطلاحاً: هو عملية نشر الاخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.¹⁴

إجرائياً: هو الاعلام المتخصص بشؤون الرياضة والرياضيين وهو جزء من التغطية الإعلامية العامة تختص بالرياضة تضم مختلف وسائل الاعلام المختصة في المجال الرياضي صحف إذاعة وتلفزيون وتضم جميع المواد الرياضية التي تنشرها البرامج والمجلات في صفحاتها المختصة التي تذيعها محطات الإذاعة والتلفاز. فنستطيع القول بأن الإعلام

¹³ سعد لبيب، الإذاعة المحلية و دورها في التغيير الثقافي، مقال عن الإذاعة الصوتية بالوطن العربي، تونس، 1985

¹⁴ محمد الحمامي، الاعلام التربوي و استثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2006، ص30.

الرياضي عبارة عن عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

الإعلام الرياضي تلفزيوني:

اصطلاحاً: برغم أن التلفزيون من آخر الوسائل الإعلام من حيث النشأة فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدماً ملحوظاً في وسائل الإعلام الأخرى حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهداً أجمل بالعرض السينمائي وتقترب من ناحية أخرى من الراديو بما أنه موجود في بيت المشاهد الذي لا يكلف نفسه عن المغادرة كما أن أهمية التلفزيون الإعلامية قد تضعف تعبر العالم كما أن للتلفزيون دوراً هاماً في المجال الرياضي نحو نشر ثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع محور الأمية الرياضية في تدعيم وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية في استثاره دفاعية الأفراد نحو ممارسة الرياضة يجب أن نعيد النظر في كيفية الاستفادة المثلى وكيفية تحقيق ذلك بأفضل الطرق وأدق قيها وذلك بالطبع يكون مؤيد لما اقرع العلماء المختصون في مجال الرياضة والإعلام الرياضي تلفزيوني هو وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال التي يتعرض لها الفرد وتؤثر في تكوين وسلوكه واتجاهاتهم.

تعريف الثقافة:

لغة: أصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذ من الفعل الثلاثي (ثقف) بضم القاف وكسرهما. وتطلق في اللغة على معان عدة، فهي تعني الحذق والفتنة، والذكاء، وسرعة التعلم، وتسوية الشيء، وإقامة اعوجاجه، والتأديب، والتهذيب، والعلم والمعارف، والتعليم، والفنون.¹⁵

اصطلاحاً: قيل: هي الرقي في الأفكار النظرية، وذلك يشمل الرقي في القانون، والسياسة، والإحاطة بقضايا التاريخ المهمة، والرقي كذلك في الأخلاق، أو السلوك، وأمثال ذلك من الاتجاهات النظرية وقيل: جملة العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق بها فالمقصود

¹⁵ أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، دار الجيل، ج1، 1999، ص382

من الثقافة مصطلحا يعني: العلم الذي يبحث كليات الدين في مختلف شؤون الحياة، فإذا وصفت بدين معين اختصت بكليات ذلك الدين، فالثقافة الإسلامية هي (علم) كليات الإسلام في نظم الحياة كلها بترابطها).¹⁶

إجرائيا: من خلال التعاريف السابقة يتضح لنا أن مفهوم الثقافة يشمل جانبين، الأول يتمثل في الجانب البدني للفرد دون معزل عن الجوانب النفسية والاجتماعية، أما الجانب الثاني يتمثل في الجانب المعرفي للأنشطة الرياضية من خلال المفاهيم والمصطلحات التاريخ والتطور الأدوات والأجهزة، قواعد اللعب الخطط والاستراتيجيات، المهارات، الاسس و المبادئ الوظيفية.

تعريف الثقافة الرياضية:

اصطلاحا: يعرفها كنعان على أنها الدرجة التي يحصل عليها الفرد ويقيسها مقياس الثقافة الرياضية والتي تنصب على خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية التي يستند إليها نشاط الفرد في مجالات مختلفة.¹⁷

إجرائيا: مجموعة من المعلومات التي يكتسبها الفرد من خلال الصحافة الالكترونية بحيث تؤثر في حياته من الناحية المعرفية والاجتماعية و الصحية وهي ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي لا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، كالثقافة الصحية والتربوية والاجتماعية، لتشكل معا الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية.

المرأة: في دراستنا نقصد بالمرأة طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3.

¹⁶ نادية شريف العمري، اضواء على الثقافة الاسلامية ، مؤسسة الرسالة ، 2001، ص9

¹⁷ علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام الرياضي ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان، 2014، ص127

الأطر النظرية

الفصل الاول: الاعلام الرياضي، مفاهيم و أبعاد

المبحث الاول: الاعلام الرياضي مفهومه،مراحل تطوره و خصائصه

1. مفهوم الاعلام الرياضي:

يشير كل من "خير الدين عويسي" و"عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي وذلك للجمهور بقصد الثقافة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي وأنه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.¹⁸

ويرى محمد الحماحي أن الإعلام في المجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين و المبادئ التي تنظم الرياضات و الألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية و الحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.¹⁹

ويرى اديب الإعلام ،وهو جزء من الإعلام الخاص لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين.²⁰

2. مراحل تطور وسائل الاعلام الرياضي:

شهدت وسائل الاعلام الرياضية شأنها شأن باقي وسائل الاعلام تحولات هامة عبر مسيرتها يمكن تلخيصها في ثلاث مراحل رئيسية:

¹⁸هناك حافظ بدوي : الاتصال بين النظرية و التطبيق، الاسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، كتب الجامعي الحديث،ص50،1988.

¹⁹ابراهيم امام :الاعلام الاذاعي و التلفزيون، مصر ، دار الفكر العربي، ط2،ص79

²⁰ اديب خضور: الاعلام الرياضي ، دمشق، دراس علمية للتحليل الرياضي في الصحافة الاذاعة و التلفزيون،1994،ص77.

➤ المرحلة البدائية:

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة البدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في أفريقيا و الدخان في الهند والنيران في الصحراء عند البلاد العربية ،والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لارشفة الأحداث الرياضية، وانتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة وذلك من بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية و ارتبطت بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف والمجلات والكتب والدوريات المختلفة.

➤ مرحلة العصر الحديث:

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

➤ مرحلة الأقمار الصناعية والإنترنت:

تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرين تأكيدا على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي والإفريقي، ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالإنترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلامية والاتصال.²¹

3. خصائص الإعلام الرياضي:

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

➤ الاعلام رياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث انه يختاره الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة

²¹ عيسى الهادي، الاعلام الرياضي التربوي، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2013، ص12.

القدم ،وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا

➤ الإعلام الرياضي يتميز بأنه الجماهيري، له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطعة كبيرة من الجماهير .

➤ الإعلام الرياضي يسعى إلى جذب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها .

➤ الاعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي تعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لهذا المجتمع لابد له أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع ما يقدمه من رسالة اعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرأة التي تعكس صورة فلسفة هذا المجتمع.²²

➤ الإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات حتى صغيرة العدد كل البرامج الرياضية للمعوقين والألعاب الفردية والجماعية وكذلك يهتم بكافة اطياف المجتمع السير منهم والكبير والرجل والمرأة والغنى والفقير على السواء.²³

المبحث الثاني: أهمية و أهداف الإعلام الرياضي

1. أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب، بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة و للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي له وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة .

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل

²² ياسين فضل ياسين، الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن عمان، 2015، دط، ص49.

²³ عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الاردن ، عمان، 2015، دط، ص134.

التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة أحاطت الأفراد في المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال هذا فضلا عن زيادة التدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحظة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعبا، فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة التقدم الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.²⁴

ويارا العويس أنه هناك أهمية للإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع تتضح في الآتي :

- له أثر واضح في تشكيل رأي العام رياضي
- يلعب دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من إزالة ما بينهم من فرق طبيعية.
- يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعاضة معها.
- يستطيع أن يلعب دورا فعالا في خلق الحافز وإرادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والافتداء به.
- له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة لو أحسن استغلاله وفق طرق وأساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة.
- الإعلام الرياضي السليم قادر على ربط الأفراد والمجتمع بعقيدته وهو قادر على أن يشده دائما إلى القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة وينفره عن التعصب والانحراف والشعب والعنف والمخدرات .

²⁴احمد فروق احمد، الاعلام الرياضي و علاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم و الخاصة باقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002، ص24-25.

- الاعلام الرياضي السليم يقدم لأبناء المجتمع على اختلاف أعمارهم الثقافات الرياضية اللازمة، ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينمي ثقافتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع آفاقهم .
- الإعلام الرياضي يربط الأمة بتاريخها الرياضي وأمجادها الرياضية وتشجيعها على أن تحذو وتسير على منوالها.
- الاعلام الرياضي سلاح نوحدين له فوائده الاجتماعية الكثيرة وله عيوبه المتعددة فهو أداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الإنسان لها فهي توسع المعارف والمعلومات والثقافة والمفاهيم الرياضية وتفتح آفاقا أمام النشئ وفيها شحذ لذهنه وتنوع لاهتمامه وإثراء لخياله.²⁵

2. أهداف الاعلام الرياضي:

- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية.²⁶
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمى يحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ لأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

هذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتنقيف رياضي من خلال إمداده بالمعلومات الرياضية التي تتجسد في حياته على المستوى المحلي والدولي.

²⁵ حسين عطاء و خير الدين علي العويس، الاعلام الرياضي، القاهرة، دار الكتاب للنشر، 1998، ص18-76.

²⁶ علي عبد الفتاح كنعان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان، دط، 2014، ص13.

المبحث الثالث: الوظائف الأساسية للإعلام الرياضي:

إن تقدم وسائل الإعلام بشكل ملحوظ ساهم في تطوير المجالات الفكرية والرياضية للجمهور، حيث يؤثر التنوع في وسائل الإعلام على ميول واتجاهات الناس، ويمنحهم حرية الاختيار في اختيار الوسيلة الإعلامية التي تتاسبهم، مما يضيف طابعًا متنوعًا ومبتكرًا للوظائف التي يقدمها لنا الإعلام. فقد لعب الإعلام الرياضي دورًا محوريًا في نشر الوعي والثقافة الرياضية، وتعزيز المشاركة الرياضية، وتوجيه الرأي العام حول القضايا الرياضية ومن خلال هذا التنوع الاعلامي يضفي لنا وظائف متعددة:

➤ وظيفة اعلامية: يُعدّ الإعلام الرياضي مصدرًا رئيسيًا للمعلومات الرياضية، حيث يُقدم للجمهور أخبار الأحداث الرياضية، ونتائج المباريات، والسير الذاتية للاعبين، وتحليلات الخبراء، وغير ذلك الكثير يساهم ذلك في تكوين صورة شاملة عن المشهد الرياضي، ويُتيح للجمهور متابعة رياضته المفضلة بشكل مباشر أو غير مباشر.

➤ وظيفة تربوية: يُلعب الإعلام الرياضي دورًا هامًا في غرس القيم والأخلاقيات الرياضية في نفوس الجمهور، خاصةً الشباب يُمكنه من خلال بثّ برامج توعوية تُسلط الضوء على أهمية الرياضة في بناء الشخصية، وتعزيز احترام المنافسين، والتحلي بالروح الرياضية، وقبول الهزيمة بصدق ورحب.

➤ وظيفة تثقيفية: يُساهم الإعلام الرياضي في نشر المعرفة الرياضية، وتوسيع آفاق الجمهور حول مختلف الرياضات، وتاريخها، وقواعدها، وإنجازات روادها. يُمكنه ذلك من خلال برامج وثائقية، ومقابلات مع الرياضيين، وتغطية الفعاليات الرياضية المُختلفة.

➤ وظيفة ترفيهية: يعتبر الترفيه أمرًا ضروريًا ومهمًا في المجتمع بفضل الدور الذي يلعبه في تخفيف الضغوط النفسية والاجتماعية التي يتعرض لها الأفراد والمجتمعات في حياتهم اليومية. يساهم الترفيه في تحريرهم من هذه الضغوط، حتى ولو لفترة محدودة، ولذلك

يلعب الإعلام دورًا بارزًا في تقديم التسلية والترفيه للجماهير، مما يزيد من استمتاع الأفراد بأوقات فراغهم ويمكنهم من التخلص من مشاكلهم اليومية و مكبوتاتهم.²⁷

فالإعلام الرياضي يعد مصدرًا هامًا للترفيه والتسلية، خاصةً لمحبي الرياضة يُمكنه من خلال برامج تحليلية مُمتعة، وبتّ المباريات المباشرة، والبرامج الرياضية المُتنوعة، أن يُساعد الجمهور على الاسترخاء وقضاء وقت ممتع.

بالإضافة إلى الوظائف الرئيسية الأربع، يُمكن للإعلام الرياضي أن يلعب دورًا هامًا في مجالات أخرى، مثل:

➤ **وظيفة التسويق و الاعلانات:** حيث يُساهم في الترويج للمنتجات والخدمات الرياضية، وجذب الرعاية للمنافسات الرياضية.

➤ **وظيفة اقتصادية:** حيث يُدرّ عائدات مالية كبيرة من خلال الإعلانات والاشتراكات

➤ **وظيفة التنمية الرياضية²⁸**

يمكننا قول أن دور الإعلام الرياضي الرئيسي يكمن في تزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات الواضحة والحقائق الموضوعية، مما يساعد على تشكيل رأي عام دقيق وصائب بشأن الأحداث والمواضيع المهمة في مجال الرياضة²⁹.

²⁷مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر 2012،3،ص46.

²⁸عيسى الهادي ، و سليمان لاوسين،المنظومة الاعلامية الرياضية،دار الكتاب الحديث،القاهرة،دط2015،ص54.

²⁹عيسى الهادي، سليمان لاوسين،مرجع سبق ذكره، ص53.

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي التلفزيوني:

المبحث الأول: تعريف الإعلام الرياضي التلفزيوني:

التعريف الاصطلاحي: يُمكن تعريف الإعلام الرياضي التلفزيوني على أنه فرع من وسائل الإعلام يُخصص لتغطية الأحداث والمنافسات الرياضية، وتقديم الأخبار والتحليلات والتعليقات المتعلقة بها، وذلك من خلال برامج تلفزيونية متنوعة تشمل البث المباشر، والبرامج التحليلية، والمقابلات، والتقارير المصورة.

التعريف الإجرائي: من الناحية الإجرائية، يشمل الإعلام الرياضي التلفزيوني العمليات التالية:

- تصوير وتسجيل المباريات والفعاليات الرياضية بواسطة كاميرات متخصصة.
 - إنتاج وتحرير البرامج الرياضية، بما في ذلك البرامج التحليلية والتعليقية والتقارير الخاصة.
 - توفير بث مباشر للأحداث الرياضية والمباريات عبر القنوات التلفزيونية.
 - تقديم الأخبار الرياضية بشكل منتظم وتحديث الجمهور عن آخر التطورات في عالم الرياضة.
 - توفير بيئة إنتاجية مناسبة، تتضمن الاستوديوهات والمعدات التقنية اللازمة لإنتاج البرامج بجودة عالية.
- هذه العمليات الإجرائية تتطلب تنظيمًا دقيقًا وتنسيقًا فعالًا بين العديد من الفرق والأشخاص المشاركين في عملية الإنتاج التلفزيوني الرياضي.
- ظهر التلفزيون في العقد الرابع من القرن العشرين وتحول في تسارع رهيب في العقد الخامس وخاصة السادس إلى وسيلة إعلام جماهيرية هامة وفعالة وككل وسيلة اتصال جديدة، أخذ التلفزيون في البداية الكثير من المفردات عن وسائل الاتصال الأخرى التي سبقته في الظهور إذ أخذ من السينما الصورة والحركة وعن الإذاعة الصوت وعن الصحافة النص المكتوب وعن المسرح الإخراج والديكور وحتى التمثيل والإضاءة وهذا ما تجلى من خلال التسميات المطروحة لهذه الوسيلة.

فلقد تطور التلفزيون بفعل الممارسة وبشكل متسارع جدا مما جعل سرعة البحث الإعلامي في جوانبه لا تواكبه بسرعة مما حد من القدرة الكافية لاستخلاص قضايا نظرية من الممارسة لكن هذه العلاقة الجدلية بين نتائج الأبحاث العلمية في مجال التلفزيون وبين معطيات الممارسة العملية مكنت التلفزيون من طرح لغته الموافقة له وتقوم على أسسه الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون على أساس تحويل الصوت والصورة والحركة، أي تحويل الإشارة الضوئية إلى نبضات كهربائية ذات طبيعة خاصة يتم تحويلها إلى موجات الكهرومغناطيسية تبث في الفضاء ومن خلال جهاز الاستقبال التلفزيوني يتم تحويل الإشارة الكهرومغناطيسية إلى صورة وصوت عن طريق عرض الصور بسرعة 25 لقطة في الثانية تظهر اللقطات الثابتة ولا المنفصلة وكأنها متصلة أي تشكل حركة وعليه يبرز السمات الخصوصية التكنولوجية للتلفزيون وتأثيرها الحاسم على الصحافة التلفزيونية هي:

1) يعرض التلفزيون صوت، صورة، حركة أي يا الحواس وعليه فهو قوة تأثير فعالة في مادتها.³⁰

2) يقدم التلفزيون الصورة المتحركة ملونة ولهذا اباحث مادته التمتع بالواقعية والمصادقية أكثر وكذا الوثائقية ومنه القوة في التأثير.

3) خاصية التزامن أي تقديم التلفزيون المادة لحظة وقوعها

4) ثمة علاقة جدلية بين الصورة والنصفي التلفزيون فالنص عبارة عن تجريد يخاطب الذهن والعقل أساسا اما الصورة فهي شيء محدد ملموس ومشخص لتخاطب العاطفة والانفعالات وعليه فمادة التلفزيون يجب أن تراعي خواص اللغة والصورة لكي تتميز لغة التفاز عن الوسائل الأخرى

5) تستفيد المادة التلفزيونية من قوة الحضور³¹ فإذا كانت الصور الثابتة على ما يبدو تستقر في العقل، وكان من السهل استحضارها في الذهن بجميع تفاصيلها الدقيقة ومعالمها المحددة بوضوح فإن الصور الرياضية المتحركة غالبا ما تملأ أي مكان خال فبالعقل أو في الإدراك.

³⁰علي جرمون، محاولة لاقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي، منكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية، تخصص اعلام رياضي، عين الدفلى، 2007-2008، ص38.

³¹علي جرمون، المرجع السابق، ص38.

كما أن الرياضة هي أيضا موضوع للعديد من الأفلام السينمائية وبعض الأعمال المسرحية أيضا، وقد ابتكر المبرمجون العشرات من طرق تقديم الرياضة في التلفزيون فهناك البث الحي على الهواء مباشرة للأحداث الرياضية وكذلك البث في وقت لاحق، كما يتم تقديم العديد من برامج المجلة الرياضية وبرامج الأسئلة والأجوبة الدرامية ومعظم أشكال البرامج التلفزيونية الرياضية تعتمد على التسجيل الحي للحدث الذي يصبح جاهزا للعرض والاعادة وعرض الذكريات الطريفة فيه، حيث أن الجمهور الأساسي للرياضة التلفزيونية هم رجال غير أن هناك أيضا اعدادا لا يستهان بها من السيدات يشاركن في الرياضة بحماس ويشاهدنها أيضا بحماس فمثلا نسبة مشاهدة النساء البرامج الرياضية تلفزيونية خلال نهائي دوري أبطال أوروبا 2022 شاهدت المباراة 29.8 مليون مشاهد في الولايات المتحدة من بينهم 13.9 مليون امرأة أي ما يعادل 46% كما علينا أن ندرك أن العديد من القرارات التي تتخذ والمهام التي تنفذ في إطار عملية إنتاج البرامج الرياضية الحية قد لا تكون مترابطة كلها في إطار منطقي واحد محدد. حيث في بعض الأحيان بعض البرامج تستخدم التزييف بحيث تبدو كأن أحدث رياضية فيها تداع على الهواء مباشرة، حيث أن أحد المسؤولين الكبار التنفيذيين في إحدى القنوات الرياضية التجارية عن المباريات الأولمبية التي تقدم في التلفزيون أن الأمريكيين يريدون أن تقدم لهم الأحداث الرياضية بشكل واضح ومفصل من الساعة أو الساعة والنصف مساء حتى منتصف الليل.³²

01. الخبر الرياضي المتضمن داخل التلفزيون:

تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان أخبارا رياضية في الغالب تكون في آخر النشرة الإخبارية المركزية، مما يعكس تزايد اهتمام الحدث الرياضي وكذا دائرة الجمهور المهتم به

³²ديفيد روي، ترجمة هدى فؤاد، الرياضة و الثقافة والاعلام الثالث الصعب، ط1، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2006، ص340.

كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه بالجنب مع السياسة والثقافة وغيرها ، وفيما يتميز الخبر الرياضي بما يلي:

- خبر حركي مصور
- إيقاعه سريع ومتطور
- يكون كثيفا نصا وصورة
- يستعان به في الأخبار العامة للزيادة من حيويتها وإيقاعها
- يقدمه مذيع النشرة الرئيسي
- يقدم الحدث مصورا في أجزاء محددة ولقطات معدودة بتفاصيل أساسية.³³

02. النشرة الإخبارية الرياضية التلفزيونية الرياضية:

يتابع التلفزيون كل نشاط رياضي وتعرض في نشرة خاصة عبر حصص متخصصة مرة أو عدة مرات في اليوم في بضع دقائق وتهدف إلى رصد الحركة الرياضية ومتابعة حياتها وتغطيتها بأقصى سرعة ممكنة كما تكون هذه البرامج سريعة موجزة تأتي بالجديد وتغطي المباشر و وحية فهي بذلك تتمتع بمميزات و خصائص أهمها:³⁴

- الطابع الإخباري الصرف
- التنوع
- التصنيف
- بنية النشرة:

مقدمة عامة (عرض سريع وعام لمحتوى النشرة و يقدمه المذيع التلفزيوني)

فقرات منفصلة ومتتابعة حسب التصنيف المتبع

تلخيص سريع للبرامج الأحداث

- التنسيق في النشرة³⁵

³³ علي جرمون، المرجع السابق، ص39.

³⁴ أديب خضور، ادبيات الصحافة، ط1، دمشق، جامعة دمشق، 1986م، ص155.

³⁵ علي جرمون، المرجع السابق، ص39-40.

03. البرنامج التلفزيوني الرياضي الإخباري:

نجد في أغلب القنوات التلفزيونية برامج إخبارية رياضية أسبوعية و نصفأسبوعية وتدوم 20 دقيقة فأكثر ونجد فيها الشمولية والعمق و الجدية في طرح الأحداث الرياضية فهو لا يقتصر على تقديم أخبار مختصرة و حسب بل يأتي بالتغطية الكاملة والمعالجة العلمية الجدية للأحداث الرياضية ولهذا النوع خصائصه أبرزها:

- يقدم البرنامج الرياضي التلفزيوني الأحداث الرياضية ضمن سياقها العام مع عرض التحليل والتفسير والتقويم والأسباب للتنبؤ بالنتائج والآثار.
- لا يقدم الأحداث مجردة بل يدعمها برأي الخبراء والمحليلين والمختصين وحتى المشاهدين والرياضيين أنفسهم والمدربين لهدف تعميق المعرفة
- يقدم هذا البرنامج صحفية رياضي متمرس
- محتوى هذه البرامج هي التقارير التلفزيونية المباشرة
- المادة الحية هي العمود الفقري لهذه الحصص
- التخطيط قبل العرض في غرفة تحرير الحصة
- طريقة التقديم والتي يقوم بها صحفيون متمرسين ورياضيون مختصون متمرسين ليس كما يحدث في الأخبار الرياضية التلفزيونية السريعة فهو الذي يعد النوع الصحفي الملائم للحدث المعروض وللجو العام الذي ينبغي أن يعيش فيه المشاهد والجمهور ككل.³⁶
- إن البرامج الرياضية التلفزيونية التي تعتمد على نقل الحدث الرياضي لا تعتمد ببساطة على جذب الحواس من خلال الإثارة المباشرة باستخدام الصوت والصورة فالمشاهدون سرعان ما سيشعرون بالسأم والملل من البرامج الرياضية التي تحتوي على الكثير من الصخب والضجيج لا يعني شيئاً (وهذا غالباً هو المصير المنتظر لكثير من المباريات المصطنعة التي تحاكي الرياضة مثل برنامج المصارعون gladiators)³⁷ لذلك يجب أن يتم عمل شيء يجعل المشاهدين يشعرون أن يقدم على شاشة التلفزيون هو شيء مهم

³⁶عيسى الهادي، البرامج الرياضية التلفزيونية و اثرها على نشر الوعي الرياضي، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر 2007-2008، ص92.

³⁷نفيد روي، ترجمة هدى فؤاد المرجع السابق، ص341.

فعلا ويتم ذلك من خلال أحداث أو تعزيز الاندماج العاطفي بين المشاهدين والابطال الرياضيين أو الفرق الرياضية كالفرق التي يشجعونها على المستوى المحلي أو التي تمثلهم على المستوى القومي ويستغل منتجو الرياضة القوة المؤثرة الكامنة في تعصب الجمهور للحي الذي يعيش فيه، أو للمنطقة التي يعيش فيها أو المدينة أو الدولة التي ينتمي إليها. ولذلك الرياضة في أضخم صورها وهي الأحداث الرياضية العالمية التي تحظى بتغطية إعلامية ضخمة يمكن أن نفهمها ونفسرها على أنها في الأساس عبارة عن مباريات ومنافسات رغم أنه يوجد بها أيضا فرص لتحقيق انتصارات وإنجازات او حفلات تتويج وتكريم كجائزة الكرة الذهبية أو الحذاء الذهبي لاحسن لاعب في العالم التي تقوم كل الوسائل بالتغطية الحية لها³⁸ والبرامج الرياضية التي تقدم على شاشة التلفزيون بالإضافة إلى قواعدها اللغوية المرئية الخاصة بها والتي تركز على التعليق المصاحب للحدث الرياضي فمثلا كيف تحلل شركة Nike للملابس الرياضية لتحاول أن تتواصل مع الجماهير السوداء من خلال الإعلانات التلفزيونية فقد ظهر اللاعب جرانت فاريد في أحدث برامج قناة أي اس بي ان espn التلفزيونية وهو يمتدح شكلا جديدا من أشكال الحدث الرياضي الجميل وهذا البرنامج يجمع بين أسلوب ما بعد الحداثة وبين الارتباط المثمر بالقضايا العرقية³⁹ والقنوات التلفزيونية الرياضية، التي تعتبر الوسيلة الإعلامية المسموعة والمرئية المنزلية الأولى مهياً بشكل جيد للتركيز عن قرب على الجسم الذي يعتبره تيرنرالسبب الأول للشعور الحالي بالقلق في المجتمع الذي يهتم بالجسم، فقد ذكرت هدى فؤاد سامويل ويبر اقتراح أن تعيد البرامج الرياضية التلفزيونية التركيز على الجسم الفردي باعتباره النقطة المركزية للحقيقة التي يناقشها التلفزيون نفسه، حيث قد يشعر المشاهد بالتوتر لانه يدقق في الصور الرياضية التي تقدمها الشاشة

³⁸دفيد روي، المرجع السابق،ص342.

³⁹دافيد روي، المرجع السابق،ص357.

التلفزيونية وينظر بشكل خاص إلى الأداء غير طبيعي للأجسام بحثا عن دلائل الحقيقة الاجتماعية والشخصية حيث في البرامج التلفزيونية الرياضية لا تتم فقط إقامة هذه الروابط بين الرياضة والموضوعات غير رياضية فحسب بل أيضا يجب الربط بين الموضوعات الرياضية المقدمة في وسائل الإعلام وسائر الموضوعات التقليدية الأخرى و بمجرد أن يبدأ عرض الحدث الرياضي على الشاشة فإنه ينظر إليه باعتباره نوعا من الدراما التي تعرض على الشاشة وفي الملعب.⁴⁰

- واقع الاعلام الرياضي التلفزيوني ووظائفه في الجزائر:

لقد خصص بالمؤسسة الوطنية للتلفزيون قسما قائما بذاته هو القسم الرياضي يهتم بالجانب الرياضي كبقية الأقسام الأخرى فهو يضطلع على إنتاج برامج و حصص رياضية متنوعة بحيث ينقل الأشرطة الرياضية المختلفة، وتعريف الجمهور الرياضي بما يجري من أحداث رياضية على الصعيد الوطني والدولي ويسعى من أجل تحقيق المكانة المستحقة للرياضة وإعادة الاعتبار إليها، لتحل الصدارة من اهتمام المجتمع والأفراد. وذلك في إطار التعاون والتنسيق في العمل من أجل تحضير الأولوية للحصص والبرامج الرياضية و ويتفرع عن القسم الرياضي المركزي عدة محطات جهوية تسير في نفس النهج، حيث يقتصر دور هذه المحطات أو الأقسام الرياضية الجهوية بتغطية الأحداث الرياضية التي تجري في المنطقة الجغرافية القريبة منها.

وللإعلام الرياضي المتلفز في الجزائر عدة مهام ونشاطات حيث تقوم الرياضة، كما أنه حاضرا في كثير من المناسبات لبعض الأحداث الرياضية وخاصة الكروية منها . وكأي جهاز أو مؤسسة عمومية أخرى يعاني القسم الرياضي التلفزيوني من عدة مشاكل تعقل السير الحسن لهذا الجهاز الإعلامي والتي تتعكس سلبا على المشاهدين والرياضيين أيضا نذكر منها:

- عدم توفر الشروط الضرورية و الكفيلة للسماح للصحفي بالقيام بعمله على أحسن وجه بشروط تساعده في تسهيل مهمته النبيلة لكي يكون مستوى الحدث.
- عدم وجود أجهزة ومعدات خاصة بالقسم الرياضي

⁴⁰دافيد روي، المرجع السابق، ص358.

• مشكلة النقل الذي تعاني منه مؤسسة التلفزيون والذي يؤثر سلبا على عمل القسم الرياضي

• بالإضافة إلى قسم المونتاج الذي لا يكون تحت تصرف القسم الرياضي لسبب أو لآخر مما أدى إلى عرقلة الصحفيين الرياضيين في أداء مهامهم من هنا يمكننا تحديد وظائف الاعلام الرياضي التلفزيوني فيمايلي:

- تقديم الأخبار الرياضية
- تثقيف المجتمع الرياضي بالشرح والتفسير
- التربية والسلوك الحسن
- التسويق والترقية الرياضية والإعلانات الرياضية
- الخدمة العامة في كامل الشؤون الرياضية
- الحدائة والتنمية الرياضية⁴¹

المبحث الثاني:عوامل تفوق الاعلام الرياضي التلفزيوني على باقي وسائل الاعلام:

يعتبر الاعلام الرياضي جزءا من الإعلام العام غير أن الإعلام الرياضي يتميز بكونه إعلاما خاصا بقضايا الرياضة والرياضيين والذي يهدف إلى إيصال المعلومات والخبرات إلى العاملين والرياضيين في المجال الرياضي بشكل عام.

والإعلام التلفزيوني يعتبر أكثر الأساليب تأثيرا على الجمهور لما له من خصائص لا تتوفر في غيره وهي مخاطبة العين والأذن بالصورة والصوت ويتجلى ذلك إذا عرفنا عن الإنسان يحصل على معلوماته بنسبة 90% عن طريق النظر ونسبت 8% عن طريق الأذن⁴² لذلك إن الإعلام اهتم بالرياضة بشكل كبير نظرا لاتساع الجمهور المهتم بها والتعامل مع الحدث الرياضي بقدر كبير من حرية وأصبح هذا النوع من الإعلام مطالبا بإدراك هذه الحقائق بشمولية وعمق والتوسع فيها لإشباع رغبات المشاهدين وهذا التعامل بين الجمهور

⁴¹علي حرز الله، الاعلام الرياضي من خلال التلفزة الوطنية،مذكرة لنيل شهادة ليسانس في التربية البدنية و الرياضية،جامعة بسكرة 1993،ص24.

⁴²عبد الله بوجلل، الاخبار التلفزيونية للجمهور و المشاهدين ،الجزائر،1992،ص76.

والإعلام الرياضي التلفزيوني جعلها الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام وساعده في ذلك عدة عوامل نذكر منها:

- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قلب فني فريد
- تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يحس المشاهد أنه على اتصال مباشر معها وتجعله يعيش تلك الأحداث وتزرع فيه حب الاستطلاع بالإضافة إلى وجود حوافز ومنبهات مادية و معنوية التي تقدمها الجماعة أو المسؤولين عنها الذين يبرزون في الميادين التدريبية المتعلقة بالنشاط الرياضي والقيام بحملات اجتماعية شاملة تهدف إلى تغيير المواقف سلبية التي يحملها بعض المواطنين ازاء الرياضة والرياضيين.⁴³

المبحث الثالث: المشاكل الناجمة عن الاعلام الرياضي التلفزيوني

إن المنتبع لما ينشره الاعلام الرياضي التلفزيوني في وقتنا المعاصر يجد صعوبة في معرفة ما إذا كان الإعلام يساهم في إيجاد الحلول السليمة للمشاكل التي تواجه الرياضة أو أنه يعمل على تعميمها أو يقتصر على مجرد التعريف لكن من المؤكد بأن هناك مشاكل جد هامة ذات طابع إعلامي بحت يمكن أن نشير اليها فيما يلي:

➤ الافتقار للإرشاد التربوي:

يبيد الإعلام الرياضي التلفزيوني نقصاً واضحاً في أداء واجبه الأساسي، حيث يغفل عن الترشيد والتوجيه، ويفتقر إلى التركيز على القيم التربوية في تغطيته للأحداث الرياضية. فدور الإعلام الرياضي التلفزيوني لا يقتصر فقط على نقل الأخبار ووصف الأحداث، بل يجب أن يشمل أيضاً إسداد التوجيهات التي تعزز التنمية الاجتماعية والخلقية. إن هذا الافتقار في وسائل الإعلام قد يؤدي إلى تفرغ الرياضة من جوهرها وجعلها مجرد نشاط حركي يهدف إلى تقوية البدن دون تحقيق الغايات التربوية المرجوة.

⁴³ صابر راجحي ، تأثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية و الرياضية ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة بسكرة ، 2011-2012، ص28.

➤ التجاهل و الاذعان:

كثيرا من يذعن الإعلام الرياضي التلفزيوني إلى كثير من الانحرافات السلوكية التي تحدث في الملاعب فتعتمد إلى عدم التصدي لها بقوة كافية وتعزف عن نقلها ودراستها بغية ايجاد الحلول لها ،فتشير إليها إشارة عابرة وربما نتجاهلها في بعض الأحيان لأسباب تتعلق بالسمعة والكرامة أوبالوطنية أوما يشبه ذلك اعتقادا بأن إبراز هذه الانحرافات والأخطاء يؤدي إلى غضب البعض كما يؤدي للتشكيك في قيمته الرياضية بصفة عامة وأيضا نشر التعصب بين الجمهور الأمر الذي يعرف تصاعد خطيرا في الآونة الأخيرة الذي له خلفيات خطيرة بتصرفات عدوانية حيث يؤدي إلى مشادات بين جماهير الأندية أو اللاعبين أثناء المباريات وتصريحات الإدارات والأعضاء واللاعبين والتصرف في حالة الهزيمة أوفي حالة الانتصار فتصرفات اللاعبين والإداريين عقب المباريات أو أثناءها هي التي تثير التعصب بين الجماهير وتؤدي إلى حدوث خلافات.

وإن أبرز المشاكل والمعوقات هي ضعف الثقافة البدنية العامة للمواطنين وتركيزهم على نوع واحد من أنواع الرياضات وترك الأنواع الأخرى وقلة خبرة الإعلاميين بأنواع الفعاليات الرياضية ودور الجمهور السلبي في الوسط الرياضي ودكتاتورية طرح المواضيع في قسم من وسائل الإعلام التلفزيونية الرياضية وعدم دعوة الإعلاميين إلى أنشطة وفعاليات الاتحادات الرياضية.⁴⁴

⁴⁴ ياسين فضل ياسين، المرجع السابق، ص300.

الفصل الثالث: المرأة والثقافة الرياضية

المبحث الأول: تعريف الثقافة الرياضية، مكوناتها وأهميتها

1. تعريف الثقافة الرياضية:

أصبحت الرياضة جزءا من الثقافة وأصبحت الحياة الرياضية جزءا من الحياة الثقافية وأصبح النشاط الرياضي ضرورة لإعداد الفكري و التربوي والفني والثقافي، وظهرت دراسات هامة تستخدم مصطلح الثقافة البدنية كمرادف للتربية البدنية وتعتبر هذه الثقافة البدنية جزءا متما لكل ثقافة فحقيقة الإنسان بكلية كوحدة هو المعنى.⁴⁵

أما علاقة الثقافة بالرياضة تكمن في أن الثقافة في المجتمع عبارة عن جزء من تراثه تتوارثه الأجيال المتعاقبة وتتفاعل تلك الثقافة مع جميع المتغيرات الأخرى بالمجتمع وذلك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتشمل الثقافة على الاتجاهات والعادات والتقاليد والمفاهيم والعقائد والعناصر المادية التي يتناولها الأفراد على مر الأجيال. والثقافة يمكن تحليلها إلى عناصر مادية وأخرى غير مادية فعلى سبيل المثال العناصر المادية في المجال الرياضي تشمل الملاعب والأدوات والأجهزة وجميع العناصر الأخرى والتي تخدم الممارسة الرياضية كما تشمل العناصر غير المادية مثل: المعتقدات والقيم والاتجاهات والمعايير الاجتماعية.⁴⁶ وقد عرف الثقافة الرياضية العديد من الباحثين:

عرفها الخولي بأنها تلك الثقافة المتصلة بالرياضة تشمل أدواتها ومهاراتها وقواعد المنافسة التي تنظمها وتديرها والخطط و الاستراتيجيات الخاصة بها واللغة الرياضية والرموز التي تتصل بها وكذلك الإصابات الشائعة في هذه الرياضة.⁴⁷

كما عرفها نبيل علي إن الثقافة الرياضية هي الكم المتراكم عبر الأزمنة المختلفة من المعلومات الرياضية التي تتناقل من جيل إلى آخر في إطار تنسيق العلاقة التكاملية بين الثقافة الرياضية والإعلام كاداة لتطوير ودعم الإطار المعرفي والمعلوماتي الرياضي لتلبية احتياجات ركب التطور الرياضي.⁴⁸

⁴⁵ابراهيم نشوى امام، تأثير الاعلام الرياضي المدرسي، القاهرة، 2003، ص26-27.
⁴⁶ محمد عبد الحفيظ اخلاص و مصطفى حسين باهي، الاجتماع الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ط1، 2000، ص27.
⁴⁷امين الخولي، محمود عدنان، المعرفة الرياضية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 1999، ص85.
⁴⁸نبيل علي، العرب و عصر المعلومات، القاهرة، 2001، ص280.

ويعرف الشافعي الثقافة الرياضية بأنها هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منها.⁴⁹

2. مكونات الثقافة الرياضية:

تتكون الثقافة الرياضية من مجموعة من العناصر الأساسية المترابطة التي تُشكل منظومة شاملة تُعزز معرفة الفرد وفهمه للرياضة، وتُساهم في تكوينه كشخص رياضي. وتشمل هذه المكونات:

العموميات: هي الأنشطة الحركية والرياضية التي تنتشر من مجتمع لآخر. على سبيل المثال، تُعد كرة القدم من العموميات في المجتمعات التي تحظى فيها باهتمام واسع من معظم الأفراد، كما هو الحال في المجتمعات العربية. وفي المقابل، تُعتبر كرة القدم أيضاً من العموميات في مجتمعات أخرى مثل المجتمع الأمريكي والأسترالي. خصوصيات:

أدت التطورات الحضرية إلى إنشاء مؤسسات ومنظمات تربوية ومهنية واجتماعية متنوعة، تضم فئات متعددة من أفراد المجتمع. تنتشر بين هؤلاء الأفراد أنشطة رياضية متنوعة تتناسب مع أهداف وخصائص المؤسسة التي ينتمون إليها. على سبيل المثال، نجد أن للنساء ثقافة رياضية خاصة بهن، بينما يمتلك أعضاء الأندية ومراكز الشباب ثقافة رياضية تختلف عن غيرهم. كذلك، تمتلك بعض طبقات المجتمع ثقافتها الرياضية الخاصة، وأفراد القوات المسلحة لديهم ثقافة رياضية مميزة لهم. هذا التقسيم لا يعني بالضرورة أن الفرد يجب أن ينتمي إلى فئة أو طبقة معينة لممارسة نشاط رياضي خاص بتلك الفئة، بل يمكن لأي شخص ممارسة النشاط الرياضي الذي يرغب فيه، متى توفرت له الإمكانيات، دون الحاجة للانتماء الطبقي أو الانتماء إلى منظمة معينة. تُشكل خصوصيات الثقافة الرياضية التي تروج لها الهيئات والمنظمات المختلفة أساساً للاتجاهات الحديثة في الثقافة الرياضية، مثل الرياضة والتربية البدنية⁵⁰.

⁴⁹ حسن احمد الشافعي، الاتصال في التربية البدنية و الرياضية، الاسكندرية، دار الوفاء للدنيا للطباعة و النشر، ط2005، ص1، ص96.

⁵⁰ محمد ابراهيم شحاتة، الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة و النشر ، الاسكندرية، ط2004، ص21.

بديلات: وهي الأنشطة التي لم تستهوي إلا اهتمام عدد قليل من أعضاء المجتمع فهي ليست ضمن العموميات أو الخصوصيات وإنما هي محصورة في نطاق ضيق للغاية.⁵¹

3. أهمية الثقافة الرياضية و مجالاتها:

أ. أهمية الثقافة الرياضية:

تكمّن أهمية الثقافة الرياضية في ما يلي:

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

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

- زيادة الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الإنسانية

- أن تكون الاهتمامات والاتجاهات الترويجية والرياضية مبنية على قواعد معرفية صحيحة وراسخة.⁵²

- تزود الثقافة الفرد بالمعرفة وطرق التفكير وأساليب العمل وأنماط السلوك المختلفة والمعتقدات وطرق التعبير عن المشاعر

ب. مجالات الثقافة الرياضية:

• المجال المعرفي أو المعرفة الرياضية:

هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل معرفة قواعد وقوانين وخطط الألعاب التي تخص المجال الرياضي.

• المجال الاجتماعي:

هو تنشئة الأفراد وتنقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا فضلا عن تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.

• المجال التربوي:

اي إعداد الفرد وتقويم سلوكه جسديا ونفسيا و أخلاقيا واجتماعيا وفنيا واكتسابه الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية عن طريق الرياضة.

⁵¹ محمد ابراهيم شحاتة، المرجع السابق، ص21.

⁵² فتحي بخاري، مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة، مذكرة لنيل ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2003، ص55.

• المجال الصحي:

قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به وإشباع حاجته العضوية وتحقيق حالة من الاتزان بين الوظائف الجسمية المختلفة تشعره بالصحة والسلامة الجسمية⁵³

المبحث لثاني: الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية وواقعها لدى المرأة

1. الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية:

الثقافة الرياضية كظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تسهم في البناء الإنساني و الحضاري وتحتل مركزا أساسيا في الخطط الوطنية كالقومية والدولية، وترتبط ارتباطا بمخططات التنمية الاقتصادية لمعظم دول العالم وتتصل جذورها بحياة الأفراد لممارسة و مشاهدة وتربية وترويجا وهوية واحترافا، وثقافة وصحة للدرجة التي يستحيل معها بأن نقرر اليوم بأن هنا كمثلا يقدر أهميتها.

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

إن الحديث الثقافي في الرياضة مازال همسا، والفكر العربي مازال يحتاج في هذا المجال حتى يرى ويسمع ويقراً فالدراسات والبحوث الرياضية لم تنفتح بعد على الثقافة بمعناها الشاملا لعميق بل ظلت محصورة في نطاق الصلة بين الرياضة والتربية. فقيل: التربية البدنية والتدريب الرياضي والتربية الرياضية وغير ذلك من المصطلحات ولم يقل كثير من الثقافة الرياضية بالرغم من شمول هذا المصطلح إمكانية احتوائه على كل الأنشطة البدنية والحركية والرياضية للإنسانية المتراكمة عبر الزمن سواء كانت مادية أو معنوية، بسيطة أم متطورة وفي الوقت الذي لا يمكن لأي مصطلح آخر استيعاب هذا المضمون الشامل.

⁵³جرمون علي، المرجع السابق، ص261.

إذن فالثقافة المزدهرة الباقية هي ثقافة البناء الشامل للمجتمع والبناء المتزن للإنسان في كل أبعاده العقلية والنفسية والاجتماعية والبدنية ولا يختص بالاتزان فهو بناء مرفوض غير قادر على تحقيق رسالة الإنسان وغاية الثقافة في الحياة لا يختص الإنسان المثقف فقط وإنما هو الذي يتذوق الفن والأدب ويؤدي واجبه بكفاءة وإخلاص ويعتني بصحته ويحافظ على لياقته البدنية ويمارس ضرباً من الهواية المفيدة ويستوعب الكثير من المعلومات كالمعارف ويترجمها على سلوك فاضل مفيد ويحيا حياة زاخرة بالحيوية والنشاط.⁵⁴

II. واقع الثقافة الرياضية لدى المرأة:

ان الرياضة هي مظهر من مظاهر الثقافة البدنية في المجتمع والثقافة البدنية بدورها هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، والرياضة للجميع تعد الحالة العقلية لطريقة الحياة الرياضية وبقا الحرية للإنسان أما الثقافة تتضمن كلما يمكن أن تحققه الجماعة البشرية ويشمل ذلك اللغة، الدين والأخلاق إلى آخر... فتشمل أيضا الآلات المادية والمصنوعات التي تمثل فيها عناصر ثقافية معينة والثقافة الرياضية ظاهرة اجتماعية واسعة النطاق تساهم في البناء الإنسان الحضاري وتحتل مركزا أساسيا بالخطط المحلية والدولية وترتبط ارتباطا بمخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمعظم الدول العالم وتتصل جذورها بممارسة ومشاهدة هواية وثقافة.

وواقع أن الثقافة الرياضية لدى المرأة لم تصل إلى المستوى العالي خاصة بما يتعلق بالممارسة وقد يرجع لبقية المجتمع الذي نعيش فيه حيث أنه لا يشجع على ممارسة المرأة للرياضة فلا نجد أماكن مخصصة للممارسة الرياضية كما أن هناك عوائق البيئة المحافظة التي نعيش فيها على عكس الدول الغربية التي نجد أن ممارسة الرياضة بنسبة للمرأة من الأولويات فغرس هذه الثقافة نجدها من المدارس وقد ظهرت عدة هيئات تشجع على ممارسة الرياضة مثل لجنة رياضة المرأة الذي أنشئت سنة 2009 ويهدف إلى تعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة وكذا ممارسة النشاط البدني لدى المرأة وأهميتها الصحية والروحية وحثها على جعلها أسلوب حياة ونبذ الخمول لارتباطه بأمراض العصر. أما من ناحية المعرفة واكتساب المعلومات في المجال الرياضي فلذلك يختلف من امرأة لأخرى وهذا حسب الاهتمام

⁵⁴محمد ابراهيم شحاتة، المرجع السابق، ص 27.

بالرياضة بشكل عام برغم من أنه يجب على المرأة اكتساب معرفة رياضية لأنها تحتاجها في حياتها.⁵⁵

المبحث الثالث: دور الاعلام الرياضي التلفزيوني في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة:
ان التربية الرياضية في جوهرها عملية تشكيل اجتماعي للفرد ومساعدته على استئثار رذرائه وإمكاناته، كما أنها عملية التعديل لسلوك الإنسان بقصد التنمية الشاملة للفرد إلى أقصى حد ممكن من النواحي الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية. ونظرا للأهمية التي لعبها الإعلام الرياضي التلفزيوني كأداة من أدوات التنقيف للجمهور الرياضي خاصة النساء باعتبارهما الفئة الأقل ثقافة رياضية في المجتمع وذلك أنه يعمل على بعث القيم الاجتماعية والتربوية الحميدة وما تقدمه البرامج الرياضية عبر التلفزيون الرياضي يساعد على تنمية المرأة ثقافيا وصحيا كذلك من خلال الحث المستمر على أهمية الأنشطة الرياضية وأن دور الإعلام الرياضي في احاطة الأفراد في المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها.

والدور الفعال والإيجابي للإعلام الرياضي التلفزيوني عبر القنوات الرياضية في المجال الاجتماعي بين النساء من خلال غرس أفكار وقيم و أنماط معينة من السلوك الرياضي لدى النساء وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وتوجيهه العواطف والمشاعر من خلال المحافل الدولية محبة الوطن فإن مؤكد أن كل مرة تقضي بعض الوقت أمام الشاشة لمتابعة البرامج والأحداث الرياضية التي تعرضها القنوات الرياضية .

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

⁵⁵ Mkleit.wordpress.com,01-06-2012,20-06-2024,18:00

وأوضحت ليلي سهيل نائبة رئيس لجنة رياضة المرأة الإماراتية بالنسبة للمحور دور الإعلام بأن الإعلام الرياضي له دور في دعم الحركة الرياضية عامة والرياضة النسائية خاصة وأكدت أن الإعلام يعتبر من أهم وسائل الإعلام التي تشكل ثقافة رياضية. وطالبت الإعلام الرياضي بتشجيع النساء على ممارسة الرياضة وكذا اكتساب وعي رياضي كبير وهذا من خلال تخصيص برامج تلفزيونية و إذاعية خاصة بالنساء تبرز للمرأة ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال. وأكد المتحدثون أن الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير فهو يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه.⁵⁶

⁵⁶ برهان، مؤنس، استعراض دور الاعلام في تشجيع المرأة على ممارسة الرياضة، جريدة البيان الرياضي اون لاين. <http://www.albayan.ae/sports/all-games/2012-04-12-1.162953,20-05-2024,19:00>

الأطار التنظيمي

لمبحث الاول: عرض و تحليل البيانات

- ا. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الاول
- اا. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني
- ااا. عرض و تحليل الاسئلة المتعلقة بالمحور الثالث

المبحث الثاني: نتائج العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

المبحث الاول: عرض و تحليل البيانات

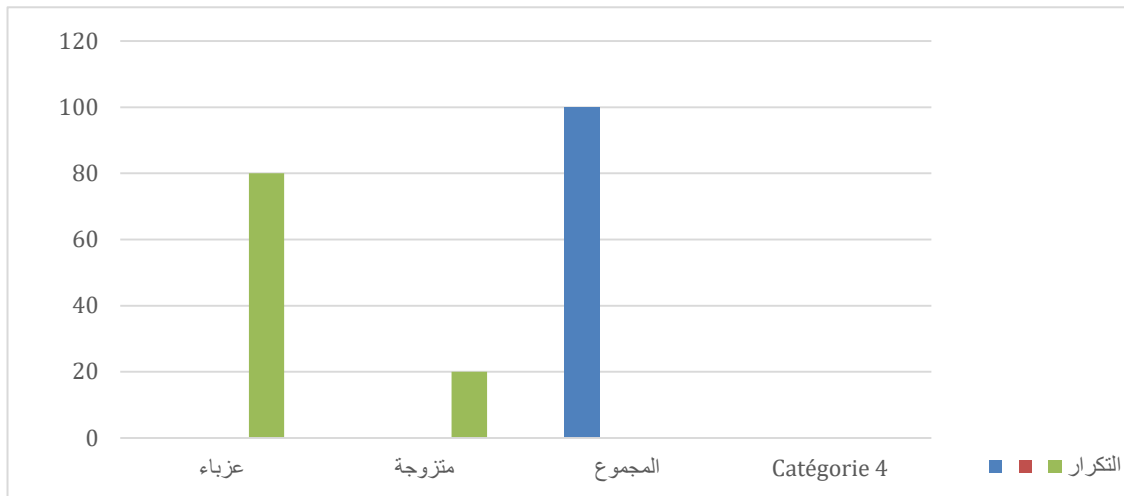
1. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الاول:

• المحور الاول: البيانات الشخصية

1.

النسبة	التكرار	الحالة العائلية
%80	80	عزباء
%20	20	متزوجة
%100	100	المجموع

الجدول (1): يمثل الحالة العائلية لأفراد عينة البحث



الشكل (1): يوضح الحالة العائلية لأفراد عينة البحث

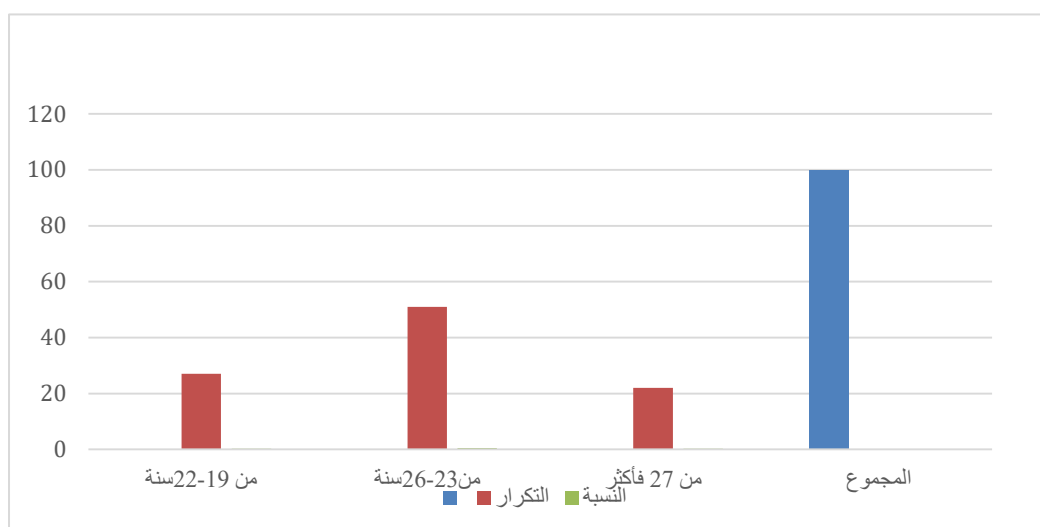
من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ ان اغلبية العينة المدروسة من طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 عازبات حيث بلغ عددهم 80 طالبة بنسبة %80 في

حين بلغ عدد الطالبات المتزوجات 20 طالبة حيث تشكلن 20% من اجمالي العينة. هذا التوزيع يعطي اشارات واضحة حول طبيعة المشاركات، مما قد يؤثر بشكل مباشر على النتائج العامة للدراسة

فالعازبات قد تكون لديهن اهتمامات مختلفة ومشكلات مختلفة مقارنة بالمتزوجات، وهذا يعتمد بشكل كبير على موضوع البحث. قد يكون لديهن وقت أكبر أو اهتمامات مهنية أو دراسية تختلف عن المتزوجات اللواتي قد يواجهن ضغوطاً عائلية إضافية والمتزوجات من ناحية أخرى، قد يكون لديهن خبرة اجتماعية وعائلية أكبر تؤثر على قراراتهن وتصوراتهن تجاه موضوع البحث.

النسبة	التكرار	السن
27%	27	من 19-22 سنة
51%	51	من 23-26 سنة
22%	22	من 27 فأكثر
100%	100	المجموع

الجدول (2): يمثل أفراد عينة البحث حسب السن.



الشكل (2): يمثل أفراد عينة البحث حسب السن.

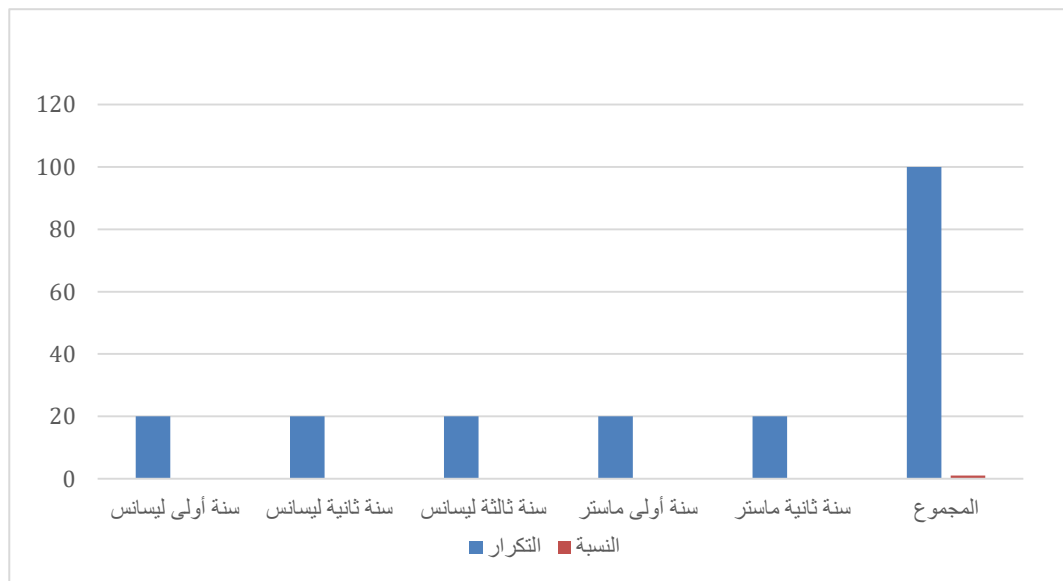
من خلال الجدول والشكل اعلاه نلاحظ ان التركيبة العمرية لطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 تميل بشكل كبير نحو الفئة العمرية بين 23-26 سنة و الفئة العمرية من 19-22 سنة تمثل نسبة 27% من العينة بعدد 27 طالبة. هذه الفئة تمثل الطالبات اللواتي قد يكن في بداية مشوارهم الجامعي أو المهني. تكون غالبًا اهتماماتهم مركزة على استكشاف الحياة العملية أو السعي نحو استكمال الدراسة. هذه المرحلة تتسم

بالحيوية والطموح، وغالبًا ما تبرز لديهم الرغبة في تحقيق الذات. وقد يكن لم يتعرضن لضغوط حياتية كبيرة بعد، مما يجعلهم يتخذن قرارات أكثر انفتاحًا وجرأة مقارنة بالفئات العمرية الأكبر أما الفئة العمرية من 23-26 سنة و تمثل الأغلبية بنسبة 51% بعدد 51 طالبة وهي فئة عمرية تعتبر وسطية ، قد يكون الطالبات في هذه الفئة قد دخلوا سوق العمل أو أكملوا دراساتهم العليا، و يشكل هذا العمر فترة التأسيس للمستقبل، حيث يسعون لتثبيت أقدامهم في الحياة المهنية والبحث عن استقرار اجتماعي. هذه الفئة أيضًا تتسم بكونها أكثر نضجًا من الفئة الأصغر سنًا، مما قد يؤثر على قراراتهم بطريقة أكثر واقعية وحذرًا. كما أن مسؤوليات الحياة قد بدأت تتزايد لديهم، مما يجعلهم يتعاملون مع الأمور بشكل أكثر جدية.

بالإضافة الى الفئة العمرية من 27 سنة فأكثر فتمثل نسبة 22% بعدد 22 طالبة. هذه الفئة الأقل تمثيلاً بنسبة 22%، وغالبًا ما تضم الطالبات الذين اكتسبوا تجربة أوسع في الحياة. قد يكون لديهم مسؤوليات عائلية أو مهنية أكثر تعقيدًا، مما يؤثر على سلوكهم وطريقة تعاملهم مع متطلبات الحياة اليومية. تتسم هذه الفئة بكونها أكثر استقرارًا، وربما أكثر محافظة على الخيارات التي تتخذها، سواء في الحياة الشخصية أو المهنية.

السنة الدراسية	التكرار	النسبة
سنة أولى ليسانس	20	20%
سنة ثانية ليسانس	20	20%
سنة ثالثة ليسانس	20	20%
سنة أولى ماستر	20	20%
سنة ثانية ماستر	20	20%
المجموع	100	100%

الجدول (3): يمثل السنة الدراسية لطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3.



الشكل (3): يوضح السنة الدراسية لطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3.

من خلال الجدول والشكل اعلاه نلاحظ ان عدد الطالبات في الدفعات الخمسة سنة اولى، ثانية وثالثة ليسانس، سنة اولى و ثانية ماستر بلغ عددهم 20 طالبة بنسبة 20% لكل دفعة.

حيث تتكون كل دفعة من 20 طالبة. يمثل هذا التوزيع انتظامًا في عدد الطالبات لكل سنة دراسية، سواء في سنوات الليسانس أو في سنوات الماجستير. يُظهر هذا النمط توزيعًا متساويًا في التحاق الطالبات بالبرنامج الأكاديمي. وتشير النسبة 20% إلى أن الطالبات موزعات بالتساوي على كل دفعة، مما يدل على توازن بين مختلف المستويات الدراسية. هذا التوازن قد يعكس استقرارًا في عدد الطالبات المنتظمات في البرنامج الأكاديمي عبر السنوات. إذ لم يُظهر أي تفاوت أو اختلاف كبير بين عدد الطالبات في السنوات المختلفة، مما يعني أن الإقبال على البرنامج الأكاديمي متساوٍ تقريبًا على مدى السنوات قد يكون لهذا التوزيع المتساوي تأثير إيجابي على توزيع الموارد الأكاديمية والإدارية في الكلية. و بما أن عدد الطالبات متساوٍ تقريبًا بين السنوات الدراسية، فإن توزيع الأساتذة، المواد التعليمية، وأدوات الدعم يمكن أن يتم بشكل عادل ومتساوٍ بين مختلف الدفعات، مما يسهم في تقديم تعليم متوازن.

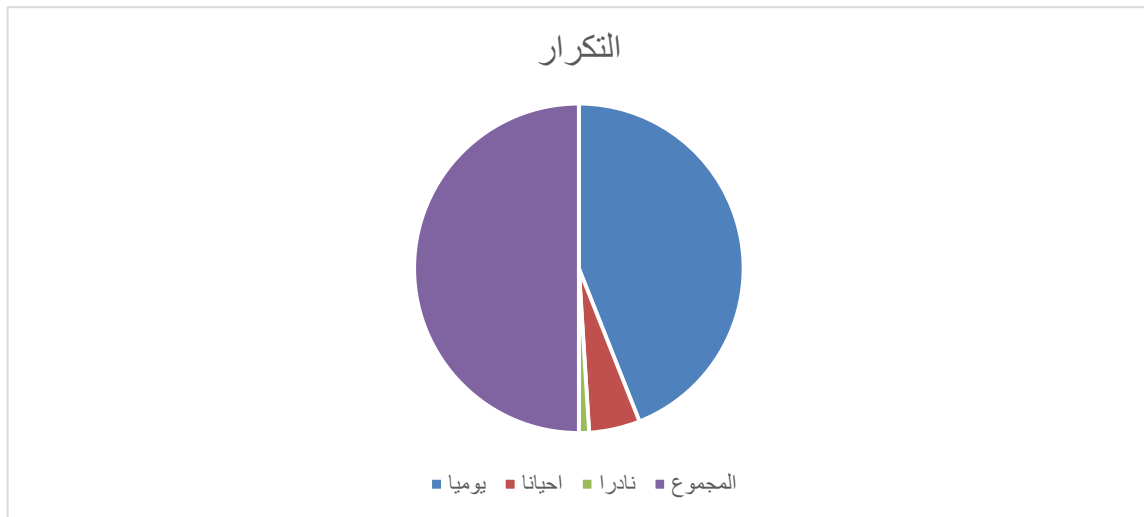
II. عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني:

المحور الثاني: اهتمام طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3 بمتابعة البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري .

1.

النسبة	التكرار	الإجابة
%88	88	يومية
%10	10	أحيانا
%2	2	نادرا
%100	100	المجموع

الجدول(4): يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون لطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3.



الشكل(4): يوضح نسبة مشاهدة التلفزيون لطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ ان 88% من الطالبات يشاهدن التلفاز يوميا وهي الاجابة الأكثر تكرر اما نسبة اجابات من اخترن الاجابة احيانا قدرت ب 10% بينما من لا يشاهدن التلفزيون يوميا الا نادرا فكانت نسبتهم 2%.

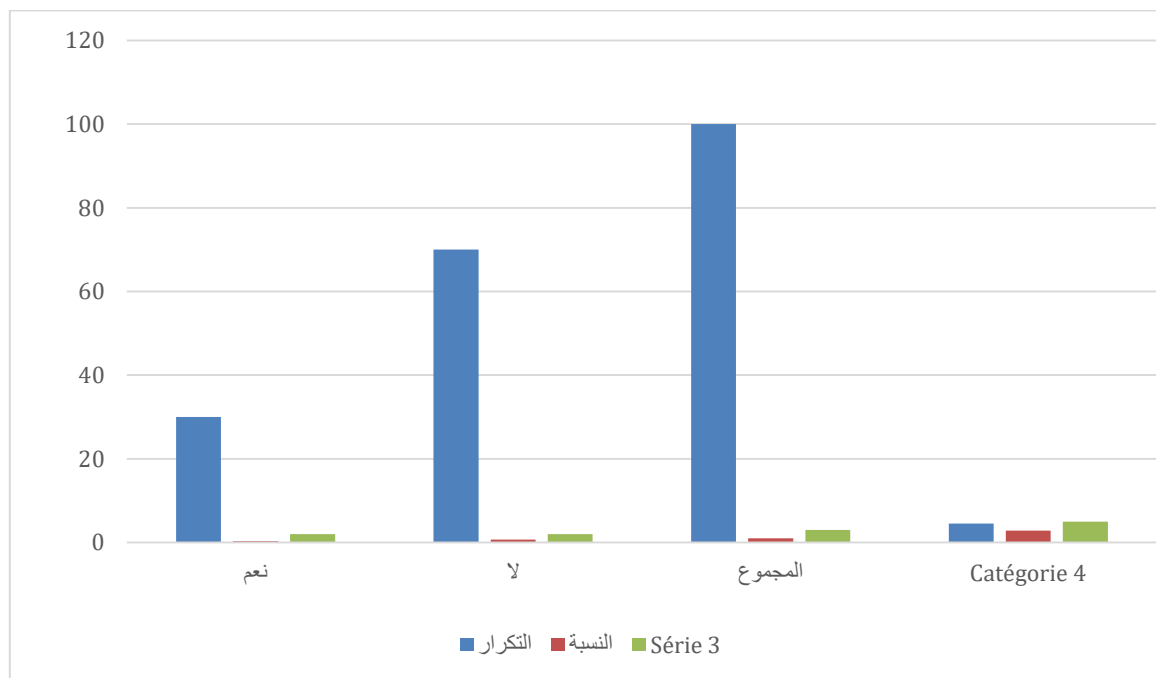
هذا يدل على ان التلفزيون لا يزال يحتفظ بمكانة متميزة كوسيلة اعلام رئيسية و كأحد اهم مصادر المعلومات و الترفيه، بالرغم من التغيرات في سلوكيات الجمهور و ظهور منصات جديدة.

نستنتج ان التلفزيون لا يزال يمثل القناة الرئيسية للحصول على الأخبار بالنسبة للغالبية ومع ذلك، هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات لتحديد العوامل التي تؤثر .العظمى من الناس على اختيار وسائل الحصول على الأخبار، وتقييم الآثار المترتبة على هذا الاختيار.

2..

النسبة	التكرار	الاجابة
%30	30	نعم
%70	70	لا
%100	100	المجموع

الجدول(5):يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون في عطلة الصيف



الشكل(5): يوضح نسبة مشاهدة التلفزيون في عطلة الصيف

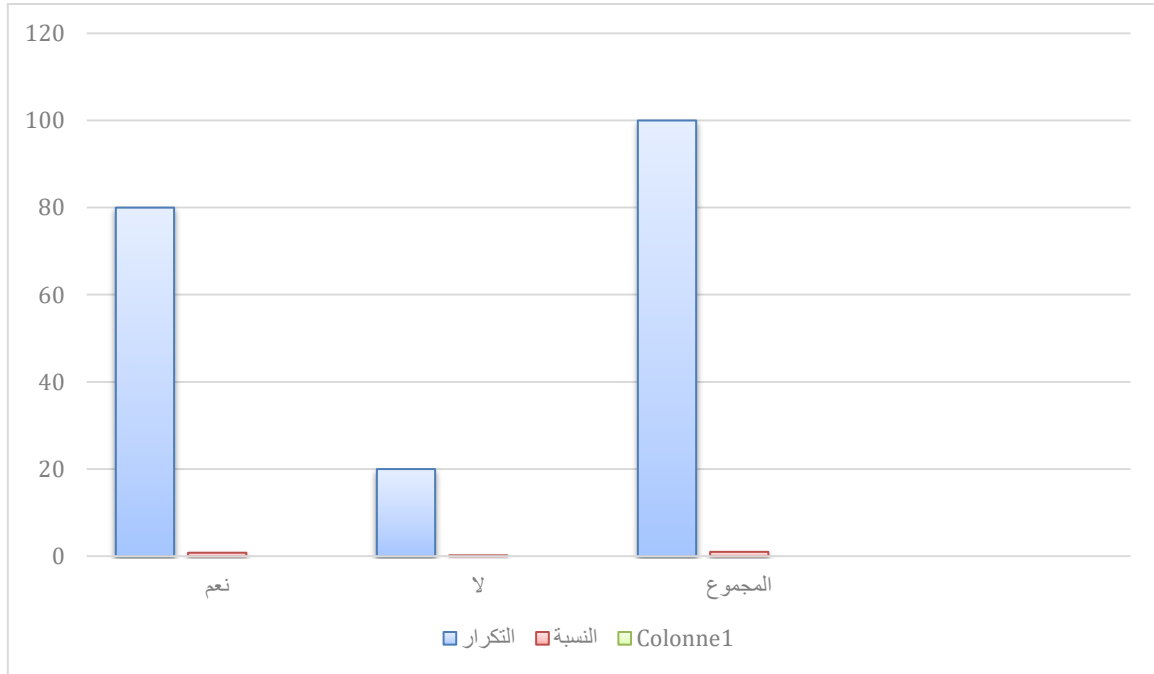
من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ نسبة مشاهدة التلفزيون لطالبات كلية علوم الإعلام وتُظهر النتائج أن الغالبية العظمى من والاتصال بجامعة الجزائر 3 خلال عطلة الصيف

الطالبات (70%) اخترن عدم مشاهدة التلفزيون لساعات طويلة، بينما فضلت نسبة أقل (30%) مشاهدة التلفزيون بشكل أكبر.

تشير النتائج إلى أن غالبية طالبات كلية علوم الإعلام والاتصال يفضلن قضاء وقتهن في أنشطة أخرى بدلاً من مشاهدة التلفزيون لساعات طويلة خلال العطلة الصيفية . على الرغم من أن الغالبية تفضل مشاهدة محدودة، إلا أن هناك نسبة لا يستهان بها من الطالبات يقضين وقتاً أطول أمام شاشة التلفزيون. وقد يكون لدى الطالبات أولويات أخرى خلال العطلة الصيفية مثل السفر، قضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء، أو ممارسة هواياتهن، أو قد يكون انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات البث المباشر قد قلل من جاذبية مشاهدة التلفزيون التقليدية لدى الشابات. و أخيراً قد تكون الطالبات مدركات لأهمية الوقت وكيفية استثماره بشكل أفضل، مما يدفعهن إلى اختيار أنشطة أكثر فائدة.

النسبة	التكرار	الاجابة
%80	80	نعم
%20	20	لا
%100	100	المجموع

الجدول(6):يمثل نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية في اليوم



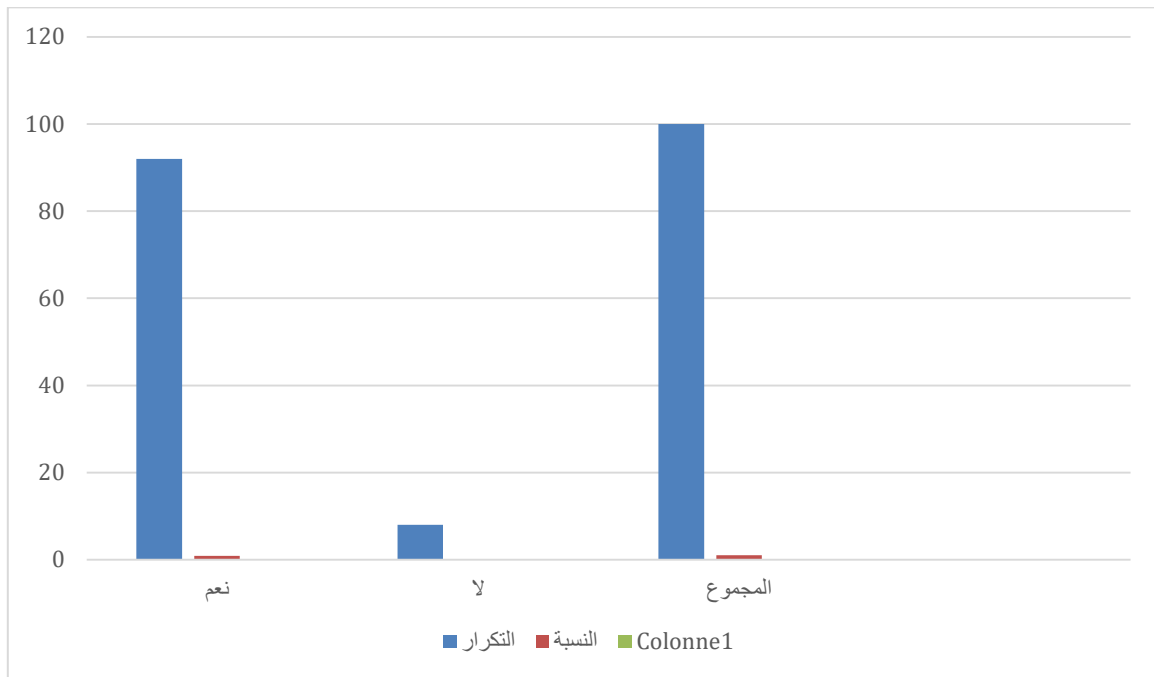
الشكل(6):يوضح نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية في اليوم

من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ %80 من طالبات جامعة الجزائر3 يشاهدن اكثر من قناة تلفزيونية في اليوم بينما %20 منهن لا يشاهدن اكثر من قناة في اليوم . من هنا نستنتج ، أن طالبات جامعة الجزائر3 يفضلن تنويع مصادر المعلومات ، التي يحصلن عليها من خلال مشاهدة قنوات تلفزيونية مختلفة قد يكون اختيار الطالبات لمشاهدة أكثر من قناة نابغًا من رغبتهن في الاطلاع على مختلف الآراء والوجهات نظر حول القضايا المختلفة

قد يكون اهتمام الطالبات بعلوم الإعلام والاتصال قد دفعهن إلى متابعة مختلف القنوات لمعرفة أحدث التطورات في مجال الإعلام و يكون الطالبات مهتمين بالتعرف على الثقافات المختلفة من خلال مشاهدة قنوات متنوعة قد يكون الطالبات مهتمين بالتعرف على الثقافات المختلفة من خلال مشاهدة قنوات متنوعة.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	92	92%
لا	8	8%
المجموع	100	100%

الجدول (7): يمثل نسبة مشاهدة القنوات الرياضية



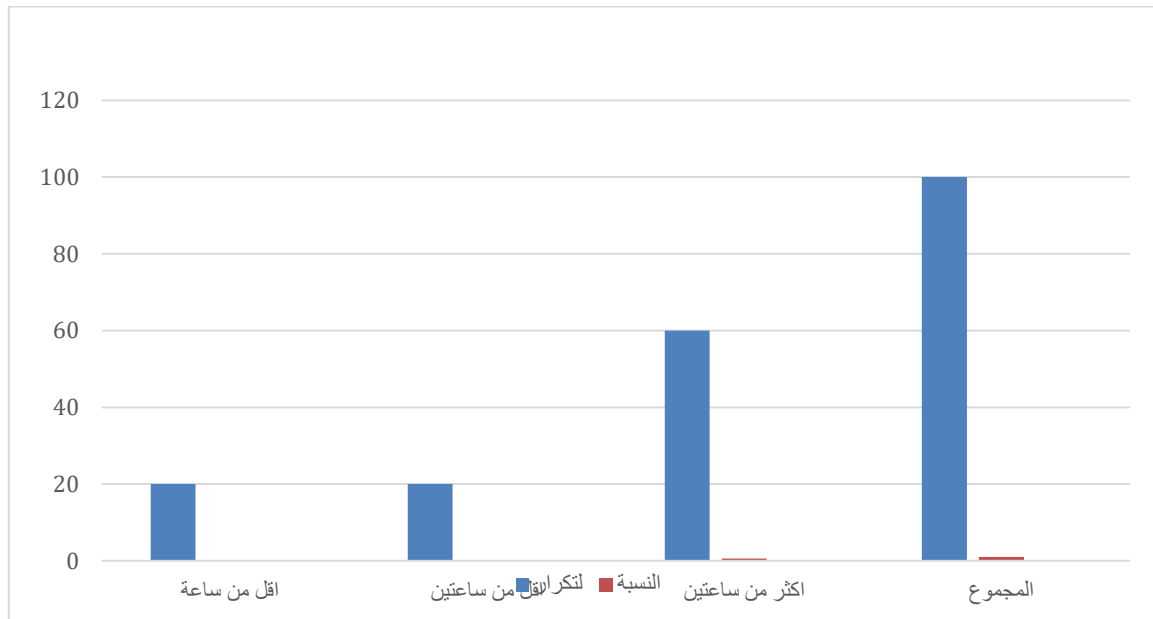
الشكل (7): يوضح نسبة مشاهدة القنوات الرياضية

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ ان الاغلبية العظمى من طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 يشاهدن قنوات رياضية حيث قدرت نسبتهم ب 92%، بينما 8% منهن لا يشاهدن قنوات رياضية. نستنتج ان هناك اهتمام كبير بمشاهدة القنوات يؤكد هذا الإقبال على أن اهتمام المرأة الرياضية بين طالبات كلية علوم الإعلام والاتصال و

بالرياضة لم يعد مقتصرًا على فئة معينة، بل أصبح ظاهرة شائعة. قد يكون هناك تحول في المفاهيم الاجتماعية حول دور المرأة، مما سمح لها بمشاركة اهتمامات كانت تعتبر حكرًا على الرجال في الماضي، و التغطية الإعلامية المكثفة للأحداث الرياضية، وخاصة تلك التي تشارك فيها النساء، قد شجعت على زيادة الاهتمام بالرياضة و قد تكون الحملات التوعوية التي تسلط الضوء على فوائد ممارسة الرياضة ومشاهدتها قد أثرت على سلوك الطالبات.

النسبة	تكرار	الاجابة
20%	20	اقل من ساعة
20%	20	اقل من ساعتين
60%	60	اكثر من ساعتين
100%	100	المجموع

الجدول (8): يمثل مدة مشاهدة البرامج الرياضية



الشكل (8): يوضح مدة مشاهدة البرامج الرياضية

من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة مدة مشاهدة البرامج الرياضية من قبل طالبات جامعة الجزائر 3 كانت تتراوح أكثر من ساعتين حيث قدرت ب 60% ، بينما الفترتين اقل من ساعة و اقل من ساعتين فقد كانتا متساويتين وذلك بنسبة 20% ، تمثل نسبة 60% من الطالبات اللاتي يشاهدن البرامج الرياضية لمدة تتجاوز الساعتين نسبة مرتفعة. هذا يدل على أن هناك اهتمامًا كبيرًا لدى الطالبات بمتابعة الرياضة بشكل عام.

هناك عدة تفسيرات ممكنة لهذه النسبة المرتفعة مكن أن يكون لدى الطالبات اهتمام فعلي بالرياضة والأحداث الرياضية. يعني هذا أن الرياضة تلعب دوراً مهماً في حياتهن، سواء كان ذلك من باب المتابعة الترفيهية أو من حيث كونهن مهتمات بصحة اللياقة البدنية. قد تكون البرامج الرياضية نفسها جذابة وتقدم محتوى متنوعاً ومشوقاً يجذب انتباه الطالبات لفترة طويلة. يمكن أن تكون هذه البرامج أكثر من مجرد تغطية للمباريات، بحيث تتضمن تحليلات، مقابلات، وبرامج وثائقية متعلقة بالرياضة. مشاهدة البرامج الرياضية قد تكون جزءاً من النشاطات الاجتماعية التي تقوم بها الطالبات، حيث قد يتابعن المباريات مع الأصدقاء أو أفراد الأسرة.

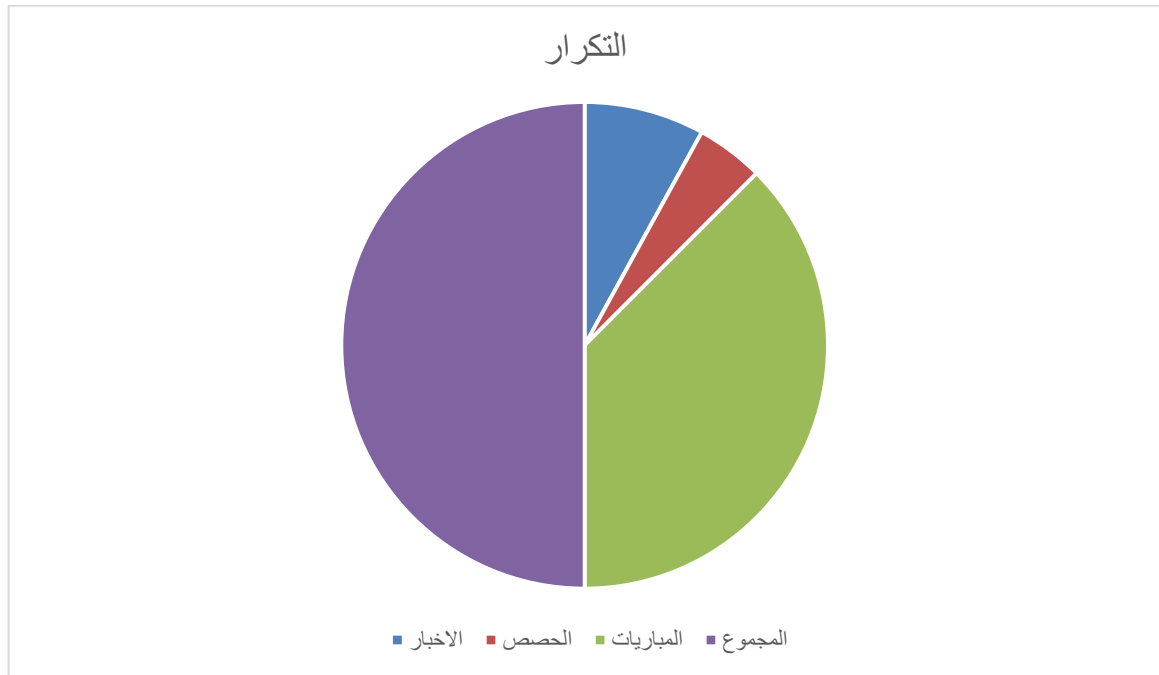
اما الفئتان الأخريان، أقل من ساعة وأقل من ساعتين، حصلتا على نسبة متساوية (20%). يُظهر هذا أن هناك شريحة من الطالبات تتابع البرامج الرياضية بشكل محدود أو ضمن نطاق زمني محدد. يمكن أن يكون ذلك لأسباب مختلفة، منها: قد تكون بعض الطالبات ملتزمات بجدول دراسي أو اجتماعي مكثف، مما يحد من وقتهن المخصص لمشاهدة البرامج الرياضية. من الممكن أن تكون هذه الفئة مهتمة بالرياضة، لكنها تفضل متابعة الأحداث الرياضية المهمة فقط أو المقاطع القصيرة المتعلقة بالمواضيع التي تهتمها. قد يكون لدى هذه الفئة اهتمامات أخرى في وسائل الإعلام، مثل متابعة الأخبار أو البرامج الثقافية أو الترفيهية، مما يؤدي إلى تخصيص وقت أقل للبرامج الرياضية.

:

.6

النسبة	التكرار	الاجابة
%16	16	الاخبار
%9	9	الحصص
%75	75	المباريات
%100	100	المجموع

الجدول(9):يمثل البرامج الرياضية التي تفضل طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3مشاهدتها



الشكل(9):يمثل البرامج الرياضية التي تفضل طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3مشاهدتها

من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ ان 75% من الطالبات يشاهدن المباريات و 16% يشاهدن الاخبار في حين 9% تعود الى مشاهدة الحصة.

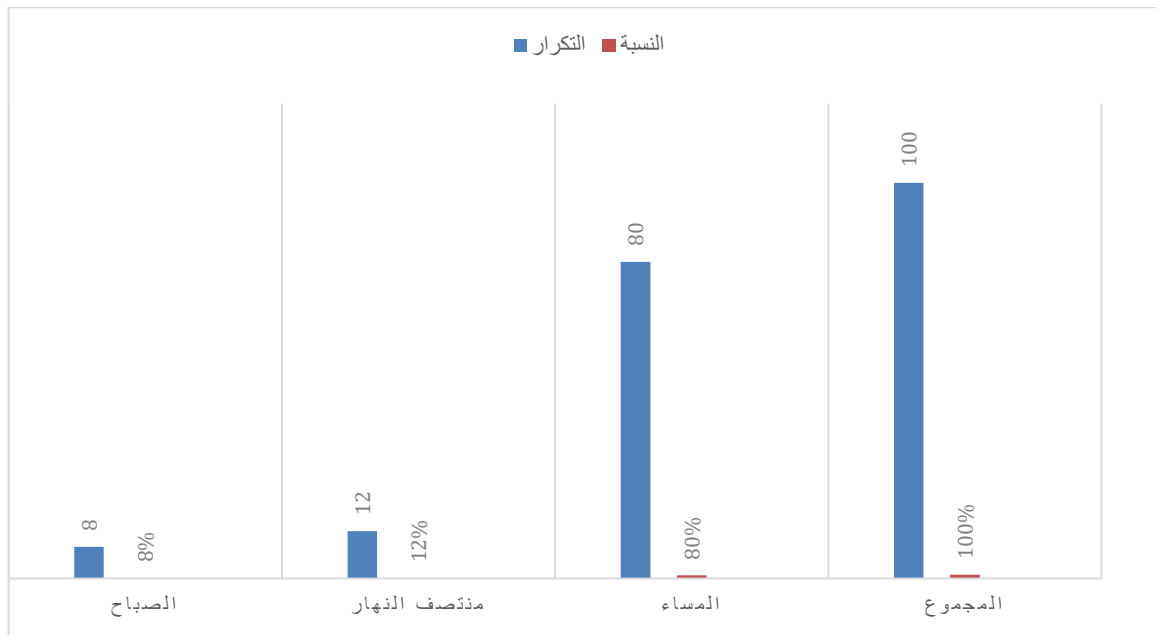
تشير النسبة الكبيرة التي تصل إلى 75% إلى أن المباريات هي النوع الأكثر جاذبية من البرامج الرياضية لدى الطالبات. يمكن تفسير هذا الاتجاه بأن المباريات الرياضية، خاصة المباريات الكبرى، تحمل بطبيعتها عنصر التشويق والتحدي. تقدم المباريات لحظات حاسمة ومشوقة مثل الأهداف أو النقاط الحاسمة، ما يجعلها جذابة للمشاهدين. هذا النوع من البرامج يمتاز بأنه مباشر ويعتمد على التفاعل اللحظي، حيث إن عدم مشاهدة المباراة في وقتها الحقيقي قد يقلل من التشويق، مما يدفع الجمهور لمتابعتها في الوقت الفعلي، فالمباريات الرياضية، خاصة في كرة القدم، تستغرق وقتاً طويلاً نسبياً (حوالي 90 دقيقة بالإضافة إلى الوقت الإضافي والإعلانات)، مما يفسر ارتفاع نسبة الطالبات اللواتي يشاهدن البرامج الرياضية لأكثر من ساعتين يومياً. بعد انتهاء المباراة، عادة ما تكون هناك برامج تحليلية وتعليقات ما بعد المباراة، مما يزيد من الوقت الذي تقضيه الطالبات في مشاهدة. بالتالي، فإن مشاهدة المباريات يتطلب استثماراً زمنياً طويلاً، ما يفسر التفضيل القوي لهذا النوع من البرامج بين الطالبات. هذه النسبة الكبيرة تتابع مباريات كرة القدم بشكل خاص، كونها الرياضة الأكثر شعبية على مستوى العالم حيث يتمتع الدوري الجزائري والدوريات الأوروبية بشعبية واسعة، مما يدفع الجمهور لمتابعة المباريات عن كثب. وتشير نسبة 16% من الطالبات اللواتي يفضلن الأخبار الرياضية إلى أن هناك شريحة أصغر، لكنها مهمة بالبقاء على اطلاع بأخر المستجدات الرياضية دون الالتزام بمشاهدة المباريات كاملة. هناك عدة أسباب ممكنة لهذا التفضيل قد يكون الطالبات اللاتي يشاهدن الأخبار الرياضية ربما يفضلن الحصول على المعلومات الرياضية الأساسية، مثل نتائج المباريات، انتقالات اللاعبين، والأخبار حول الفرق والبطولات، دون أن يستثمرن وقتاً طويلاً في مشاهدة المباريات نفسها. وقد يكون السبب وراء ذلك هو ضيق الوقت، حيث يمكن للأخبار الرياضية أن توفر ملخصاً سريعاً للأحداث دون الحاجة لمتابعة المباريات كاملة.

على الرغم من أن نسبة 9% تبدو صغيرة مقارنة بمشاهدة المباريات والأخبار، إلا أن مشاهدة الحصة الرياضية تمثل اهتماماً خاصاً بفئة معينة من الطالبات. هذه الحصة غالباً ما تكون برامج تحليلية أو وثائقية أو برامج رياضية عامة. هناك عدة تفسيرات لهذه

النسبة فالطالبات اللواتي يفضلن مشاهدة الحصص الرياضية قد يكن مهتمات بتحليل المباريات والأحداث الرياضية بشكل أعمق. هذه البرامج تقدم تحليلات مفصلة للأداء الرياضي، التكتيكات، وأحياناً جوانب نفسية أو إدارية تتعلق بالرياضة. • يمكن أن تكون هذه الفئة من الطالبات مهتمة بمجالات الإعلام الرياضي أو التحليل الرياضي، وهو ما يدفعهن إلى متابعة هذا النوع من البرامج، و الحصص الرياضية قد تغطي جوانب مختلفة من الرياضة مثل مقابلات مع الرياضيين، تقارير عن حياتهم الشخصية، أو التحقيقات حول القضايا الرياضية الكبرى. هذه البرامج توفر خلفية أوسع لعالم الرياضة، وتخاطب المشاهدين الذين يرغبون في فهم أعمق للأحداث الرياضية.

الاجابة	التكرار	النسبة
الصباح	8	8%
منتصف النهار	12	12%
المساء	80	80%
المجموع	100	100%

الجدول (10): يمثل نسبة مشاهدة الطالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 للتلفزيون خلال اليوم



الشكل (10): يوضح نسبة مشاهدة طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 3 للتلفزيون خلال اليوم

من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ ان 80% من نسبة طالبات جامعة الجزائر 3 يشاهدن التلفزيون في المساء و 12% يشاهدن التلفزيون في منتصف النهار و 8% منهن يشاهدن في الصباح . ومن هنا نستنتج أن الفترة المسائية هي الفترة الأكثر شيوعاً لمشاهدة التلفزيون بين الطالبات، بنسبة 80%. هناك العديد من الأسباب المحتملة لهذا التفضيل:

تعتبر ساعات المساء عادة الوقت المثالي للراحة بعد يوم طويل من الدراسة أو العمل. فالتالبات قد يجدن أن هذه الفترة هي الأنسب للاسترخاء ومتابعة برامج التلفزيون، سواء كانت ترفيهية أو تعليمية أو حتى رياضية، و كثير من القنوات التلفزيونية تبث برامج مميزة في المساء مثل المسلسلات، الأفلام، نشرات الأخبار الرئيسية، والبرامج الرياضية المهمة، مما يزيد من جذب المشاهدين. غالبًا ما يكون لدى الطالبات جداول دراسية أو جامعية خلال النهار، مما يجعل الفترة المسائية الأكثر ملاءمة لمتابعة التلفزيون. بعد انتهاء الأنشطة اليومية، يكون المساء وقتًا مناسبًا لمتابعة البرامج الترفيهية أو الحصول على الأخبار.

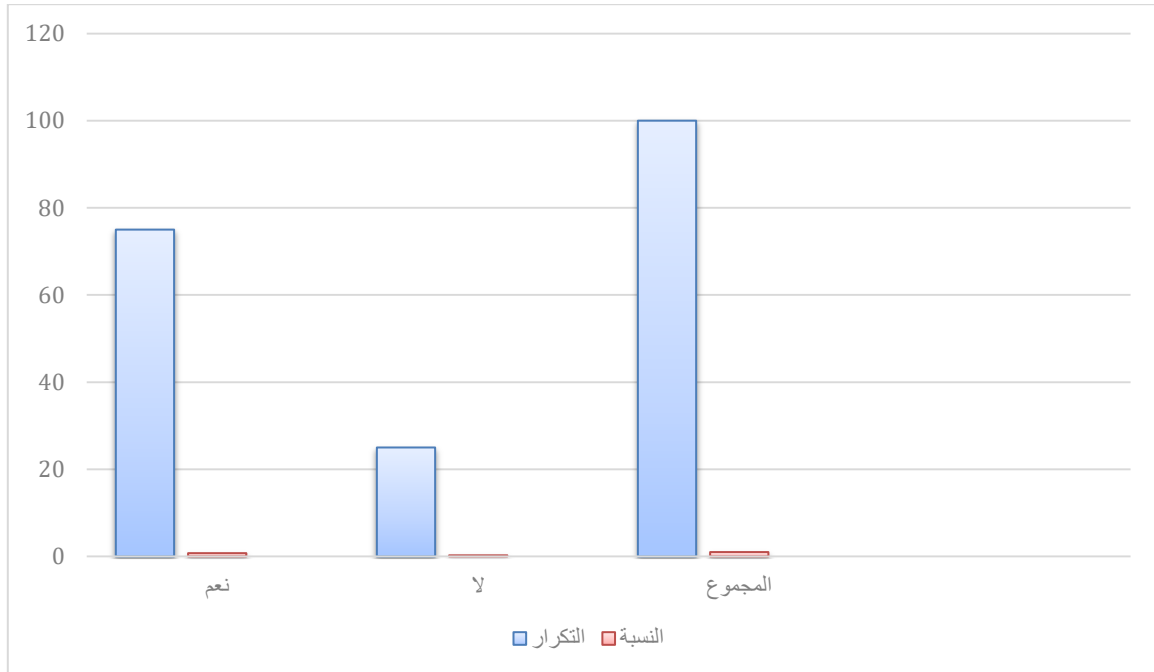
و تشير نسبة 12% إلى أن عددًا أقل من الطالبات يشاهدن التلفزيون في منتصف النهار. يمكن تفسير هذه النسبة بما يلي: منتصف النهار عادة ما يكون وقتًا مخصصًا للدراسة أو الأنشطة الأكاديمية، حيث تكون الطالبات مشغولات بمحاضراتهن أو الاستعداد للامتحانات. هذا يحد من الوقت المتاح لمتابعة التلفزيون خلال هذه الفترة و البرامج التلفزيونية في منتصف النهار غالبًا ما تكون أقل إثارة وجذبًا من برامج المساء، إذ تركز الكثير من القنوات على البرامج الحوارية أو البرامج الموجهة للأسر والمجتمعات، التي قد لا تكون بالضرورة جذابة للشريحة الجامعية.

نسبة الطالبات اللاتي يشاهدن التلفزيون في الصباح هي الأقل، حيث تبلغ 8%. يمكن تفسير ذلك بعدة عوامل: ففي الفترة الصباحية، تكون الطالبات غالبًا مشغولات بالتحضير ليومهن الأكاديمي أو العملي، ما يجعل المشاهدة الصباحية للتلفزيون أقل أولوية مقارنة بأنشطة أخرى مثل الدراسة أو التنقل إلى الجامعة، و الفترة الصباحية على التلفزيون عادة ما تتضمن برامج إخبارية أو تعليمية، وقد لا تكون هذه البرامج بالضرورة جذابة لشريحة كبيرة من الطالبات الجامعيات.

المحور الثالث: تأثير البرامج و القنوات الرياضية الجزائرية و مساهمتها في زيادة معرفة و تثقيف المرأة بالقواعد الرياضية المختلفة، و بأحدث المستجدات في عالم الرياضة.
1.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	75	%75
لا	25	%25
المجموع	100	%100

الجدول (11): يمثل حب طالبات جامعة الجزائر3 لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية



الشكل (11): يمثل حب طالبات جامعة الجزائر3 لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن الاغلبية العظمى من الطالبات يحبن مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية و ذلك بنسبة %75، بينما فئة قليلة لا يحبن مشاهدة البرامج الرياضية و قدرت بنسبة %25. تظهر البيانات أن %75 من الطالبات يفضلن متابعة

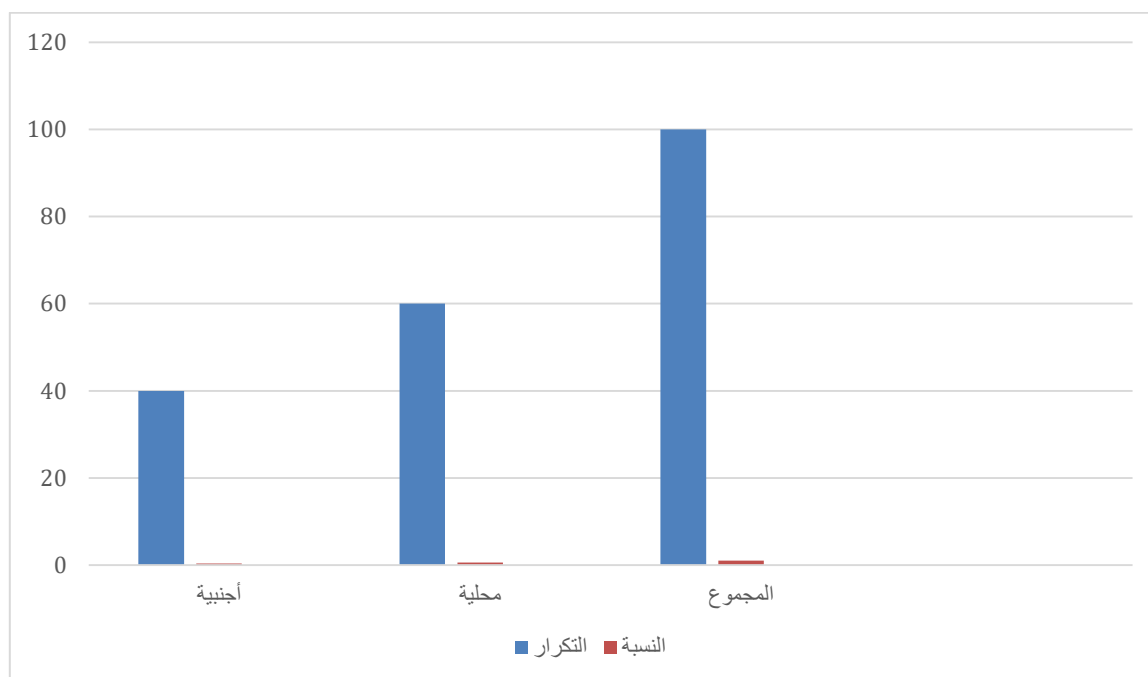
البرامج الرياضية على التلفزيون، مما يعكس وجود اهتمام كبير بهذا النوع من المحتوى. يمكن تفسير ذلك بالاهتمام المتزايد بالرياضة بشكل عام، لا سيما الرياضات الجماعية مثل كرة القدم، التي تُعد واحدة من أكثر الرياضات شعبية في العالم، وتبث على القنوات الرياضية بشكل متواصل. والنسبة الكبيرة التي تتابع البرامج الرياضية قد تشير إلى تفاعل اجتماعي كبير حول الأحداث الرياضية فكثير من الطالبات قد يشاهدن المباريات أو البرامج التحليلية كوسيلة للتواصل مع الآخرين أو لكونها جزءًا من اهتمامات جماعية ضمن محيطهن الاجتماعي و لذلك نستنتج أن القنوات التلفزيونية الرياضية تلعب دورًا أساسيًا في جذب هذه النسبة الكبيرة من الطالبات ويمكنها الاعتماد على هذه النسبة العالية من المشاهدات لتقديم محتويات موجهة خصيصًا للمرأة أو توفير برامج تحليلية وبرامج رياضية تتناسب مع اهتمامات الفئة الشبابية الجامعية.

تمثل 25% من العينة التي لا تفضل مشاهدة البرامج الرياضية شريحة مهمة يجب دراستها أيضًا. قد تعود هذه النسبة إلى تفضيلات شخصية تختلف عن المحتوى الرياضي، حيث قد تفضل بعض الطالبات برامج ترفيهية، درامية، أو تعليمية بدلاً من البرامج الرياضية. • يمكن أن يكون لهذا التوجه أسباب متعددة:

بعض الطالبات قد يكن أقل اهتمامًا بالأنشطة الرياضية أو يجدن أن البرامج الرياضية لا تلبي احتياجاتهن الترفيهية أو التعليمية. وقد لا تتناسب أوقات بث البرامج الرياضية مع جداول الطالبات الدراسية أو العائلية، مما يقلل من اهتمامهن بمتابعته.

النسبة	التكرار	الاجابة
%40	40	أجنبية
%60	60	محلية
%100	100	المجموع

الجدول (12): يمثل نوع البرامج الرياضية التي يشاهدنها طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال جامعة الجزائر3



الشكل (12): يوضح نوع البرامج الرياضية التي يشاهدنها طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3

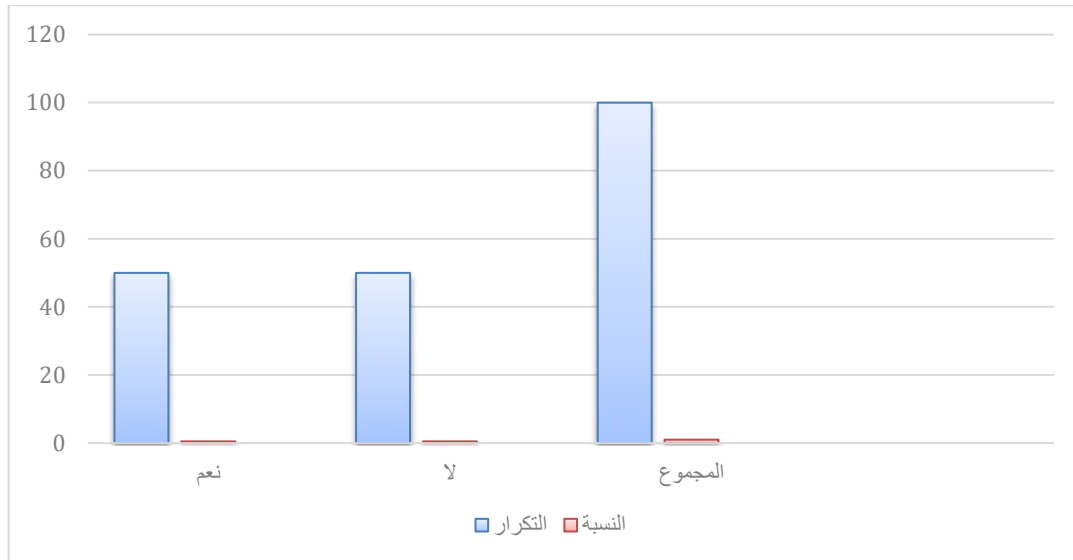
من خلال الجدول والشكل اعلاه نلاحظ نسبة 60% من الطالبات يشاهدن البرامج الرياضية المحلية بينما 40% يشاهدن البرامج الرياضية الاجنبية.

تشير النتائج ان نسبة 60% من الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج الرياضية المحلية، هذا يعني أن غالبية الطالبات يملن إلى متابعة الأنشطة الرياضية الوطنية والبطولات المحلية. هذه النسبة المرتفعة تعكس اهتمامًا كبيرًا بالرياضة المحلية، وقد يكون السبب في ذلك ارتباط الطالبات بالفرق الرياضية الوطنية أو تفضيلهن متابعة اللاعبين والفرق المحلية. ومن المحتمل أن تكون العوامل الثقافية والوطنية قد ساهمت في زيادة اهتمام الطالبات بالبرامج المحلية، حيث أن هذا النوع من البرامج يوفر لهن فرصة لمتابعة أحداث رياضية تتعلق بوطنهن وثقافتهن الرياضية، كما يمكن أن تكون البرامج المحلية متاحة بسهولة أكثر مقارنة بالبرامج الأجنبية، سواء عبر القنوات التلفزيونية أو وسائل الإعلام الأخرى، مما يسهل متابعتها و قد يفضلن التعليق الصوتي باللغة العربية.

أما نسبة 40% من الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج الرياضية الأجنبية، هذه النسبة تشير إلى أن هناك شريحة مهمة من الطالبات تهتم بمتابعة الرياضة العالمية والبطولات الدولية. قد تعكس هذه النسبة اهتمام الطالبات بمتابعة الفرق الرياضية العالمية المشهورة أو الأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم، دوري أبطال أوروبا، أو البطولات الأولمبية. البرامج الرياضية الأجنبية قد تكون أكثر إثارة أو تغطي رياضات غير متوفرة بكثرة في الجزائر، مما يجذب انتباه الطالبات الباحثات عن تنوع في المحتوى الرياضي. كما يمكن أن تكون العولمة ووسائل الإعلام الحديثة، التي تسهل الوصول إلى البطولات العالمية والمحتويات الرياضية المتنوعة، قد ساهمت في زيادة هذا الاهتمام.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	50	%50
لا	50	%50
المجموع	100	%100

الجدول(13): يمثل وقت البرامج الرياضية الكافي لاكتساب و استيعاب المعلومات الرياضية.



الشكل(13): يوضح وقت البرامج الرياضية الكافي لاكتساب و استيعاب المعلومات الرياضية

من خلال الجدول و الشكل اعلاه نلاحظ ان %50 من طالبات جامعة الجزائر 3 اخترن الاجابة ب نعم اي يرون البرامج الرياضية تقدم الوقت الكافي لاكتساب و استيعاب المعلومات الرياضية، بينما %50 يرون عكس ذلك.

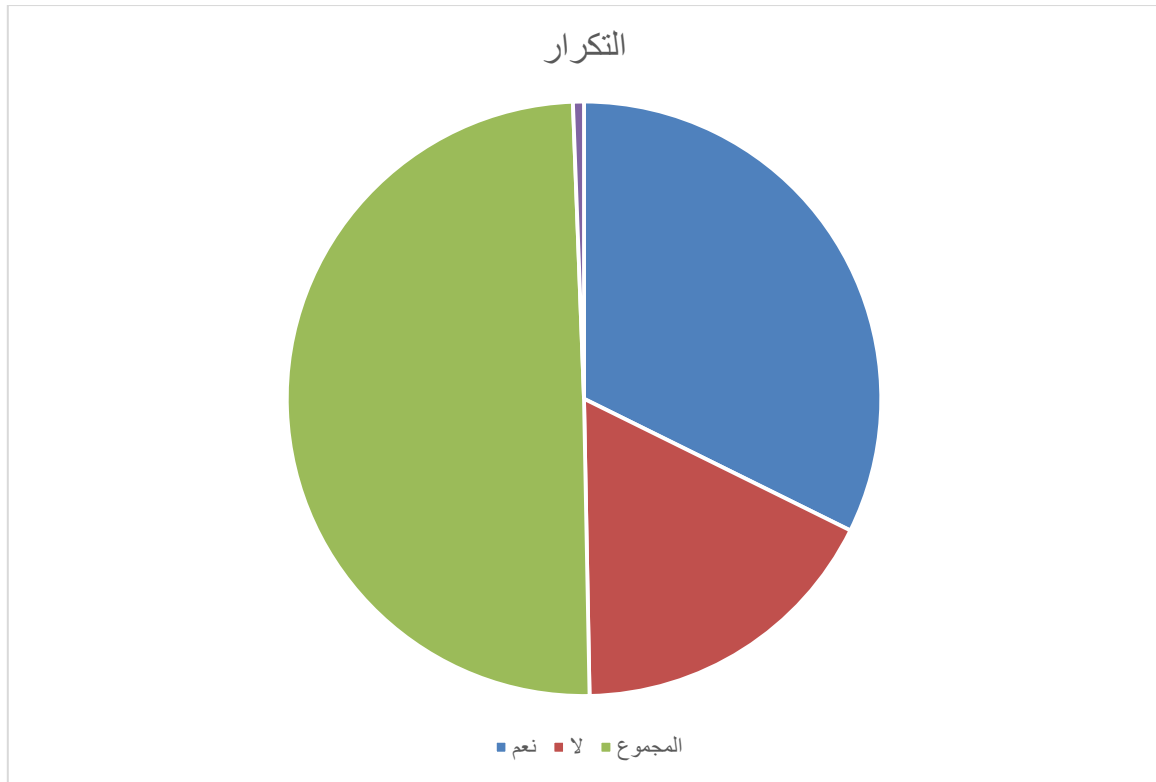
من هنا نستنتج ان هناك انقساماً متساوياً في اراء الطالبات حول الموضوع لذلك تكون هناك اختلافات كبيرة في جودة المعلومات المقدمة بين برنامج و اخ، فانسبة الأولى (%50) من

الطالبات تعتقد أن الوقت المخصص في البرامج الرياضية كافٍ لاكتساب المعلومات الرياضية المطلوبة. هذه النسبة تعني أن نصف العينة المستجوبة من الطالبات تجد أن البرامج الرياضية الحالية تلبى احتياجاتهن التعليمية والمعرفية في مجال الرياضة.، و من الممكن أن تكون البرامج الرياضية التي يشاهدنها مصممة بشكل جيد، وتغطي محتويات مفيدة بطريقة تمكن الطالبات من الاستفادة منها على أكمل وجه. قد يعكس هذا أيضًا رضاهن عن أسلوب تقديم المحتوى وطريقة سرد المعلومات، حيث يكون الوقت المخصص لكل برنامج كافيًا للشرح والتحليل الرياضي.

أما النسبة الثانية (50%) من الطالبات تعتقد أن البرامج الرياضية لا توفر الوقت الكافي لاكتساب واستيعاب المعلومات، هذه النسبة تشير إلى أن نصف العينة الأخرى غير راضية عن الوقت المخصص في البرامج الرياضية، وقد يشعرون أن المحتوى غير مفصل أو أن الوقت المتاح غير كافٍ لتغطية المواضيع بشكل معمق. قد تكون هذه النتيجة إشارة إلى أن بعض البرامج الرياضية تركز على أحداث سريعة دون الخوض في تفاصيل كافية، أو أن الوقت المتاح لكل برنامج محدود جدًا لتقديم معلومات شاملة. من المحتمل أن الطالبات اللواتي يرين أن الوقت غير كافٍ يحتجن إلى تغطية أوسع أو شرح أعمق للمواضيع الرياضية التي يتم تناوله.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	65	%65
لا	35	%35
المجموع	100	%100

الجدول (14): يمثل ارتباط اهداف البرامج الرياضية باحتياجات وميول الطالبات



الشكل (14): يمثل ارتباط اهداف البرامج الرياضية باحتياجات وميول الطالبات

يتبين من خلال الجدول و الشكل أعلاه ان نسبة 65% من طالبات جامعة الجزائر3 ترى ان اهداف البرامج الرياضية مرتبط باحتياجاتك و نسبة 35% ترى ان البرامج الرياضية غير مرتبطة بميولها و احتياجاتها.

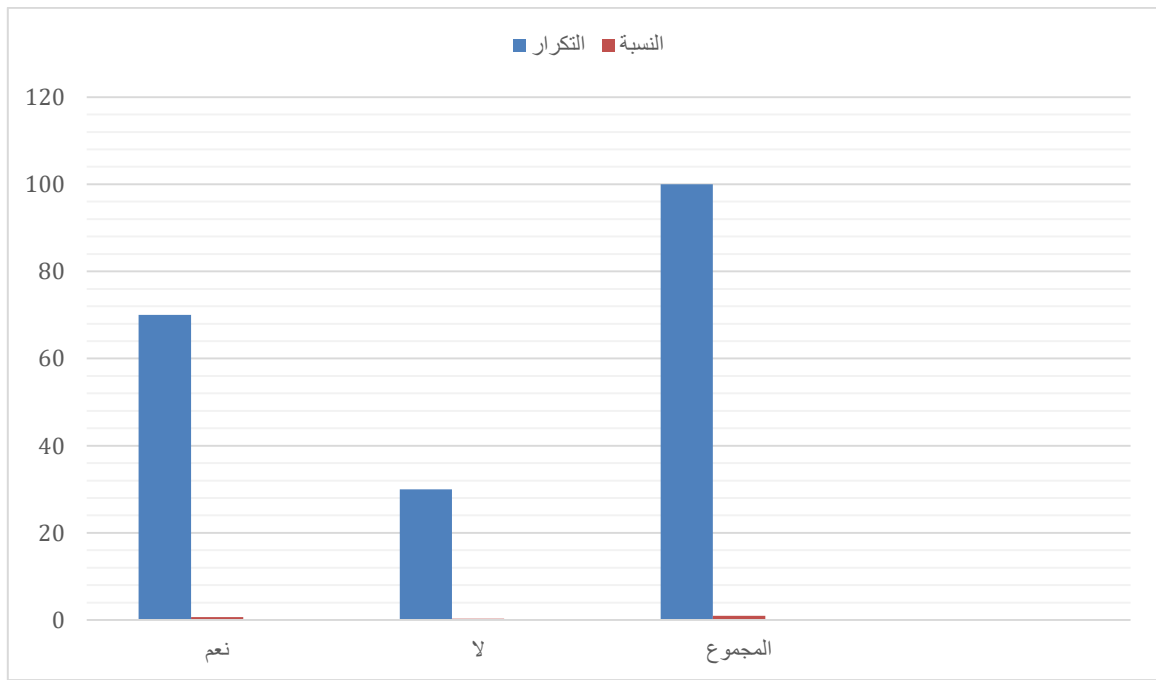
الغالبية العظمى من الطالبات (65%) تشعر بالرضا تجاه البرامج الرياضية هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن غالبية الطالبات راضيات عن المحتوى الرياضي المقدم على القنوات الرياضية. إذ يشعرن أن البرامج تغطي بشكل كافٍ الأنشطة والأحداث الرياضية التي تهمن، و البرامج الرياضية المقدمة على القنوات الرياضية يبدو أنها تواكب احتياجات الطالبات من حيث تغطية المباريات والأنشطة التي تهمن. قد تكون هذه البرامج تركز على الفرق أو الرياضات التي تلقى شعبية واسعة بين الطالبات. هذا الارتباط يعكس تفهم القنوات الرياضية لميول الجمهور وتقديم محتوى متناسب مع رغباتهم. فالطالبات يفضلن متابعة البرامج التي تلبى تطلعاتهن وتعرض المباريات والأحداث المهمة بالنسبة لهن. يشير هذا الارتفاع في نسبة الإجابة بـ”نعم” إلى أن البرامج الرياضية توفر بالفعل فرص متابعة للمباريات والأنشطة على مدار العام، وهو ما يتطابق مع رغبة الطالبات في الاستمرار في متابعة الأحداث الرياضية بشكل مستمر.

أم النسبة الثانية 35% من الطالبات ترى أن البرامج الرياضية لا ترتبط بميولهن واحتياجاتهن ، هذه النسبة تعكس وجود شريحة معتبرة من الطالبات تشعر بأن البرامج الرياضية لا تلبى اهتماماتهن الشخصية أو لا تغطي الرياضات أو الأنشطة التي تفضلن متابعتها. قد تكون هذه الطالبات يبحثن عن تنوع أكبر في المحتوى الرياضي أو أن البرامج التي يشاهدنها لا تغطي الرياضات التي يرغبن في متابعتها بشكل كافٍ. قد تكون البرامج تركز بشكل مفرط على بعض الرياضات الشائعة مثل كرة القدم، بينما تفنقر إلى تغطية أنشطة أو رياضات أخرى قد تكون مفضلة لدى شريحة من الطالبات، مثل رياضات النساء أو الألعاب الفردية. هذه النسبة تشير إلى وجود فجوة في تلبية ميول جميع المشاهدين، مما يعني أن هناك فرصة لتحسين أو توسيع نطاق البرامج الرياضية المقدمة.

5.

النسبة	التكرار	الإجابة
%70	70	نعم
%30	30	لا
%100	100	المجموع

الجدول(15): يمثل مدى تمكن مقدمي البرامج الرياضية في إيصال المعلومات الرياضية



الشكل(15): يمثل مدى تمكن مقدمي البرامج الرياضية في إيصال المعلومات الرياضية

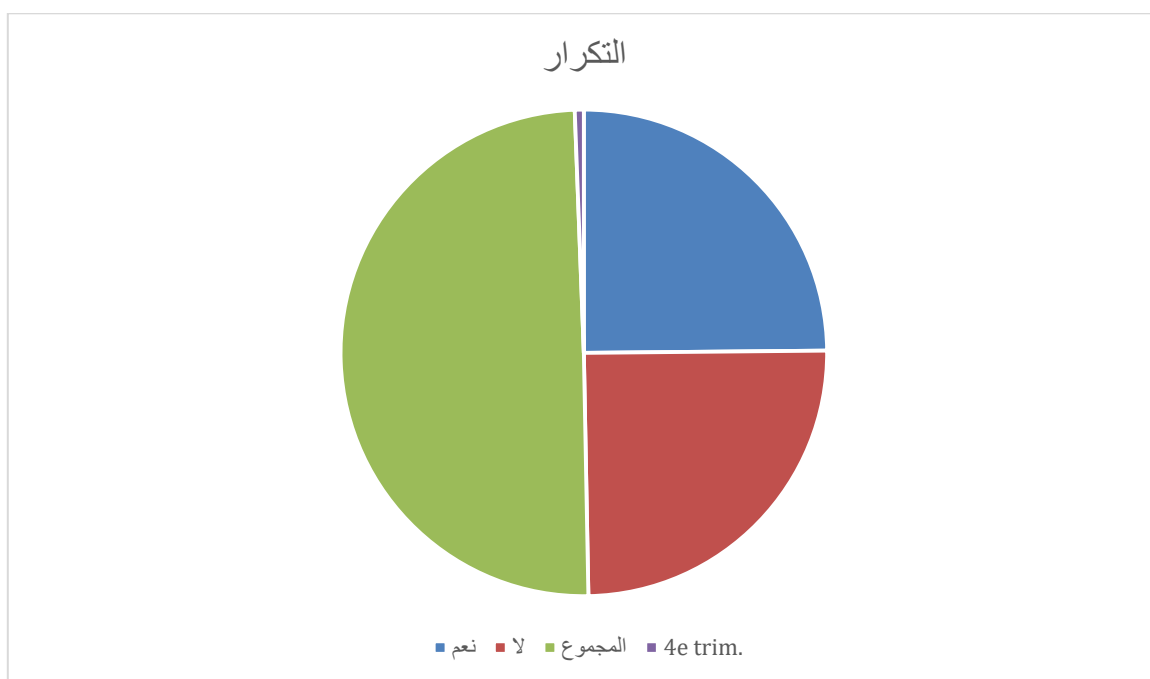
من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن %70 من طالبات جامعة الجزائر3 يرون ان مقدمي البرامج الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في إيصال المعلومات بينما %30 من

الطالبات لا يرون أن الصحفيين يستخدمون أسلوب واضح في إيصال المعلومات. نستنتج أن الأغلبية (70%) من الطالبات تعتقد أن مقدمي البرامج الرياضية يتمتعون بالقدرة على إيصال المعلومات الرياضية بشكل واضح وسلس. هذه النسبة المرتفعة تشير إلى كفاءة مقدمي البرامج في توصيل المعلومات بطريقة سهلة ومفهومة و أسلوب العرض قد يكون مباشرًا، ويعتمد على الشرح التفصيلي والوضوح في تقديم الحقائق والتحليلات الرياضية، من المحتمل أن مقدمي البرامج يستخدمون لغة بسيطة، ومصطلحات رياضية مألوفة للطالبات، ما يجعل المعلومات سهلة الفهم والاستيعاب. هذا يشير أيضًا إلى أن معظم الطالبات يعتمدن على هذه البرامج كمصدر رئيسي لفهم الأحداث الرياضية وتفاصيل المباريات والتحليلات الفنية.

بالإضافة إلى الأقلية (30%) من الطالبات تعتقد أن مقدمي البرامج الرياضية لا يستخدمون أسلوبًا واضحًا أو فعالًا في إيصال المعلومات الرياضية. هذه النسبة تشير إلى وجود فئة من الطالبات تشعر أن الأسلوب المتبع في البرامج الرياضية غير كافٍ لتوصيل المعلومات بشكل دقيق، ربما بسبب استخدام مصطلحات تقنية معقدة، أو قد تكون البرامج تفتقر إلى التوضيح الكافي أو الشرح التفصيلي. يمكن أن يكون أسلوب التقديم السريع أو الافتقار إلى الأمثلة العملية والتوضيحات سببًا في عدم قدرة بعض الطالبات على فهم المحتوى الرياضي بالشكل المطلوب، من الممكن أن هذه الطالبات بحاجة إلى أسلوب أكثر تنظيمًا أو تقديمًا أكثر تفصيلاً للمعلومات، خاصة إذا كانت البرامج تعتمد بشكل مفرط على التحليل السريع دون التعمق في التفاصيل.

النسبة	التكرار	الاجابة
%50	50	نعم
%50	50	لا
%100	100	المجموع

الجدول(16):يمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات



الشكل(16):يوضح مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات

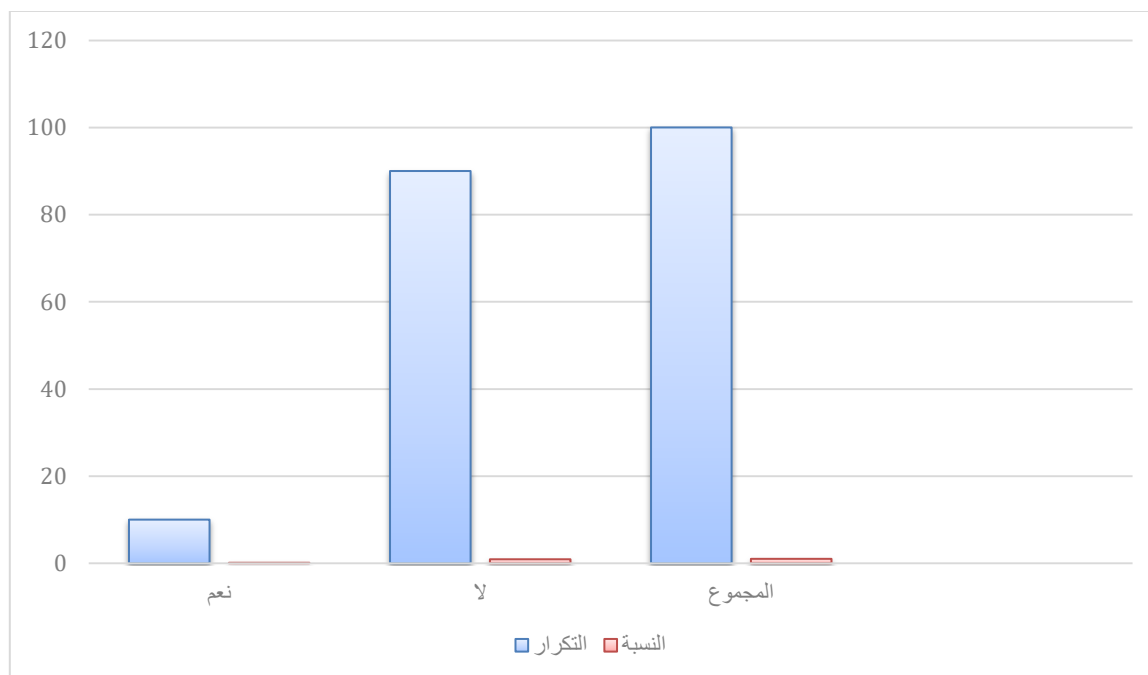
من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن %50 من طالبات جامعة الجزائر3 يرون أن القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية الرياضية ، بينما %50 يرون أن القنوات

الرياضية لا تساهم في ثقافتهم الرياضية. نستنتج أن التساوي في الآراء بين الطالبات اللواتي يرين أن القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية وبين اللواتي لا يرين ذلك يعكس وجود تباين في مصادر المعرفة الرياضية المفضلة لدى الطالبات فالنسبة الأولى التي تمثل 50% من الطالبات يرين أن القنوات الرياضية تساهم في الثقافة الرياضية • نصف الطالبات يعتقدن أن القنوات الرياضية تلعب دورًا إيجابيًا في تعزيز ثقافتهن الرياضية. هذه النسبة تعكس أن القنوات الرياضية تقدم محتوى يجذب انتباه الطالبات، ويساهم في توسيع معرفتهن حول الرياضة. قد يتضمن ذلك عرض نماذج نسائية ناجحة في الرياضة، مما يشكل حافزًا للطالبات لممارسة الرياضة وتطوير اهتمامهن بالرياضة، القنوات الرياضية ربما تركز على تقديم معلومات مفيدة حول الأحداث الرياضية، التكتيكات، التحليلات، والقوانين الرياضية، ما يجعلها مصدرًا هامًا للطالبات الراغبات في اكتساب معرفة عميقة في هذا المجال، و من الممكن أيضًا أن الطالبات يجدن أن القنوات الرياضية توفر تغطية شاملة لمختلف الرياضات، مما يمنحهن الفرصة للتعرف على رياضات جديدة وتوسيع أفقهن الرياضي.

أما النصف الآخر من الطالبات لا يعتقدن أن القنوات الرياضية تساهم بشكل فعال في زيادة ثقافتهن الرياضية، ويعتمدن بدلاً من ذلك على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. هذه النسبة تشير إلى أن مصادر المعلومات التقليدية كالقنوات الرياضية لا تعد المصدر الأساسي للمعرفة الرياضية بالنسبة لبعض الطالبات. قد يفضلن مصادر أكثر حداثة وتفاعلاً مثل مواقع التواصل الاجتماعي، التي توفر لهن محتوى مخصصًا أو متنوعًا بشكل أكبر لطالبات اللواتي يعتمدن على الإنترنت قد يجدن أن المواقع الإلكترونية والكتب تمنحهن قدرة أكبر على البحث عن المعلومات التي تناسب احتياجاتهن الشخصية، بما في ذلك التحليل المعمق أو الأخبار الحديثة حول رياضات معينة.، ربما تشعر هذه المجموعة من الطالبات أن القنوات الرياضية تركز بشكل كبير على الرياضات الجماهيرية مثل كرة القدم، ولا تقدم محتوى كافٍ حول رياضات أخرى أو جوانب معينة من الثقافة الرياضية التي تهمن.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	10	%10
لا	90	%90
المجموع	100	%100

الجدول(17): يمثل دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية اكتساب الرشاقة و الجمال البدني



الشكل(17): يوضح دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية اكتساب الرشاقة و الجمال البدني

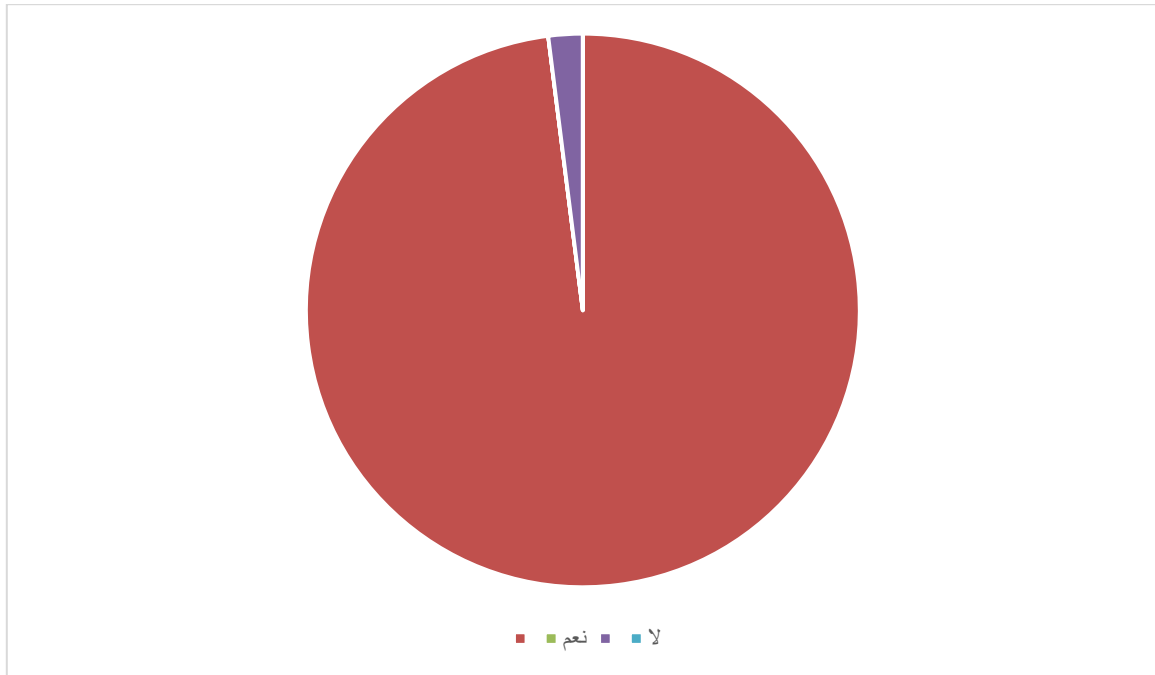
من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن الاغلبية العظمى من طالبات جامعة الجزائر3 و التي قدرت نسبتهم ب %90 يرون ان القنوات الرياضية لا توضح للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة و الجمال البدني في حين %10 من الطالبات يرون عكس ذلك.

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى 90% من طالبات كلية علوم الاعلام و الاتصال جامعة الجزائر 3 يرون أن القنوات الرياضية لا تقدم محتوى كافٍ حول كيفية اكتساب الرشاقة والجمال البدني. فيعتبر هذا الرأي مؤشراً على نقص في نوع معين من المحتوى على القنوات الرياضية، وهو المحتوى الذي يركز على صحة المرأة وجمالها ولياقتها البدنية ، ممكن ان تتوقع الطالبات من القنوات الرياضية تقديم برامج أو فقرات خاصة تستهدف المرأة وتقدم نصائح حول التغذية والتمارين الرياضية المناسبة. وقد تركز القنوات الرياضية بشكل أكبر على الأداء الرياضي للمحترفين، وتغفل الجانب الصحي والجمالي للرياضة بالنسبة للمرأة العادية. قد تقدم القنوات الرياضية صوراً نمطية عن المرأة الرياضية، مما يجعل العديد من النساء يشعرن بأنهن غير قادرات على تحقيق هذه الأهداف. قد يفتقر البرامج الرياضية إلى خبراء في مجال اللياقة البدنية والصحة النسائية لتقديم نصائح دقيقة ومفيدة. عكس الرأي الأقلية التي تمثل 10% أن هناك بعض البرامج أو المحتويات التي قد تكون مفيدة ولكن لا تصل إلى الجمهور بشكل كافٍ أو ليست معروفة على نطاق واسع. قد تكون هناك بعض البرامج المتخصصة أو المحتويات التي تقدم معلومات مفيدة لكن لم يتم التعرف عليها من قبل الأغلبية و من الممكن أن تكون القنوات الرياضية بحاجة إلى تحسين كيفية تسويق أو تقديم هذه البرامج لتكون أكثر وصولاً وتأثيراً و أخيراً يمكن للقنوات الرياضية تحسين محتواها لتلبية احتياجات الطالبات بشكل أفضل وتعزيز المعلومات حول كيفية تحقيق الرشاقة والجمال البدني.

8.

النسبة	التكرار	الإجابة
%98	98	نعم
%2	2	لا
%100	100	المجموع

الجدول (18): يمثل مدى استفادة الطالبات من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي في حياتهم اليومية.



الشكل (18): يوضح مدى استفادة الطالبات من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي في حياتهم اليومية.

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن غالبية الطالبات و التي قدرت نسبتهم ب98% يستفيدون من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي في حياتهم اليومية بينما 2% من الطالبات لا يستفيدون من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي .

تشير النسبة العالية 98% إلى أن الإعلام الرياضي له تأثير كبير وإيجابي على حياة الطالبات اليومية. هذا يشير إلى أن المحتوى الذي يقدمه الإعلام الرياضي يعتبر مفيداً وقيماً للغالبية العظمى من الطالبات. يبدو أن المعلومات التي يقدمها الإعلام الرياضي تساعد الطالبات في تكوين اهتماماتهن ومعارفهن حول الرياضة واللياقة البدنية، مما يعزز من فهمهن وتفاعلهن مع هذه المواضيع ويشير هذا إلى أن المحتوى الرياضي لا يقتصر فقط على تغطية الأحداث الرياضية بل يمتد ليؤثر إيجابياً في جوانب متعددة من حياة الطالبات، مثل تعزيز الوعي بالصحة، تشجيع النشاط البدني، وتوفير معلومات قد تكون مفيدة في تحسين جودة حياتهن.

اما نسبة الـ 2% التي لا تستفيد من المعلومات قد تكون ناتجة عن عدة عوامل، مثل عدم اهتمامهن بالرياضة، أو عدم توافق المحتوى مع احتياجاتهن الشخصية، أو صعوبة في الوصول إلى المعلومات المقدمة. فمن المهم فهم أسباب عدم استفادة هذه النسبة من المحتوى المقدم لتحسين فعالية الرسائل الإعلامية وتلبية احتياجات جمهور أوسع. يظهر أن الإعلام الرياضي يلعب دوراً مهماً في تشكيل اهتمامات الطالبات، مما يعكس تأثيراً إيجابياً على فهمهن وتقديرهن للرياضة.

كما يلعب الإعلام الرياضي دوراً في توسيع معرفة الطالبات حول جوانب مختلفة من الرياضة، وهو ما يمكن أن يعزز من وعيهن في مختلف الجوانب

المبحث الثاني: نتائج العامة للدراسة

- رغم التطور التكنولوجي السريع وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، لا يزال التلفزيون يحتفظ بمكانته كوسيلة إعلامية رئيسية في المجتمع. ويعود ذلك إلى سهولة استخدامه وانتشاره الواسع في المنازل، مما يجعله المصدر الأول للعديد من الأفراد للحصول على الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث الجارية.
- للإعلام الرياضي التلفزيوني دور فعال في نشر الثقافة الرياضية لدى المرأة
- ان القنوات الرياضية تحظى بشعبية كبيرة لدى النساء، عكس الاعتقاد السائد بأنها مخصصة للرجال فقط. هذا يدل على أن اهتمام النساء بالرياضة يتزايد، وأن القنوات الرياضية تلعب دورًا هامًا في تلبية هذا الاهتمام وتزويدهن بالمعلومات والتحليلات الرياضية.
- يلجأ المشاهدون للقنوات الرياضية لمعرفة أحدث المستجدات في عالم الرياضة، بدءًا من مواعيد وإمكانات الأحداث الرياضية ووصولًا إلى نتائج المباريات. وتوفر هذه القنوات تغطية شاملة للأحداث الرياضية من خلال برامج متخصصة و نشرات إخبارية دورية.
- تساهم القنوات الرياضية في تعزيز الثقافة الرياضية لدى جميع أفراد المجتمع، بما في ذلك النساء. فمن خلال تقديم معلومات شاملة عن مختلف الرياضات واللاعبين والأحداث، تساهم هذه القنوات في توسيع آفاق المشاهدين الرياضية.
- رغم إسهام القنوات الرياضية في تعزيز الثقافة الرياضية، إلا أنها تفتقر إلى تقديم برامج متخصصة تساعد النساء على اكتساب الرشاقة وتحسين لياقتهن البدنية. وهذا يمثل ثغرة في المحتوى المقدم، حيث لا تقدم هذه القنوات برامج تدريبية أو نصائح غذائية للمرأة الرياضية.
- يلعب الإعلام الرياضي دورًا حاسمًا في زيادة الوعي الرياضي لدى المرأة من خلال توفير برامج تستهدف اهتماماتها وتطلعاتها، بالإضافة إلى توفير مقدمين يتمتعون بخبرة واسعة في مجال الرياضة قادرين على تحفيز الجمهور النسائي.

الخاتمة:

في خضم التحولات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها العالم، برز دور الإعلام كقوة مؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات. وفي مجال الرياضة، لعب الإعلام الرياضي التلفزيوني دوراً محورياً في تعزيز الثقافة الرياضية لدى مختلف شرائح المجتمع، بما في ذلك المرأة. و لذلك يعتبر الإعلام الرياضي التلفزيوني من خلال برامجه ومواضيعه المقترحة وسيلة فعالة لتعزيز الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع، وخاصة النساء. وتأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الإعلام الرياضي في نشر الوعي بأهمية ممارسة الرياضة بين النساء، ومن خلال عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، تم التوصل إلى أن الإعلام الرياضي التلفزيوني له دور كبير في نشر الوعي الرياضي وتعزيز الثقافة الرياضية لدى المرأة. حيث أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج الرياضية التلفزيونية التي تستهدف المرأة تساعد في تعزيز معرفتها بأهمية الرياضة وتوجيهها نحو أنماط حياة صحية ونشطة. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن اعتبار الإعلام الرياضي أداة لتعزيز المشاركة الرياضية النسوية وكسر الصورة النمطية التي تحصر الرياضة في الذكور. كما أن وجود إعلام رياضي يعرض إنجازات النساء الرياضيات ويسلط الضوء على قصص نجاحهن، يلعب دوراً مهماً في تحفيز المزيد من الفتيات والنساء على الانخراط في الرياضة. لذلك، فإن هذه الدراسة تدعو إلى تعزيز إنتاج و بث البرامج الرياضية التلفزيونية الموجهة للنساء، وذلك لزيادة وعي المرأة بأهمية الرياضة وتحقيق التكافؤ بين الجنسين في المجال الرياضي.

في الأخير نرجو أن يكون هذا البحث قد ساهم ولو بقدر قليل في معالجة هذا الموضوع الذي نسعى من خلاله تسليط الضوء على وظائف جد هامة للإعلام الرياضي المرئي كما نتمنى أن يتم إعادة الإعتبار للإعلام الرياضي وإعادة النظر في مضمون برامجه من خلال إدراج المواضيع ذات البعد التثقيفي وذلك لخدمة المجتمع.

قائمة الأمر اجمع

قائمة المراجع:

الكتب و المجلات:

- اخلاص محمد عبد الحفيظ و باهي مصطفى حسين ، الاجتماع الرياضي ، القاهرة،مركز الكتاب للنشر،ط1، 2000.
- خضور اديب: الاعلام الرياضي ، دمشق، دراس علمية للتحليل الرياضي في الصحافة الاذاعة و التلفزيون،1994.
- اسماعيل محمود حسن ، مناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2011 .
- التائب مسعود حسين ، البحث العلمي وقواعده إجراءاته ، مناهجه ، المكتب العربي للمعارف،ط1، ليبيا ، 2018 .
- الحمامي محمد، الاعلام التربوي و استثمار أوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة،2006
- امين الخولي،محمود عدنان، المعرفة الرياضية،القاهرة، دار الفكرالعربي،ط1،1999.
- الدعيلج ابراهيم عبد العزيز، مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان2010.
- الداليمي عبد الرزاق ، الاعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع،الأردن ،دط، عمان،2015.
- الشافعي حسن احمد ،الاتصال في التربية البدنية و الرياضية، الاسكندرية،دار الوفاء للدنيا الطباعة و النشر، ط 1،2005
- العمري نادية شريف ، اضواء على الثقافة الاسلامية ، مؤسسة الرسالة ،دط، 2001

- الهادي عيسى و لاوسين سليمان ،الاعلام الرياضي التربوي، دار الكتاب الحديث، القاهرة،ط1،2013.
- الهنداوي أيمن محمد، برامج التلفزيون المصري الرياضية ، دار الوفاء ،ط1،الاسكندرية،مصر،2004
- امام ابراهيم ،الاعلام الاذاعي و التلفزيون، مصر ، دار الفكر العربي، ط2
- امام نشوى ابراهيم، تأثير الاعلام الرياضي المدرسي،دط، القاهرة،2003
- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر،2004
- بدوي حافظ هناء : الاتصال بين النظرية و التطبيق، الاسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، كتب الجامعي الحديث،دط،1988
- بن فارس أحمد ، معجم مقاييس اللغة، دار الجيل، ج11،1999
- بن مرسللي أحمد ، الأسس العلمية لبحوث الإعلام و الاتصال، الورسم للنشر و التوزيع، ط1،2013
- بوجلال عبد الله ،الاخبار التلفزيونية للجمهور و المشاهدين ،الجزائر،1992
- در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، دار المنظومة، الجزائر، ع9، 2017
- دياب رزق، مناهج البحث العلمي ، دار اليازوري العلمية ، ط1 ، فلسطين , 2003
- روي ديفيد ،ترجمة هدى فؤاد ، الرياضة و الثقافة و الاعلام الثالث الصعب،ط1،القاهرة،مجموعة النيل العربية،2006
- شحاتة محمد ابراهيم ،الثقافة الرياضية، المكتبة المصرية للطباعة و النشر ، الاسكندرية،دط،2004
- عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتب ، ط1،2000
- عطاء حسين و العويس خير الدين علي ،الاعلام الرياضي،القاهرة، دار الكتاب للنشر،1998
- علي نبيل ،العرب و عصر المعلومات،القاهرة،2001

- عليان ربحي و غنيم عثمان , مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق) , دار صفاء للنشر و التوزيع , ط1 , عمان, 2000
- فضل ياسين، ياسين ،الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن عمان ،2015، دط
- كنعان علي عبد الفتاح ، الاعلام الرياضي ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان، 2014
- لبيب سعد، الاذاعة المحلية و دورها في التغيير الثقافي، مقال عن الاذاعة الصوتية بالوطن العربي، تونس، 1985

الرسائل و الاطروحات الجامعية:

- الهادي عيسى ، البرامج الرياضية التلفزيونية و اثرها على نشر الوعي الرياضي،شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية،كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر 2007-2008
- بخاري فتحي ،مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة،مذكرة لنيل ماجستير ، جامعة عبد الحميد بن باديس،مستغانم، الجزائر، 2003
- جرمون علي،محاولة لاقتراح خطة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية، تخصص اعلام رياضي،عين الدفلى،2007-2008
- حرز الله علي،الاعلام الرياضي من خلال التلفزة الوطنية،مذكرة لنيل شهادة ليسانس في التربية البدنية و الرياضية،جامعة بسكرة ،1993
- راجحي صابر ، تاثير الاعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية و الرياضية ، كليةالعلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة بسكرة ،2011-2012

- عروي عبلة منية، دور الاعلام التلفزيوني للقناة الجزائرية الاولى في نشر الثقافة الرياضية و توجيه الطلبة نحو التخصص الرياضي التربوي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية و الرياضية ، معهد العلوم و التقنيات و النشاطات البدنية و الرياضية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة 2014.
- فروق احمد، الاعلام الرياضي و علاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم و الخاصة باقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان، 2002
- مصطفى، تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر 3 ، 2012،

الجرائد و المواقع الالكترونية:

- لبيب سعد ، الاذاعة المحلية و دورها في التغيير الثقافي، مقال عن الاذاعة الصوتية بالوطن العربي، تونس، 1985
 - مؤنس برهان، استعراض دور الاعلام في تشجيع المرأة على ممارسة الرياضة، جريدة البيان الرياضي اون لاين.
- <http://www.albayan.ae/sports/all-games/2012-04-12-1.162953,20-05-2024,19:00>
- Mkleit.wordpress.com, 01-06-2012, consulté le 20-06-2024,18:00

باللغة الاجنبية:

- Emma Kavanagh , Chelsea Litchfield , and Jaquelyn Osborne ,Sporting women and social media: sexualization , misogyny , and genderbased violence in online spaces. International journal of sport communication ,
<https://journals.humankintics.com/>2 August 2024 , at 22:26.
- Petit la rouse 1994.

الملاحق



المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام
ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE JOURNALISME
& DES SCIENCES DE L'INFORMATION D'ALGER

استمارة استبيان

تحية و بعد:

في إطار تحضير مذكرة التخرج المندرجة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص صحافة و اتصال رياضي بقسم الصحافة تحت عنوان:

دور الاعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة

الرياضية لدى المرأة

دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية علوم الإعلام و الاتصال بجامعة

الجزائر 3

خلال الفترة الممتدة من 11 أفريل الى 16 ماي

إشراف الاستاذة

إعداد الطالبة :

تيماجر ناريمان

بن عنتر منار

قمنا بتحضير هذا الاستبيان الذي نأمل بالإجابة عليه بكل موضوعية و دقة، علما أن إجابتكم تحظى بالسرية التامة و تستخدم للغرض العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2024/2023

الاجابة تكون بوضع (x) في الخانة المناسبة:

المحور الاول: البيانات الشخصية:

1. الحالة العائلية :

متزوجة

عزباء

2. السن:

27 فأكثر

23-26 سنة

19-22 سنة

3. السنة الدراسية :

سنة أولى ليسانس

سنة ثانية ليسانس

سنة ثالثة ليسانس

سنة أولى ماستر

سنة ثانية ماستر

المحور الثاني:

1. هل تشاهدين التلفزيون؟

نادرا

أحيانا

يومية

2. هل تشاهدين التلفزيون في عطلة الصيف لساعات طويلة؟

لا

نعم

3. هل تشاهدين اكثر من قناة تلفزيونية في اليوم؟

لا

نعم

4. هل تشاهدين قنوات رياضية؟

نعم لا

5. اذا كنت تشاهدين البرامج الرياضية كم ساعة تشاهدين؟

اقل من ساعة اقل من ساعتين اكثر من ساعتين

6. ماهي البرامج الرياضية التي تفضلين مشاهدتها؟

الاخبار الحصص المباريات

7. ماهي افضل الاوقات التي تشاهدين فيها التلفزيون خلال اليوم؟

الصباح منتصف النهار الليل

المحور الثالث:

1. هل تحبين مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية؟

نعم لا

2. هل البرامج الرياضية التي تشاهديها؟

أجنبية محلية

3. هل البرامج الرياضية تقدم لك معلومات مفيدة؟

نعم لا

4. هل وقت البرامج الرياضية كاف لاكتساب و استيعاب المعلومات الرياضية؟

نعم لا

5. هل أهداف البرامج الرياضية مرتبطة باحتياجاتك؟

نعم لا

6. من يقدمون في القنوات الرياضية يستخدمون أسلوب واضح في توصيل المعلومات؟

نعم لا

7. هل تساهم القنوات الرياضية في ثقافتك الرياضية؟

نعم لا

8. هل توضح القنوات الرياضية للمرأة كيفية اكتساب الرشاقة و الجمال البدني؟

نعم لا

9. هل تستفيدين من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي في حياتك اليومية؟

نعم لا

فهرس المحتويات:

01.....	الإهداء
02	الشكر والعران
03.....	ملخص الدراسة
05.....	خطة الدراسة
08.....	مقدمة
10	الإطار المنهجي
12.....	الإشكالية
13.....	تساؤلات الدراسة
14.....	أسباب اختيار الموضوع
15.....	أهداف الدراسة
15.....	أهمية الدراسة
16.....	منهج الدراسة
17.....	أداة الدراسة
19.....	مجتمع البحث
19.....	عينة الدراسة
19.....	حدود الدراسة
20.....	الدراسات السابقة
25.....	المفاهيم والمصطلحات
30.....	الإطار النظري
31	الفصل الأول: الإعلام الرياضي مفاهيم وأبعاد

المبحث الأول: الإعلام الرياضي مفهومه، مراحل تطوره، و خصائصه.....	38
المبحث الثاني: أهمية و أهداف الإعلام الرياضي.....	45
المبحث الثالث: الوظائف الأساسية للإعلام الرياضي.....	45
الفصل الثاني: الإعلام الرياضي التلفزيوني الجزائري.....	48
المبحث الأول: تعريف الإعلام الرياضي التلفزيوني وواقعه في الجزائر.....	50
المبحث الثاني: عوامل تفوق الإعلام الرياضي التلفزيوني على باقي وسائل الإعلام.....	52
المبحث الثالث: المشاكل الناجمة عن الإعلام الرياضي التلفزيوني.....	53
الفصل الثالث: المرأة والثقافة الرياضية.....	54
المبحث الأول: تعريف ثقافة الرياضة، مكوناتها، أهميتها، و مجالاتها.....	70
المبحث الثاني: الاتجاهات المعاصرة للثقافة الرياضية وواقعه لدى المرأة.....	75
المبحث الثالث: دور الاعلام الرياضي تلفزيوني الجزائري في تعزيز الثقافة الرياضية للمرأة.....	76
الإطار التطبيقي.....	80
المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات.....	88
المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة.....	89
خاتمة.....	93
قائمة المراجع.....	94
الملاحق.....	100
فهرس المحتويات.....	104
فهرس الجداول.....	105

فهرس الجداول و الأشكال:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل الحالة العائلية لأفراد عينة البحث	54
02	يمثل أفراد عينة البحث حسب السن.	54
03	يمثل السنة الدراسية لطالبات كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3	55
04	يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون لطالبات كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3	58
05	يمثل نسبة مشاهدة التلفزيون في عطلة الصيف	60
06	يمثل نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية في اليوم	62
07	يمثل نسبة مشاهدة القنوات الرياضية	64
08	يمثل مدة مشاهدة البرامج الرياضية	66
09	يمثل البرامج الرياضية التي تفضلن طالبات كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 مشاهدته	66
10	يمثل نسبة مشاهدة الطالبات كلية العلوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 للتلفزيون خلال اليوم	67
11	يمثل حب طالبات جامعة الجزائر ثالثة لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية	67
12	يمثل نوع البرامج الرياضية التي تشاهدها طالبات كلية علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر	68
13	يمثل وقت البرامج الرياضية الكافي لاكتساب واستيعاب المعلومات الرياضية	73
14	يمثل ارتباط أهداف البرامج الرياضية باحتياجات وميول طالبات	75
15	يمثل مدى تمكن مقدمي البرامج الرياضية في إيصال المعلومات	77

	الرياضية	
79	يمثل مساهمة القنوات الرياضية في الثقافة الرياضية لدى الطالبات	16
81	يمثل دور القنوات الرياضية في توضيح كيفية اكتساب الرشاقة والجمال البدني	17
89	يمثل مدى استفادة الطالبات من المعلومات التي يقدمها الاعلام الرياضي في حياتهم اليومية	18