

أهمية الاعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء

The role of visual sports media in spreading sports culture among women

خالد مريشيش⁽¹⁾ . صلاح الدين جلال⁽²⁾ رايح مجادي⁽³⁾

⁽¹⁾ جامعة المسيلة، الجزائر، khaled.merichiche@univ-msila.dz

⁽²⁾ جامعة المسيلة، الجزائر، salaheddine.djellal@univ-msila.dz

⁽³⁾ جامعة المسيلة، الجزائر، rabeh.medjadi@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2021/04/27 تاريخ القبول: 2021/05/31 تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لمعرفة ما إذا كان للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية في هذا الوسط والتأكيد على الدور الكبير الذي يؤديه الإعلام الرياضي المرئي بصفة خاصة والتعرف على أهمية تأثير برامج دون غيرها في نشر الثقافة الرياضية ومنه التوعية بممارسة النشاط الرياضي لدى النساء وقد طبقت الدراسة على مجتمع دراسي في حدود 80 امرأة وعينة تمثل ربع هذا العدد وتوصلنا في الأخير ان للمشاهدة التلفزيون دور في زيادة الوعي الثقافي لدى النساء وان له تأثير إيجابي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية لدى النساء من خلال مجموعة من البرامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية من الأمراض

كلمات مفتاحية: الاعلام الرياضي المرئي؛ الممارسة الرياضية؛ النساء.

Abstract:

This study aims to find out whether visual sports media has a role in spreading sports culture in this milieu and to emphasize the great role played by visual sports media in particular, and to identify the importance of the influence of programs exclusively in spreading sports culture, including awareness of the practice of sporting activity

among women, The study is based on a study community in the range of 80 women and a sample represents a quarter of this number, and we concluded in the end that watching TV has the role of increasing cultural awareness among women and that it has a positive impact on spreading the culture of sports practice among women through a set of programs that clarify the relationship between sports practice and disease prevention.

Keywords: Visual sports media; sports practice; women.

1. المقدمة:

ان الاهتمام بالثقافة الرياضية يمكن أن يسهم 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.

إن أهمية الوعي الرياضي تكمن في نتائجه التي بإمكانها ان تشكل سياجا يحمي النساء من أمراض جسدية ونفسية هذا من جهة ومن جهة الأخرى تبقى المرأة بحاجة إلى من يوصل لها هذا النوع من المفاهيم والمعلومات الدخيلة عن نمط حياتها حتى تصل إلى درجة الوعي بأهمية الرياضة وتبقى بحاجة إلى إشباع معارفها وإيجاد إجابات وتفسير لكل ما يجول في خاطرها حول قضية أو موضوع حتى تقتنع بما ينبغي فعله.

والإعلام الرياضي كما عرفه خير الدين عويس وعطا حسن⁽¹⁾ أنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي " ، أي أنه يعتبر الجهة الرائدة إذا ما تعلق الأمر بنشر الوعي حول قضية ما أو طرح أفكار جديدة وهو مصدر الأخبار والمعلومات وكذا غرس الثقافات وتغيير الأفكار خاصة فيما يتعلق بمواضيع الممارسة الرياضية للمرأة وكل ما تحتاجه هذه الأخيرة لإشباع معارفها ومعلومات لبلوغ درجة معينة من الوعي والإدراك وكل ما تبحث عنه من

(1) - خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، دار الكتاب للنشر، الجزء الأول، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1998 ، ص 13.

أفكار ومفاهيم تدفعها نحو ممارسة النشاط البدني وكذا تنويرها بثقافة الرياضة التي تعينها على التصدي للعديد من أمراض العصر والوقاية من أخرى والمحافظة على لياقتها البدنية، وللوقوف على أهمية الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

جاءت هذه الدراسة للكشف على العلاقة القائمة بين الإعلام الرياضي والفئة النسوية ومعرفة ما إذا كان للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية في هذا الوسط، وهذا ما دفعنا للبحث والتساؤل هل للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

3- التساؤلات جزئية:

➤ هل لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء؟

➤ ما دور التلفزيون في زيادة الوعي بممارسة الرياضة لدى المرأة؟

➤ ما دور البرامج الرياضية في زيادة الوعي الرياضي للمرأة؟

4- فرضيات الدراسة:

1-4 الفرضية العامة:

للإعلام الرياضي المرئي دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

2-4 الفرضيات الجزئية:

➤ لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

➤ التلفزيون يزيد من الوعي الثقافي لدى النساء.

➤ للبرامج الرياضية دور في زيادة الوعي الرياضي للمرأة.

5- أهداف الدراسة:

إن التطور الحاصل على مستوى العلوم الإعلامية وكذا الرياضية، سمح ب بروز مساحات جديدة من ناحية الاهتمام من قبل الجماهير من جهة والباحثين من جهة أخرى سواء في ميدان البحث الإعلامي أو الرياضي، الأمر الذي وسع في الطموحات التي تسعى وسائل الإعلام لتحقيقها وعلى رأسها الإعلام الرياضي المرئي لما يتمتع به من خصوصيات تعبت على تصدره المرتبة الأولى لدى الجماهير وخاصة النساء من حيث المشاهدة والمتابعة، وبالخصوص نقل المنافسات والأحداث الرياضية والبرامج المتنوعة

- ✓ وما لها من تأثيرات على الجمهور المتابع ، وعليه فإننا نهدف من وراء هذه الدراسة إلى:
- ✓ تأكيد دور الكبير الذي يؤديه الإعلام الرياضي المرئي بصفة خاصة.
- ✓ التعرف على أهمية تأثير برامج دون غيرها في نشر الثقافة الرياضية ومنه التوعية بممارسة النشاط الرياضي لدى النساء.
- ✓ التوصل إلى حجم المشاهدة وهل له أثر في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

6- أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة بأنها من الدراسات القليلة في الجزائر التي تتناول موضوع دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

7- أسباب اختيار الموضوع:

اختيار لهذا الموضوع لم يكن بمحض الصدفة بل جاء جراء ما يحدث في الساحة الرياضية، وما يعيشه الشباب في ميدان الرياضي، ومدى تأثير الإعلام الرياضي المرئي والدور الذي تلعبه في وسط فئة المراهقين، يمكننا تلخيص هذه الأسباب الكامنة وراء اختيار موضوع البحث فيما يلي:

- ✓ الرغبة في البحث حول الموضوع الإعلام الرياضي بصفة عامة ودور الإعلام الرياضي المرئي بصفة خاصة
 - ✓ الرغبة في الغوص في أعماق الدور الفعلي للإعلام الرياضي المرئي في وسط النساء.
 - ✓ توضيح وإبراز دور الإعلام الرياضي المرئي تجاه الرياضة. الرياضة النسوية
 - ✓ استجابة الموضوع من حيث مرونته في الوسط الاجتماعي، وتميع الإعلام الرياضي المرئي في تأثير على شرائح المجتمع
 - ✓ إبراز التأثيرات الايجابية والسلبية للإعلام الرياضي المرئي في التفاعلات الاجتماعية على المجتمع وقيّمته.
 - ✓ المساهمة في دراسة الدوافع التي تحفز النساء خصوصا على ممارسة النشاطات الرياضية.
- الكلمات الدالة في الدراسة:
- تحديد المصطلحات:

2-1 الإعلام: هو كلمة بتسع مدلولها لدرجة أنه أصبحت من الصعب تعريفها

فهي تعني: لغة: الإبداع أو الإخبار⁽²⁾.

اصطلاحاً: هي كل أشكال وصور إرسال المعلومات من إنسان لآخر أو من حيوان لآخر أو من إنسان لآلة ومن آلة لآلة⁽³⁾.

إجرائياً: هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة.

3-1 الإعلام الرياضي: هو تلك العملية التي تهتم بنشر الإخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي⁽⁴⁾.

4-1 الرياضة هي بحكم طبيعتها عبارة عن مجموعة من المنافسات الرياضية المنتظمة والمبرمجة، تقوم على أساس المبادئ المحددة والتقاليد التقدمية التي تهدف إلى تطوير الانجازات، وتوسيع حدود الطاقة البدنية للإنسان⁽⁵⁾.

5-1 الثقافة: لغةً: (مصدر: ثقف) الحذق والمارة، الإحاطة بالعلوك، الآداب، حسن التهذيب. ثقف الرمح المعوج أم سواه، ثقف الشخص أي علمه وهذبه⁽⁶⁾.

أصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذ من الفعل الثلاثي (ثقف) بضم القاف وكسرهما.

وتطلق في اللغة على معاني عدة فهي تعني: الحذق والفتنة، والذكاء وسرعة التعلم، وتسوية الشيء وإقامة الاعوجاج ، والتأديب والتهذيب، كالعلم والأدب والتعليم والفن.

(2) سهيل ادريس، جبور، عبد النور المهمل، دار الآداب، ط11، بيروت، لبنان، 1990، ص 662.

(3) أيمن محمد الهنداوي، برامج التلفزيون المصري الرياضية، دار الوفاء، ط1، الاسكندرية، مصر 2004، ص21.

محمد الحماحي، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار اوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2006، ص 98 (4)

(5) الأديب خضور، الإعلام الرياضي دراسة علمية لتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون. المكتبة الاعلامية، ط1، دمشق، سوريا، 1997، ص 8.

(6) تركي رايح، أصول التربية والتعليم، المؤسسة الوطنية للكتاب، الطبعة 4، الجزائر، 1990، ص 320.

اصطلاحاً:

تعريف تايلور : هي ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والاخلاق والقانون والعادات والقدرات التي يكتسبها الإنسان كعضو في جماعة⁽⁷⁾.
تعرف الثقافة بأنها " النسيج الكلي والمعتقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك وكل ما يبني عليها من تجديلات وابتكارات او وسائل حياة المجتمع بما ينشأ في ظله كل عضو من أعضائه كما يأتي من الماضي ويتم الأخذ به وتطويره في ضوء ظروف الحياة والخبرة"، وهي باختصار تعني ذلك الجزء من البيئة الذي صنعه الإنسان بنفسه وهذبه بخبرته وتجاربه.

6-1 مفهوم الثقافة الرياضية:

هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من فنون والأنشطة الرياضية المختلفة، والتي يكتسبها الفرد من البيئة، ويزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة، او بالممارسة او بالقراءة لتلك الأنشطة الرياضية⁽⁸⁾.

وتعتبر الثقافة البدنية جزءا من الثقافة بمفهومها الشامل خلاصة كل ما توصل إليه المجتمع من خبرات من أجل الوصول إلى النمو البدني السليم لأعضاء المجتمع، منذ المراحل السنية الاولى وذلك من أجل رفع المستوى الصحي العام. وتتطلب الثقافة البدنية الكثير من العناصر منها التربية البدنية واللياقة الجسمية. فمؤشرات التقدم

الحضاري في المجتمع الإنساني المعاصر هي جزء من الثقافة البدنية والرياضية

- الدراسات الميدانية:

1- الدراسة الاستطلاعية: في دراستنا لموضوع " دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء" قمنا بدراسة استطلاعية في قاعة الرياضية حيث توجهنا إلى مجموع من نساء وقمنا بتوجيه مجموعة من الأسئلة إليهن بدف تقصي بعض الحقائق حول موضوع دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية في الوسط النسائي كما أردت التعرف على درجة اهتمامهن ومتابعتهن لما تقدمه مختلف

(7) السيد محمد خيري: محاضرات في علم النفس الاجتماعي، الطبعة 2، القاهرة، مصر، 1971، ص37.

(8)خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، دار الكتاب للنشر، الجزء الاول، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1998، ص ص 56،57.

وسائل الإعلام الرياضي المرئية خاصة حول مواضيع الرياضة بالإضافة إلى أسئلة أخرى كان هدفي منها معرفة آرائهن في دور الإعلام الرياضي في إشباع حاجتهن إلى المعلومات والأفكار حول موضوع الرياضة الخاصة بالوسط النسوي وهل هو قادر على توعيتهن ودفعهم نحو ممارسة النشاط البدني إذا ما لبى هذه الاحتياجات.

1-1 مجالات البحث:

1-1-1 المجال الزمني:

قمنا بإجراء دراسة استطلاعية يوم 2019-01-12 وكان الهدف منها هو التعرف على المجتمع الأصلي للدراسة واختيار العينة، حيث تم التنقل إلى قاعة حسين فيتنس جيم ومعرفة العدد الإجمالي للمجتمع الأصلي وذلك من أجل توضيح الغرض من الدراسة الاستطلاعية والنتائج المتوقعة في الدراسة.

أما الجانب التطبيقي فكان يوم 2019-02-06، قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان، وتم تحديد عينة الدراسة والمتمثلة في النساء المرتدات لقاعة حسين فيتنس جيم، والبالغ عددهم 80 امرأة وهو المجتمع الأصلي للدراسة.

2-1-1 المجال المكاني للدراسة:

أجريت الدراسة الميدانية بقاعة حسين فيتنس جيم.

3-1-1 المجال البشري:

يتكون مجتمع الدراسة من النساء المرتدات لقاعة حسين فيتنس جيم. موضوع الدراسة: دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية، لدى النساء.

2-المنهج المتبع في الدراسة:إن الموضوع الذي يعالجه موضوعنا يتطلب استعمال المنهج الوصفي نظرا لخطواته التي تسمح بطرح المشكلة بطريقة موضوعية، والذي عرف في مجال التربية على انه "كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية كما هي قائمة في الوقت الحاضر من اجل تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها أو بين ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية أخرى.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

1-3 مجتمع الدراسة:تعتبر مشكلة تقدير حجم مجتمع الدراسة ، من المشاكل الرئيسية التي تواجه الباحث خاصة في الحالات التي لا تتوفر فيها قائمة الأفراد ولا

تسمح الظروف بإجراء تعداد شامل لأفراد المجتمع ، وبما أن مجتمع الدراسة يتمثل في كل الوسط النسائي فإن إجراء مسح شامل لمجتمع البحث يتطلب قدرا كبيرا من التكاليف ليس باستطاعتي تغطيته ، بالإضافة إلى ذلك يحتاج زمن طويل لإتمام عملية جمع البيانات والذي يتجاوز طاقتي ، كل هذه الأسباب جعلتني أحدد مجتمع دراستي في حدود 80 امرأة اللواتي يرتدن قاعة حسين فيتنس جيم واللاتي يتابعن البرامج الرياضية عبر التلفزيون.

2-3 عينة الدراسة: وتمثل عينة الدراسة في: النساء اللواتي يرتدن قاعة حسين فيتنس جيم، واللواتي يتابعن البرامج الرياضية وبالتالي هي عينة قصدية تشمل النسوة اللاتي يمارسن الرياضة بالقاعة الرياضية "حسين فيتنس جيم" والمقدر عددهم ب 20 أي 25% من المجتمع الأصلي.

1-3-3 ضبط متغيرات الدراسة: استنادا إلى فرضيات الدراسة تبين لنا جليا أن هناك متغيرين اثنين إحداهما مستقل والآخر تابع.

تحديد المتغير المستقل: الإعلام الرياضي المرئي.

تحديد المتغير التابع: الثقافة الرياضية لدى النساء.

4- أدوات جمع البيانات والمعلومات:

إن أي دراسة تتطلب تحديد الخطوات المتبعة والأدوات المستعملة وذلك لجمع المعلومات والبيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج نجيب من خلالها على إشكالية البحث، فاعتمادنا في بحثنا هذا على جمع المعلومات النظرية والميدانية حتى نتمكن من رصد الحقائق والدلائل العلمية التي تسعى دراستنا لإثبات من خلال إتباع الخطوات التالية:

1-4 أدوات الجانب النظري: اعتمدت في جمع المادة العلمية النظرية على مراجع متنوعة بين العربية والأجنبية والمذكرات الأكاديمية، التي تتعلق بصميم الموضوع وتتقارب معه من حيث القيمة والدلالة العلمية، وارتباطها الوثيق بموضوع وإشكالية الدراسة، وتمّ هذا من خلال المسح المكتبي للمراجع المتعلقة بمتغيرات الدراسة في شقيها النظري والتطبيقي.

2-4 أدوات الجانب التطبيقي: من خلال دراستنا اعتمدنا على الأدوات التالية.

1-2-4 الاستبيان: استعملنا في دراستنا الاستبيان وهو الأداة الفعلية في الدراسة الإعلامية والتي من خصائصها إتاحة الفرصة لطرح مجموعة من الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة. حيث تم تحديد استبانة حول " أهمية الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء"، والتي تعد الأداة الرئيسية الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي يجري تعقبها من قبل المجيب.

3-2-4 نوع الأسئلة: تم الاعتماد على الأسئلة المغلقة.

4-2-4 عرض الاستبيان على الأساتذة المحكمين:

عرضت الصورة الأولية للأداة على عدد من الأساتذة وذلك لإبداء الرأي في محاور الاستبيان ومدى صلاحية ومناسبة العبارات الموضوعية لدراسة آراء النساء المرتدات لقاعة حسين فيتنس جيم، وكذا إضافة بعض العبارات التي من شأنها إثراء الاستبيان، بحذف أو تعديل أو زيادة وقد أثري بملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة.

3-4 وصف أداة الدراسة: بناءً على الخطوات السابقة الذكر تكونت الصورة النهائية للأداة من جزئين. الجزء الأول تضمن المعلومات الشخصية عن المستجوب أما الجزء الثاني تضمن ثلاث محاور:

المحور الأول: لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

المحور الثاني: دور التلفزيون في زيادة الوعي بممارسة الرياضة لدى المرأة.

المحور الثالث: دور البرامج الرياضية في زيادة الوعي الرياضي للمرأة.

4-4 الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

1-4-4 ثبات الاستبيان: يقصد بثبات الاستبيان، أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، أن ثبات الاستبيان؛ يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة، عدة مرات، خلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة. من خلال معامل ألفا كرونباخ، والجدول رقم (.....) بين معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

جدول رقم: (01) يبين قيمة معامل ألفا كرونباخ الأداة الدراسة

النتيجة	Sig	معامل الارتباط	محاور الاستبيان	
ثابت	06	0.820	01	المحور الاول:المتعلق بالفرضية الاولى والتي مفادها : لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.
ثابت	06	0.782	02	المحور الثاني : دور التلفزيون في زيادة الوعي بممارسة الرياضة لدى المرأة.
ثابت	06	0.756	03	المحور الثالث: دور البرامج الرياضية في زيادة الوعي الرياضي للمرأة.
ثابت	18	0.809	جميع فقرات الاستبيان	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ المحور الأول : : لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء. بلغ 0.820 والمحور الثاني : دور التلفزيون في زيادة الوعي بممارسة الرياضة لدى المرأة. بلغ 0.782.

و المحور الثالث : دور البرامج الرياضية في زيادة الوعي الرياضي للمرأة. بلغ 0.756 وهي كلها معاملات مرتفعة وكذلك معامل الفا لجميع اسئلة الاستبيان معا بلغ 0.809 وهذا يدل على أن قيمة الثبات مرتفعة الأداة الدراسة ذات ثبات ما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها تجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات ألفا كرونباخ، تتراوح بين (0-1)، وكلما اقترب من الواحد، دل على وجود ثبات عال، وكلما اقترب من الصفر دل على عدم وجود ثبات. وان الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل ألفا كرونباخ هو: 0.6 .

ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة

وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

تحليل ومناقشة الدراسة

1-1 المحور الأول: لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء

	التكرارات	النسبة	المعدومة T قيمة	Ddl	Sig
يومية	2	10	22,132	19	0.00
أحيانا	17	85			
نادرا	1	5			
المجموع	20	%100			

السؤال الأول: هل لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء؟

1-1 تحليل ومناقشة النتائج: يتضح من خلال الجدول السابق حسب إجابات

افراد العينة المدروسة من النساء المرتدات لصالة "حسين فيتنس جيم" ان 85% من النسوة يشاهدن التلفاز يوميا ولكن بصفة غير دائمة فيما نسبة إجابات من اخترن الإجابة "يومية" قدرت ب 10% بينما من لا يشاهدن التلفاز يوميا الا نادرا فكانت نسبتهم 1% والفروق في الإجابات كانت دالة (0.00) عند درجة الحرية 19 مستوى الدلالة 0.05 هذا ما يؤكد اختبار t ستيودنت (22.132) .

من هنا يمكن الاستنتاج ان النساء المرتدات لصالة "حسين فيتنس جيم" يشاهدن

التلفاز بشكل يومي ولكن بصفة غير دائمة.

2-1 المحور الثاني: دور التلفزيون في زيادة الوعي بممارسة الرياضة لدى المرأة

السؤال الاول: هل يبث التلفزيون برامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية

والوقاية منها؟

	التكرارات	النسبة	قيمة T المعدومة	ddl	Sig

0.00	19	12,704	55.0	11	نعم
			45.0	09	لا
			%100	20	المجموع

1-تحليل ومناقشة النتائج: يتضح من خلال تحليل من خلال الجدول حسب إجابات أفراد العينة من النسوة المرتادات لقاعة "حسين فتنس جيم" أن نسبة 55% اخترن الإجابة "نعم" وهن من يرون ان التلفزيون يقدم برامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية منها بينما نسبة 45% اخترن الاجابة ب لا وهن من أجبن التلفزيون لا يقدم برامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية منها.

والفروق في الإجابات كانت دالة (0.00) عند درجة الحرية 19 مستوى الدلالة 0.05 هذا ما يؤكد اختبار t ستيودنت (12.704) .

من هنا نستنتج ان النسوة اللاتي يرتدن قاعة حسين فتنس جيم ان التلفزيون يقدم برامج رياضية توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية منها.

3-1 المحور الثالث: دور البرامج الرياضية في زيادة الوعي الرياضي للمرأة.

السؤال الأول: هل تحبين مشاهدة البرامج الرياضية بالتلفزيون ؟

1-مناقشة وتحليل النتائج : يتضح من خلال الجدول الاول حسب اجابات افراد العينة من النسوة اللاتي يرتدن قاعة حسين فتنس جيم ان نسبة 55 % اخترن الاجابة بنعم وهن من اجبن انهن يحبن مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون بينما نسبة 45% اخترن الاجابة ب لا واجبن انهن لا يحبن مشاهدة البرامج الرياضية بالتلفزيون والفروق في الإجابات كانت دالة (0.00) عند درجة الحرية 19 مستوى الدلالة 0.05 هذا ما يؤكد اختبار t ستيودنت (12.704).

من هنا نستنتج ان النسوة اللاتي يرتدن قاعة حسين فتنس جيم انهن حقا يحبن مشاهدة البرامج الرياضية التي تقدم في التلفزيون.

2-مناقشة الفرضيات على ضوء النتائج المتحصل عليها في الدراسة:

قمنا بتقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور وفق الفرضيات المطروحة وقد وزعنا عبارات الاستبيان حسب هذه المحاور حيث تم مناقشة نتائجه في ضوء الفرضيات

الفرضية الأولى: لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء.

لقد تبين بعد عرض وتحليل النتائج المتوصل اليها من خلال تفرغ اسئلة الاستبيان ومعالجتها ببرنامج التحليل الاحصائي spss ان لمشاهدة التلفزيون دور في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء هذا ما يثبته أغلب أفراد العينة المدروسة من النساء المرتدات لصالة حسين فيتنس جيم في الجدول 1 الذين اجبن انهن يشاهدن التلفاز يوميا وكذا الجدول 4 أين أجبن أنهن يحببن مشاهدة التلفزيون أكثر من ساعة خلال عطلة الاسبوع وكذا الجدول 6 أين أجبن أنهن يشاهدن التلفزيون مساء خلال أيام العمل.

وعليه يمكن القول أن فرضيتنا تحققت إلى حد ما.

الفرضية الثانية: التلفزيون يزيد من الوعي الثقافي لدى النساء.

بعد عرض وتحليل النتائج المتوصل اليها من خلال تفرغ اسئلة الاستبيان ومعالجتها ببرنامج التحليل الاحصائي spss تبين لنا ان للتلفزيون دور في زيادة الوعي الثقافي لدى النساء هذا ما تؤكدده اغلب اجابات افراد العينة المدروسة في الجدول 1 اذ اجبن ان التلفزيون يبث برامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية منها وكذا الجدول 2 اين اجبن ان التلفزيون يبث برامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والمتعة وكذا الجدول 4 اين اجبن ان البرامج الرياضية تقدم معلومات مفيدة وكذا الجدول 6 أين أجبن أن التلفزيون يؤثر بالفعل على ثقافة المشاهد الرياضية.

الفرضية الثالثة: للبرامج الرياضية دور في زيادة الوعي الرياضي للمرأة.

لقد تبين بعد عرض النتائج المتوصل اليها من خلال تفرغ اسئلة الاستبيان ومعالجتها ببرنامج التحليل الاحصائي spss ان للبرامج الرياضية دور في زيادة الوعي الرياضي للمرأة هذا ما تثبته اغلب اجابات افراد العينة المدروسة في الجدول 1 اين

اجبن انهن يحبين مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية وكذا الجدول 3 اين اجبن انهن يشاهدن البرامج الرياضية المحلية وكذا الجدول 5 اين اجبن ان البرامج الرياضية مرتبطة باحتياجات النساء الممارسات للرياضة وكذا الجدول 7 اين اجبن ان مقدمي البرامج الرياضية متمكنين من عملهم ويستخدمون اسلوبا واضحا وكذا الجدول 8 اين اجبن انهن يطبقن المعلومات الرياضية التي يقدمها التلفزيون اثناء ممارستهن للرياضة وكذا الجدول 9 ان ابدين من خلال اجابتهن رضاهن عن البرامج الرياضية .

الاستنتاجات: من خلال تحليلنا ومناقشتنا للفرائض الدراسة تبين لنا ما يلي:

1 – للإعلام الرياضي المرئي دور فعال في نشر الثقافة الرياضية لدى النساء وأن الاعلام الرياضي المرئي مطالب بإعطاء حجم أكبر للرياضة النسوية وهي النتيجة التي تتوافق مع الدراسة السابقة للطالب عبيدات (2005) بعنوان " دور الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية: والتي توصلت إلى نتيجة مفادها أن اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بالتغطية الإخبارية الخاصة برياضة الرجال بشكل أكبر، من متابعة الاخبار الرياضية، الخاصة بالإنجازات التي تحقّقها المرأة وأوصت الدراسة: بضرورة تقديم وسائل الإعلام الرياضي الدعم والتشجيع للمرأة العاملة في المجال الرياضي وبشكل مستمر.

2 – للإعلام الرياضي تأثير إيجابي في زيادة الوعي الثقافي الرياضي لدى النساء من خلال مجموعة من البرامج توضح العلاقة بين الممارسة الرياضية والوقاية من الأمراض وهي النتيجة التي توصلت اليها دراسة الطالب الزبود (2013) دراسة بعنوان "تقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية" حيث توصلت للنتيجة مفادها وجود مستوى متوسط لتقييم دور الإعلام الرياضي في رفع مستوى الثقافة الرياضية للمرأة الأردنية وأن أبرز المجالات كانت على المجال التنافسي ثم المهني ثم الترويحي وأخيرا الصحي.

3 – للإعلام الرياضي دور في زيادة الوعي الرياضي لدى المرأة بالاعتماد على برامج رياضية ترتبط بحاجيات النساء وتوفير مقدمين مميزين يساهمون بإيصال الفكرة طريقة صحيحة وهو عكس ما توصل اليه الطالب عيسى الهادي في دراسته (2008) دراسة بعنوان " البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي" حيث توصل

إلى نتيجة مفادها البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد. وأوصت الدراسة : بوجوب تحديد أهداف واضحة. لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ، وكذا أهداف واضحة ومحددة وموضوعية لكل برنامج رياضي موجود وأن ترتبط باحتياجات الجمهور.

قائمة المراجع:

1. أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، القاهرة، دار المعارف، 1976.
2. إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1976،
3. أيمن محمد الهنداوي، برامج التلفزيون المصري الرياضية، دار الوفاء، ط1، الاسكندرية، مصر 2004،
4. السيد محمد خيرى: محاضرات في علم النفس الاجتماعي، الطبعة 2 ، القاهرة، مصر، 1971.
5. الأديب خضور، الإعلام الرياضي دراسة علمية لتحرير الرياضي في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، المكتبة الاعلامية، ط1، دمشق، سوريا، 1997.
6. تركي رابح، أصول التربية والتعليم، المؤسسة الوطنية للكتاب، الطبعة 4، الجزائر، 1990.
7. حسين حمد بالطوبجي ،وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم ، ط ، 12 دار القلم، الكويت، ، 1992.
8. خير الدين على عويس، عطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، مرآة الكتاب للنشر، الجزء الاول، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر 1998.
9. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، دار الهدى للطباعة والنشر، 2007.
10. سهيل ادريس، جبور، عبد النور المنهل، دار الآداب، ط11، بيروت، لبنان، 1990
11. سامي ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 1، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2000.
12. طلعت إبراهيم، أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر، مصر، 1995.

13. عبد العزيز شرف؛ مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، ط 2، القاهرة 1989.
14. علاء الدين الدوسقي، الثقافة الرياضية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.
15. عبد الفتاح القرشي، اتجاهات الأبناء والامهات الكويتيين في تنشئة الأبناء وعلاقتها ببعض المتغيرات، جامعة الكويت، 1986.
16. فوزي عبد الله العكش، البحث العلمي المناهج والإجراءات، مطبعة العين الحديثة، الامارات، 1986.
17. كمال عبد المجيد زيتون، منهجية البحث التربوي في مجالات الرياضة واستثمار الفراغ، مركز الكتاب، للنشر، 2004.
18. محمد عبد الرحمان الضيف: تأثير وسائل الإعلام، دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1994.
19. مصطفى فهيم، علم النفس أصوله وتطبيقاته التربوية، مكتبة الخبزي بالقاهرة، ط، 1975.
20. محمد سيدي محمد، الإعلام والتنمية، دار المعارف، ط 2، القاهرة، 1985.
21. محمد محمد حامد الافندي : علم النفس الرياضي والاسس النفسية للتربية الرياضية ، القاهرة ، دار الهنا للطباعة ، 1975 .
22. محمد الحماحي، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار اوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2006.