

دور وسائل الإعلام الرياضية في تطوير مستوى الإدراك لدى طلبة معاهد التربية البدنية والرياضية بالجزائر

أ.د محمد سعداوي¹، د. صفيان ماحي²، د. محمد خروبي³، أزيد الدين قبزيلي⁴

مخبر الإبداع و الأداء الحركي، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر¹

مخبر الإبداع و الأداء الحركي، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر²

مخبر الإبداع و الأداء الحركي، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر³

مخبر الإبداع و الأداء الحركي، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر⁴

(¹ sadaouimed@yahoo.fr)

المستخلص: حظي موضوع وسائل الإعلام باهتمام العديد من المفكرين، والأكاديميين، والباحثين؛ لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة. لذا انطلقت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام في تطوير مستوى الإدراك عند طلبة التربية البدنية والرياضية لجامعة حسيبة بن بوعلي. وتتبع أهمية الدراسة في أنها قد تسهم في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الإدراك الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات. إذ قام الباحثان بإعداد استبيان اشتمل ثلاثة محاور تضمن المحور الأول على البيانات الأولية الخاصة بطلبة معهد التربية البدنية والرياضية، والثاني يحتوى على مدى متابعة طلبة معهد التربية البدنية والرياضية لوسائل الإعلام الرياضية الجزائرية، والمحور الأخير يحتوى على الإدراك الاجتماعي. وقام الباحثان بتطبيق الاستبيان بعد التأكد من صدقه وثباته من خلال حساب الصدق الثبات على عينه مكونه من ٢١٩ طالب. وبعد جمع البيانات، ثم تحليلها تم التوصل إلى مدى دور وسائل الإعلام الرياضية في بلورة وتشكيل الإدراك الاجتماعي لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي. كما خرجت بتوصيات من أهمها وضع آليات، واستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية الرياضية، والغير هادفة، والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الجزائري، والعمل على تحقيق الإشباع الرياضي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي.

الكلمات المفتاحية: الإدراك-وسائل الإعلام الرياضية-طلبة معهد التربية البدنية والرياضية.

١-المقدمة:

تطورت وسائل الاتصال، وتعددت في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدها القرن العشرون. فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية والرياضية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو - الإعلام - بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وبويرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات. كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية؛ بل إنه في كثير من دول العالم أحد منتجي الثقافة عن طريقه التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات. أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية، وسياسية، وأيديولوجية وحتى رياضية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول. (موسى، ١٩٨٨ ، ٢٤٣-٢٦٨).

ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذا تمثل متغيراً اجتماعياً، وثقافياً مهماً في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية.

إشكالية البحث:

تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما هو دور وسائل الإعلام الرياضية في تشكيل الوعي الاجتماعي ومستوى الإدراك لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بولاية الشلف؟، إذ إن وسائل الإعلام الرياضية تعتبر من الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي ومستوى الإدراك وخاصة الشباب. وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة الإعلامية، ومضامينها في أنماط تفكير، وسلوك الجمهور المشاهد وفي مقدمتهم طلبة معهد التربية البدنية والرياضية.

لهذا فإن البحث يحاول تتبع انتشار وسائل الإعلام، ودراسة تأثيرها على مستوى الإدراك؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على مشاهدة الشباب للوسائل المرئية، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية وعملية عبر الدراسة الموضوعية، والميدانية لأهم إفرازات وسائل الإعلام الرياضية على علاقة الناس والفعاليات الاجتماعية، وأنماط السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجهه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك. ويمكن توضيح مشكلة الدراسة من خلال ما أفرزه التساؤل الرئيس من تساؤلات فرعية على النحو التالي.

- ١- ماهي الوسائل الإعلامية الرياضية الأكثر شيوعاً والتي يتعرض لها طلبة معهد التربية البدنية والرياضية؟
- ٢- ما هو الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرياضية في التأثير على مستوى الإدراك لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي لولاية الشلف؟

فرضيات الدراسة:

- ١- القنوات الرياضية المرئية هي الأكثر مشاهدة من طرف طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي لولاية الشلف.
 - ٢- وسائل الإعلام الرياضية تزيد من مستوى الإدراك الرياضي والاجتماعي لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي بولاية الشلف.
- أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تحقيق:

ج-الكشف عن محتويات الوعي الاجتماعي ومستوى الإدراك لدى الشباب الجامعي، وكذا رصد وتشخيص توجهات الوعي الاجتماعي نحو الذات والموضوع " وسائل الإعلام " والوصول إلى درجة الالتزام بالمصلحة العامة وأيضاً درجة التمحور حول المصلحة الخاصة.

الأهمية العلمية (علي مستوى الواقع):

أ-التأكيد على أهمية الوصول إلى إستراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي للإعلام الرياضي من خلال الاستغلال الرشيد للإمكانات الحاضرة؛ من أجل إمكانية الوصول إلى سياسة إعلامية رياضية هادفة تعمل على تنمية الفرد، والمجتمع، وتعمل على صقل وعيه تجاه قضاياها خاصة منها في المجال والمنظومة الرياضية والتربوية أيضاً.

ب-وتأتي أهمية هذه الدراسة تمثيلاً مع حاجه المجتمع الجزائري لمثل هذه النوعية من الدراسات للتعريف بالمنظومة الرياضية.

ج-كما تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع استراتيجيات، أو الأخذ بعين الاعتبار نتائج الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

مفهوم الإعلام الرياضي: يعرف الإعلام بأنه "النقل الحر والموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل، ولا يهدف لأي غرض سوى الإعلام ذاته لغرض التميز بينه وبين الدعاية" (تركي، ١٩٨٤، ٢٢٧).

وهناك من يري أن الإعلام هو " العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز علي الصدق والصرامة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيتهم لا تخديرهم وخداعهم (مطر، ٢٠٠٣، ١١٨).

يعرف (أوتو جرت)، (OTT GROTH) بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاته" (عبيد، ٢٠٠٢، ١٨).

١-إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الرياضية في عملية بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي والإدراك لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بقضايا الرياضية.

٢-محاولة الكشف عن أشكال الوعي، ومدى تعرض طلبة معهد التربية البدنية والرياضية للوسائل الإعلامية المرئية، وعلاقتها في بلورة مستوى معرفتهم، ووعيهم بالقضايا المجتمعية.

٣-رصد أولويات القضايا الموجودة في الذهنية الفردية، والجماعية لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي، ومدى حيوية تلك القضايا.

٤-معرفة أهم المواد والموضوعات الرياضية التي يحرص طلبة معهد التربية البدنية والرياضية على مشاهدتها ونوعية هذه المواد والموضوعات.

٥-الكشف عن مدى دور وسائل الإعلام الرياضية في نقل التراث الاجتماعي، وأثرها على القيم، والمعايير والتقاليد الاجتماعية.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام الرياضية في نشر الوعي الاجتماعي وتحسين مستوى الإدراك لدى الشباب وطلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بصفة عامة ومعهد التربية البدنية والرياضية بصفة خاصة. وبناء عليه تتطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة إذ يوجد العديد من المبررات التي تضيف على هذه الدراسة. أهمية خاصة على مستوى الفكر العلمي، وأخرى على مستوى الواقع العملي ويتلخص أبرزها فيما يلي:

الأهمية العلمية (علي مستوى الفكر):

أ-تحليل الواقع الإعلامي الرياضي وسائله في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع الجزائري ورصد الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي المرئي، في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعة و الشباب بصفة عامة.

ب-التعرف على مستوى معرفة الشباب الجامعي الجزائري بالقضايا الرياضية ودورها في تفعيل الوعي الاجتماعي و ترسيخ الثقافة القومية ، ومدى اهتمامه بما يدور حوله داخلياً، وخارجياً.

الدراسة الأولى: من إعداد مبروك براهيمى ٢٠٠٨ والموسومة بـ (دور الإعلام الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية) رسالة ماجستير .

إن من بين أهم ما هدفت إليه الدراسة التعرف على دور وتأثير وسائل الإعلام الرياضي على اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية، كما سعت الدراسة أيضاً إلى معرفة المسؤولين عن اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية، والتعرف على الطرق والكيفية التي يُتخذ بها القرار داخل الأندية الرياضية، فضلاً عن معرفة الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها مسيرو تلك الأندية مع وسائل الإعلام الرياضي المختلفة (صحافة-إذاعة-تلفزيون)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي.

واشتملت الدراسة على عينة مقصودة ضمت (٥) أندية من أندية القسم الوطني الأول لكرة القدم (وفاق سطيف - أهلي بوعريج - اتحاد العاصمة - مولدية سعيدة - اتحاد البليدة) حيث تم اختيار (٣) إداريين من كل نادٍ بمجموع (١٥) إدارياً، وصمم الباحث استبياناً كأداة لجمع المعلومات ضمت (٢١) سؤالاً.

ومما خلصت إليه الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون أن الدور الذي تلعبه الصحافة الرياضية والذي يجعل الأندية قادرة على اتخاذ قراراتها هو دور كافٍ، من خلال ما تلعبه الصحافة الرياضية بمختلف وسائله في التأثير على صانعي القرار، كما أن درجة تأثيرها على صنع القرار داخل الأندية الرياضية تختلف باختلاف طبيعتها. وتبين أيضاً تركيز الصحافة الرياضية على القضايا والمواضيع المهمة المطروحة واقعياً، من خلال نشر الآراء الهامة مع النقد والتحليل الصحفي البناء، كما ظهر جلياً من نتائج الدراسة تأثير الصحافة الرياضية على القرارات التي تُصدرها أي هيئة أو مؤسسة رياضية (مبروك براهيمى، ٢٠٠٨، ١٠٨).

الدراسة الثانية: وهي الدراسة التي قام بها حسين خزاعي سنة ٢٠٠١ وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية الوعي الصحي باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة من المفردات للمجتمع الأردني وتوصلت الدراسة إلى أن التلفزيون مصدر أساسي في تزويدهن بالمعلومات الصحيحة،

مفهوم وسائل الإعلام الرياضية: يقصد بوسائل الإعلام (Mass media) جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلي الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريقة السمع والبصر (مذكور، ١٩٧٥، ٦٤).

* وهناك من يرى أن وسائل الإعلام هي " التي تتجسد في الراديو، والتلفزيون، والصحف والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان . وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية، وقيم، وأفكار، وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد (الحسن، ١٩٩٨، ١٠٠).

مفهوم الإدراك: يعرف مصطلح الإدراك في اللغة على أنه " الفهم وسلامته والتحقق "، ويعرف الإدراك بأنه "اتجاه عقلي يمكن الفرد من فهم نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد" (مذكور، ١٩٧٥، ٦٤٤).

ويعرف الوعي الاجتماعي، في دائرة المعارف البريطانية بأنه " هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه " (dictionary، ١٩٨٤، ٣١٠).

كما ويعرف الوعي الاجتماعي بأنه "مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم تم تبنيها الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم" (حلس، صابر، ٢٠٠٢، ٨٧-٩١).

يرتبط الإعلام الرياضي بكل ما هو مكتوب ومسموع ومرئي المعتمدة على التكنولوجيا، فهي " التي تعتمد على التكنولوجيا، من خلال ما يصل الفرد في المكان الذي يُريده، والزمان بالطريقة التي يُريدها " (محمد دحماني، ٢٠٠٧، ٩٩) .

ولعلاقتها بعملية نقل الأخبار فهي كذلك "عملية بث ونشر دوري ومستمر للأخبار، والأحداث، والموضوعات، والآراء العامة، والمنوعات، في المجالات المتعددة والبث: يتم عبر وسائل الصحافة الرياضية المسموعة والمرئية. والنشر: يتم عبر وسائل الصحافة الرياضية المقروءة " (عبد القادر حاتم، ١٩٨٩، ٣٣٠) الدراسات السابقة:

دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة وتمثل إجراءات الدراسة الميدانية فيما يلي:

٢-١ منهج الدراسة: المنهج المستخدم في الدراسة هو منهج الوصفي بأسلوب المسح الاجتماعي والذي يعد أحد أساليب المنهج الوصفي من أنسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة وخاصة أن هذا المنهج يدرس الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة ويعرف المسح الاجتماعي: بأنه "محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية" (حسن، ١٩٩٠، ٢٢١).

٢-٣ أدوات جمع البيانات: أداة الدراسة يعد مصطلح منهجي يعني "الوسيلة التي يجمع بها المعلومات اللازمة لإجابة تساؤلات البحث. ولقد تم تصميم استبيان على ضوء مشكلة الدراسة إذ تم تغطية كل هدف من أهداف الدراسة بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف وأجابت عن التساؤلات. وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قام الباحثان بتصميم أداة الدراسة وتقسيمها ثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الأولية الخاصة بطلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي لولاية الشلف.

القسم الثاني: يحتوي على قياس مدى متابعة طلبة معهد التربية البدنية والرياضية لوسائل الإعلام الرياضية.

القسم الثالث: يحتوي على قياس مدى الوعي الاجتماعي لدى طلبة معهد التربية البدنية والرياضية ودور الإعلام الرياضي في هذا الوعي.

٢-٤ الصدق والثبات: وتم حساب ثبات وصدق الأداة على النحو التالي:

ويعد التلفزيون وسيلة فاعلة في نشر الوعي الصحي، كما يلعب القائمون بالاتصال دورًا هامًا في تطوير البرامج الصحية (مبروك براهيم، ٢٠٠٨، ١٠٨).

الدراسة الثالثة: وهي الدراسة التي قام بها حسام الدين رفقي عبد الخالق (١٩٨٣) بعنوان (وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير)، إذ قام الباحث بعمل ميداني، يهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها نحو الأبواب الرياضية في الصحف اليومية والأسبوعية وصحف الأندية والبرامج الرياضية المسموعة والمرئية، واستخدام مقياس للسلوك الرياضي من خلال استمارة استبيان كما استخدم الاستبيان كوسيلة من وسائل جمع البيانات منهج الدراسة كان المنهج الوصفي التحليلي من أهم نتائج الدراسة هي إن الأجهزة الإعلامية الثلاثة (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون) تؤثر على المدرب لإتباع الأسلوب التربوي في التدريب، كما تؤثر على الرأي العام المتمثل في القراء والمستمعين لتقبل آراء الحكام بالإضافة إلى أنها تؤثر أيضا على الحكام للالتزام بالعدالة في الملعب، كما أن الصحف تؤثر على اتحاد اللعبة لاختيار الحكام الأكفاء لإدارة المباريات. في الأخير أوصى الباحث بضرورة إنشاء قسم للإعلام أو الصحافة أو العلاقات العامة بكل كليات التربية الرياضية أو يمكن تدريسها ضمن المواد التربوية بكل كليات التربية الرياضية.

٢- منهجية البحث وإجراءاته الميدانية:

٢-١ الإجراءات المنهجية للدراسة: تهدف الدراسة الحالية في إطارها الميداني التعرف على طبيعة دور الإعلام الرياضي في تشكيل الوعي الاجتماعي ورفع مستوى الإدراك بطلبة معهد التربية البدنية والرياضية، واستكشاف النتائج المترتبة على مشاهدة هؤلاء الطلبة لوسائل الإعلام الرياضية واستكشاف أنماط السلوك الاجتماعي ومستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالشباب والمجتمع الجزائري.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد خصائص الظاهرة وتحليلها، لقياس مدى وعي الشباب الجامعي بالقضايا الرياضية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، ومدي

32.9%	72	إناث
100%	219	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن أفراد عينة الدراسة من الذكور أكثر من الإناث حيث شكلوا ما نسبته (٦٧.١%) في حين شكلت نسبة الإناث (٣٢.٩%) من أفراد عينة الدراسة، وذلك يعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية، إذ أن الشباب الذكور يميل إلى الاهتمام بالدراسات الرياضية الميدانية والتطبيقية أكثر من الإناث، إذ أن الإناث تميل أكثر للتخصصات التربوية، إذ أن مهنة التدريب والتدريس في المجال الرياضي من المهن المرغوبة لدى الذكور أكثر منها عند إناث في المجتمع الجزائري.

جدول (٣) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير التخصص.

النسبة المئوية	التكرار	البند
26%	63	جذع مشترك
21%	45	إدارة وتسيير رياضي
21%	45	تدريب رياضي
32%	66	نشاط بدني رياضي
100%	219	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن أكثر أفراد تخصص من عينة الدراسة هم في تخصص نشاط بدني رياضي وذلك؛ لأن قسم النشاط البدني الرياضي يشمل عدة تخصصات فرعية. حيث شكلوا ما نسبته (٣٢%) في حين شكلت نسبة العينة من تخصص إدارة وتسيير رياضي ومضاف عليها قسم الجذع المشترك ما نسبته (٢٦%) من أفراد عينة الدراسة، أما أفراد تخصص تدريب رياضي وإدارة وتسيير رياضي فلقد شكلوا (٢١%) من أفراد عينة الدراسة أيضًا.

جدول (٤) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
31%	68	سنة أولى جذع مشترك
26.5%	58	سنة ثانية ليسانس
22%	48	سنة ثالثة ليسانس
10.5%	23	سنة أولى ماستر
10%	22	سنة ثانية ماستر
100%	219	المجموع

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي إذ بلغت النسبة المئوية طلبة سنة أولى جذع مشترك (٣١%) في حين كانت النسبة المئوية طلبة سنة ثانية

أ-صدق الأداة: تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على محكمين اختصاصيين والخبراء بصورتها الأولية لإبداء آرائهم حول مدى ملائمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحثان أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

ب-ثبات الأداة: قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة من خلال معامل (ثبات) إذ تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق وتم حساب معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (٠.٨٤)، كما قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته (٠.٨١) ويعد هذا كافياً لأغراض التطبيق.

٢-٥ مجتمع وعينة الدراسة: قام الباحثون بتطبيق الدراسة ميدانياً على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي ١٠% من طلبة معهد التربية البدنية والرياضية جامعة حسيبة بن بوعلي لولاية الشلف، ولقد تم توزيع ٢١٩ استمارة وذلك بعد استبعاد ١٥ استمارة لعدم صلاحيتها وقد تم توزيع عينة الدراسة الميدانية توزيعاً نسبياً بين طلبة وطالبات معهد التربية البدنية والرياضية، حسب نسبة وجودها في المجتمع الأصلي، أي أن تمثيل كل فئة في العينة بنفس نسبة تواجدها في المجتمع الأصلي. والجدول التالية توضح مجتمع الدراسة وخصائص عينة الدراسة.

جدول (١) يبين توزيع طلبة معهد التربية البدنية والرياضية حسب التخصص والنوع (مجتمع الدراسة)

التخصص	النوع		المجموع
	ذكور	إناث	
سنة أولى جذع مشترك	683	248	931
نشاط بدني رياضي	302	16	318
تدريب رياضي	272	31	303
إدارة وتسيير رياضي	113	39	152
المجموع	1370	334	1704

جدول (٢) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	147	67.1%

70.3 %	154	2	لتتمة معلوماتي الرياضية والعلمية
48.4 %	106	3	لمتابعة المنافسات الرياضية المحلية
47.9 %	105	4	لمتابعة المنافسات الرياضية الدولية
47.5 %	104	5	للإمام بالقضايا الرياضية للتمكن من الحوار مع الآخرين
46.1 %	101	6	للتسلية والترفيه وتمضية الوقت
45.2 %	99	7	لمتابعة المواضيع الرياضية الجزائرية التي علاقة بمنطقتي
44.7 %	98	8	للحصول على معلومات تقنية في حياتي العملية وفي إتخاذ القرار المناسب بشأنها
32.4 %	71	9	لمتابعة المنتخبات الوطنية
13.2 %	29	10	للاطلاع على الرياضات الأكثر الشعبية في الدول الأخرى
13.2 %	29	11	لزيادة رصيد المعرفي في المجالات التي لها علاقة بالرياضة
5.5 %	12	12	لتطوير مستواي في الحكم على مختلف الرياضات

على الرغم من تعدد أسباب ودوافع أفراد العينة لوسائل الإعلام إلا أن الأحداث المتسارعة التي تشهدها الساحة الرياضية الجزائرية فهي تستقطب جل اهتمام عينة الدراسة، فلقد احتلت متابعة الأحداث المحلية الرياضية المرتبة الأولى في الدوافع والأسباب بنسبة (٧٤.٤%) وجاءت تنمية معلوماتي الرياضية والعلمية في المرتبة الثانية بنسبة (٧٠.٣%) ثم متابعة المنافسات الرياضية المحلية (٤٨.٤%) ثم متابعة المنافسات الرياضية الدولية بنسبة (٤٧.٩%) وجاء في ذيل القائمة الاطلاع على الرياضات الأكثر الشعبية في الدول الأخرى بنسبة (١٣.٢%) لزيادة الرصيد المعرفي في المجالات التي لها علاقة بالرياضة بنفس النسبة، وأخيراً تطوير مستواي في الحكم على مختلف الرياضات بنسبة (٥.٥%) وهذا يعكس الواقع اهتمام أفراد العينة بالرياضة.

جدول (٨) يبين ترتيب وسائل حسب أهميتها لأفراد عينة الدراسة

الترتيب	المجموع	أولوية ٥	أولوية ٤	أولوية ٣	أولوية ٢	أولوية ١
الصحف	219	15	137	46	06	15
المجلات	219	8	42	127	23	19
الراديو	219	8	10	39	70	92
التلفزيون	219	37	22	9	113	38
الانترنت	219	140	13	13	11	42

وحول ترتيب وسائل الإعلام حسب أهميتها أعطى ما نسبته (٤٢%) من أفراد العينة الراديو كأول وأهم وسائل الإعلام ثم أتى بعده التلفزيون بنسبة (٥١%) كأولوية ثانية، ثم المجلات

ليسانس(٢٦.٥%) (ونسبة سنة ثالثة ليسانس (٢٢%) وبلغت نسبة من هم في المستوى الماستر سنة أولى (١٠.٥%)، أما نسبة السنة ثمانية ماستر ((١٠%) وتلك المؤشرات تدل على انه تم مراعاة كافة المستويات الدراسية في مجتمع الدراسة.

٣- عرض وتحليل النتائج ومناقشتها:

أ- حجم تعرض الطلاب لوسائل الإعلام:

جدول (٥) يبين معدل تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرياضي:

البند	التكرار	نسبة مئوية
ضعيف	11	5.02%
نادر	5	2.28%
أحيانا	72	32.88%
دائما	131	59.82%
المجموع	219	100%

يوضح (٥٩.٨%) من أفراد العينة بأنهم يتعرضون دائماً لوسائل الإعلام بينما (٣٢.٩%) بينوا أنهم يتعرضون أحيانا لوسائل الإعلام، وكذلك أبدى (١٣%) من أفراد العينة بأنهم قليلا أو نادراً ما يتعرضون إلى وسائل الإعلام الرياضية.

جدول (٦) يبين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرياضية.

البند	التكرار	نسبة مئوية
أقل من ساعة	24	11.0%
من ساعة إلى ثلاثة	110	50.2%
من ثلاثة ساعات إلى ست ساعات	70	32.0%
أكثر من ست ساعات	15	6.8%
المجموع	219	100%

كما يتضح من هذا الجدول فإن نسبة (٥٠.٢%) من أفراد العينة يتعرضون لوسائل الإعلام الرياضية بمعدل من ساعة إلى ثلاث ساعات أما نسبة من يتعرضون من ٣ إلى ٦ ساعات في اليوم لوسائل الإعلام الرياضية فإن نسبتهم (٣٢.٩%)، أما من يتعرضون لوسائل الإعلام لأكثر من ست (٦) ساعات نسبتهم (٦.٨%) من أفراد العينة، بينما نسبة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الرياضية لأقل من ساعة فإن نسبتهم بلغت (١١%) من أفراد العينة.

جدول (٧) يبين أسباب ودوافع تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرياضية

الترتيب	البند	التكرار	النسبة المئوية
ب	لمتابعة الأحداث المحلية الرياضية	163	74.4 %

جدول (١١) يبين تأثير وسائل الإعلام الرياضية على السلوكيات والأخلاق

النسبة المئوية	التكرار	البند
62.6%	137	تأثير إيجابي
37.4%	82	تأثير سلبي
100%	219	المجموع

وبسؤال الباحثين عما إذا كانت وسائل الإعلام الرياضية تؤثر سلباً أو إيجاباً عن السلوكيات والأخلاق طلبة معهد التربية البدنية والرياضية، أكد (٦٢.٦%) من الباحثين على أن لها تأثيراً إيجابياً، بينما أجاب ما نسبته (٣٧.٤%) من أفراد العينة بأن لها تأثيراً سلبياً.

جدول (12) يبين إضافات وسائل الإعلام لمعلومات جديدة.

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
1	أضافت لدي معلومات حول المنظومة الرياضية	177	80.8 %
2	تقنيات وطرق جديدة حول التدريب الرياضي	148	67.6 %
3	التعرف على مختلف الرياضات	76	34.7 %
4	التعرف على قوانين الرياضات مختلفة	34	15.5 %
5	معرفة مختلف المنافسات الرياضية	30	13.7 %
6	التعرف على التكنولوجيا الحديثة في التدريب الرياضي	24	11.0 %
7	لم تضيف لي شيئاً	13	5.9%

أبدى الباحثون وبمنسب متفاوتة حول المعلومات الجديدة التي تضيفها وسائل لهم، فقد أكد (٨٠.٨%) من الباحثين على أن وسائل الإعلام الرياضية أضافت لدي معلومات حول المنظومة الرياضية بينما أشار (٦٧.٦%) من الباحثين أن وسائل الإعلام أضافت إليهم تقنيات وطرق جديدة حول التدريب الرياضي، في حين أشار (٣٤.٧%) من الباحثين أن وسائل الإعلام الرياضية علمتهم التعرف على مختلف الرياضات (١٥.٥%) أعطتهم معلومات، وكذلك أشار (١٣.٧%) من الباحثين أو وسائل الإعلام الرياضية معرفة مختلف المنافسات الرياضية، وكذلك ولم يرى (٥.٩%) من الباحثين أن الإعلام أضاف إليهم شيئاً.

ج- مستوى الإدراك للقضايا الأساسية للفرد والمجتمع ودور وسائل الإعلام في بلورة الوعي:

بنسبة (٥٧.٥%) كأولية ثالثة، وبعد ذلك أتت الصحف في الترتيب الرابع بنسبة (٦٢.٥%) كأولية رابعة، واحتل الإنترنت المرتبة الأخيرة بنسبة (٦٣.٥%).

ب- دور وسائل الإعلام في الوعي الاجتماعي للطلاب:

جدول (٩) يبين درجة فعالية وسائل الإعلام على زيادة الوعي الاجتماعي بشكل فعال

البند	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	28	12.8%
متوسطة	148	67.6%
كبيرة	43	19.6%
المجموع	219	100%

جاء تأكيد (٨٦.٣%) من الباحثين على أن وسائل الإعلام تؤثر في زيادة الوعي الاجتماعي بشكل فعال ولكن درجة الفاعلية ليست بدرجة كبيرة إذ أكد (٦٧.٦%) من الباحثين أن درجة فعالية وسائل الإعلام في زيادة الوعي متوسطة، بينما أكد (١٩.٦%) من الباحثين على أنها كبيرة، بينما أشار (١٢.٨%) من الباحثين على أنها ضعيفة.

جدول (١٠) يبين أكثر وسيلة تفيد في تنمية الوعي الاجتماعي

البند	التكرار	نسبة مئوية
الصحف	6	2.7%
المجلات	18	8.2%
الإذاعات المسموعة	50	22.8%
المحطات التلفزيونية	124	56.6%
الإنترنت	21	9.6%
المجموع	219	100%

جاءت المحطات التلفزيونية على رأس الوسائل الإعلامية في قدرتها على تنمية الوعي الاجتماعي بنسبة (٥٦.٦%)، ثم جاءت الإذاعات وبفارق كبير في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢.٨%) ثم تقارب الإنترنت كوسيلة إعلامية مع المجلات بنسبة (٩.٦%) واحتلت الصحف ذيل القائمة في تنمية الوعي بنسبة (٢.٧%) من مجموع الباحثين. ومن خلال الجدول السابق يتضح أن الفضائيات من أكثر الوسائل تأثيراً على الشباب الجزائري لما تمثله من سمة للقرن الواحد والعشرين وتقدم التكنولوجيا ووسائل الاتصال الإنساني ولما لها من سرعة في نقل وتحليل الحدث.

١- تعزيز قدرات الشباب وتنمية مهاراتهم الفكرية والاجتماعية وممارسة الرياضة بأشكالها المختلفة.

٢- مناقشة إشكاليات الشباب بشكل بناء وخاصة في ظل الأحداث المتسارعة و الظروف التي يمروا بها من أجل الوصول إلى وضع خطط استراتيجية لحل إشكالات التي تمر بها الرياضة والاندماج في المنظومة الرياضية.

٣- التركيز على مفاهيم المواطنة والانتماء والهوية والحقوق والواجبات ووصلها بالرياضة المحلية.

٤- وضع ضوابط على وسائل الإعلام الرياضية لتقادي الثقافات المؤثرة سلبيًا على الثقافة الاجتماعية.

٥- تعزيز وسائل الإعلام الجزائرية بآليات وكوادر خيرة بالوضع الرياضي الجزائري من أجل النهوض الفكري والتنموي بالمنظومة الرياضية الجزائرية.

٦- مراقبة البرامج المحلية الرياضية والتي قد يسهم في تفشي مظاهر سلبية لدى الشباب وخاصة فيما يتعلق بالعنف والتعصب الأعمى والتكفير... الخ.

٧- نشر ثقافة احترام الرأي الآخر والاستفادة من تجارب الآخرين.

٨- تقديم برامج رياضية يعدها ويقدمها الشباب أنفسهم فهم أدرى بمشاكلهم.

٤- الخاتمة:

توصلت الدراسة لنتائج أهمها:

١- يتضح من خلال نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام الرياضية مدى تأثير وسائل الإعلام على وعي طلبة معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة حسيبة بن بوعلي إذ وصلت نسبة الذين يتعرضون دائمًا وأيضًا (٩٢.٧%)، مما يؤكد نسبة ارتفاع في دور وسائل الإعلام الرياضية في تشكيل الوعي الاجتماعي ويمثل الراديو المرتبة الأولى من حيث الأهمية.

٢- بالنسبة للفرضية التي نصت أن دور وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي أكد المبحوثين على أهميتها وبشكل متوسط وكبير إذ بلغت النسبة (٨٧.٢%)، من خلال

جدول (13) بين القضايا التي تقدمها وسائل الإعلام الرياضية وتهم أفراد عينة الدراسة

الترتيب	البند	التكرار	النسبة المئوية
1	التوظيف وفرص العمل	157	71.7%
2	التربصات والدورات التكوينية الرياضية	120	54.8%
3	المنافسات والنتائج الرياضية المحلية	112	51.1%
4	الدراسات العليا	107	48.9%
5	الصحة	105	47.9%

أبدى (٧٣.١%) من المبحوثين بتأييدهم إن وسائل الإعلام الرياضية تقدم أمور تهم الشباب، واحتل التوظيف وفرص العمل الأولى التي تقدمها وسائل الإعلام الرياضية ويهتمون بها بنسبة (٧١.٧%) و التربصات والدورات التكوينية الرياضية احتل المرتبة الثانية بنسبة (٥٤.٨%)، تلتها المنافسات والنتائج الرياضية المحلية بنسبة (٥١.١%) أما الصحة فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة (٤٧.٩%).

جدول (١٤) يبين مع من تناقش القضايا الرياضية.

الترتيب ب	البند	التكرار	النسبة المئوية
1	الأصدقاء	123	56.2%
2	الزملاء في الجامعة	114	52.1%
3	الأسرة	90	41.1%
4	الأساتذة	66	30.1%
5	الجيران	51	23.3%

أكد (٨٧.٢%) من المبحوثين تأكيدهم على مناقشة القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام الرياضية مع الأصدقاء، والزملاء في الجامعة، والأسرة، والأساتذة في الجامعة ومع الجيران واحتل الأصدقاء المرتبة الأولى بنسبة (٥٦.٢%) بينما الجيران احتلت المرتبة الأخيرة في المناقشة بنسبة (٢٣.٣%) أما (١٢.٨%) من أفراد العينة لا يناقشون القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام الرياضية مع أحد.

٩- الإقتراحات التي يراها طلبة التربية البدنية والرياضية ضرورية لكي تساعد وسائل الإعلام الرياضي لنشر الوعي الاجتماعي وتطوير مستوى الإدراك يرى (٣٧.٩%) من عينة الدراسة أن هناك مقترحات ضرورية لكي تساعد وسائل الإعلام الرياضية في نشر الوعي الاجتماعي ومستوى الإدراك ومن هذه المقترحات:

٢-وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية، غير الهادفة والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الجزائري. والعمل على تحقيق الإشباع الرياضي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي.

٣-اعتبار وسائل الإعلام الرياضية من أهم المصادر التي تلعب دوراً هاماً في إثارة اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية، والرياضية، والاقتصادية، والثقافية، إلى جانب طرحها العديد من المشاكل الشبابية، فلا بد أن تكون الوسائل الإعلامية بالأخص التلفزيون قادراً على طرح هذه القضايا والمشاكل بشكل متميز، الذي يلعب دوراً واضحاً في تشكيل وبلورة الوعي لدى الشباب. يجب العمل على تطوير الأداء والتخطيط العلمي السليم ورسم سياسة هادفة يمكن من خلالها إحداث نوع من التوازن بين حاجات الفرد والمجتمع.

٤-تعميق وعي الجمهور بمضامين الغزو الإعلامي وسلبياته على الفرد، وعلاقاته، وعلى المجتمع. العمل على إبراز القيم التنموية في وسائل الإعلام الرياضية من خلال التنسيق المتكامل بين الأجهزة المجتمعية المختلفة.

٥-العمل على تطوير برامج واقعية، تكون قادرة على استقطاب الشباب، وتزويدهم بمعلومات وحقائق عن واقعه وتوضيح أهم القضايا التي تسمى واقع الشباب.

٦-تفعيل دور الجامعات، والمؤسسات غير الحكومية في الإسهام في التخطيط، والتنفيذ، والتقييم للبرامج الإعلامية وخاصة منها الرياضية من خلال التوعية الهادفة رياضياً، واجتماعياً، وثقافياً

٧-وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية للحد من المواد غير الهادفة.

المصادر والمراجع:

- [١] إيراهيم، محمد سعد، الإعلام التنموية والتعددية الحزبية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.
- [٢] ابن خلدون، العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، مقدمة ابن خلدون، تحقيق على عبد الواحد وافي ط ٢، ج ١، القاهرة، لجنة البيان العربي، ١٩٦٥.
- [٣] إسماعيل، محمود حسن، التنشئة السياسية، دراسة في دور أخبار التلفزيون، القاهرة، ١٩٨٩.

متابعة الأحداث الرياضية المحلية، وجاء ذلك انعكاساً لخصوصية المجتمع الجزائري بأبعاده المختلفة وخاصة الاجتماعية منها.

٣-وحول دور وسائل الإعلام الرياضية في مستوى الإدراك للقضايا الرياضية الخاصة بالفرد والمجتمع، يتضح مدى تأثيرها في فهم قضايا الشباب ومشاكلهم من خلال وسائل الإعلام، إذ بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون في وسائل الإعلام وسيلة لدعمه الاجتماعي بنسبة (٨٦.٣%)

٤-ومن حيث البرامج التي يشاهدها الشباب ومدى مساهمة وسائل الإعلام الرياضي في تنمية معرفتهم ببعض القضايا الرياضية الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، يتبين لنا مدى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الرياضية في تنمية الوعي الاجتماعي، كما وتلعب الأوضاع الاقتصادية دوراً أساسياً في تحديد وعي الشباب.

٥-تعد الأسرة من أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام الرياضية في تنمية الوعي الاجتماعي.

٦-ساهمت وسائل الإعلام الرياضي في إضافة معارف جديدة لدي عينة الدراسة.

٧-تعد مشاكل الشباب والمراهقين من أهم القضايا التي تجذب انتباه الشباب في وسائل الإعلام الرياضية المحلية.

٨-تساهم وسائل الإعلام الرياضية في نقل التراث والثقافة ولكن ليس بشكل جيد بل بحد متوسط .

توصيات الدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة عن قصور في برامج وأساليب الإعلام الرياضية الهادفة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجزائري بالشكل الأكثر تأثيراً وسيذكر الباحثان عدداً من التوصيات التي يعتقد أن لها المردود الإيجابي، وتشمل هذه التوصيات ما يلي:

١-العمل على تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام رياضية إذ تكون المادة الإعلامية ومضمونها هادف، لتحقيق حاجات وإشاعات الشباب الجزائري، من خلال دراسات تقييمية قبلية.

- [٤] شكري صابر، موسى جليس، الوعي الاجتماعي العربي، تحليل سيولوجي، مكتبة دار المنارة، فلسطين، ٢٠٠٢.
- [٥] مطر، عاطف، دور التلفزيون، في تشكيل الوعي الاجتماعي، لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ٢٠٠٣.
- [٦] Longman dictionary of the English language, great British culture center, 1984.
- [٧] Gumpert g. and cathcart, R. ed. Tours inter media, 2 nd. Ed. London; oxford university press, 1982. p462.
- [٨] Mills, C. R .1969 the power elite. Oxford University: London
- [٩] James curran, ed, mass communication ad- society. The open university. First publish ed, London, 1979.p 50.
- [١٠] J: Speacack: Consciousness and change, oxford Black well 1982.p12.
- [١١] Schutg, Berger, luckman: pherom, enological, sociology, in charles clemert, "sociology and twilight of man" Routledge and kegan paul, London, 1979, pp 160-166.
- [١٢] R-Collins: The socidogical traditiens, NewYourk University press 1985, p.189.