



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم
معهد التربية البدنية والرياضية
قسم النشاط البدني الرياضي التربوي

بحث مقدم ضمن متطلبات نزيل شهادة الليسانس في علوم والتقنيات البدنية والرياضية

عنوان:

دور وسائل الاعلام (المكتوبة، السمعية، المرئية و الرقمية) في
نشر الثقافة الرياضية على تلاميذ المرحلة الثانوية (15-18) سنة

بحث وصفي اجري على تلاميذ الطور الثانوي (15-18 سنة) بلدية مستغانم

تحت اشراف:

-د/بن خالد الحاج

-إعداد الطالب:

-عبدي محمد

-قنفود جواد سايج

السنة الجامعية: 2023/2024

التشكرات

بسم الله الرحمن الرحيم وبه نستعين، الحمد لله الذي وفقنا في دراستنا وبلوغ غايتنا لانجاز هذا العمل المتواضع، نحمده حمدا يليق بجلاله وعظيم سلطانه.

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا).

ثم نشكر كل من منحنا ولو لحظة من وقته وأفادنا من تجاربه، بالأخص الأستاذ "بن خالد الحاج" الذي أشرف على تأطيرنا، ومتابعة مراحل عملنا، فكانت هذه المذكرة بمثابة الثمرة التي تبلور سنوات جهدنا.

كما نتقدم ببالغ شكرنا وتقديرنا وامتنانا إلى أساتذة معهد علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضة إلى موظفي وعمال الإدارة

إلى كل هؤلاء وكل من ساعدنا من بعيد أو من قريب في إنجاز هذا العمل

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا وحبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين
أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

من سهرت لأجلي وأضاعت طريقي، إلى من كانت سببا في وصولي لهذا المستوى أُمي الكريمة أطل الله في
عمرها.

إلى أبي الكريم أدام الله عمره ان شاء الله الذي كان
ومزال يكافح لأصل إلى أعلى مراتبي وإلى أعز ما أملك إخوتي

إلى كل أساتذتي أعزهم الله ورفع شأنهم
خاصة الدكتور المرشد "بن خالد الحاج" جزاه الله على تفانيه معنا في اتمام هذا البحث المتواضع.

عبدى محمد

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا وحبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين
أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

أعز ما تملك في الوجود الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما، أمي إحسانا و عرفانا وأبي تقديرا وإكراما
اللذان سهرا على رعايتي وتربيتي وتعليمي.

إلى كل أفراد العائلة صغيرا وكبيرا
و إلى كل الأساتذة والدكاترة تقديرا واحتراما.
و إلى كل الاصدقاء

قنفود جواد سايح

الملخص:

-هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ الطور الثانوي(15-18سنة) في بلدية مستغانم، ولتحقيق ذلك أجريت الدراسة على عينة قوامها (105) تلميذ، واستخدم الطالبان الباحثان المنهج الوصفي المسحي لملاءمته طبيعة وأهداف الدراسة، لغاية جمع البيانات تم إعداد أداة الدراسة وتم التأكد من صدقها وثباتها بعد أن خضعت للتحكيم، وبعد جمع البيانات تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) لتحليل النتائج.

-أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام تلعب دور ايجابي في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ طور الثانوي (ثانوية إدريس سنوسي-تيجديت)، وأظهرت نتائج الدراسة بأن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية. -وأوصى الطالبان الباحثان بعدة توصيات أهمها ضرورة الاهتمام بالثقافة الرياضية وتنمية الاتجاهات الإيجابية لدى الجماهير وكذا إجراء أبحاث ودراسات تحليلية ميدانية لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الرياضي في المجتمعات الجزائرية، بالإضافة إلى إنشاء وحدات تخصص في الإعلام الرياضي في كليات التربية الرياضية.

:Summary

- The study aims to identify the role of the media in the dissemination of sports culture among high school students (15-18 years old) in Mostaganem, to this end, the study was conducted on a sample of 105 pupils. The two student researchers used the survey descriptive curriculum to fit the nature and objectives of the study. Until the collection of the data, the study tool was prepared, verified and validated after arbitration. After the collection of the data, the statistical packages programme (SPSS) was used to analyse the results.
- The results of the study showed that the media play a positive role in the dissemination of sports culture among secondary students (Idriss Snoussi high school -Tejdit), and the results of the study showed that there is a statistically significant relationship between the media and its role in the dissemination of sports culture.
- The two student researchers suggested several recommendations, the most important of which was the need to take care of sports culture, develop positive attitudes among the public, and conduct field research and analysis of the media's role in disseminating culture and sports awareness in Algerian societies, as well as the establishment of specialized sports media units in sports education colleges.

فهرس المحتويات

أ.....	التشكرات
ب.....	إهداء
ت.....	إهداء
ث.....	المخلص:
ج.....	Summary:
ح.....	قائمة الأشكال

التعريف بالبحث

1.....	المقدمة:
3.....	1 - مشكلة البحث:
4.....	2- فرضيات الدراسة:
4.....	3- أهداف الدراسة:
4.....	4- أهمية الدراسة:
4.....	5- مصطلحات البحث:
4.....	1-5- الإعلام:
5.....	2-5- الثقافة:

الجانب النظري

الفصل الأول: وسائل الإعلام

11.....	1- مفهوم الإعلام:
11.....	2- التطور التاريخي لوسائل الإعلام:
12.....	3- دور الاعلام في نشر الثقافات:
13.....	4- مفهوم الإعلام الرياضي:
13.....	5- أهمية الاعلام الرياضي:
15.....	6- خصائص الإعلام الرياضي:
15.....	7- وظيفة الإعلام الرياضي:
15.....	8- أهداف الإعلام الرياضي:
16.....	9- مفهوم وسائل الإعلام:
16.....	10- تقسيم وسائل الإعلام:

الفصل الثاني:

الثقافة الرياضية

- 19 الثقافة الرياضية:
- 19 1-تعريف الثقافة الرياضية:
- 20 2-خصائص للثقافة الرياضية:
- 20 3- مجالات الثقافة الرياضية:
- 20 4- أهمية الثقافة الرياضية:

الجانب التطبيقي

الفصل الأول:

- 23 منهجية البحث وإجراءاتها الميدانية:
- 24 تمهيد:
- 24 1-منهج البحث:
- 24 2-مجتمع وعينة البحث:
- 24 3- مجالات البحث:
- 25 4-ضبط متغيرات البحث:
- 25 5-أدوات البحث:
- 26 6-الدراسة الاستطلاعية:
- 26 الصدق:

خلاصة الفصل:

الفصل الثاني:

- 29 عرض وتحليل النتائج ومناقشة:
- 29 تمهيد:
- 29 عرض تحليل ومناقشة النتائج الدراسة الفرضيات:
- 56 - مناقشة النتائج بالفرضيات:
- 56 -مناقشة الفرضية الأولى:
- 56 -مناقشة الفرضية الثانية:
- 57 -مناقشة الفرضية الثالثة:
- 58 -مناقشة الفرضية الرابعة:

58	الإستنتاجات : - وسائل الإعلام بأنواعها لديها تأثير إيجابي في نشر الثقافة الرياضية
59	خلاصة عامة:
60	الاقتراحات والتوصيات:
61	المصادر والمراجع:
64	الملاحق

قائمة الأشكال

صفحة:	العنوان:	الأشكال:
30	هل لك اهتمام بقراءة المقالات الرياضية في الوسائل الإعلامية المكتوبة؟	الشكل 01:
31	هل تؤثر وسائل الإعلام المكتوبة على معرفتك بالرياضة؟	الشكل 02 :
32	هل تشجعك وسائل الإعلام المكتوبة على ممارسة الرياضة ؟	الشكل 03 :
33	هل يمكن للصحف والمجالات الرياضية أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس؟	الشكل 04 :
34	هل تعتقد أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دورا في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية؟	الشكل 05 :
35	هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟	الشكل 06 :
36	هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر ايجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟	الشكل 07 :
37	هل تؤثر وسائل الإعلام السمعية على معرفتك بالرياضة؟	الشكل 08 :
38	هل تشجعك وسائل الإعلام السمعية على ممارسة الرياضة؟	الشكل 09 :
39	هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟	الشكل 10 :
40	هل تعتقد أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة؟	الشكل 11 :
41	هل تعتقد أن وسائل الإعلام السمعية تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟	الشكل 12 :
42	هل تعتقد أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة؟	الشكل 13 :

43	هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على في نشر الثقافة الرياضية؟	الشكل 14 :
44	هل تؤثر وسائل الإعلام المرئية على معرفتك بالرياضة؟	الشكل 15 :
45	هل تشجعك وسائل الإعلام المرئية على ممارسة الرياضة؟	الشكل 16 :
46	هل تعتقد أن البرامج الرياضية تساهم في زيادة الوعي الرياضي للجمهور؟	الشكل 17 :
47	هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارك للرياضات التي تمارسها أو تتابعها؟	الشكل 18 :
48	هل تعتقد أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة؟	الشكل 19 :
49	هل تستخدم وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة؟	الشكل 20 :
50	هل تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على معرفتك بالرياضة؟	الشكل 21 :
51	هل تشجعك وسائل الإعلام الرقمية على ممارسة الرياضة؟	الشكل 22 :
52	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصا أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة؟	الشكل 23 :
53	هل تعتقد أن وسائل الإعلام تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟	الشكل 24 :
54	هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها؟	الشكل 25 :
55	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني؟	الشكل 26 :

قائمة الجداول

27	يبين نتائج معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان	الجدول رقم (01):
29	هل لك اهتمام بقراءة المقالات الرياضية في وسائل الإعلام المكتوبة؟	الجدول رقم (02):
30	هل تؤثر وسائل الإعلام المكتوبة على معرفتك بالرياضة؟	الجدول رقم (03):
31	هل تُشجعك وسائل الإعلام المكتوبة على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (04):
32	هل يمكن للصحف والمجلات الرياضية أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس؟	الجدول رقم (05):
33	هل تعتقد أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دورًا في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية؟	الجدول رقم (06):
34	هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟	الجدول رقم (07):
35	هل لك اهتمام بمتابعة البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية؟	الجدول رقم (08):
36	هل تؤثر وسائل الإعلام السمعية على معرفتك بالرياضة؟	الجدول رقم (09):
37	هل تُشجعك وسائل الإعلام السمعية على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (10):
38	هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟	الجدول رقم (11):
39	هل تعتقد أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة؟	الجدول رقم (12):
40	هل تعتقد أن وسائل الإعلام السمعية تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟	الجدول رقم (13):
41	هل تعتقد أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (14):
42	هل تتابع بانتظام برامج الرياضة على التلفزيون؟	الجدول رقم (15):
43	هل تؤثر وسائل الإعلام المرئية على معرفتك بالرياضة؟	الجدول رقم (16):

44	هل تُشجعك وسائل الإعلام المرئية على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (17):
45	هل تعتقد أن البرامج الرياضية تساهم في زيادة الوعي الرياضي للجمهور؟	الجدول رقم (18):
46	هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارك للرياضات التي تمارسها أو تتابعها؟	الجدول رقم (19):
47	هل تعتقد أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (20):
48	هل تستخدم وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة؟	الجدول رقم (21):
49	هل تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على معرفتك بالرياضة؟	الجدول رقم (22):
50	هل تُشجعك وسائل الإعلام الرقمية على ممارسة الرياضة؟	الجدول رقم (23):
51	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصًا أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة؟	الجدول رقم (24):
52	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟	الجدول رقم (25):
53	هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها؟	الجدول رقم (26):
54	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني؟	الجدول رقم (27):
55	يوضح متوسط حسابي وانحراف معياري وقيمة "ت" وقيمة sig ودرجة الحرية	الجدول رقم (28):

التعريف بالبحث

التعريف بالبحث

المقدمة:

تعد وسائل الإعلام من أهم الأركان في أي مجتمع، وتزداد أهميتها يوماً بعد يوم في ظل التقدم السريع واكتشاف العالم للعديد من التطورات التي تغير بشكل جذري طريقة تفاعل الناس مع التكنولوجيا، مما يفتح آفاقاً جديدة للمجتمع البشري. وقد أثرت التكنولوجيا الحديثة بشكل مباشر على وسائل الاتصال الجماهيرية، وظهر هذا التأثير بشكل واضح على وسائل الإعلام، بما في ذلك الصحافة، كونها شكلاً من أشكال الاتصال، بالإضافة إلى تأثير التطور التكنولوجي على وسائل الإعلام الثقيلة مثل الإذاعة والتلفزيون. الرحمان، 1998، الصفحات (2014).

يشير الزيود (2013) إلى أن للإعلام دوراً هاماً في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع. فالإعلام ليس مجرد شعارات تتغير بتغير الأواء، بل هو مهنة ورسالة حقيقية، وهو عقل مفكر له هدف وغاية وصوت يخاطب عقول الرأي العام المسؤول. يغطي الإعلام كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع. وقد تزامن تطور وسائل الإعلام مع زيادة انتشار الرياضة، حيث ساهم الإعلام بأجهزته المقروءة والمسموعة والمرئية في التعر بالرياضة ونشر الثقافة الرياضية بين الناس. ومن هذا المنطلق، يكتسب الإعلام الرياضي أهمية كبيرة في حياة الإنسان ويعتبر الأساس الرئيسي في أي جهاز إعلامي. حيث أصبحت الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية مهمة في المجتمعات الحديثة. وقد حظي الإعلام الرياضي بالاهتمام الكبير والعناية الوافرة من قبل جميع وسائل الإعلام.

يعرف خير الدين وعطا (1998) الإعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية للجمهور، وشرح قواعد وأنظمة المسابقات والأنشطة الرياضية، بهدف نشر الثقافة الرياضية وتنمية الوعي الرياضي بين أفراد المجتمع. إن الإعلام الرياضي، قديماً وحديثاً، يشبه المدرسة، تتولى عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب، وحتى المؤسسات التعليمية في مراحلها المختلفة. يلعب الإعلام الرياضي دوراً معقداً في المجتمع، يتجلى بوضوح في تحسين مستوى الثقافة الرياضية لدى الجمهور، ورفع الوعي الرياضي لديهم، وتعريفهم بأهمية الرياضة في الحياة العامة والخاصة. شاكر وشحادة، (2009)

كما تنعكس أهمية الإعلام الرياضي والتقنوات الفضائية الرياضية في ضرورة إبقاء أفراد المجتمع على اطلاع بكافة الأحداث والتطورات التي تحدث في هذا المجال، بالإضافة إلى زيادة حركة المعلومات الرياضية ومصادرنا ونشرها. ونظراً للتقدم التكنولوجي في وسائل الإعلام مثل الأقمار الصناعية وانتشار شبكة الويب العالمية (الإنترنت)، فقد تشابك مجال الرياضة مع المجالات الأخرى سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية (فاروق، أحمد (2002)

التعريف بالبحث

عصر اليوم هو عصر التغيرات التكنولوجية السريعة التي تؤثر بشكل كبير على حياتنا. ونتيجة لهذا التطور، أصبح الجمهور الرياضي الجديد يطالب بالمزيد من البرامج الرياضية. تعتبر القنوات الفضائية وسيلة فعالة للاتصال الجماهيري ولها تأثير واضح على حياة الناس. اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية شهرة كبيرة في تغطية الأحداث الرياضية العالمية. شاكر وشحادة، (2009).

وأشار عصام الدين (2000) إلى أن الإعلام يعد من أهم وسائل الاتصال بين المجتمع وأفراد المجتمعات المتعددة، خاصة بعد التطور الواسع النطاق لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والرقمية حول العالم. يلعب الإعلام دور المربي والمرشد في أساليب التكوين الثقافي والتنمية في كافة جوانب المجتمع، كما أن توسع دور الإعلام الرياضي في إيصال المنافسات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور مجال جديد في عالم الرياضة. مجال علم الإعلام، فالإعلام المهني، أي الإعلام الرياضي، الذي بالإضافة إلى دوره في منع الأعمال الإرهابية، له أيضاً دور فريد ومهم، بما في ذلك نشر الأحداث الرياضية ونشر الثقافة الرياضية في أسرع وقت ممكن. العنف والفوضى أثناء الأحداث الرياضية.

ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تضم جميع وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية التي تنفرد باختصاصها بالمجال الرياضي ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضاً على إمكاناته المادية والبشرية وفرص الاستثمار بهذا المجال. (القضاء (1997).

تعتبر الرياضة وسيلة معاصرة لأداء مهام متنوعة، ونقل معلومات متنوعة، والتعبير عن مستويات التطور والتقدم التي يعيشها الوطن والمجتمع. ولذلك يصعب التمييز بين الرياضة والإعلام، وخاصة القنوات الفضائية التي تبث الأحداث الرياضية، فمشاهدة الرياضة ومعاشيتها موجودة في كل مكان. وفي العصر الحالي تطورت وجهات نظر جديدة حول الثقافة الرياضية ومكانة الرياضيين ومفهوم الرياضة كحدث أو كمشروع تجاري يهدف إلى الربح، كغيرها من الأحداث والمؤسسات. تحتكر هذه القنوات الفضائية الرياضية حقوق بث الأحداث الرياضية، أو الترويج للأحداث أو البطولات الرياضية، وتستخدم هذه القنوات الفضائية الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، أو كجزء منها، بغرض الحصول على الأرباح. تستخدم بعض الأنظمة القنوات الفضائية الرياضية لتحقيق التوازن بين الرياضات المختلفة وطبيعتها الثقافية والتعليمية. خصائصها الاقتصادية والتجارية، ستاميريس (2000) (stamiris).

وذكر عبد الحق وآخرون (2012) أن لكل مجتمع مؤسسات محددة تقوم بتدريب الطلاب وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً وجسدياً، بالإضافة إلى قبول المعارف والمعتقدات الجسدية التي تشكل ثقافتهم وبيئتهم

التعريف بالبحث

الحضارية لتحقيق أهدافهم. الأهداف. التعليم الجسدي. وإلى جانب المؤسسات الرياضية تشمل هذه المؤسسات الأسر والمدارس والجامعات.

1 - مشكلة البحث:

الرياضة هي احد المجالات الهامة في العالم حاليا وذلك من خلال إقبال مختلف شرائح المجتمع على ممارستها، ولم يقتصر الأمر على الممارسة فقط بل أصبح لها اهتمام وإقبال آخر وذلك عن طريق المجال الذي أصبح أكثر شيوعا و هو مجال وسائل الإعلام التي أصبحت معظمها تولى اهتمام بالجانب الرياضي. إن المتابع لوسائل الإعلام يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، ونظرا لما تقدمه هذه الوسائل الإعلامية من نشر الوعي والثقافة بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون التلاميذ في الطور الثانوي من الشرائح المهمة التي يعول عليها في عملية النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد الرياضي و في ضل تعلقهم بهذه الوسائل أراد الطالبان الباحثان الوقوف على حقيقة ومدى دور وسائل الإعلام المختلفة (المكتوبة، المسموعة، المرئية و الرقمية) في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ الطور الثانوي.

فطلاب معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يتم تدريبهم وتأهيلهم كمدرسين ومتخصصين في المجال الرياضي، وهنا يبرز أهمية وسائل الإعلام الرياضية بمختلف أنواعها (المكتوبة، المسموعة، المرئية و الرقمية) كوسيلة لنشر الثقافة البدنية والرياضية. فالإعلام هو منهج يهدف إلى التثقيف والإطاحة بالمعلومات الصادقة التي تناسب عقول الأفراد ووجدانهم وترقى بمستوياتهم وتدفعهم إلى العمل من أجل رقي المجتمع. (الشافعي، 2003، صفحة 317)

الممارسة الرياضية ليست غاية بل وسيلة تسعى لتحقيق أبعاد تربوية وصحية وأخلاقية وحتى تؤدي هذا الدور لابد من وسيلة جماهيرية كوسيلة الإعلام التي تعتبر في حد ذاتها عملية اتصال ما بين المرسل الإعلام: تلفزيون، إذاعة جرائد.. والملتقى الطلبة أو الجمهور (وذلك عن طريق وسيلة إعلامية تجمع بين الصورة والصوت والكتابة، ومن خلال هذه العوامل، نجد أنفسنا أمام سؤال عام:

- هل لوسائل الإعلام دور في نشر الثقافة الرياضية؟

التساؤلات الجزئية:

- هل مضمون وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ؟
- هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

التعريف بالبحث

- هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟
- هل وسائل الإعلام الرقمية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

2- فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

- وسائل الإعلام ليس لها دور في نشر الثقافة الرياضية.

الفرضيات الجزئية:

- وسائل الاعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام السمعية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام المرئية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام الرقمية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.

3- أهداف الدراسة:

الهدف العام: معرفة مدى دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى الطلبة

الأهداف الجزئية:

- تحديد مدى تأثير مختلف وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية.
- معرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة كونها الدراسة الأولى في حدود علم الطالبين أو الباحثين والتي تهتم بدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية وتمكن هذه الدراسة وسائل الإعلام من الاطلاع على الأدوات والوسائل التي تعزز نشر الثقافة الرياضية تعتبر هذه الدراسة بمثابة بوصلة للطلاب، حيث تعزز الوعي الذاتي وتسمح لهم بفهم الثقافات الرياضية المختلفة، وخاصة التربية البدنية.

5- مصطلحات البحث:

1-5- الإعلام:

التعريف بالبحث

كلمة الإعلام اصطلاحاً في اللغة العربية مشتقة من علم فيقال: اعلم بالأمر أي اطع عليه والإعلام في القاموس الفرنسي هو عملية إعطاء شكل معين، والشكل يعني البنية، وبالتالي يصبح الإعلام بمثابة إرسال المعارف المبنية أو بالأحرى المنظمة (1994ROUSSE)

فليس من الميسور أن تقدم تعريفاً دقيقاً وشاملاً للفظ الإعلام ، فكثرة تداول هذه الكلمة وانتشارها الواسع جعلها تبدو وكأنها لا تحتاج إلى تعريف مع أنها مازالت غير واضحة في هذا الزمان لدى كل من ألف استعمالها والإعلام في اللغة التبليغ ، ويقال بلغة القوم بلاغا أي أوصلت إليهم الشيء المطلوب والبلاغ كما ابلى الشيء أي ما أوصله وأعلنه أي اعلمه للآخرين أم التعريف العلمي الحالي للإعلام هو تزويد الجماهير بالمعلومات والإخبار والحقائق الصحيحة تزويداً موضوعياً، وذلك بتوفير العناصر الأساسية للعملية الإعلامية (الوسيلة المستقبل - العملية الاتصالية) ووسائل الإعلام هيكل الوسائل الاتصالية سواء كانت مكتوبة، مسموعة أو مرتبة التي تعمل على نقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور نقلاً صحيحاً وموضوعية قصد التوعية أو التثقيف أو الإعلام أو المعرفة أو غيرها من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها كل وسيلة إعلامية ، وذلك حسب طبيعتها الاتصالية والإعلام بصفة عامة هو تبادل المعلومات ونقل المعنى لتحقيق هدف هو نتاج التفاعل بين الفرد والمجتمع والاتصال في مجال الإعلام هو بث رسائل واقعية محددة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون في ما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشر ونفي مناطق متفرقة والإعلام كما يعرفه "حامد الزهران" بأنه : " عملية نشر وتقوية معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ومعلومات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأداء راجح للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام (الشافعي، 2003، ص 37)

وسائل الإعلام:

تعريف اصطلاحى: وسائل الإعلام هي جمع لكلمة "وسيلة إعلامية"، وتعرف بأنها:

الأدوات والتقنيات التي تُستخدم لنقل المعلومات والأفكار والآراء والرسائل إلى الجمهور، والمنظمات والمؤسسات التي تُنتج وتُبث هذه الرسائل، مثل: الصحف والمجلات، الإذاعات، القنوات التلفزيونية، مواقع الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي.

تعريف إجرائى:

ومن كل هذه التعريفات نفهم أن الإعلام عملية تعليمية موضوعية مبنية على الحقائق والأرقام والإحصائيات تهدف إلى تنظيم التفاعل بين الناس عبر وسائل مختلفة كالإخبار، والإذاعة، والتلفزيون، وغيرها.

2-5- الثقافة:

التعريف بالبحث

تعريف الثقافة: العلوم والمعارف والفنون التي تحتاج إلى مهارة وفطنة.
تعريف محمد هادي حقيقي: الثقافة الهيكل الذي أنشأه البشر على بيئتهم على مدى التاريخ الطويل لمجتمع معين.
تعريف محمد جواد رضا: الثقافة ترمز إلى الأفكار والابتكارات الإنسانية المتعلقة بالدين، والفن، والأدب، والأساطير.
تعريف تايلور: هو كل معقد يشمل المعرفة والاعتقاد والفن والأخلاق والقانون العادات وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان كعضو في جماعة.

الثقافة الرياضية: هي مجموعة من المعلومات العلمية والفكرية والفنية عن مختلف الأنشطة البدنية التي يكتسبها الفرد من البيئة ومن خلال تجربته الخاصة سواء من خلال المشاهدة أو الممارسة أو القراءة. الأنشطة الرياضية
تعريف اجرائي:

الثقافة الرياضية هي جزء من الثقافة العامة وهي حصيلة المعلومات الرياضية التي تكون لدى الفرد، والتي من خلالها يستطيع أن يكون فكرة عن الألعاب الرياضية التي من شأنها تكوين وتطوير الشخصية المتكاملة والشاملة، فهي تساعد على تثبيت النواحي السياسية وتنمية النواحي الصحية والخلقية وتحسين العلاقات الاجتماعية للفرد.

6- الدراسات السابقة والمثابرة:

❖ الدراسة الأولى:

- دراسة: دداس الشارف، تكوك فريد (2017).

- عنوان: دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

- هدف الدراسة: معرفة مدى دور الاعلام في نشر الثقافة البدنية الرياضية لدى طلبة.

- منهج الدراسة: منهج وصفي بالأسلوب المسحي.

❖ الدراسة الثانية:

- دراسة: بن عبد العزيز محمد الأمين، لعمى حراث (2018).

- عنوان الدراسة: دور الاعلام الرياضي في نشر الثقافة البدنية الرياضية لدى تلاميذ التعليم الثانوي.

التعريف بالبحث

- هدف الدراسة: معرفة مدى مساهمة الاعلام الرياضي في الثقافة الرياضية وخاصة الجانب المعرفي.
- منهج الدراسة: منهج وصفي.

❖ الدراسة الثالثة:

- دراسة: فتحي بخاري (2013).

- عنوان الدراسة: مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة.
- هدف الدراسة: معرفة مساهمة الاعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة.
- منهج الدراسة: وصفي بالأسلوب المسحي.

7- التعليق على الدراسات المشابهة:

مكنتنا هذه الدراسات من تحديد مشكلة البحث وفروضه بشكل نهائي، إضافة إلى تحديد منهج البحث الذي سوف ننتهجه، كما كانت مرشداً معيناً في التعرف على مجموعة من الجوانب منها أدوات البحث، وكيفية عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها وكذا بناء استمارة الاستبانة، وفي التعرف على أهم المراجع التي يمكن الاعتماد عليها كمراجع في بحثنا.

8- أوجه التشابه والاختلاف (نقد الدراسات):

أوجه التشابه بين دراستنا والدراسات السابقة الذكر تكمن في موضوع البحث حيث إن جميع هذه الدراسات تطرقت إلى هذا الموضوع لكن هناك اختلاف بين دراستنا وهذه الدراسات السابقة من حيث الشمولية في طرح الموضوع ومن حيث عينة الدراسة وهي تلاميذ الطور الثانوي.

حيث أغلب هذه الدراسات تطرقت إلى الموضوع من جانب معين وأوحد مثل التركيز على دور وسائل الاعلام وسيلة واحدة على الأقل وهذا عكس دراستنا التي عالجت فيها وسائل الإعلام المكتوبة، المسموعة، المرئية و الرقمية و مدى دورها في نشر الثقافة الرياضية في عينة الدراسة وهي تلاميذ الطور الثانوي.

الجانب النظري

الفصل الأول:

وسائل الإعلام

1- مفهوم الإعلام:

وأشار مطر (2003) إلى أن الإعلام هو عملية نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة، مع التركيز على الصدق والصراحة، والإشارة مباشرة إلى أفكار الجماهير ومشاعرهم النبيلة، والارتقاء بها عن طريق التنوير والتعليم بدلا من الخلط والخداع.

ويعرفه رشتي (1994) بأنه الإقناع من خلال المعلومات والحقائق والأرقام والإحصائيات، وهو تعبير موضوعي عن الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها وليس التعبير الذاتي لوسائل الإعلام سواء الصحفيين أو المذيعين الإذاعيين أو العاملين في السينما والتلفزيون.

الإعلام عملية تعبير موضوعية مبنية على الحقائق والأرقام والإحصائيات تهدف إلى تنظيم التفاعل بين الناس والقيام بدور مؤثر في هذا الاتجاه (أويس وعطاء (1998)).

وأشار عصام الدين (2000) إلى أن الإعلام من أهم وسائل التواصل بين أفراد المجتمع ومجتمع الموارد، خاصة بعد التطور الواسع النطاق لوسائل الإعلام عبر الإنترنت المقروءة والمسموعة وتصنيفها في جميع أنحاء العالم، حيث الإعلام يقوم بدور العربي والموجة في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع.

يمكن تعريف وسائل الإعلام بأنها جميع جوانب أنشطة الاتصال المصممة لإعلام الجمهور إن نقل الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والقضايا بموضوعية ودون تحريف يساعد

تنوير الرأي العام من خلال التعبير الموضوعي عن معوقات الجماهير واتجاهاتها (المعلى (2006)).

ويعرفها عرفة الجريمة وعبد اللطيف (2010) بأنها عملية نشر وتقييم المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة وصحيحة، واختيار الموضوع دقيق، والحقائق ملموسة، والأفكار منطقية، والآراء صحيحة مصادرها تخدم المصلحة العامة.

2- التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل عديدة عبر التاريخ حتى أخذت الشكل الذي هي عليه اليوم، نتيجة لتغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل عديدة وهي معروفة بأنواعها التي نألفها الآن (الرحمن (1998، ص 15).

وبعد اندلاع الثورة الصناعية وما تبعها من اكتشافات واختراعات أفادت البشرية كثيراً مثل اختراع المطبعة ومتطلباته، فمثلاً أخذ الإعلام صورة جديدة، ثم مع ظهور الاختراعات الحديثة من راديو وتلفزيون وأفلام، حدثت الثورة الثالثة في مجال الإعلام، ومع ظهور الإنترنت حدثت الثورة الرابعة في مجال الإعلام ثورة تحدث في مجال الإعلام لأنه من أبرز وسائل النقل للعالم نقلة ثقافية كبيرة في هذا المجال الإعلامي خاصة مع ظهور عصر النهضة شبكة الإذاعة والتلفزيون.

وسائل الإعلام الحديثة التي عرفها الإنسان تشمل:

-الحوار أو الحديث - سينما - تلفزيون وفيديو - راديو - هاتف وفاكس - صحيفة

- مجلات - كتب - لوحات اعلانية - حاسبات وشبكات معلومات (اللطيف، 1984، صفحة 23)

3- دور الاعلام في نشر الثقافات:

ولأن الإعلام يصنع الجمهور ويؤثر فيه، فإنه يصبح مصدراً للمعرفة والثقافة، ويجمع الإعلاميين من كل أنحاء العالم، وله تأثير كبير في المجال الثقافي. المواقف وتحفيز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتمكينها يلعب التكامل الاجتماعي دوراً مهماً في إدارة المعرفة وتنظيم الذاكرة.

وذكر الحضيف (1998) أن للإعلام مجموعة من التأثيرات على المجتمع، أبرزها في نقاط، هي:

1- لا تقتصر التغييرات في السلوك أو الاتجاه على الأشخاص والأشياء، بل تشمل بعض القيم والأنماط سلوك.

2- التغيير المعرفي: له أثر أكبر من تغيير المواقف لأنه يغير طبيعة فهم الناس للحياة من حولهم.

3- التنشئة الاجتماعية: تحاول جميع وسائل الإعلام إزالة قيمة واحدة وتثبيت أخرى.

4- وسائل الإعلام تعتمد على إثارة العواطف من خلال استغلال مشاعر الكراهية والولاء، وذلك عن طريق التركيز على تحفيز الغرائز والتلاعب بأفكار الأفراد.

5- الضبط الاجتماعي: يتم تحقيق السيطرة الاجتماعية عن طريق تشكيل رأي عام وتوجيهه نحو موقف أو قيمة أو سلوك معين، بحيث يصبح جزءاً من ثقافة المجتمع.

6- صياغة الواقع: يتم صياغة الواقع من خلال تسليط الضوء على بعض جوانبه وتجاهل الأخرى، مما يجعل الناس يعتقدون أن ما يظهر هو الحقيقة المطلقة.

7- تكريس الواقع: يتم تعزيز الواقع المعيش من خلال تمجيد وتبرير الأوضاع القائمة أو الأفكار السائدة أو النماذج والشخصيات المحددة.

4- مفهوم الإعلام الرياضي:

شومان (2002) يشير إلى أن الإعلام الرياضي هو نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بهدف نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتعزيز الوعي الرياضي بينهم.

ويعرف الإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بهدف نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتعزيز وعيهم الرياضي، وفقاً لعويس وعطا (1998).

ويصف موسى وعطا (1999) الإعلام الرياضي بأنه أحد أشكال الإعلام المتخصص الذي يركز على الموضوعات الرياضية والفعاليات المرتبطة بها من خلال نشر المعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بهدف نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتعزيز وعيهم الرياضي.

وفقاً لشاكر وشحادة (2009) وستمرس (Stamiris, 2000)، يعتبر الإعلام الرياضي المدرسة التي تؤدي دور المؤسسات الرياضية المختلفة، مثل الأندية الرياضية ومراكز الشباب، بالإضافة إلى الجوانب التعليمية المختلفة. يلعب الإعلام الرياضي دوراً متعدد الجوانب في المجتمع، حيث يساهم في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة وعيهم الرياضي، وتعريفهم بأهمية الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

ويقصد عبد الحميد (2014)، بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين المتعلقة بالألعاب والأنشطة للجمهور، بهدف نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتعزيز الوعي الرياضي بينهم.

5- أهمية الاعلام الرياضي:

تعتبر الإعلام الرياضي ذو أهمية كبيرة نظراً لأهمية الرياضة ذاتها على مختلف المستويات، سواء للأفراد أو المجتمع بأكمله. فممارسة الرياضة أو معرفتها يساهم في تعزيز الوعي الرياضي للأفراد والمجتمعات، مما يعود بالنفع على الجميع. وهذا ما دفع إلى زيادة الاهتمام بالإعلام الرياضي، حيث أصبح له شعبية واسعة في جميع

أنحاء العالم. وقد ساهمت وسائل الإعلام الجماهيرية في تغيير عالم الرياضة بشكل كبير، حيث تحولت من مجرد منافسات ترفيهية للهواة في القرن التاسع عشر إلى تكنولوجيا وأعمال تركز على المشاهد في القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين. وأصبح للإعلام الرياضي دور متميز وكبير، بما في ذلك نشر الأحداث الرياضية بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية. وأصبح الإعلام الرياضي جزءاً مهماً من عملية تشكيل الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير، من خلال إيجاد علاقات إيجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية كظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع. (عبد الحميد، 2014).

يتجلى أهمية وسائل الإعلام الرياضية في دورها كمدرسة عامة تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، مثل الأندية ومراكز الشباب، والمؤسسات التعليمية في جميع مراحلها. تسهم وسائل الإعلام الرياضية في تقريب الفروق بين الأفراد من خلال نشر الخبرات التي تعدل سلوكهم، سواء كانوا كباراً أو صغاراً، وذلك وفقاً للقيم والتقاليد الرياضية السليمة. كما تلعب وسائل الإعلام الرياضية دوراً هاماً في التغلب على صعوبة الوصول المباشر إلى مصادر المعلومات والأخبار الرياضية، مما يساعد جمهور الرياضة على متابعة كل ما هو جديد في المجال الرياضي وتجاربه. بالإضافة إلى ذلك، تساهم وسائل الإعلام الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة وعيهم الرياضي، وتعريفهم بأهمية الرياضة في حياتهم العامة والخاصة. كما تساعد الجمهور على متابعة الأحداث والتطورات في المجالات الرياضية المختلفة في المجتمع. (خير الدين وعطا، 1998).

ويشير عبد الحميد (2014) نقلاً عن عويس وعطا (1998) إلى أهمية الإعلام الرياضي في النقاط التالية:

- 1- له تأثير واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي، وخاصة في الموضوعات التي يتبلور عندها الرأي العام عن بعد.
- 2- يساهم في تعريف أفراد المجتمع بالأحداث والتطورات في المجال الرياضي.
- 3- يساعد في تعريف العالم الخارجي بتطورات الشعوب وحضاراتها، من خلال نقل فعاليات الأحداث الرياضية العالمية.
- 4- يلعب دوراً مؤثراً في عملية التنشئة الاجتماعية الرياضية، وفي التصدي للعنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية.
- 5- يساعد في السيطرة على الجمهور الرياضي، وتوجيه مشاعرهم في اتجاهات معينة.

6- يساهم في رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي بين الأفراد، وتعريفهم بأهمية الرياضة ودورها في حياتهم العامة والخاصة، ويعمل على تغيير المعرفة الرياضية لدى الجمهور.

6- خصائص الإعلام الرياضي:

يؤثر الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة، مثل الصحافة الرياضية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية الرياضية، بشكل كبير في جوانب النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في هذا الوقت.

ويشير يعقوب (2008) إلى عدة خصائص للإعلام الرياضي، وأبرزها في النقاط التالية:

- 1- يتضمن الإعلام الرياضي جانباً كبيراً من الاختيار، حيث يختار الجمهور الذي يستهدفه.
- 2- يتميز الإعلام الرياضي بطابعه الجماهيري، حيث يمتلك القدرة على تغطية مساحات واسعة وقطاعات كبيرة مثل الدورات الأولمبية.
- 3- يسعى الإعلام الرياضي لجذب أكبر عدد من الجماهير، وغالباً ما يختار نقطة متوسطة افتراضية ليجمع حولها أكبر عدد من الجماهير.
- 4- يستجيب الإعلام الرياضي للبيئة التي يعمل فيها، ويجب فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض مع الوسائل الإعلامية الرياضية والقيم والعادات المتبعة في المجتمع.

7- وظيفة الإعلام الرياضي:

وفقاً ليعقوب (2008)، يكمن الدور الرئيسي للإعلام الرياضي في توفير الأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة والحقائق الثابتة التي تساعد في تشكيل رأي عام صحيح في أي موضوع يتعلق بالشأن الرياضي. ويضيف الباحثان أن الإعلام الرياضي يتمتع بوسائل غنية،

ولكن المشكلة تكمن في الطريقة التي تتطلب تأهيلاً وتدريباً من المؤسسات التربوية والإعلامية الرياضية.

8- أهداف الإعلام الرياضي:

أهداف الإعلام الرياضي تتمثل في تقديم الحقائق والمعلومات الصادقة والدقيقة. يهدف الإعلام الرياضي إلى إيقاظ الجماهير وتوسيع مداركهم وتطويرهم الحضاري، وكسب ثقة الجماهير بجميع أشكالها وتحسين صورة المؤسسات الرياضية في أذهانهم.

وفقاً لأبو حليمة (2004)، يعمل الإعلام الرياضي على تحقيق عدة أهداف، وهي:

- 1- التأثير في الجماهير وتغيير سلوكهم وتشكيل رأي عام حول قضية أو فكرة.
- 2- تثقيف الجماهير واطلاعهم على تطورات الأحداث المحلية والدولية.
- 3- توجيه القراء المستقبلين من خلال تقديم بيانات وتحليلات لتلك الأحداث لتعزيز فرص التعبير وحرية الرأي.
- 4- إظهار احترام العادات والتقاليد السائدة، وربط القضايا الوطنية والسياسية الداخلية بقضايا أوسع وأكثر شمولاً.
- 5- توفير فرص التسلية والمتعة وتنمية روح المشاهدة للجماهير.
- 6- تزويد الجماهير بخبرات جديدة في مجالات مختلفة مثل المهارات والإنجازات وتعديل القوانين وتحليل الأنشطة والبرامج العالمية.

9- مفهوم وسائل الإعلام:

وفقاً لما أشارت إليه محمد (2010)، يشير مفهوم وسائل الإعلام إلى الوسائل التي تقدم المعلومات والحقائق والأخبار الصحيحة للمجتمع، بهدف مساعدتهم في تشكيل رأي صحيح حول قضية معينة، وخاصة وسائل الإعلام الجماهيرية التي تتمتع بالقدرة على الوصول إلى جماهير متعددة في نفس الوقت، وتشمل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون (الإذاعات والتلفزيونات المحلية والإقليمية - الفضائيات)، بالإضافة إلى الإنترنت التي تعتبر أحدث وسيلة إعلامية وأكثرها خطورة على الإطلاق.

وقد عرفها يعقوب (2008) بأنها الوسائل الإعلامية التي يمكن قراءتها أو سماعها أو مشاهدتها، وتسهم في التواصل الجماعي مع الناس بشكل مباشر أو غير مباشر، بهدف تنمية الوعي الرياضي أو الترفيه أو غير ذلك.

10- تقسيم وسائل الإعلام:

تم تصنيف وسائل الإعلام من قبل صابر (2012) إلى عدة فئات على النحو التالي:

- 1- الوسائل السمعية: وتشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية وغيرها من الوسائل التي تعتمد على الصوت. تُعتبر الإذاعة وسيلة إعلامية مهمة حيث تقدم برامج متنوعة في جميع المجالات التربوية والعلمية، والثقافية، والرياضية، والترفيهية. تعمل الإذاعة على ربط الأفراد في المجتمع ونشر الثقافة والمعرفة وكل ما يتعلق بالجانب التربوي أصبحت الإذاعة بذلك سمة أساسية للحضارة.
- 2- الوسائل البصرية(المرئية): ظهرت الصحافة المرئية كوسيلة اتصال بشرية وأداة مثالية لنقل المعلومات والتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم المصلحة العامة على المستوى العالمي. عند ظهور التلفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية، استخدم الصورة والحركة من السينما والصوت من الإذاعة والصوت المكتوب من الصحافة. وأطلق عليه في بداية عهده مصطلح "إذاعة مرئية" و"سينما منزلية". تشمل وسائل الإعلام البصرية اللافتات المعروضة وغيرها من الوسائل التي تعتمد على البصر فقط مثل التلفزيون والمسرح والسينما (الوسائل السمعية البصرية).
- 3- الوسائل المكتوبة: الصحف والمجلات.
- 4-الوسائل الرقمية: (الأنترنت، شبكات اجتماعي) الاتصال الموجه بين شخص وآخر أو بين شخص ومجموعة من الناس بشكل موج.

الفصل الثاني:

الثقافة الرياضية

الثقافة الرياضية:

من منظور الأنثروبولوجيا، تُعدُّ الثقافة موروثًا اجتماعيًا أو نمط حياة للمجتمع. وبالتالي، يمتلك كل شعب ثقافته الخاصة، أي أنه يتبع أنماطًا معينة من السلوك والتنظيم الداخلي لحياته، والتفكير والتعاملات التي تم تبنيها من قِبَل الجماعة في حياتنا والتي تم تناقلها عبر الأجيال المتعاقبة من خلال التواصل والتفاعل الاجتماعي، وكذلك من خلال التواصل اللغوي والخبرة في شؤون الحياة وممارستها. وتُعدُّ الرياضة جزءًا لا يتجزأ من الثقافة، إذ أصبحت الحياة الرياضية جزءًا من حياتنا، وأصبحت الأنشطة الرياضية ضرورة للتنمية الفكرية والتربوية والفنية والثقافية، وعملية التثقيف في المجال الرياضي تساهم في تطوير مكونات الثقافة المرتبطة بمحو الأمية وبالتالي تشكل هيكلًا معرفيًا لدى أفراد المجتمع، بالإضافة إلى تشكيل توجهات إيجابية تجاه ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة سواء كانت تنافسية أو ترفيهية.

1- تعريف الثقافة الرياضية:

الثقافة الرياضية يمكن تعريفها على أنها مجموعة محددة من التوجهات والمواقف تجاه النشاط الرياضي ونظام الرياضة (السياسة) في أجزائه المختلفة، بالإضافة إلى المواقف تجاه دور الفرد في النظام ونموذج التوجهات الفردية تجاه الرياضة، والتي يشترك فيها أعضاء النظام الرياضي. إنه العالم الشخصي الذي يكمن في أساس الأعمال الرياضية ويعطيها معنى، بما في ذلك التوجهات المعرفية والعاطفية والتقييمية. تشمل الثقافة الرياضية القيم والمواقف المرتبطة بظاهرة الرياضة، وتتألف من نماذج السلوك التي يتعلمها أعضاء أو هواة رياضة معينة، بالإضافة إلى القيم والمواقف ونماذج الإدراك التي يعكسها هذه النماذج السلوكية. تشمل الثقافة الرياضية المواقف والمعتقدات والقيم المرتبطة بنوع معين من الرياضة، وتشكل معرفة منظمة ومهارات مكتسبة حول هذا النوع أو النظام، بما في ذلك المشاعر الإيجابية أو السلبية تجاهه، بالإضافة إلى الأحكام التقييمية بشأنه. الثقافة الرياضية هي ما يوجه ممارسة الرياضة من خلال توجيهها من خلال مجموعة من المعتقدات (الخريطة المعرفية)، وطريقة تقييم هذه العمليات ومجموعة من الرموز التعبيرية. إذا كانت أبعاد الثقافة الرياضية تظهر في القيم والمواقف والمعرفة، فإن طبيعتها تكشف عن طريق الرموز والحركات الرياضية ذات الدلالة. وبالتالي، يكمن جوهر الثقافة الرياضية في مجموعة من المعرفة والتوجهات والقيم الخاصة بالفرد أو المجتمع أو المجموعة، فيما يتعلق بارتباطه المباشر أو غير المباشر بالنظام الرياضي، والذي يعكسه الرموز التعبيرية لمسألة أو حركة أو ممارسة تلتزم بقوانين السيطرة. الثقافة الرياضية هي أحد فروع الثقافة العامة التي تقوم على ثقافة أوسع تستند إلى جوانب مختلفة والثقافة الصحية والسياسية والفنية والاجتماعية وغيرها ... لتتشك لمعا الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية (علاوي 2001، صفحة 3)

2- خصائص للثقافة الرياضية:

تؤثر الثقافة الرياضية في تشكيل شخصية الفرد والمجتمع من خلال المواقف الثقافية المتعددة والتفاعل الاجتماعي المستمر. تمنح الفرد نظرة متوافقة مع الحياة الاجتماعية.

3- مجالات الثقافة الرياضية:

أ. **المجال المعرفي:** يشمل جميع المعلومات الرياضية التي يمتلكها الفرد، بما في ذلك معرفة القواعد والقوانين والخطط المتعلقة بالمجال الرياضي.

ب. **المجال التربوي:** يهدف إلى تنمية الفرد وتقييم سلوكه الجسدي والنفسي والأخلاقي والاجتماعي والفني، واكتساب الخصائص والسمات البيولوجية والأخلاقية والاجتماعية والفنية والعلمية والاقتصادية من خلال ممارسة الرياضة.

ج. **المجال الاجتماعي:** يهدف إلى تنشئة الأفراد وتثقيفهم رياضياً وتعليمهم السلوك الاجتماعي والرياضي المقبول، بدلاً من مجرد تعليمهم المعرفة والمعتقدات الرياضية التي تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة.

د. **المجال الصحي:** يشير إلى قدرة الفرد على الاهتمام بسلامة جسمه والعناية به، وتلبية حاجاته العضوية وتحقيق حالة الاتزان بين وظائف الجسم المختلفة ليشعر بالصحة والسلامة.

4- أهمية الثقافة الرياضية:

تتجلى في عدة جوانب:

- تساهم في تنشيط الأطر المعرفية للفرد وتحفزه على اكتشاف واستكشاف المعرفة المتعلقة بالرياضة. فهي تساعد في توسيع دائرة المعرفة الإنسانية وتعزز الاهتمام بمجال الرياضة.
- تعمل الثقافة الرياضية على تأصيل المعرفة النظرية للرياضة وتعزيز الترويج والاسترخاء. كما تساهم في بناء بنية معرفية قوية تدعم النظام الأكاديمي وتعزز التعلم.
- تزيد الثقافة الرياضية الوعي بأهمية النشاط البدني على مختلف جوانب الشخصية الإنسانية. فهي تعزز الصحة البدنية والعقلية، وتساهم في تحسين اللياقة البدنية والقدرة على التحمل والتحكم في الجسم.

• تساهم الثقافة الرياضية في تشكيل وبناء اهتمامات واتجاهات ترويحية ورياضية مؤسسة على قواعد معرفية صحيحة وراسخة. فهي تعزز القيم الرياضية مثل الانضباط والتحدي والعمل الجماعي، وتساهم في تنمية الروح الرياضية والتعاون.

باختصار، يمكن القول إن الثقافة الرياضية لها أهمية كبيرة في تنمية الفرد وتوسيع معرفته وتعزيز صحته البدنية والعقلية، كما تساهم في بناء قيم رياضية صحيحة وتعزز الترويح.

الجانب التطبيقي

الفصل الأول:

منهجية البحث وإجراءاتها

الميدانية

تمهيد:

سنضع تركيزنا في هذه الدراسة على الجانب التطبيقي، حيث سنعمق الدراسة والبحث في جوانبها المختلفة. سيتم تصميم الدراسة من خلال تحديد المنهج المعتمد، بالإضافة إلى تحديد العينة والأدوات المستخدمة في البحث. سنتبع إجراءات علمية دقيقة في الدراسة، حيث سنحدد الخطوات والإجراءات التي يجب اتباعها لضمان جودة البحث. سنستخدم أساليب إحصائية لتحليل النتائج التي تنتج عن الدراسة، وذلك لتقييم صحة الفرضيات المطروحة.

تهدف الدراسة إلى تحقيق تطبيق عملي للمفاهيم والنظريات الموجودة في المجال الرياضي، وستساهم في توسيع فهمنا لهذا المجال وتطبيقه على أرض الواقع. سنعتمد على بيانات العينة المستهدفة ونحللها باستخدام الأدوات والتقنيات المناسبة.

باستخدام الأساليب الإحصائية، سنقوم بتحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات موثوقة وقرارات مستنيرة. سيتم تقييم صحة الفرضيات المطروحة وتوضيح العلاقات والارتباطات بين المتغيرات المختلفة.

الدراسة الأساسية:

1-منهج البحث:

استخدم الطالبان الباحثان المنهج الوصفي بالأسلوب المسحية لملاءمته لهذه الدراسة وأهدافها.

2-مجتمع وعينة البحث:

1-2-مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث أنه "جمع الأفراد أو الأحداث أو الأشياء والذين يكونون موضوع مشكلة البحث يجب أن يشمل مجتمع البحث عن النقاط التالية:

- احتوائه على جميع الفئات التي تدخل في البحث، ويشمل جميع أفراد المجتمع الأصلي.

-مراعاة عدم تكرار الأشخاص أو بعض عينة البحث.

هم مجموعة عشوائية من تلاميذ ثانوية ادريس سنوسي تيجديت مستغانم

2-2-عينة البحث:

إن العينة هي النموذج الأولي الذي يعتمد عليه الباحث لإنجاز العمل الميداني فهي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، فهي تعتبر جزء من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة مجتمع البحث.

تمت دراسة مسحية أجريت على 105 تلميذ.

3- مجالات البحث:

3-1-المجال الزمني: شرعنا في إنجاز هذا البحث في مدة قدرها 07 أشهر من أواخر شهر نوفمبر 2023 حتى أواخر شهر ماي 2024

3-2-المجال المكاني: تمت الدراسة في ولاية مستغانم

3-3-المجال البشري: تمت الدراسة على مجموعة من تلاميذ ثانوية ادريس سنوسي تيجديت مستغانم

4-ضبط متغيرات الدراسة:

إن أي موضوع من المواضيع الخاضعة للدراسة يتوفر على الأقل على متغيرين أولهما يسمى المتغير المستقل الآخر المتغير التابع.

4-1- المتغير المستقل:

إن المتغير المستقل هو عبارة عن السبب في الدراسة وفي دراستنا المتغير المستقل هو وسائل الإعلام.

4-2- المتغير التابع:

هو نتيجة التغير المستقل وفي هذه الدراسة المتغير التابع هو الثقافة الرياضية.

4-3- المتغيرات المشوشة وضبطها:

-نفس السن (15-18)

5-أدوات البحث:

لقد تم استخدام في هذه الدراسة أداة "الاستبيان" والذي تعرف على أنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، ويتم وضع تلك الأسئلة في استمارة من أجل أن ترسل للأشخاص المعين وذلك تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها وقد قسمت الاستمارة إلى 4 محاور وهي كالتالي:

المحور 01: هل وسائل الإعلام المكتوبة تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الصحف، المجلات، الكتب)

المحور 02: هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الراديو...)

المحور 03: هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (تلفاز، سينما.....)

المحور 04: هل وسائل الإعلام الرقمية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الأنترنت الشبكات

الاجتماعية...)

الدراسة الأساسية:

في دراستنا الأساسية بعد التعرف على المنهج، العينة و مجالات البحث مرورا بأداة البحث و تصميم و صياغة أسئلة الاستبيان عرضناه على مجموعة من الأساتذة الخبراء من أجل التحقق من صدقها وصحتها

وبعد تعديلات وصلت إلى صورتها النهائية ليتم توزيعها على تلاميذ المرحلة الثانوية يوم 24 مارس 2024 وتم إستلامها بعد أسبوع من ذلك ثم قمنا بالتفريغ مرورا بالتبويب وصولاً إلى دراسة النتائج.

تلاميذ المرحلة الثانوية:

هو المرحلة الأخيرة من التعليم المدرسي ويسمى فترة تعليم المراهقة أي للطلاب ما بين سني 15 عاماً وحتى سن 18 عاماً، ويختلف التقسيم في العمر بين بلد وآخر و هذه المرحلة هي المعنية أو جزء من موضوع بحثنا حيث تم توزيع عليهم إستبيان متعلق بموضوع دراستنا دور وسائل الإعلام (المكتوبة، المسموعة، المرئية و الرقمية) في نشر الثقافة الرياضية.

6-الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية المرحلة الأولى والتمهيدية في أي بحث علمي في مجال الرياضة، حيث تهدف إلى توفير المعلومات الأولية وتحديد التقنيات المناسبة للدراسة، بالإضافة إلى تجاوز الحواجز التقنية والحصول على المعلومات من العينة المستهدفة. تهدف هذه المرحلة إلى:

1. الاطلاع على ظروف الدراسة الأساسية
2. التعرف على المركب وطبيعة نشاطه: يتم فهم المركب الرياضي أو النشاط الذي ستنم دراسته، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بالقواعد والتقنيات المستخدمة.
3. تحديد عينة الدراسة المناسبة
4. تعريف العينة بموضوع البحث وأهدافها
5. تحديد وبناء أدوات الدراسة الأساسية
6. جمع كل المعلومات والبيانات الضرورية للبحث

الصدق:

لمعرفة الصدق الذاتي للاستبيان المستخدم في دراستنا قمنا بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، والجدول رقم (01) يبين نتائج معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان المطبق على عينة التجربة الاستطلاعي.

الجدول رقم (01): يبين نتائج معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان المطبق على عينة التجربة الاستطلاعية:

عدد العبارات	معامل الصدق	معامل الثبات	
06	0.877	0.770	المحور الاول
07	0.837	0.702	المحور الثاني
06	0.888	0.789	المحور الثالث
07	0.903	0.817	المحور الرابع
26	0.939	0.882	استبيان

من خلال الجدول نلاحظ:

تحليل النتائج يشير إلى أن معامل الثبات لكل من المحور الأول والثاني والثالث والرابع والاستبيان ككل يتجاوز المستوى المقبول لمعامل الثبات الذي يبلغ 0.70. وبالتالي، يمكن القول إن الاستبيان الذي تم استخدامه في الدراسة هو أداة ذات صدق وثبات جيدين.

حيث أن معامل الثبات للمحور الأول: 0.770 وعدد العبارات: 06

حيث أن معامل الثبات للمحور الثاني: 0.702 وعدد العبارات: 07

حيث أن معامل الثبات للمحور الثالث: 0.789 وعدد العبارات: 06

حيث أن معامل الثبات للمحور الرابع: 0.817 وعدد العبارات: 07

حيث أن معامل الثبات للاستبيان ككل: 0.882 وعدد العبارات: 26

نستنتج أن الاستبيان الذي تم استخدامه في الدراسة هو أداة جيدة للحصول على البيانات المطلوبة، ويمكن الاعتماد عليه في الدراسات المستقبلية.

خلاصة الفصل:

تم تأكيد أهمية وقيمة الجوانب المنهجية في هذه الدراسة. يرى الباحث أنه من الضروري حضور الفصل الأساسي الذي يتناول منهجية البحث والإجراءات الميدانية المختلفة. تمت بدايةً إجراء دراسة استطلاعية للتحقق من الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة. ثم تم وصف منهج الدراسة وتحديد حدودها، بما في ذلك مجتمع الدراسة والعينة المستخدمة.

تم التركيز على جميع جوانب المنهجية في الدراسة لأن قيمتها وأهميتها تكمن في توفير التحكم اللازم والدقة في البحث العلمي. تضمن الاهتمام بالجوانب المنهجية تطبيق إجراءات صارمة وموحدة لجمع البيانات وتحليلها، مما يساعد على ضمان صحة وموثوقية النتائج. بالإضافة إلى ذلك، تساعد الجوانب المنهجية في توفير إطار عمل مناسب لتفسير النتائج وتعميمها على السياق الأوسع.

وفي النهاية، سيتم معالجة البيانات الناتجة من الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية. ستستخدم هذه الأساليب لتحليل البيانات الرقمية وترجمتها إلى معانٍ لفظية ذات معنى. هذا يساعد في فهم النتائج بشكل أفضل وتفسيرها بطريقة ملموسة.

الفصل الثاني:

عرض وتحليل النتائج

ومناقشة

تمهيد:

تعد الدراسة الميدانية تكملة للجانب النظري، حيث تهدف إلى محاولة إثبات الدراسة النظرية من خلال التطبيق العملي في الواقع. تعتبر هذه المرحلة من أهم مساعي البحث العلمي لسد الفجوة بين النظرية والواقع، وتساهم في توضيح وتفسير العلاقة بينهما.

تتجسد الدراسة الميدانية من خلال استخدام وسائل بحث وجمع بيانات محددة في بيئة العمل الفعلية. يتم تطبيق منهج معين في جمع البيانات، وتحليلها، وتفسيرها بطريقة، واضحة، ومنهجية. يهدف ذلك إلى الوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية وعملية، تعكس وتفسر الحالة الفعلية والواقعية لمفردات البحث.

تتضمن الدراسة الميدانية استخدام أساليب وأدوات متنوعة مثل الملاحظات الميدانية، المقابلات، الاستبيانات، وغيرها لجمع المعلومات المطلوبة. تتبع تلك البيانات إجراءات تحليل وتفسير دقيقة للوصول إلى استنتاجات وتوصيات مبنية على الحقائق الملموسة والواقعية.

عرض تحليل ومناقشة النتائج الدراسة الفرضيات:

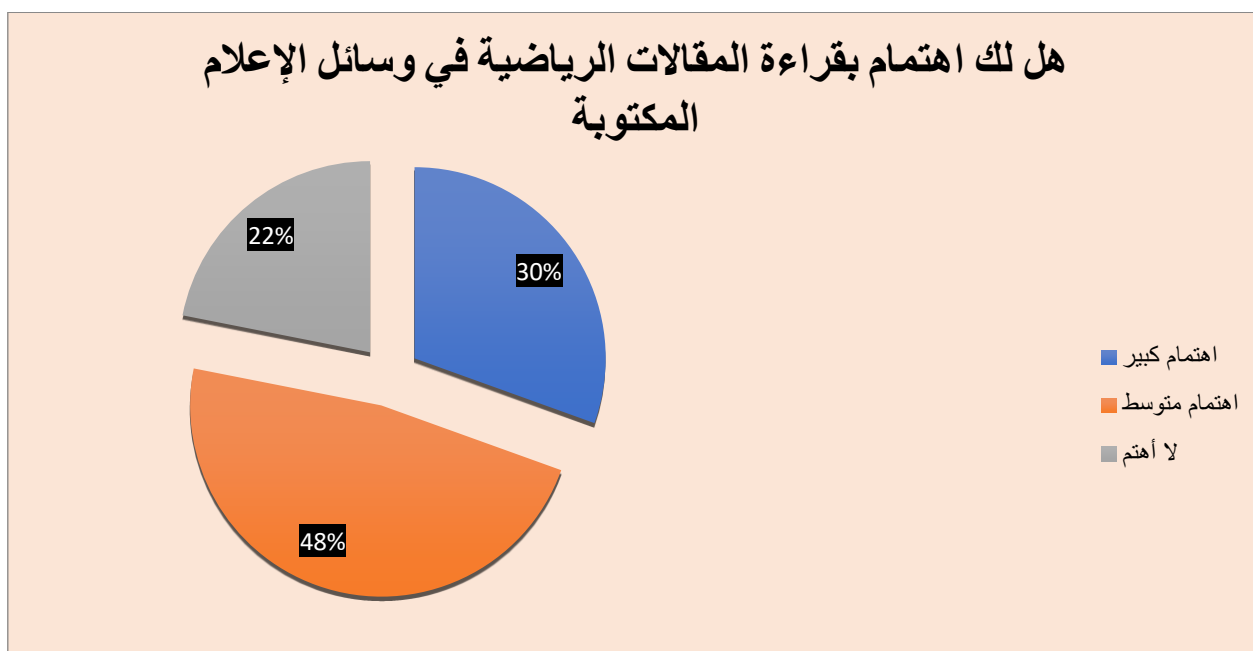
المحور 01: هل وسائل الإعلام المكتوبة تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الصحف، المجلات، الكتب)

السؤال (01)

الجدول رقم (02): هل لك اهتمام بقراءة المقالات الرياضية في وسائل الإعلام المكتوبة؟

النسبة %	التكرار	
30,5	32	اهتمام كبير
47,6	50	اهتمام متوسط
21,9	23	لا أهتم
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 01: هل لك اهتمام بقراءة المقالات الرياضية في الوسائل الإعلامية المكتوبة؟

يتضح أن هناك اهتمامًا كبيرًا لدى 30.5% من الأشخاص الذين شاركوا في الدراسة لقراءة المقالات الرياضية في وسائل الإعلام المكتوبة. وفي المقابل، أبدى 47.6% من المشاركين اهتمامًا متوسطًا بهذه المقالات. وبالنسبة للنسبة المتبقية، فقد أعرب 21.9% من الأشخاص عن عدم اهتمامهم بقراءة المقالات الرياضية في وسائل الإعلام المكتوبة.

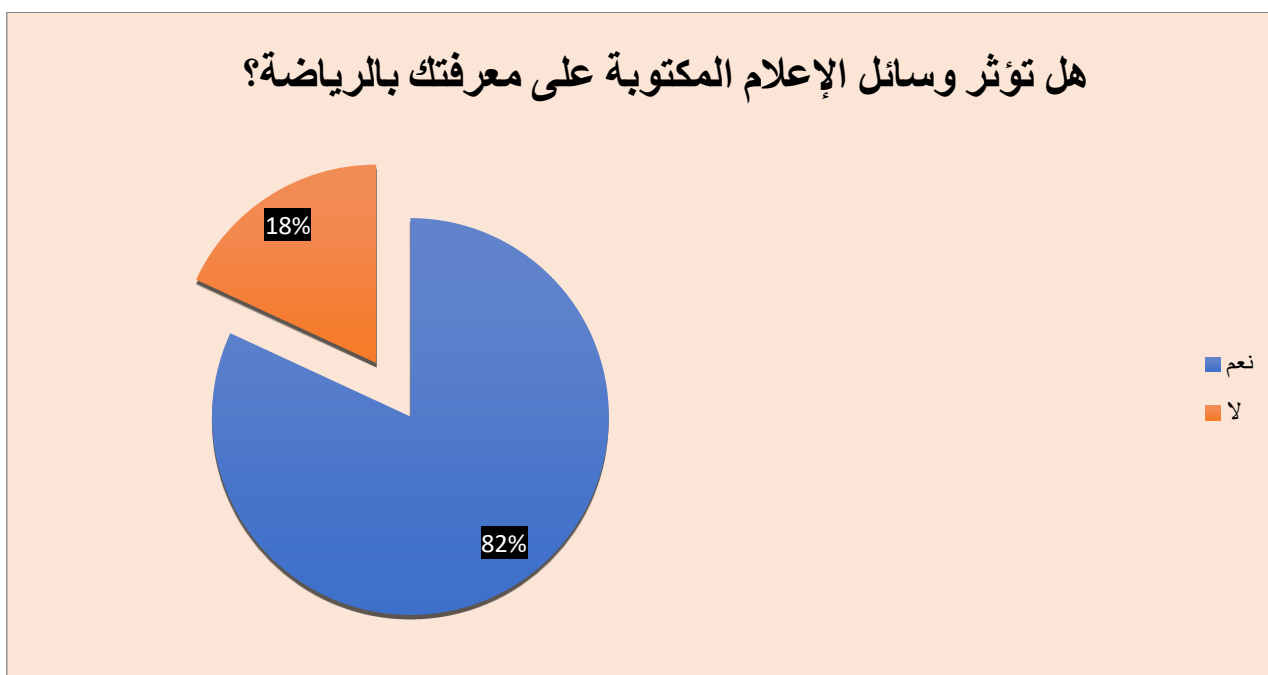
بناءً على النتائج، يمكن القول إن هناك اهتمامًا ملحوظًا بالمقالات الرياضية في الوسائل المكتوبة، حيث يشعر نحو ثلث الأشخاص بالاهتمام الكبير، بينما يشعر نصفهم بالاهتمام المتوسط. قد يكون هذا مؤشرًا على أن الرياضة تحظى بشعبية كبيرة بين الجمهور وأن المقالات الرياضية تلبى احتياجات القراء في هذا الصدد.

السؤال (02)

الجدول رقم (03): هل تؤثر وسائل الإعلام المكتوبة على معرفتك بالرياضة؟

النسبة %	التكرار	
81,9	86	نعم
18,1	19	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 02 : هل تؤثر وسائل الإعلام المكتوبة على معرفتك بالرياضة؟

يوضح الجدول أن 81.9% من المشاركين يؤكدون أن وسائل الإعلام المكتوبة تؤثر على معرفتهم بالرياضة. في المقابل، يردد 18.1% من المشاركين بأنها لا تؤثر على معرفتهم بالرياضة.

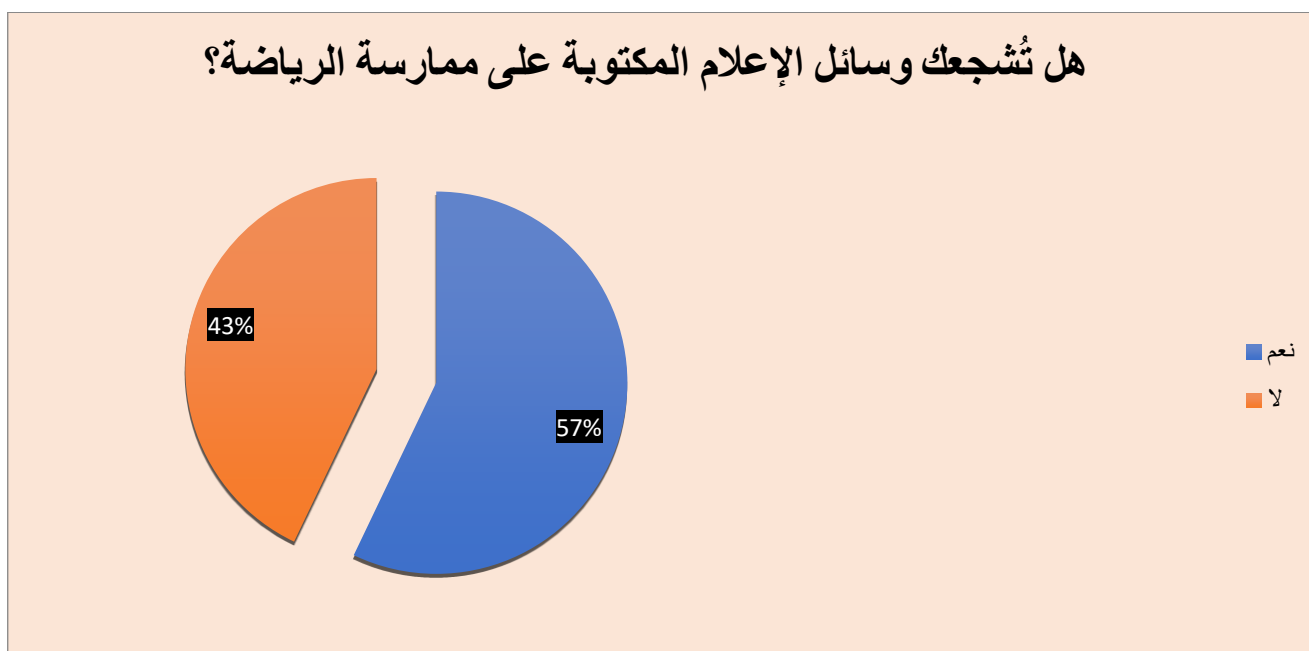
من النتائج، يمكن استنتاج أن وسائل الإعلام المكتوبة تلعب دورًا هامًا في زيادة المعرفة الرياضية لدى الأفراد. تعتبر المقالات الرياضية والتغطية الإعلامية المكتوبة وسيلة فعالة لتحقيق ذلك، حيث توفر المعلومات والتحليلات والتحديثات الرياضية الهامة. لذلك، ينصح بالاستمرار في قراءة وسائل الإعلام المكتوبة لتحسين وتوسيع المعرفة الرياضية.

السؤال (03)

الجدول رقم (04): هل تشجعك وسائل الإعلام المكتوبة على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
57,1	60	نعم
42,9	45	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 03: هل تشجعك وسائل الإعلام المكتوبة على ممارسة الرياضة؟

يتضح أن 57.1% من المشاركين يؤكدون أن وسائل الإعلام المكتوبة تشجعهم على ممارسة الرياضة. بينما يشعر 42.9% من المشاركين بأنها لا تشجعهم على ممارسة الرياضة.

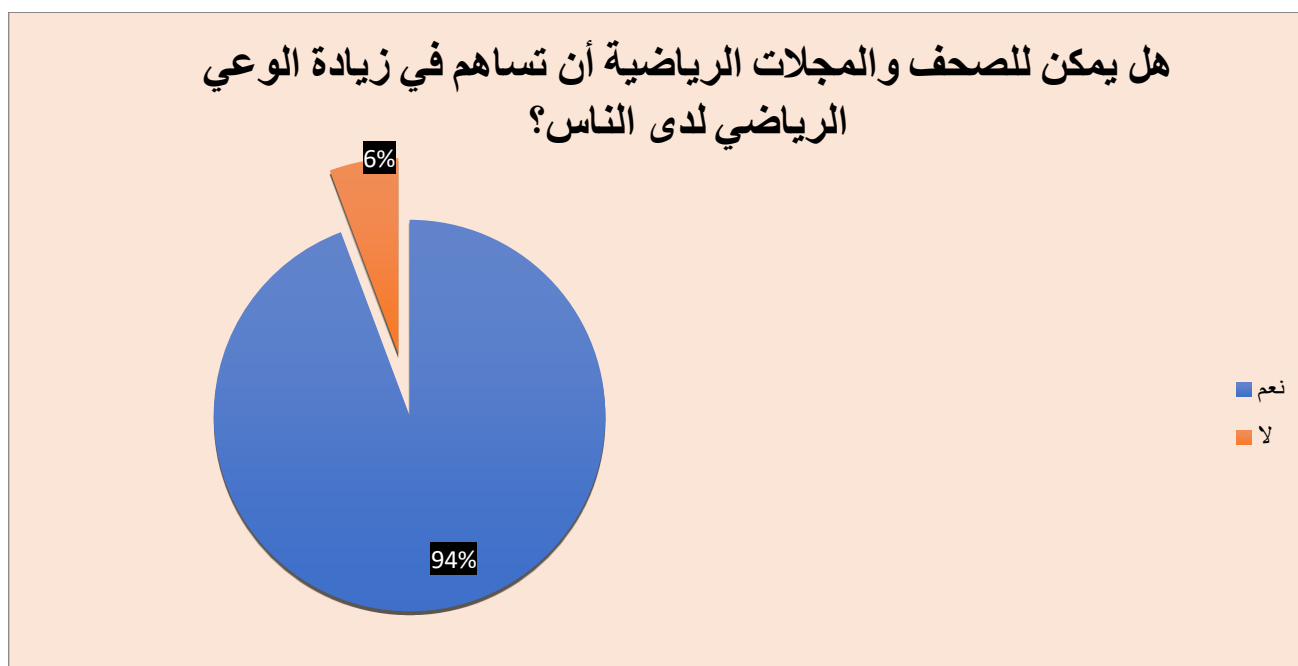
من النتائج، يمكن استنتاج أن وسائل الإعلام المكتوبة تلعب دورًا محدودًا في تشجيع الأفراد على ممارسة الرياضة. قد يكون هناك عوامل أخرى تؤثر بشكل أكبر في تحفيز الأفراد لممارسة النشاط البدني، مثل الاهتمام الشخصي والأهداف الذاتية والتحفيز الداخلي. ومع ذلك، قد تساهم المقالات الرياضية والتغطية الإعلامية المكتوبة في توعية الأفراد بفوائد ممارسة الرياضة وتزويدهم بالمعلومات اللازمة للبدء فيها.

السؤال (04)

الجدول رقم (05): هل يمكن للصحف والمجلات الرياضية أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس؟

النسبة %	التكرار	
94,3	99	نعم
5,7	6	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 04: هل يمكن للصحف والمجلات الرياضية أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس؟

استناداً إلى الجدول المقدم، يظهر أن 94.3% من المشاركين يرون أن الصحف والمجلات الرياضية يمكن أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس. بينما يشير 5.7% من المشاركين إلى أنها لا يمكن أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي.

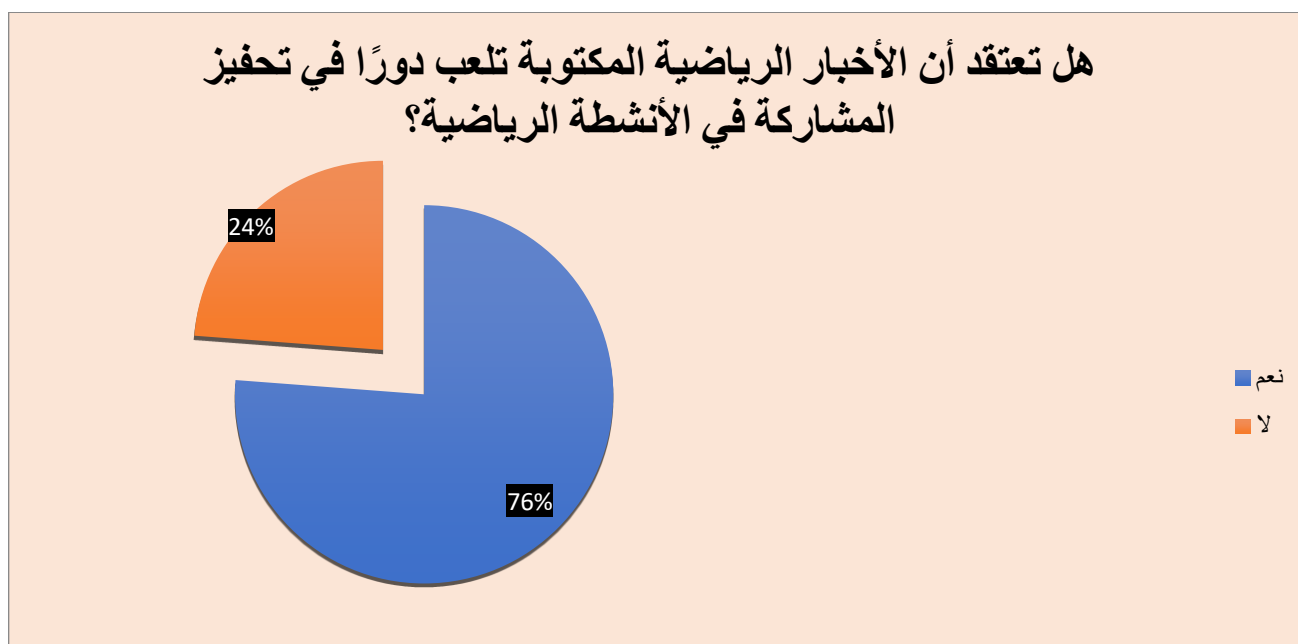
من النتائج، يمكن استنتاج أن الصحف والمجلات الرياضية لها دور كبير في تعزيز الوعي الرياضي لدى الناس. توفر هذه الوسائل المكتوبة تقارير ومقالات تغطي مختلف الرياضات والأحداث الرياضية، وتقدم معلومات تحليلية وإخبارية تساعد القراء في فهم وتقييم الأداء الرياضي والأنشطة المختلفة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تلعب دوراً في توعية الناس بأهمية النشاط البدني والحفاظ على الصحة واللياقة البدنية.

السؤال (05)

الجدول رقم (06): هل تعتقد أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دوراً في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية؟

النسبة %	التكرار	
76,2	80	نعم
23,8	25	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 05: هل تعتقد أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دورًا في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية؟

يوضح الجدول أن 76.2% من المشاركين يعتقدون أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دورًا في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية. بينما يشير 23.8% من المشاركين إلى أنها لا تلعب دورًا في ذلك.

من النتائج، يمكن استنتاج أن الأخبار الرياضية المكتوبة لها تأثير إيجابي في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية. تغطية الأخبار الرياضية تعرض القراء لمجموعة متنوعة من الأحداث والإنجازات الرياضية، وقد تلهمهم وتحفزهم للمشاركة في النشاطات البدنية وممارسة الرياضة. بالإضافة إلى ذلك، توفر الأخبار الرياضية المكتوبة معلومات حول الفوائد الصحية للنشاط البدني والتحفيز للحفاظ على لياقة بدنية جيدة.

السؤال (06)

الجدول رقم (07): هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟

النسبة %	التكرار	
100,0	105	نعم
0.00	00	لا
100	105	المجموع

المصدر: إعداد الطلب بالاعتماد على برنامج SPSS

هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟



الشكل 06: هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟

يوضح الجدول أن 100% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية. لم يتم تسجيل أي ردود بـ "لا".

من النتائج، يمكن استنتاج أن الأفراد يرون أن وسائل الإعلام المكتوبة تلعب دورًا هامًا في نشر القيم الرياضية الإيجابية. يمكن للمقالات الرياضية وتقارير الأخبار والتحليلات المكتوبة أن تسلط الضوء على الروح الرياضية، مثل الانضباط، والعمل الجماعي، والتحدي، والمثابرة، والروح الرياضية العادلة. ومن خلال تعزيز هذه القيم، يمكن أن تلهم الأفراد وتشجعهم على اعتمادها في حياتهم اليومية وفي ممارسة الرياضة.

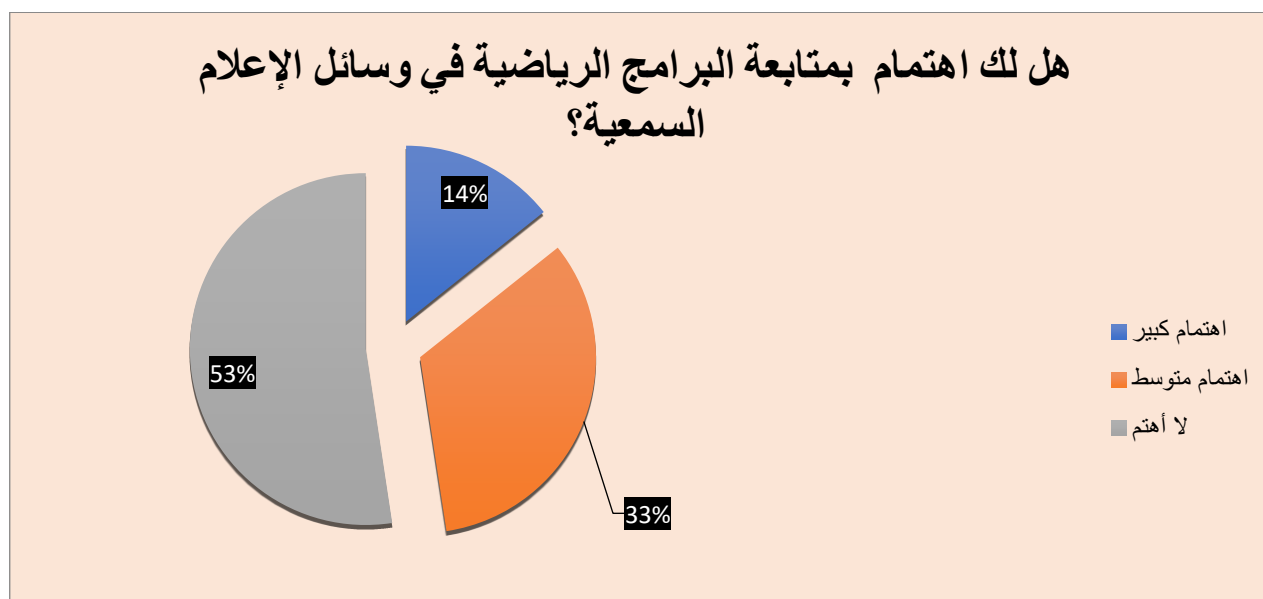
المحور 02: هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الراديو...)

السؤال (01)

الجدول رقم (08): هللك اهتمام بمتابعة البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية؟

النسبة %	التكرار	
14,3	15	اهتمام كبير
33,3	35	اهتمام متوسط
52,4	55	لا أهتم
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 07: هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر ايجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

يوضح الجدول أن 14.3% من المشاركين يبيدون اهتمامًا كبيرًا بمتابعة البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية. بينما يعبر 33.3% من المشاركين عن اهتمام متوسط، و52.4% من المشاركين يشيرون إلى أنهم لا يرون أهمية لمتابعة هذه البرامج.

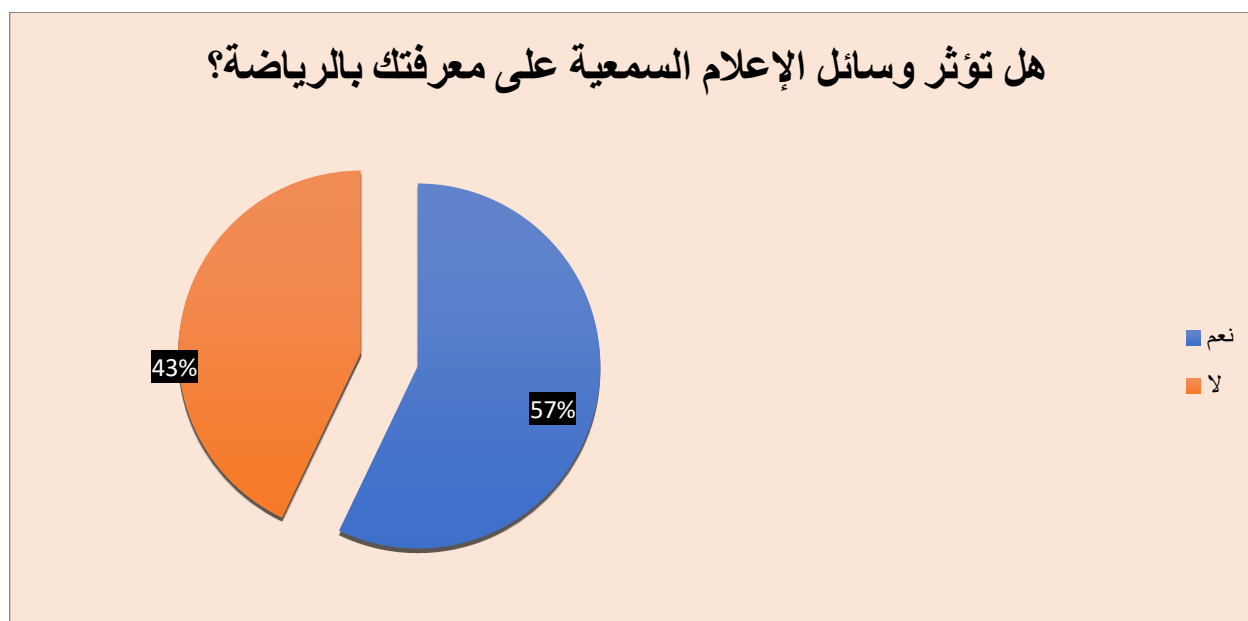
من النتائج، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من المشاركين لا تشعر بالاهتمام بمتابعة البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية. قد يكون لذلك عدة أسباب، مثل اهتماماتهم الشخصية وتفضيلهم للحصول على المعلومات الرياضية من وسائل أخرى مثل التلفزيون أو الإنترنت. قد يكون الاهتمام المحدود أيضًا نتيجة لعدم توافر البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية بشكل وافٍ أو قدرتها المحدودة على تقديم المحتوى الرياضي بشكل شيق ومثير للاهتمام.

السؤال (02)

الجدول رقم (09) هل تؤثر وسائل الإعلام السمعية على معرفتك بالرياضة؟

النسبة %	التكرار	
57,1	60	نعم
42,9	45	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 08: هل تؤثر وسائل الإعلام السمعية على معرفتك بالرياضة؟

يوضح الجدول أن 57.1% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام السمعية تؤثر على معرفتهم بالرياضة. بينما يشير 42.9% من المشاركين إلى أنها لا تؤثر على معرفتهم بالرياضة.

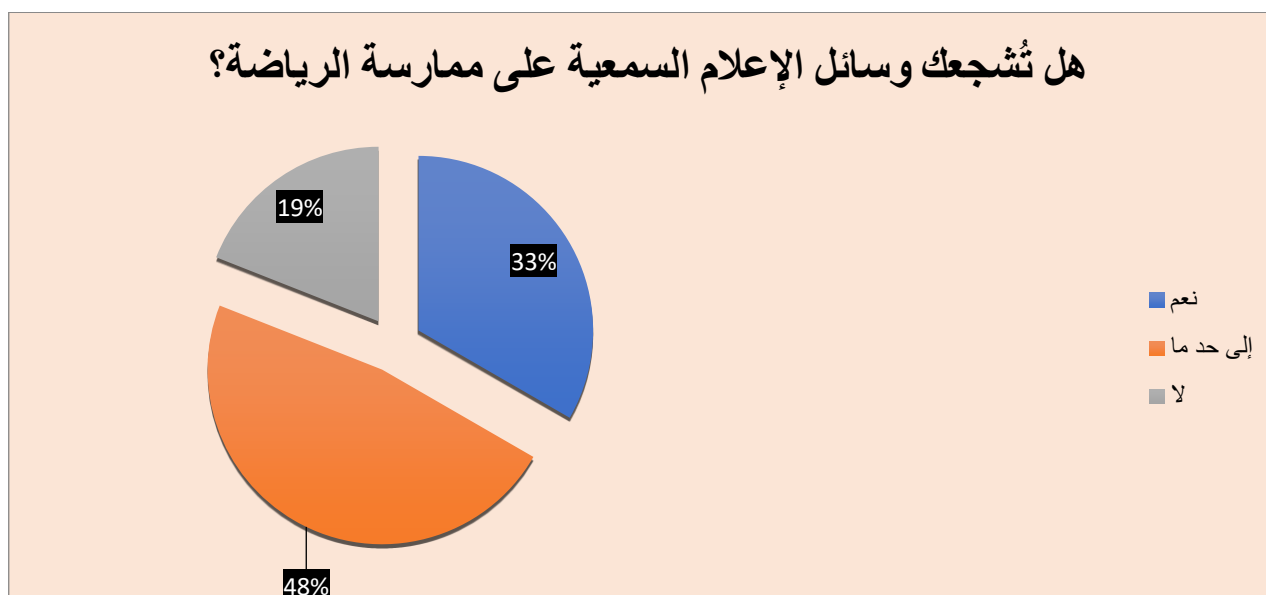
من النتائج، يمكن استنتاج أن معظم المشاركين يرون أن وسائل الإعلام السمعية تلعب دورًا في زيادة معرفتهم بالرياضة. يمكن للبرامج الرياضية والتحليلات الصوتية و البودكاستات الرياضية أن تقدم معلومات وتحليلات وتغطية شاملة للأحداث الرياضية المختلفة، وبالتالي تساعد الأفراد على توسيع معرفتهم وفهمهم للرياضة. قد تشمل هذه المعلومات التاريخ والقواعد والاستراتيجيات وتحليل الأداء وقصص الرياضيين وأخبار وأحداث الرياضة.

السؤال (03)

الجدول رقم (10) هل تُشجعك وسائل الإعلام السمعية على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
33,3	35	نعم
47,6	50	إلى حد ما
19,0	20	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 09 : هل تشجعك وسائل الإعلام السمعية على ممارسة الرياضة؟

يوضح الجدول أن 33.3% من المشاركين يشعرون بأن وسائل الإعلام السمعية تشجعهم على ممارسة الرياضة. بينما يشير 47.6% من المشاركين إلى أنها تشجعهم إلى حد ما، و19% من المشاركين يعبرون عن عدم تشجيعهم لممارسة الرياضة.

من النتائج، يمكن استنتاج أن وسائل الإعلام السمعية لها تأثير متباين على تشجيع المشاركين على ممارسة الرياضة. هناك نسبة معتبرة من المشاركين يشعرون بأن وسائل الإعلام السمعية تشجعهم إلى حد ما، وهذا يمكن أن يكون بسبب توفر المعلومات الرياضية والتغطية الشاملة للأحداث الرياضية التي تلهمهم وتحفزهم على ممارسة النشاط البدني. ومع ذلك، يوجد أيضًا عدد معتبر من المشاركين الذين يشعرون بأن وسائل الإعلام السمعية ليست لها تأثير كبير على تشجيعهم لممارسة الرياضة. قد يكون ذلك ناتجًا عن عوامل شخصية أو تفضيلات مختلفة في الحصول على التحفيز والحافز لممارسة النشاط البدني.

السؤال (04)

الجدول رقم (11) هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟

النسبة %	التكرار	
19,0	20	نعم
81,0	85	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطلب بالاعتماد على برنامج SPSS

هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟



الشكل 10: هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟

استناداً إلى الجدول المقدم، يظهر أن 19% من المشاركين يستخدمون وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية. بينما يشير 81% من المشاركين إلى أنهم لا يستخدمون وسائل الإعلام السمعية لهذا الغرض.

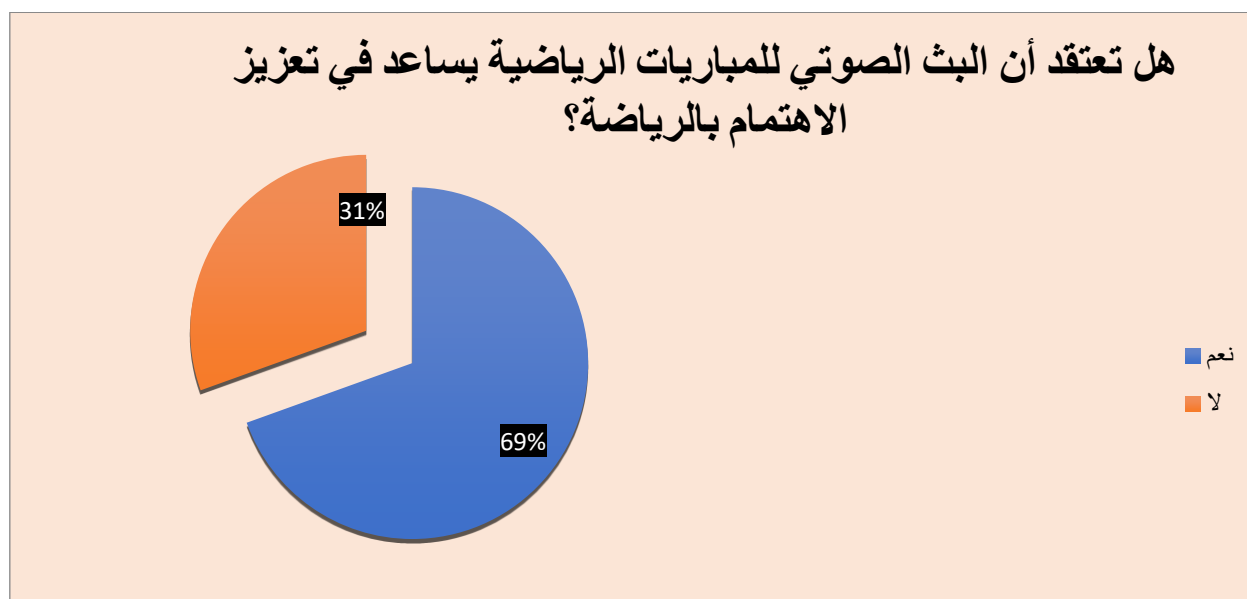
من النتائج، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من المشاركين لا يعتمدون على وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية. قد يكون لذلك عدة أسباب، مثل تفضيلهم للتلفزيون أو الإنترنت كوسائل أكثر شيوعاً وتوافراً للحصول على الأخبار الرياضية. قد تكون هناك أيضاً تفضيل للوسائط المرئية أو النصية عن الوسائط السمعية لتوفير تفاصيل أكثر وصور مرئية تعزز فهم الأخبار الرياضية.

السؤال (05)

الجدول رقم (12) هل تعتقد أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة؟

النسبة %	التكرار	
69,5	73	نعم
30,5	32	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss



الشكل 11: هل تعتقد أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة؟

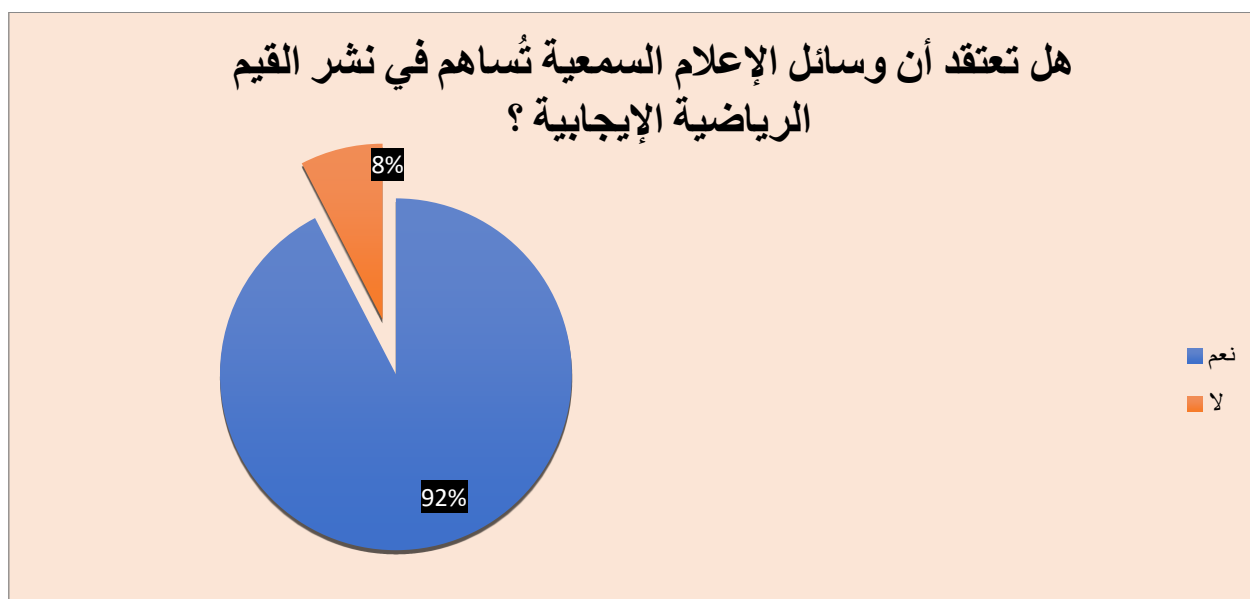
يوضح الجدول أن 69.5% من المشاركين يعتقدون أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة. بينما يشير 30.5% من المشاركين إلى أنهم لا يعتقدون ذلك. من النتائج، يمكن استنتاج أن غالبية المشاركين يرون أن البث الصوتي للمباريات الرياضية له تأثير إيجابي في تعزيز الاهتمام بالرياضة. يمكن للبث الصوتي أن يوفر تجربة مفصلة وحماسية للمستمعين، حيث يمكنهم تخيل الأحداث والتفاصيل والتعليقات الحية التي تعزز تجربة المباراة. قد تساعد الوصف الصوتي للأحداث والتحليلات الفنية على زيادة فهم المستمعين وتعميق معرفتهم باللعبة وقوانينها. قد يترتب على ذلك زيادة الاهتمام والمشاركة النشطة في متابعة الرياضة.

السؤال (06)

الجدول رقم (13) هل تعتقد أن وسائل الإعلام السمعية تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟

النسبة %	التكرار	
92,4	97	نعم
7,6	8	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 12: هل تعتقد أن وسائل الإعلام السمعية تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟

استنادًا إلى الجدول المقدم، يظهر أن 92.4% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام السمعية تساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية. بينما يشير 7.6% من المشاركين إلى أنهم لا يعتقدون ذلك.

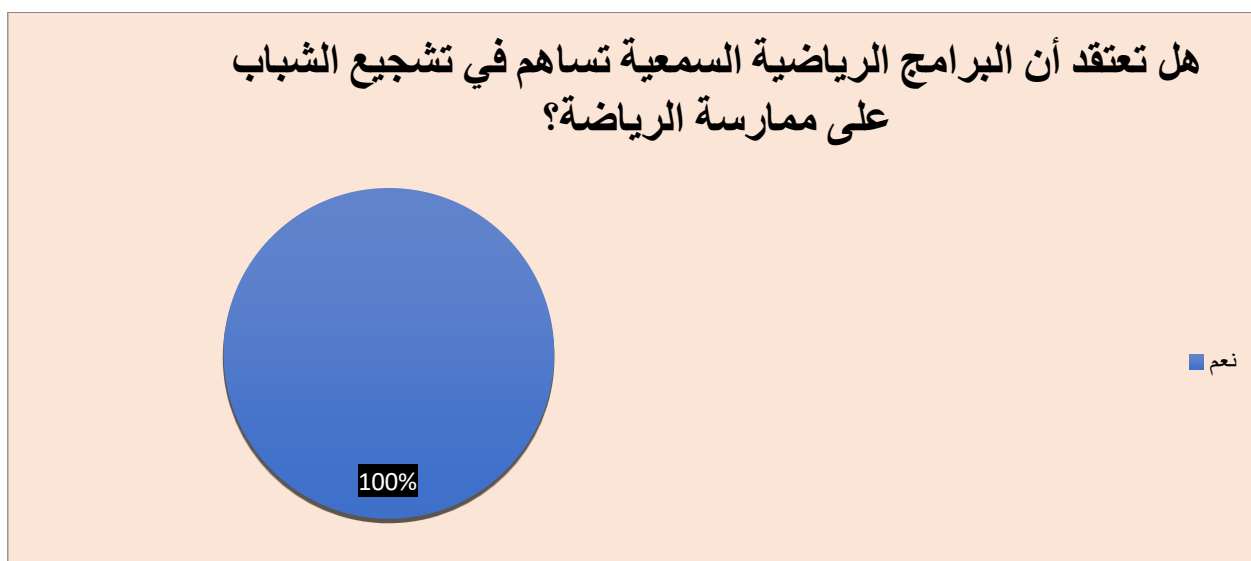
من النتائج، يمكن استنتاج أن الغالبية العظمى من المشاركين يرون أن وسائل الإعلام السمعية تلعب دورًا هامًا في نشر القيم الرياضية الإيجابية. يعتبر التأثير الإيجابي للوسائط السمعية في نشر القيم الرياضية مهمًا، حيث يمكن للبرامج الرياضية والتحليلات والقصص الإلهامية أن تساهم في تعزيز الروح الرياضية والنزاهة والعمل الجماعي والتفاني. قد يقدم الإعلام السمعي أيضًا نماذج إيجابية من الرياضيين والفرق الرياضية التي تعكس القيم الرياضية المثلى.

السؤال (07)

الجدول رقم (14) هل تعتقد أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
100,0	105	نعم
0.00	00	لا
100.0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 13: هل تعتقد أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة؟

يوضح الجدول أن 100% من المشاركين يعتقدون أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة. لا يوجد أي مشارك يعتقد عكس ذلك. من النتائج، يمكن استنتاج أن جميع المشاركين يرون أن البرامج الرياضية السمعية تلعب دورًا هامًا في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة. يعتبر البرامج الرياضية السمعية وسيلة فعالة لنشر الوعي بأهمية النشاط البدني والحث على ممارسته. قد تساهم هذه البرامج في توفير المعلومات والمشاركة في قصص النجاح الرياضية وتقديم النصائح والتوجيه للشباب للانخراط في أنشطة رياضية مختلفة.

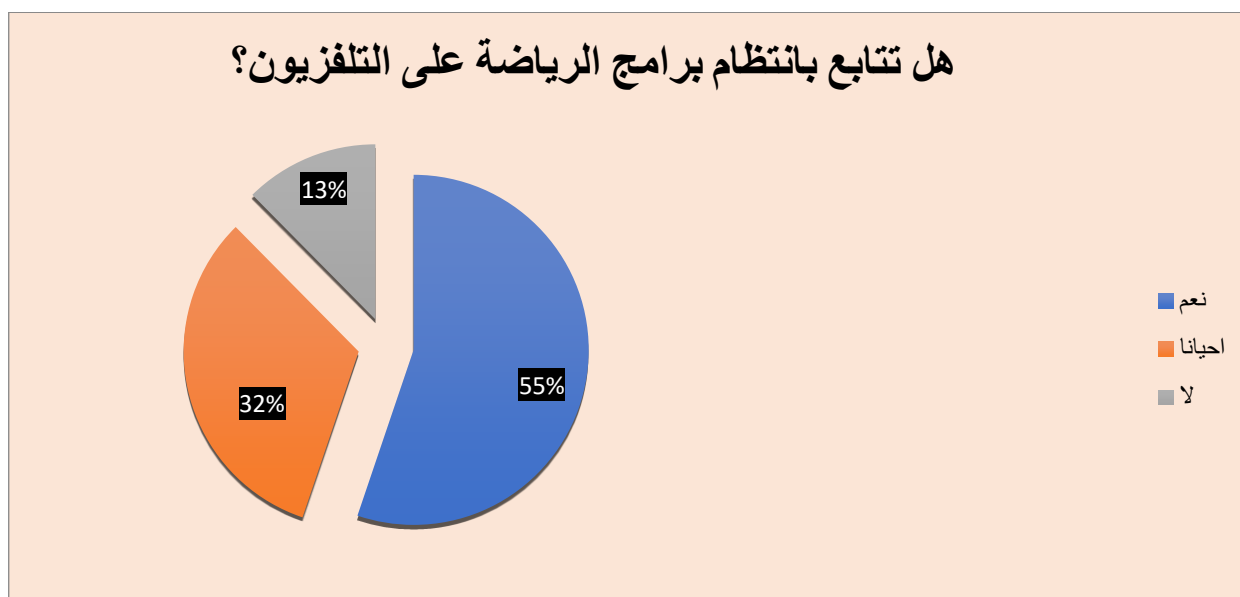
المحور 03: هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (تلفاز، سينما.....)

السؤال (01)

الجدول رقم (15) هل تتابع بانتظام برامج الرياضة على التلفزيون؟

النسبة %	التكرار	
55,2	58	نعم
32,4	34	أحيانا
12,4	13	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 14: هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابياً على في نشر الثقافة الرياضية؟

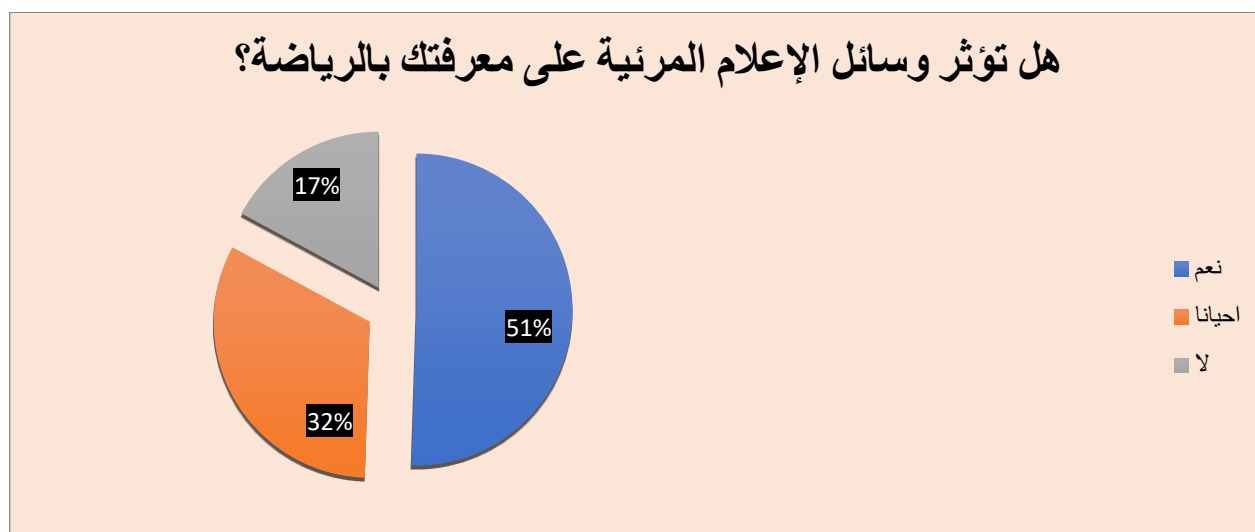
يوضح الجدول أن 55.2% من المشاركين يتابعون بانتظام برامج الرياضة على التلفزيون. بينما يشير 32.4% من المشاركين إلى أنهم يتابعونها أحياناً، و12.4% من المشاركين لا يتابعونها على الإطلاق. من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك نسبة كبيرة من المشاركين الذين يتابعون برامج الرياضة على التلفزيون بانتظام أو بشكل منتظم. قد يكون التلفزيون واحداً من أهم وسائل الإعلام لمتابعة الأخبار الرياضية والمباريات المباشرة والبرامج التحليلية. يمكن أن يكون للتلفزيون دور كبير في توفير تجربة مرئية شاملة للمشاهدين وتوفير التعليقات الحية والإحصائيات والتحليلات التي تعزز فهم الأحداث الرياضية. ومع ذلك، هناك أيضاً نسبة من المشاركين الذين لا يتابعون برامج الرياضة على التلفزيون بشكل منتظم، ويمكن أن يكون لذلك عدة أسباب مثل اهتماماتهم الشخصية أو استخدام وسائل إعلام أخرى لمتابعة الرياضة مثل الإنترنت أو التطبيقات الرياضية.

السؤال (02)

الجدول رقم (16) هل تؤثر وسائل الإعلام المرئية على معرفتك بالرياضة؟

النسبة %	التكرار	
50,5	53	نعم
32,4	34	أحياناً
17,1	18	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 15: هل تؤثر وسائل الإعلام المرئية على معرفتك بالرياضة؟

يوضح الجدول أن 50.5% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام المرئية تؤثر على معرفتهم بالرياضة. بينما يشير 32.4% من المشاركين إلى أنهم يتأثرون بها أحياناً، و17.1% من المشاركين يقولون إنها لا تؤثر على معرفتهم بالرياضة.

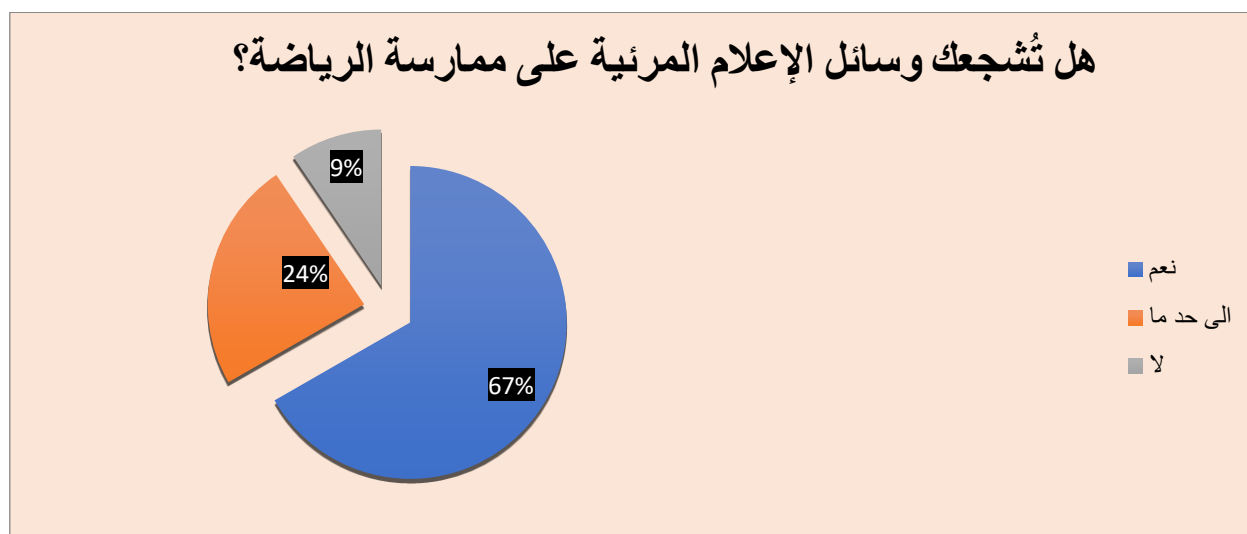
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثيراً ملحوظاً لوسائل الإعلام المرئية على معرفة المشاركين بالرياضة. وسائل الإعلام المرئية مثل التلفزيون والأفلام الرياضية ومقاطع الفيديو على الإنترنت يمكن أن توفر للمشاهدين صورة شاملة ومفصلة عن الأحداث الرياضية، واللاعبين، والفرق، والبطولات. قد تساعد هذه الوسائل في زيادة المعرفة والفهم بشأن قوانين اللعبة، والتكتيكات، والإحصائيات، والتحليلات. ومع ذلك، هناك أيضاً نسبة من المشاركين الذين يشعرون بأن وسائل الإعلام المرئية لا تؤثر كثيراً على معرفتهم بالرياضة، ويمكن أن يكون لذلك علاقة بتفضيلهم لوسائل إعلام أخرى أو مصادر معرفة أخرى مثل القراءة أو المشاركة العملية في ممارسة الرياضة.

السؤال (03)

الجدول رقم (17) هل تُشجعك وسائل الإعلام المرئية على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
66,7	70	نعم
23,8	25	الى حد ما
9,5	10	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 16: هل تشجعك وسائل الإعلام المرئية على ممارسة الرياضة؟

استنادًا إلى الجدول المقدم، يظهر أن 66.7% من المشاركين يقولون إن وسائل الإعلام المرئية تشجعهم على ممارسة الرياضة. بينما يشير 23.8% من المشاركين إلى أنها تشجعهم إلى حد ما، و9.5% من المشاركين يقولون إنها لا تشجعهم على ممارسة الرياضة.

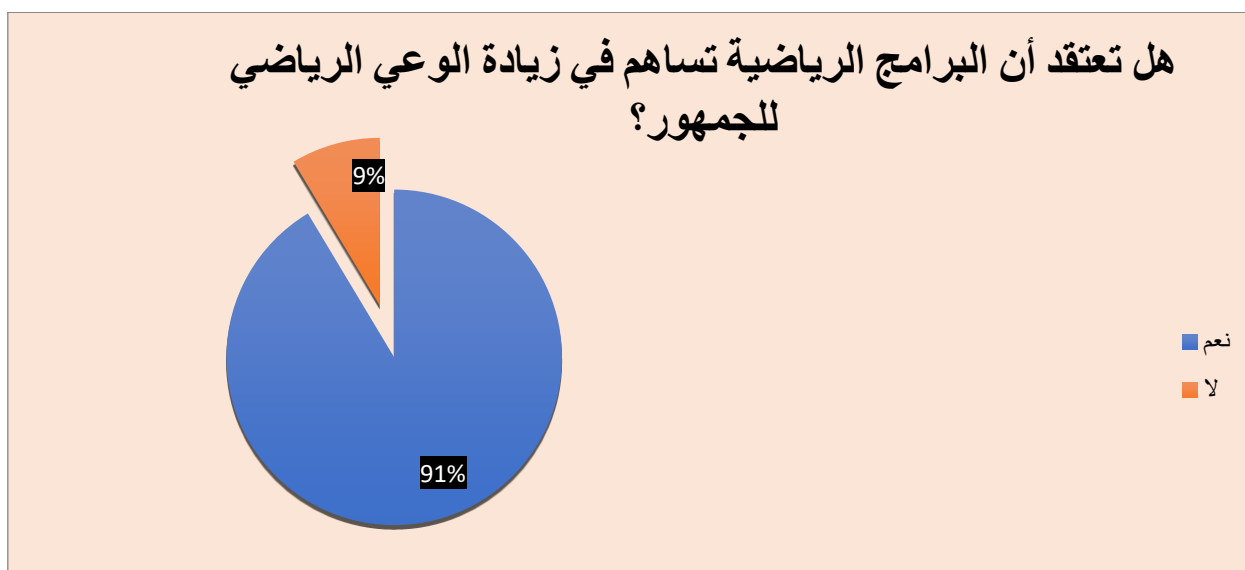
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثير إيجابي لوسائل الإعلام المرئية على تشجيع المشاركين على ممارسة الرياضة. قد تعمل وسائل الإعلام المرئية مثل الأفلام الرياضية والبرامج التلفزيونية ومقاطع الفيديو الرياضية على إلهام المشاهدين وزيادة رغبتهم في الانخراط في أنشطة رياضية. يمكن أن تساعد هذه الوسائل في عرض قصص نجاح الرياضيين والفرق الرياضية وتوفير مشاهد مثيرة وملهمة للأداء البدني. ومع ذلك، هناك أيضًا نسبة من المشاركين الذين يشعرون بأن وسائل الإعلام المرئية لا تشجعهم كثيرًا على ممارسة الرياضة، وقد يكون لذلك علاقة بتفضيلهم لأساليب تشجيع أخرى أو عوامل شخصية أخرى.

السؤال (04)

الجدول رقم (18) هل تعتقد أن البرامج الرياضية تساهم في زيادة الوعي الرياضي للجمهور؟

النسبة %	التكرار	
91,4	96	نعم
8,6	9	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 17: هل تعتقد أ، البرامج الرياضية تساهم في زيادة الوعي الرياضي للجمهور؟

يوضح الجدول أن 66.7% من المشاركين يقولون إن وسائل الإعلام المرئية تشجعهم على ممارسة الرياضة. بينما يشير 23.8% من المشاركين إلى أنها تشجعهم إلى حد ما، و9.5% من المشاركين يقولون إنها لا تشجعهم على ممارسة الرياضة.

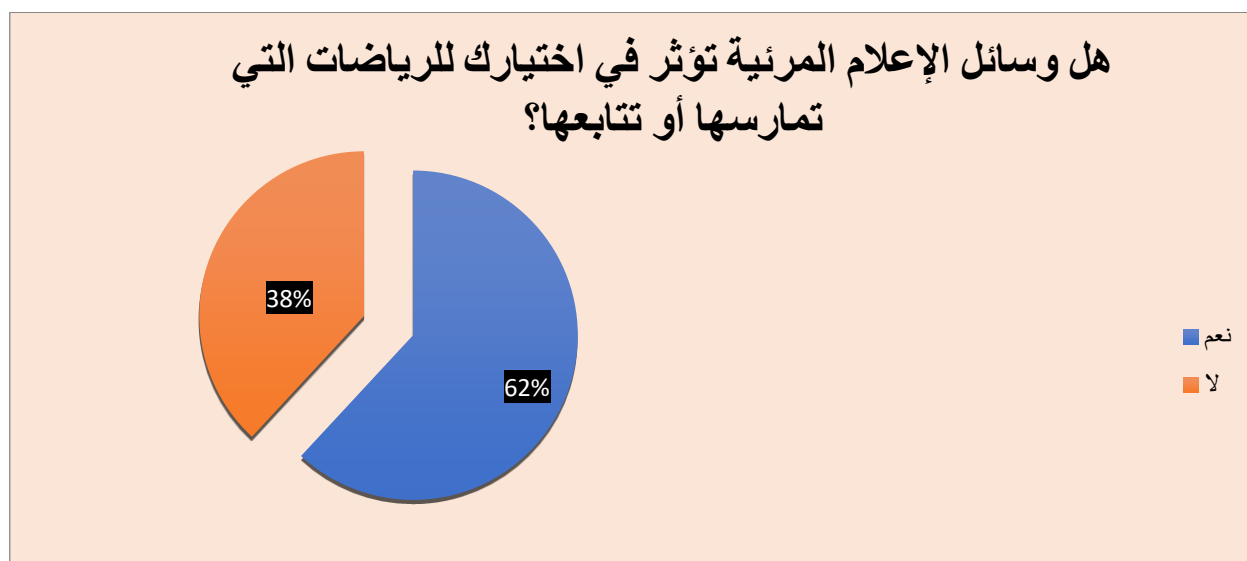
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثير إيجابي لوسائل الإعلام المرئية على تشجيع المشاركين على ممارسة الرياضة. قد تعمل وسائل الإعلام المرئية مثل الأفلام الرياضية والبرامج التلفزيونية ومقاطع الفيديو الرياضية على إلهام المشاهدين وزيادة رغبتهم في الانخراط في أنشطة رياضية. يمكن أن تساعد هذه الوسائل في عرض قصص نجاح الرياضيين والفرق الرياضية وتوفير مشاهد مثيرة وملهمة للأداء البدني. ومع ذلك، هناك أيضًا نسبة من المشاركين الذين يشعرون بأن وسائل الإعلام المرئية لا تشجعهم كثيرًا على ممارسة الرياضة، وقد يكون لذلك علاقة بتفضيلهم لأساليب تشجيع أخرى أو عوامل شخصية أخرى.

السؤال (05)

الجدول رقم (19) هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارك للرياضات التي تمارسها أو تتابعها؟

النسبة %	التكرار	
61,9	65	نعم
38,1	40	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 18: هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارك للرياضات التي تمارسها أو تتابعها؟

يوضح الجدول أن 61.9% من المشاركين يقولون إن وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارهم للرياضات التي يمارسونها أو يتابعونها. بينما يشير 38.1% من المشاركين إلى أنها لا تؤثر في اختيارهم.

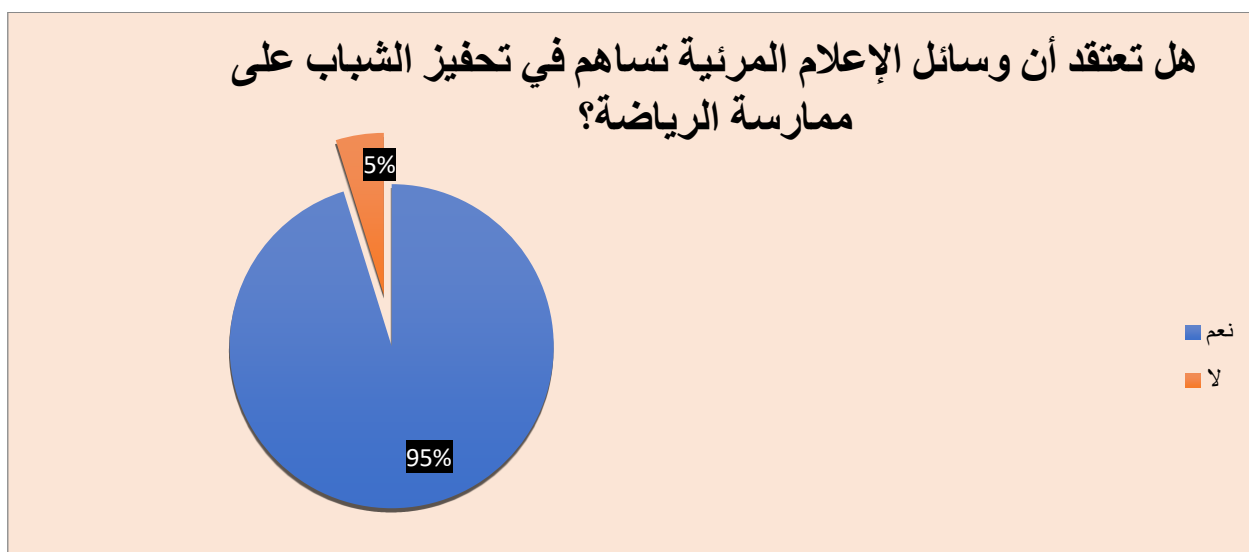
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثير لوسائل الإعلام المرئية على اختيار المشاركين للرياضات التي يمارسونها أو يتابعونها. يمكن أن تلعب وسائل الإعلام المرئية دورًا هامًا في تعريف المشاهدين بمختلف الرياضات وعرض جوانبها المثيرة والتحفيزية. قد تؤثر الأفلام الرياضية والبرامج التلفزيونية ومقاطع الفيديو الرياضية في اهتمامات المشاهدين وتلهمهم لممارسة رياضة معينة أو متابعتها بشكل أكبر. ومع ذلك، هناك أيضًا نسبة من المشاركين الذين يشعرون بأن وسائل الإعلام المرئية لا تؤثر على اختيارهم للرياضات، وقد يكون لذلك علاقة بأنهم يفضلون اتخاذ القرارات بناءً على اهتماماتهم الشخصية أو تجاربهم السابقة.

السؤال (06)

الجدول رقم (20) هل تعتقد أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
95,2	100	نعم
4,8	5	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 19: هل تعتقد أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة؟

يوضح الجدول أن 95.2% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة. بينما يشير 4.8% من المشاركين إلى أنهم لا يعتقدون ذلك. من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك اعتقاد قوي بأن وسائل الإعلام المرئية تلعب دورًا هامًا في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة. وسائل الإعلام المرئية مثل الأفلام الرياضية والبرامج التلفزيونية ومقاطع الفيديو الرياضية قد تعمل على إيجاد إلهام وحماس لدى الشباب للمشاركة في الأنشطة الرياضية. يمكن أن تعرض هذه الوسائل النماذج الإيجابية للشباب وتبرز فوائد النشاط البدني للصحة واللياقة البدنية. ومن المحتمل أن تساهم هذه الوسائل في تشجيع الشباب على الانخراط في الرياضة وتجربة أنواع مختلفة من الأنشطة الرياضية.

المحور 04: هل وسائل الإعلام الرقمية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟ (الأنترنت، الشبكات

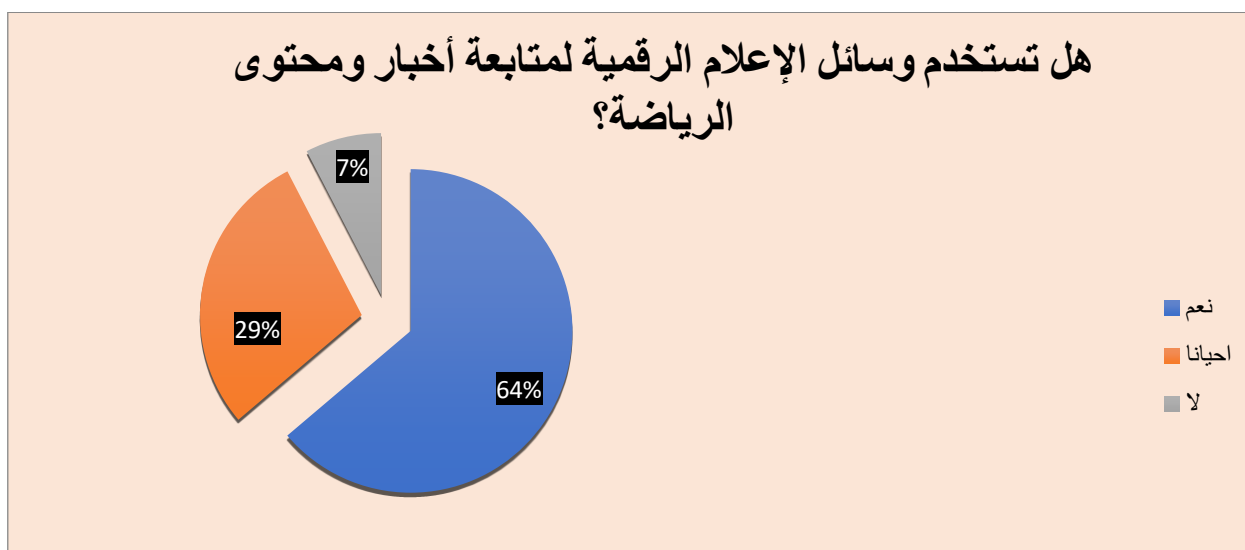
الاجتماعية...)

السؤال (01)

الجدول رقم (21) هل تستخدم وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
63,8	67	نعم
28,6	30	أحيانا
7,6	8	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 20: هل تستخدم وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة؟

استنادًا إلى الجدول المقدم، يظهر أن 63.8% من المشاركين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة. بينما يشير 28.6% من المشاركين إلى أنهم يستخدمونها أحيانًا، و7.6% من المشاركين يقولون إنهم لا يستخدمونها.

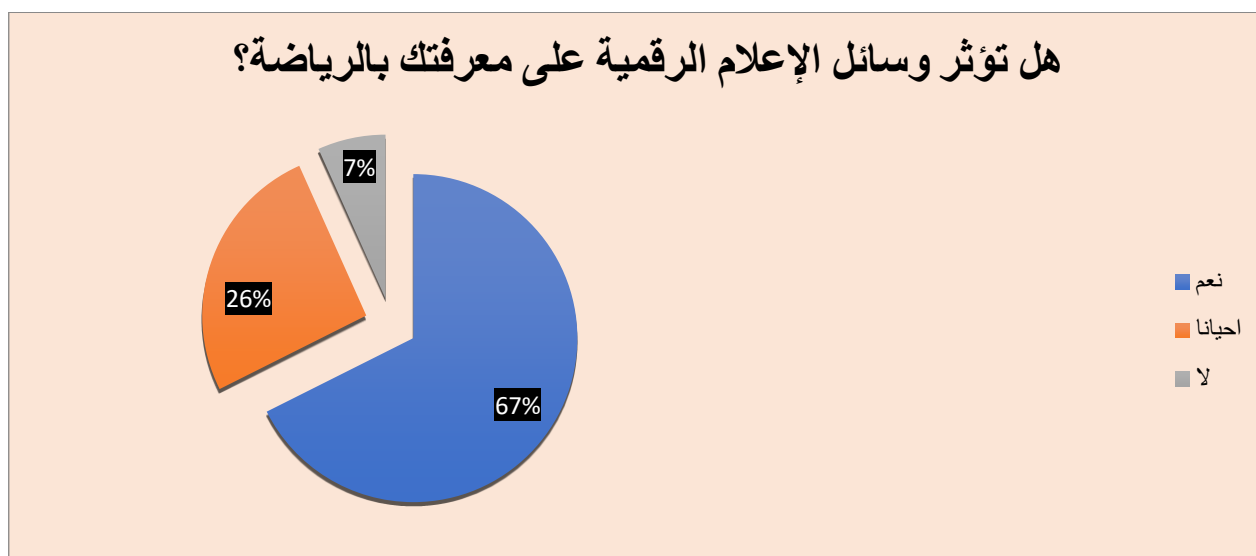
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك استخدام واسع لوسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة. وسائل الإعلام الرقمية مثل المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي توفر للمشاركين وصولًا سهلًا وسريعًا إلى معلومات الرياضة وأخبار الفرق واللاعبين والأحداث الرياضية المختلفة. يمكن لهذه الوسائل أن تكون مصدرًا مهمًا للمشاركين للبقاء على اطلاع دائم بالأحداث الرياضية والتطورات الأخيرة في عالم الرياضة.

السؤال (02)

الجدول رقم (22) هل تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على معرفتك بالرياضة؟

النسبة %	التكرار	
67,6	71	نعم
25,7	27	أحياناً
6,7	7	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 21: هل تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على معرفتك بالرياضة؟

استناداً إلى الجدول المقدم، يظهر أن 67.6% من المشاركين يقولون إن وسائل الإعلام الرقمية تؤثر في معرفتهم بالرياضة. بينما يشير 25.7% من المشاركين إلى أنها تؤثر أحياناً، و6.7% من المشاركين يقولون إنها لا تؤثر.

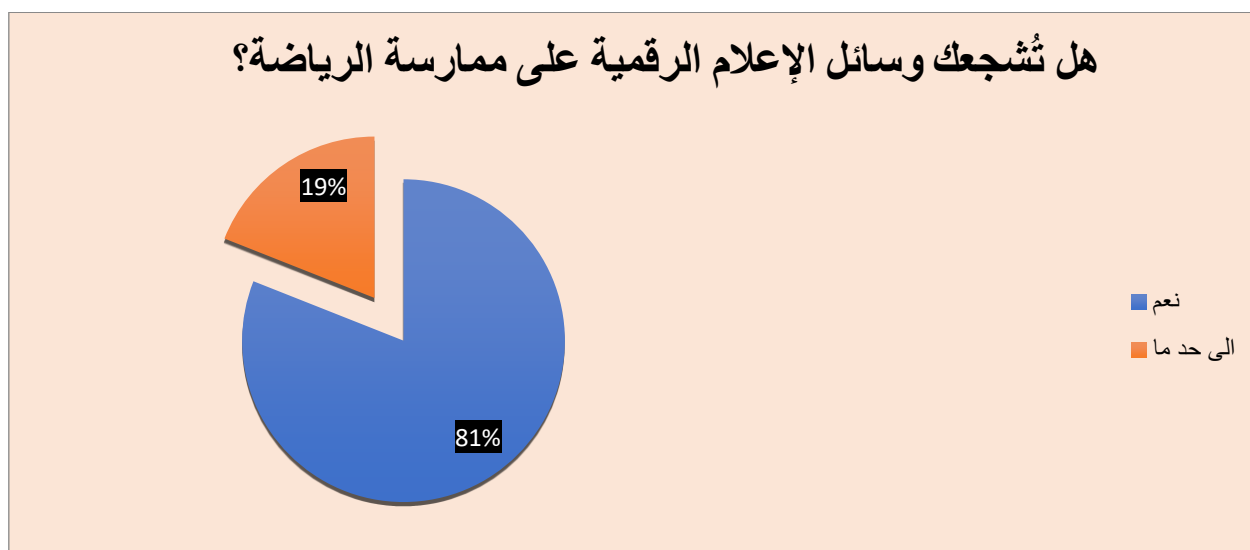
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثير لوسائل الإعلام الرقمية على معرفة المشاركين بالرياضة. وسائل الإعلام الرقمية توفر للمستخدمين مصادر واسعة للمحتوى الرياضي والمعلومات، مما يساعدهم على زيادة معرفتهم وفهمهم للرياضة. يمكن أن تشمل هذه الوسائل المواقع الإلكترونية الرياضية، والتطبيقات الرياضية، والمدونات الرياضية، والقنوات الرياضية عبر الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي. يمكن لهذه الوسائل أن تقدم محتوى متنوعاً مثل أخبار الرياضة وتحليلات المباريات ونصائح التدريب والفيديوهات التعليمية، مما يسهم في زيادة معرفة المشاركين بالرياضة.

السؤال (03)

الجدول رقم (23) هل تُشجعك وسائل الإعلام الرقمية على ممارسة الرياضة؟

النسبة %	التكرار	
81,0	85	نعم
19,0	20	الى حد ما
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 22: هل تشجعك وسائل الإعلام الرقمية على ممارسة الرياضة؟

يوضح الجدول أن 81.0% من المشاركين يقولون إن وسائل الإعلام الرقمية تشجعهم على ممارسة الرياضة. بينما يشير 19.0% من المشاركين إلى أنها تشجعهم إلى حد ما.

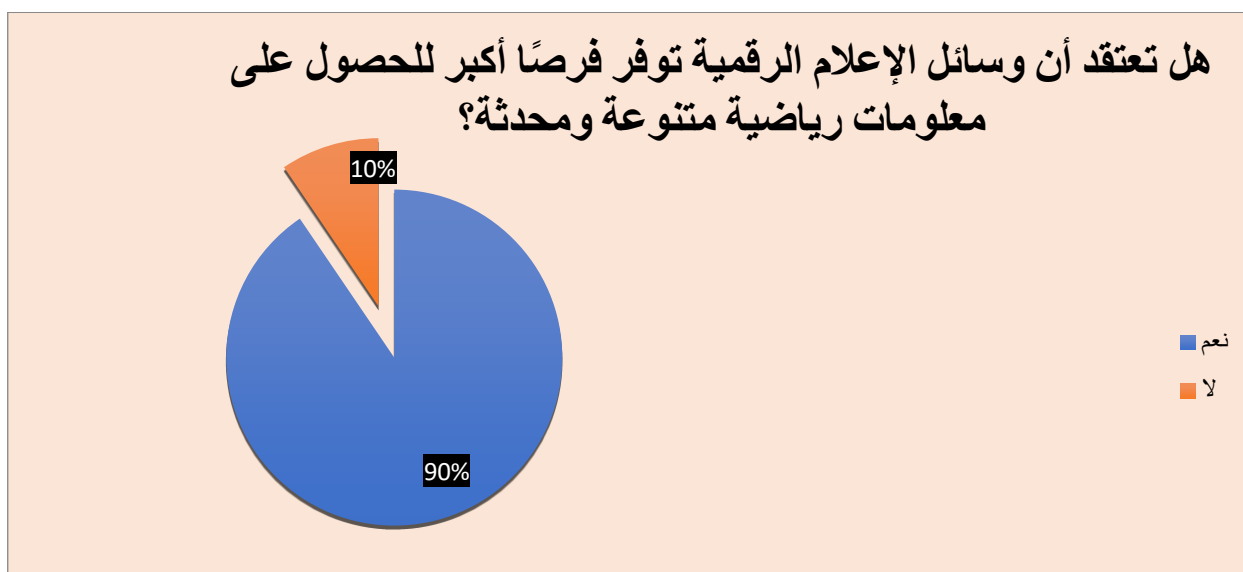
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك تأثير إيجابي لوسائل الإعلام الرقمية في تشجيع المشاركين على ممارسة الرياضة. وسائل الإعلام الرقمية توفر محتوى يلهم ويحفز الناس للانخراط في الأنشطة الرياضية. يمكن أن تشمل هذه الوسائل الفيديوهات التحفيزية، والتحديات الرياضية عبر الإنترنت، وتطبيقات التتبع الرياضي، ومجتمعات اللياقة البدنية عبر الإنترنت. توفر هذه الوسائل تجارب مشاركة ومحفزة وتعزز الروح الرياضية والاستمرارية في ممارسة الرياضة.

السؤال (04)

الجدول رقم (24) هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصًا أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة؟

النسبة %	التكرار	
90,5	95	نعم
9,5	10	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 23: هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصاً أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة؟

يوضح الجدول أن 90.5% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصاً أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة. بينما يشير 9.5% من المشاركين إلى أنهم لا يعتقدون ذلك.

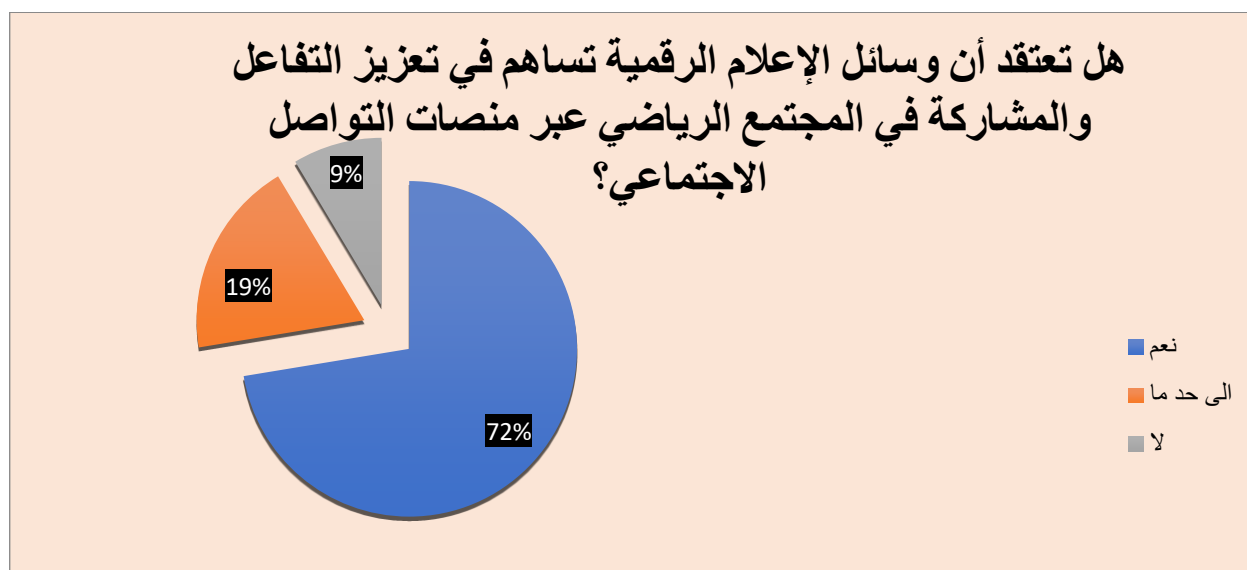
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك توافق واضح بين المشاركين بشأن دور وسائل الإعلام الرقمية في توفير معلومات رياضية متنوعة ومحدثة. يعتبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية ومواقع الأخبار والمدونات الرياضية مصادر رئيسية للمشاركين للحصول على معلومات حديثة وشاملة حول الرياضة. وبفضل الوسائل الرقمية، يمكن للمشاركين الوصول إلى أخبار الرياضة وتحليلات المباريات وإحصائيات الأداء وتغطية الأحداث الرياضية على مدار الساعة.

السؤال (05)

الجدول رقم (25) هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

النسبة %	التكرار	
72,4	76	نعم
19,0	20	الى حد ما
8,6	9	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 24: هل تعتقد أن وسائل الإعلام تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

يوضح الجدول أن 72.4% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي. بينما يشير 19.0% من المشاركين إلى أنها تساهم إلى حد ما، ويعتقد 8.6% من المشاركين أنها لا تساهم.

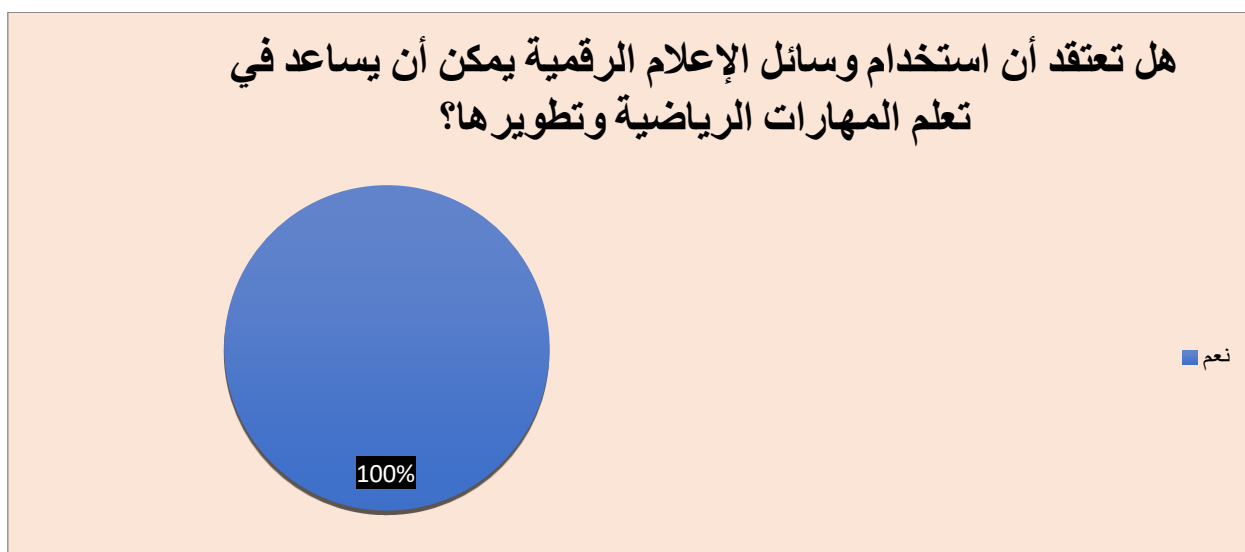
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك توافق نسبي بين المشاركين بشأن دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي. منصات التواصل الاجتماعي توفر فرصاً للأفراد للتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض حول المواضيع الرياضية والأحداث والتحديات. يمكن للمستخدمين التعليق والمشاركة في المناقشات ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو المتعلقة بالرياضة. يتيح لهم ذلك التواصل مع محبي الرياضة الآخرين وبناء مجتمع رياضي افتراضي.

السؤال (06)

الجدول رقم (26) هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها؟

النسبة %	التكرار	
100,0	105	نعم
0.00	0.00	لا
100.0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 25: هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها؟

يوضح الجدول أن 100% من المشاركين يعتقدون أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها. لا يوجد أي مشارك يعتقد عكس ذلك.

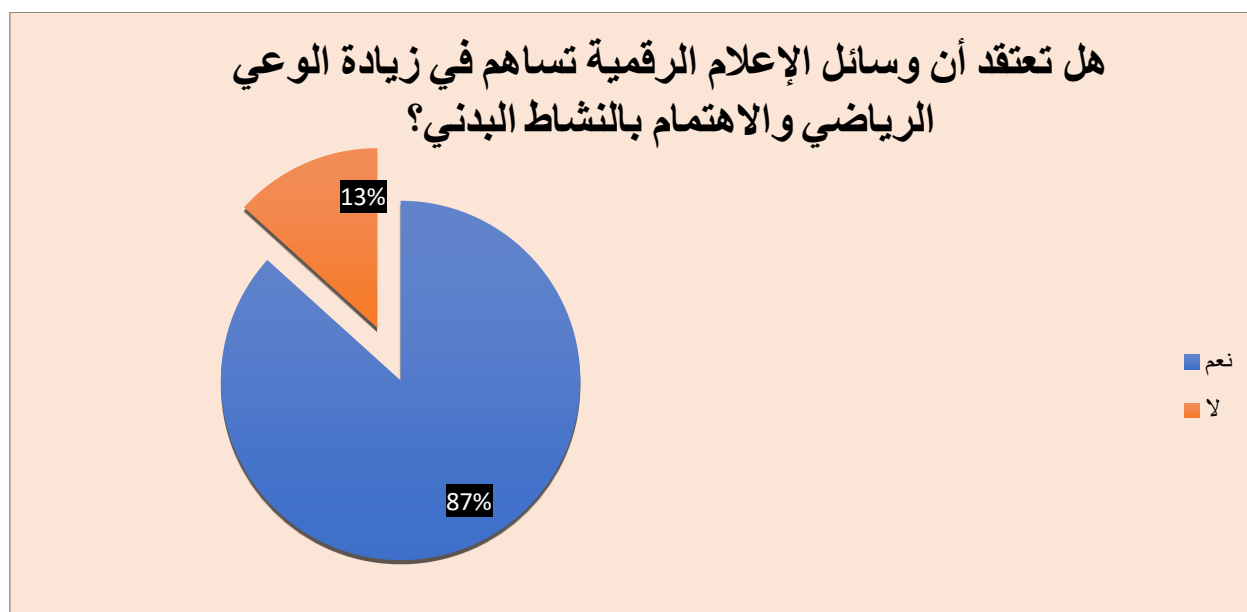
من النتائج، يمكن استنتاج أن هناك اتفاق واضح بين المشاركين بشأن دور وسائل الإعلام الرقمية في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها. يمكن للأفراد استخدام الوسائل الرقمية مثل مقاطع الفيديو التعليمية وتطبيقات التدريب والتعليم عبر الإنترنت لتحسين مهاراتهم الرياضية. وسائل الإعلام الرقمية توفر وسيلة فعالة للوصول إلى محتوى تعليمي متنوع وشامل يمكن أن يساهم في تحسين الأداء الرياضي واكتساب المعرفة والتقنيات اللازمة.

السؤال (07)

الجدول رقم (27) هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني؟

النسبة %	التكرار	
86,7	91	نعم
13,3	14	لا
100,0	105	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS



الشكل 26: هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني؟

استنادًا إلى الجدول المقدم، يظهر أن 86.7% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني و 13,3 يعتقدون أنها لا تساهم.

- من النتائج يمكن استنتاج أن هناك توافق واضح بين المشاركين بشأن دور وسائل الإعلام الرقمية في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها. يمكن للأفراد استخدام الوسائل الرقمية مثل مقاطع الفيديو التعليمية وتطبيقات التدريب والتعليم عبر الإنترنت لتحسين مهاراتهم الرياضية. وسائل الإعلام الرقمية توفر وسيلة فعالة للوصول إلى محتوى تعليمي متنوع وشامل يمكن أن يساهم في تحسين الأداء الرياضي واكتساب المعرفة والتقنيات اللازمة

❖ **جدول (28):** يوضح متوسط حسابي وانحراف معياري وقيمة "ت" وقيمة sig ودرجة الحرية

متوسط حسابي	انحراف معياري	قيمة "ت"	قيمة sig	درجة الحرية
35.4667	6.43618	56.466	0.000	104

- ❖ يتضح من الجدول أن متوسط الحساب للمتغير "الاستبيان" هو 35.4667، والانحراف المعياري هو 6.43618. تم حساب قيمة "ت" كما هو موضح في الجدول وهي 56.466. قيمة "ت" تعكس الفرق

الإحصائية بين المجموعات المدروسة. في هذه الحالة، قيمة "ت" كبيرة جداً وتشير إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية.

قيمة sig هي قيمة الاحتمالية، وفي هذا الجدول، قيمة sig هي 0.000. عندما تكون قيمة sig أقل من مستوى الدلالة المحدد (مثلاً 0.05)، فإن ذلك يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المدروسة. في هذه الحالة، قيمة sig صفرية، وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية ووسائل الإعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية.

- بناءً على هذا التحليل، يمكن القول بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية.

- مناقشة النتائج بالفرضيات:

-مناقشة الفرضية الأولى:

• وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ.

-من أجل التحقق من صحة الفرضية الأولى للبحث والتي افترضنا أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ، من الجدول (2)، (3)، (4)، (5)، (6) و(7) السابقة الذكر والمؤكد بطريقة إحصائية علمية حيث نستطيع إثبات بأن هذه الفرضية تحققت وذلك من إجابات التلاميذ والذين اتفقوا على أن وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.

-وهذا ما أكده الكاتب و التركزونكايت في تحدئه عن عيوب وسائل الإعلام المكتوبة الأخبار السيئة هي أن الأخبار الجيدة لا تنتشر والأخبار السيئة لا تنتشر بشكل صحيح.

-وهذا عكس ما تؤكد دراسة (الحديدي2004،صفحة 91) أن الصحافة المكتوبة من أقدم وسائل الإعلام جماهيري وهي أسبق من الراديو والسينما وتلفزيون وتسمح للقارئ وتتيح الفرصة له بأن يقرأ الرسالة أكثر من مرة وبالسرعة التي تتفق مع قدراته الاتصالية وبأقل تكليف وبالشكل المفصل في أي موضوع أو قضية أو مشكلة، وعلى هذا الأساس استخلص الطالبان الباحثان أن الفرضية قد تحققت.

-مناقشة الفرضية الثانية:

• وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ.

-من اجل التحقق من صحة الفرضية الثانية للبحث والتي افترضنا أن وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ من الجدول (8)، (9)، (10)، (11)، (12) و(13) السابقة الذكر والمؤكدة بطريقة إحصائية علمية حيث نستطيع إثبات بأن هذه الفرضية تحققت وذلك من إجابات التلاميذ والذين اتفقوا على أن وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ.

- وهذا ما أكدته الكاتب مارشال ماكلوهان (1964) بأن الإعلام السمعي يخلق صورة سمعية محدودة لأنه يخاطب حاسة واحدة فقط وهذا ما يجعله محدودا في نقل المعلومات المعقدة والتفاصيل الدقيقة.

- وهذا عكس ما أكدته دراسة (بورغداد عقبة، 2014) حيث تتطابق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراستنا حيث تم التوصل إلى الدور الفعال لوسائل الإعلام السمعية في نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ، ومن هنا يستخلص الطالبان الباحثان أن الفرضية الثانية محققة.

-مناقشة الفرضية الثالثة:

• وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.

-من اجل التحقق من صحة الفرضية الثالثة للبحث والتي افترضنا أن وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ من الجدول (15)، (16)، (17)، (18)، (19) و(20) السابقة الذكر والمؤكدة بطريقة إحصائية علمية حيث نستطيع إثبات بأن هذه الفرضية تحققت وذلك من إجابات التلاميذ والذين اتفقوا على أن وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ.

وهذا ما أكدته دراسة (بن عبد العزيز محمد أمين ، لعمى حراث 2018، ص86) أن أغلب التلاميذ يهتمون اهتماما متذبذب بالإعلام الرياضي و أن وسائل الإعلام المرئية هي التي تنتشر بصورة موسعة الأخبار و المعلومات المتعلقة بالرياضة أين يتوجه الشباب بنسبة كبيرة إلى التلفاز و بدرجة أقل من مواقع أنترنت و الصحف للحصول على معلومات خاصة بالمجال الرياضي من أجل الترفيه فقط و من هذا نقول أن الفرضية 3 محققة و هذا عكس ما أكدته دراسة (غانية زيوي، 2019، ص01) أن الإعلام المرئي إكتسب أهمية كبيرة في ظل البيئة التكنولوجية الحديثة و على هذا الأساس إستخلص الطالبان الباحثان أن الفرضية محققة.

-مناقشة الفرضية الرابعة:-

• وسائل الاعلام الرقمية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.

-من اجل التحقق من صحة الفرضية الثالثة للبحث والتي افترضنا أن وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ من الجدول (21)، (22)، (23)، (24)، (25)، (26)، (27) السابقة الذكر والمؤكدة بطريقة إحصائية علمية حيث نستطيع إثبات بأن هذه الفرضية تحققت وذلك من إجابات التلاميذ والذين اتفقوا على أن وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا على نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ.
-وهذا ما أكدته دراسة (كراسنة 2010 و لحوح 2017 والفرعان 2018) والتي جاء في نتائجهم بأن تأثير وسائل الإعلام كان بالدرجة المتوسطة لدى طلبة المدارس والجامعات والشباب البحريني
-وهذا على عكس دراسة (رنا مروان العيسى، 2020 ص 81) أنه يوجد دور فعال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية والممثلة في دورها في رفع مستوى الثقافة الرياضية عند الشباب وتعتبر أيضا أفضل وسيلة لنشر هذه الثقافة وتشكيلها وتنميتها وتنظيم المبادرات الرياضية التوعوية وإمكانياتها في نقل المعلومات الرياضية بطريقة سلسلة توضيحية وعلى أساس إستخلص الطالبان الباحثان أن الفرضية محققة.

-الإستنتاجات

في ضوء نتائج الدراسة و مناقشتها يستنتج الطالبان الباحثان مايلي:
- وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة (المكتوبة، المسموعة، المرئية و الرقمية) لديها تأثير إيجابي في نشر الثقافة الرياضية.

-لوسائل الإعلام دور في رفع المستوى الثقافي و نشر الوعي الرياضي للتلميذ.

- وجود فروق في أنواع الإعلام.

خلاصة عامة:

يلعب الإعلام دورا هاما في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع، وقد تزامن تطوره مع زيادة انتشار الرياضة، حيث ساهم بأجهزته المكتوبة والمسموعة والمرئية والرقمية في نشر الثقافة الرياضية، وهذا موضوع دراستنا " دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ الطور الثانوي (15-18 سنة)"

وجعلنا نطرح التساؤلات التالية :

- هل مضمون وسائل الإعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية لدى التلاميذ؟
- هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟
- هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟
- هل وسائل الإعلام الرقمية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

والفرضيات التالية :

- وسائل الاعلام المكتوبة تساهم في نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام السمعية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام المرئية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.
- وسائل الاعلام الرقمية تؤثر ايجابيا على نشر الثقافة الرياضية عند التلاميذ.

والهدف العام التالي :

وهذا ما دفع الطالبان الباحثان للاعتماد على المنهج الوصفي وبعينة (105) تلميذ الطور الثانوي (15-18 سنة) بمستغانم. وتم استخدام في هذه الدراسة أداة والمتمثلة في استمارة استببانيه، حيث تم عرضها على مجموعة من الأساتذة الخبراء لتحكيمها ومعرفة مدى صدقها، وتم التوصل إلى أهم النتيجة بأن وسائل الإعلام بأنواعها الأربعة تلعب دورا إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية. بالإضافة إلى الجانب النظري بفصليه:

الفصل الاول: وسائل الإعلام.

الفصل الثاني: الثقافة الرياضية.

الاقتراحات والتوصيات:

ضرورة الاهتمام بالثقافة الرياضية وتنمية الاتجاهات الايجابية لدى الجماهير.

- عمل مسابقات الثقافة الرياضية في جميع المستويات
- الاهتمام بالمزيد من الأبحاث عن الرياضة ووسائل الإعلام.
- اجراء ابحاث ودراسات تحليلية ميدانية لدور وسائل الاعلام في نشر الثقافة والوعي الرياضي في المجتمعات الجزائرية على مختلف أماكن السكن

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

- الزيود، خالد محمود (2013). دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية، جامعة زايد، المؤتمر العلمي الدولي الثاني للبحوث والدراسات الاجتماعية والإنسانية، دولة الإمارات.
- الزيود، خالد محمود (2013). دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية م (21) ع (4)، كلية التربية الرياضية، جامعة اليرموك، عمان، الأردن.
- القضاة، خالد حسن (1997). دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية الرياضية في المجتمع الأردني، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية التربية الرياضية.
- بن عبد العزيز محمد الأمين، لعمى حارث (2018) دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة البدنية الرياضية لدى تلاميذ التعليم الثانوي.
- بورغداد عقبة، (2014) دور الإعلام الرياضي المسموع في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة قسم التربية البدنية والرياضية دراسة ميدانية بجامعة بسكرة
- مجوم، خالد والقلالي، عبد الرزاق (2009) وسائل الاعلام ودورها في نشر الثقافة الرياضية بين الطلاب في مرحلة التعليم المتوسط بمنطقة الزاوية، المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضة، جامعة السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- حسن أحمد الشافعي. (2003) الإعلام في التربية البدنية والرياضية الإسكندرية دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- دداه الشارف، تكوك فريد (2017) دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.
- رشتي، جيهان، احمد (1994). النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية القاهرة.
- شاكرا، نبيل، وشحادة، عثمان (2009) دور مشاهدو القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضة بين طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح ع (43)، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالي السودان.

- شفتير، المعز لدين الله والرباع، عبد اللطيف على (2009) أثر الصحافة الرياضية المحلية في تعميق الوعي الرياضي لدى الشباب المؤتمر العلمي لعلوم التربية البدنية والرياضية جامعه السابع من ابريل، كلية التربية البدنية، الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى.
- صابر، راجي (2012). تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية (15-17) سنة دراسة ميدانية لبعض ثانويات مدينة بسكرة، مدينة بسكرة.
- عويس خير الدين وعطاء على حسن (1998). الاعلام الرياضي دار الكتاب للنشر، القاهرة، مصر.
- عصام الدين، عادل (2000). دور وسائل الاعلام في امن الملاعب الرياضية، دراسة علمية ضمن أبحاث الندوة العلمية امن الملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.
- فاروق احمد (2002). الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم الخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الرياضي للفترة من (1995-2000) رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية للبنين جامعة حلوان، مصر.
- فتحى بخاري (2013) مساهمة الإعلام الرياضي المكتوب في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة.
- مطر، عاطف (2003). دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

المراجع الأجنبية:

- Martine, Mary Terasa. (2000): Learning to Competei Media and Other Influences Froming the Self-Concepts of Four Female College Athletes, DAL-A, Vol.60, No.09.
- Stamirs, G (2000): Sociology of Sport. Second Renewed Publication. Athens. Publication Zita. Greece.
- ROUSSE, P. L. (1994).

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
معهد التربية البدنية والرياضية

استمارة للتحكيم

تحت عنوان

دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ
الطور الثانوي (15-18 سنة)

موجهة إلى التلاميذ

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة ليسانس في التربية وعلم الحركة تحت عنوان: دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية لدى تلاميذ الطور الثانوي (15-18 سنة) " نرجو من سيادتكم ملء هذه الاستمارة بصدق وموضوعية بوضع علامة (x) على الإجابة المختارة، ونتعهد أن كامل البيانات المجمعة بواسطة هذه الاستمارة ستكون سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة، وشكرا على تعاونكم.

شكرا على ثقتكم وتعاونكم

المحور 01: هل وسائل الإعلام المكتوبة تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

1. هل لك اهتمام بقراءة المقالات الرياضية في وسائل الإعلام المكتوبة؟
 - اهتمام كبير ()
 - اهتمام متوسط ()
 - لا أهتم ()
2. هل تؤثر وسائل الإعلام المكتوبة على معرفتك بالرياضة؟
 - نعم ()
 - لا ()
3. هل تشجعك وسائل الإعلام المكتوبة على ممارسة الرياضة؟
 - نعم ()
 - لا ()
4. هل يمكن للصحف والمجلات الرياضية أن تساهم في زيادة الوعي الرياضي لدى الناس؟
 - نعم ()
 - لا ()
5. هل تعتقد أن الأخبار الرياضية المكتوبة تلعب دورًا في تحفيز المشاركة في الأنشطة الرياضية؟
 - نعم ()
 - لا ()
6. هل تعتقد أن وسائل الإعلام المكتوبة تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟
 - نعم ()
 - لا ()

المحور 02: هل وسائل الإعلام السمعية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

1. هل لك اهتمام بمتابعة البرامج الرياضية في وسائل الإعلام السمعية؟
 - اهتمام كبير ()
 - اهتمام متوسط ()
 - لا أهتم ()
2. هل تؤثر وسائل الإعلام السمعية على معرفتك بالرياضة؟
 - نعم ()
 - لا ()
3. هل تشجعك وسائل الإعلام السمعية على ممارسة الرياضة؟
 - نعم ()
 - إلى حد ما ()
 - لا ()
4. هل تستخدم وسائل الإعلام السمعية لمتابعة الأخبار الرياضية؟

- نعم ()
- لا ()
- 5. هل تعتقد أن البث الصوتي للمباريات الرياضية يساعد في تعزيز الاهتمام بالرياضة؟
- نعم ()
- لا ()
- 6. هل تعتقد أن وسائل الإعلام السمعية تُساهم في نشر القيم الرياضية الإيجابية؟
- نعم ()
- لا ()
- 7. هل تعتقد أن البرامج الرياضية السمعية تساهم في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة؟
- نعم ()
- لا ()

المحور 03: هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

1. هل تتابع بانتظام برامج الرياضة على التلفزيون؟
- نعم ()
- أحيانا ()
- لا ()
2. هل تؤثر وسائل الإعلام المرئية على معرفتك بالرياضة؟
- نعم ()
- أحيانا ()
- لا ()
3. هل تُشجعك وسائل الإعلام المرئية على ممارسة الرياضة؟
- نعم ()
- إلى حد ما ()
- لا ()
4. هل تعتقد أن البرامج الرياضية تساهم في زيادة الوعي الرياضي للجمهور؟
- نعم ()
- لا ()
5. هل وسائل الإعلام المرئية تؤثر في اختيارك للرياضات التي تمارسها أو تتابعها؟
- نعم ()
- لا ()
6. هل تعتقد أن وسائل الإعلام المرئية تساهم في تحفيز الشباب على ممارسة الرياضة؟
- نعم ()
- لا ()

المحور 04: هل وسائل الإعلام الرقمية تؤثر إيجابيا في نشر الثقافة الرياضية؟

1. هل تستخدم وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار ومحتوى الرياضة؟
- نعم ()
- أحيانا ()

- لا ()
- 2. هل تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على معرفتك بالرياضة؟
 - نعم ()
 - أحياناً ()
 - لا ()
- 3. هل تُشجعك وسائل الإعلام الرقمية على ممارسة الرياضة؟
 - نعم ()
 - إلى حد ما ()
 - لا ()
- 4. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية توفر فرصاً أكبر للحصول على معلومات رياضية متنوعة ومحدثة؟
 - نعم ()
 - لا ()
- 5. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في تعزيز التفاعل والمشاركة في المجتمع الرياضي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟
 - نعم ()
 - إلى حد ما ()
 - لا ()
- 6. هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الرقمية يمكن أن يساعد في تعلم المهارات الرياضية وتطويرها؟
 - نعم ()
 - لا ()
- 7. هل تعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تساهم في زيادة الوعي الرياضي والاهتمام بالنشاط البدني؟
 - نعم ()
 - لا ()

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

معهد التربية البدنية والرياضية

قائمة الاساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الموضوع : دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة الرياضية

اعداد الطلبة :

➤ عبيد محمد

➤ قنفوذ سايح جواد

الاستاذ المشرف:

➤ بن خالد الحاج

الرقم	الاستاذ	المؤهل العلمي	الامضاء	الملاحظات
1	شراة العالي	دكتوراه		/
2	سيان حسر	مستاد		/
3	م. حاصد م. م. م.	استاذ		استاذ عبد (الاساتذ)
4	بن هاجر م. م.	دكتوراه		

رئيس القسم :

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية الوطنية

مستغانم في: 2024/04/29

مديرة التربية
إلى
السيدة (ة) مديرة (ة) ثانوية
إدريس سنوسي
تيجديث مستغانم

ولاية مستغانم
مديرة التربية
مصلحة التكوين والتفتيش
رقم: 2024/20.20/194

الموضوع: ترخيص لإجراء تريض ميداني.

يشرفني أن أطلب منكم السماح للطالب (ة) :

- عبدي محمد .

- قنفود جواد سايح .

بإجراء تريض ميداني بالمؤسسة التي تشرفون عليها .

كلمة: عبد الحميد بن باديس .

التخصص: ليسانس تربية بدنية و علم الحركة .

وذلك ابتداء من : 29 أفريل 2024 إلى غاية 13 ماي 2024 .

مديرة التربية

عن مديرة التربية و بتفويض منها
الأمين العام
جبور عبد القادر



لوحة رقم 2024
2024

