

# التمثلات الاجتماعية للإعلام الرياضي لدى فئة من الشباب دراسة استكشافية لدى عينة من الطلبة

د. بلال ريم

جامعة معسكر - الجزائر

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة معرفة محتوى ومضمون التمثلات الاجتماعية للإعلام الرياضي لدى فئة من الشباب بمعنى ما يحملونه من أفكار وآراء ومعرفة حول الإعلام الرياضي ولأجل ذلك انتهجنا المنهج الاستكشافي في البحث معتمدين على عدة تقنيات تمثلت في تقنية التداوي الحر؛ ثم استمارة مكملة، أجريت الدراسة مع عينة من الطلبة تمثلت في 80 طالبا وطالبة، وأفضت نتائج الدراسة إلى أن للطلبة معرفة عامة ومنحصرة حول كرة القدم والعنف كما توضح ذلك من خلال عناصر النواة المركزية، هذه المعرفة نتجت من خلال ما سوقته رسالة الإعلام الرياضي عبر الوسائل السمعية والمقروءة والمرئية فيما أظهرت عناصر النظام المحيطي أن العينة مهتمة فقط بكرة القدم وأبطالها وهذه الأخيرة تعكس ممارساتهم داخل المجتمع ومع باقي الأفراد وتفسر كل السلوكيات التي ظهرت في المجتمع.

## Abstract:

*This research presents a study on the possible dynamic representational of the sports media. We relied on an exploratory study with a sample composed of eighty students. We used the association relation method and a supplementary questionnaire, The results show that the central system consists of the elements: football and violence, this knowledge of representational object generates by the sports media through its means visual, auditory and written. And the area of the peripheral system consists football champions and this system reflects the practice within the community and among individuals, and explains all behavior that have emerged in the community.*

## مدخل:

الوسيلة الإعلامية بأنواعها المسموعة والمقروءة والمرئية تنتقل وتفسر ما يحدث داخل المجتمع كما تستخدم للترفيه ونشر المعلومات بأساليب مختلفة تتمثل في الصورة والمؤثرات الصوتية والرموز المكتوبة تؤثر على مشاعر الفرد وتوجه تفكيره واتجاهاته، فهي مصدر للتوجيه والتنقيف تحمل في رسالتها رموزا موجهة لجمهير المتلقين، تكون ذات اتجاه ايجابي إذا انصبت رسالتها في ما يحفظ مقومات الفرد ومبادئه وهويته، وسلبية إذا سلكت غير ذلك دون أساس ودون معرفة رغبة في الربح المادي فقط، ويشكل الإعلام الرياضي عنصرا مهما في المجتمع لما يتمتع به من تأثير كبير في سلوك الفرد له ميزة جماهيرية وقدرة على تغطية مساحات كبيرة وعدد كبير من الجماهير.

إن الإعلام الرياضي هو الوسيلة التي تضمن نشر الأخبار الصادقة والمعلومات والحقائق حول مواضيع رياضية كما يهدف إلى الترفيه والتنقيف، وتزويد الفرد بالمعرفة وبث رسالة واقعية وموضوعية حول حقائق الرياضة لاكتساب مهارات وثقافة رياضية وترغيب الفرد بالرياضة بأنواعها والحفاظ على الصحة البدنية والعقلية؛ فهو وسيلة تربية تتم من خلال وسائل متعددة من بينها التلفزيون والإذاعة والجرائد والانترنت، وهذه الوسائل متوفرة وبكثرة داخل المجتمع ويومية تساهم في تنمية وعي الفرد الرياضي ونشر الثقافة الرياضية.

والتمثل في معناه العام هو الكيفية التي ينظم بها الفرد فهمه للواقع وللحقيقة التي يعكسها، إذ يمثل التنظيم الفردي للحقيقة الجماعية، وهو الطرح الذي اتجه إليه "أبريك" من خلال تعريفه حيث يقول أن التمثل هو مجموعة المعلومات والمعتقدات والاتجاهات والآراء التي يبنها الفرد حول موضوع معين، فهي نتاج سيرورة النشاط العقلي، الذي بفضل يعيد الفرد تشكيل واقعه، فيعطيه معنى محددًا (1)، يتشكل التمثل بفضل التجارب والمعلومات المستقبلية والمنقولة عن العادات والتربية والتواصل الاجتماعي، لذا نجده يحوي جملة المعلومات المكونة اجتماعيا، والمشاركة بين أفراد المجتمع، لذا يعمل التمثل على ضبط وتوجيه سلوك الفرد نحو مختلف العلاقات الاجتماعية مع الجماعات التي ينتمي إليها الفرد حيث يرى م.مسلم " أن التمثلات الاجتماعية هي بمثابة أنساق للتأويل تحدد علاقاتنا مع العالم الخارجي، فهي بذلك تنظم وتوجه سلوكياتنا واتصالاتنا الاجتماعية(2) .

تؤثر هذه التمثلات في سلوك الفرد، أو بصيغة أخرى تمثلات موضوع رسالة الإعلام الرياضي هي التي تحدد سلوك الفرد نحو قبول هذه الرسالة ونشرها وجعلها طبيعية داخل المجتمع أو رفضها وحصرها، حسب الصورة والفكرة التي يكونها الفرد حول موضوع الإعلام الرياضي. يعمل النظام الديناميكي للتمثلات الاجتماعية لموضوع الإعلام الرياضي على إنتاج سلوك وعلاقات تتمحور حول موضوع الرسالة المقدمة من طرف الإعلام الرياضي لذلك نحاول من خلال هذه الدراسة تحديد تشكيلة التمثلات الاجتماعية لموضوع الإعلام الرياضي لدى عينة من طلبة جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر ولتحقيق ذلك علينا تسليط الضوء على مجموعة من التساؤلات:

- ما هي تمثلات الطلبة للإعلام الرياضي؟
- ما هي اتجاهاتهم نحو الإعلام الرياضي؟
- ما هو رأي العينة المبحوثة في السلوكات الناتجة عن تأثير الإعلام الرياضي؟

#### الهدف من الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة محتوى تمثلات الطلبة حول موضوع الإعلام الرياضي كما تهدف إلى تحديد عناصر النواة المركزية للتمثلات الاجتماعية للطلبة من أجل تحديد معنى ودلالة هذا الموضوع، أيضا الكشف عن العناصر المشكلة للنظام المحيطية والتي من خلالها نفهم واقع وممارسات الطلبة

( الشباب ) واتجاههم نحو هذا الموضوع، وما هي الرموز التي قام الإعلام الرياضي بالتسويق لها من خلال الرسالة الإعلامية التي تم إيصالها للأفراد المجتمع.

### مفهوم الإعلام:

الإعلام جزء من الاتصال، ويعرف على انه هو الإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة(3).

إن مفهوم الإعلام مفهوم واسع وعلينا حصره من أجل فهمه، مفهوم الإعلام بصفة عامة هو كل وسيلة اتصال تقوم بإرسال رسالة إلى مستقبل ولحصر المفهوم في الإعلام فقط نستبدل كلمة رسالة بمعلومة حيث يرى كل من (F.Barbier,C.Lavenir) إن الإعلام هو نظام اتصالي يسمح لمجتمع ما بالتعرف على كل أو جزء من وظائف الاعلام الاساسية والتمثلة في تخزين المعلومة والاتصال عن بعد وتحيين المعلومة والثقافة والممارسات(4).

### وظائف الإعلام:

نستخلص من التعريفات السابق ثلاثة وظائف للإعلام هي:  
وظيفة التخزين: ويقصد بذلك جمع وتخزين المعلومات لأجل الاستعمالات المستقبلية.  
وظيفة الاتصال عن بعد: بمعنى إمكانية التوسع في الفضاء والتحكم في الوقت.  
وظيفة تحيين المعلومة: من أجل مقارنتها مع المعلومات الحالية وإعادة تنظيم الممارسات.  
تعددت وظائف الإعلام وتنوعت وقد اهتم الكثير من الباحثين بذلك حيث يرى ( J.Stoelzel ) أن وظائف الإعلام تمثلت في:

**الجماعية** : تساعد الفرد على الإدماج داخل الجماعة من خلال توفير المعلومات والتنبؤ بالمستقبل ويرى ( Barelson ) إنسان اليوم على علم بما يدور من حوله بفضل الصحافة والإعلام فهي دليل اجتماعي للحياة.

**الترفيه** : فقرة الجريدة في وقت الفراغ وفي وسائل النقل وقاعات الانتظار هي نشاط

ترفيهي(5).

**التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات** : إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة؛ فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، زاد تأثيرها(6).

**أدوار الإعلام**: بالإضافة إلى الوظائف هناك أدوار أساسية يقوم بها الإعلام نذكرها في

العناصر التالية:

**المراقبة:** للإعلام سلطة وصف الحياة الاجتماعية والأخلاقية وجذب الانتباه نحو حالات الاحتياط وتعمل على إيجابها فهي تمثل السلطة الرابعة.

**التعاون:** يقوم الإعلام بهذا الدور عندما يكون الجمهور من فئة الشباب وفي حالات عدم الأمن حيث يعمل الإعلام على خلق حوار بين الحكومة والشعب ويكون هذا التبادل فقط في حالة توفر وسائل الإعلام يلعب دور المكون السياسي الأساسي داخل المجتمع.

**التسهيل:** إذا رغب الإعلام تقديم مساعدة لبعض الجهات في لعب دور الوسيط للمساعدة.

**النقد:** على الإعلام التدقيق في السلطة والمؤسسات الحكومية من أجل ضمان السير

الحسن للسلطة(7).

### عناصر الإعلام:

**المرسل:** هو الشخص أو الذي تبدأ به العملية الإعلامية من خلال صياغة أفكار وعناصر أساسي في عملية الاتصال وهو مصدر المعلومات يتميز بالقدرة اللغوية والقدرة على التعبير عن وجهة النظر والأفكار والمعلومات وقدرة على التفاعل وان تكون له مكانة اجتماعية وشخصية متميزة.

**الرسالة:** تتضمن الرسالة محتوى فكري ومعرفي بشكل رموز تعبر عن أهداف المرسل فهي عبارات ومعلومات واستنتاجات وأحكام.

**الوسيلة:** تصل الرسالة عبر قنوات مختلفة وتتمثل في وسائل الاتصال الجماهيري الصحف المجالات التلفزيون والإذاعة والانترنت ويتحكم في اختيار الوسيلة طبيعة الجمهور والتكاليف والوقت ومزايا كل وسيلة وما تحققه من تأثير على الجمهور.

**المتلقي:** هناك القارئ والمستمع والمشاهد يقوم بفك الرموز بغية التوصل على تفسير وفهم للمعاني حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته وينعكس ذلك عادة في سلوكه(8).

**أنواع الإعلام:** صنف الإعلام حسب عدة أصناف سوف نختار تصنيف (Balle.F) حيث قام بتصنيف الإعلام إلى ثلاث فئات:

الفئة الأولى الإعلام المستقل: ويقصد به الوسيلة الإعلامية التي لا تحتاج إلى نواقل أو إلى أي شبكة اتصالية مثل الكتب و الجرائد.

الفئة الثانية الإعلام المرئي والمسموع الذي يحتاج إلى مراسلات ونواقل مثل الراديو. وهي رسائل في اتجاه واحد.

الفئة الثالثة هي التي تجمع وسائل الاتصال عن بعد وتكون في الاتجاهين ومن خلالها تنتج علاقة بين شخصين أو مجموعتين أو بين شخصين أو مجموعة وآلة(9).

## الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر المعلومات والحقائق حول الرياضة موجهة إلى الأفراد والجماعات، تعمل على شرح الأنشطة الرياضية وتحليل المباريات، كما يضمن الإعلام الرياضي تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو ممارسة النشاطات البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ (10) يهدف الإعلام الرياضي إلى نشر الثقافة الرياضية والترفيه عن الجمهور ونشر المعلومات حول الرياضة وتعديل أنماط السلوك نحو ما هو ايجابي من خلال التربية الصحية وممارسة الرياضة واكتساب مهارات صحية وتنمية روح الفريق والعمل الجماعي.

## نظريات التأثير الإعلامية:

اخترت ثلاث نظريات التي نرى أن لها علاقة بموضوع الدراسة حيث تعالج هذه النظريات كيفية تأثير الإعلام على الفرد والمجتمع ككل سواء من خلال اعتبار الفرد هو الذي يختار الرسالة الإعلامية التي يرغب بها وحسب حاجاته والعمل على إشباع رغباته من خلالها، أو من خلال توجهات أخرى التي ترى أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها على الأفراد وبالتالي تكون الاستجابة قوية كما ترى نظريات أخرى أن تكرار المشاهدة تؤثر على إدراك الفرد وتغير إدراكه للواقع الفعلي وان هذا التغيير يكون نتيجة النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث وفيما يلي شرح مختصر لهذه النظريات.

## نظرية الاستخدام والإشباع : ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل

الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة (11).

## نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد: من أهم الافتراضات التي تقوم عليها النظرية

أن مجتمع الاتصال عبارة عن مجموعة من الأفراد يتأثرون على إنفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها، وإن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام يكون فردي أكثر منه جماعي، بمعنى أن الأفراد يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء وأن ردة فعل الفرد لا تعتمد على تأثيره بالآخرين (12). تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام أكثر تأثيرا وانتشارا والمرسل يتحكم بشكل كبير في العملية الاتصالية وأن الرسالة تصل إلى الفرد منعزلا عن الآخرين ويستجيب لها بشكل قوي.

## نظرية الغرس الثقافي: ترى أن الأفراد الذين يتبعون برامج التلفزيون باستمرار يختلفون في

إدراكهم للواقع الاجتماعي على خلاف الأفراد الذين لا يتعرضون لوسائل الإعلام باستمرار، وأن التلفزيون وسيلة فريدة لغرس الأفكار وتغيير وجهات النظر لأفراد المجتمع حول الواقع الاجتماعي أو السياسي (13). تبين هذه النظرية أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم لما يحيط بهم وأن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى اكتساب رموز تشكل لهم واقع مختلف من الواقع الفعلي.

ساهم انتشار وسائل الإعلام، من صحافة مسموعة ومرئية ومكتوبة في توسيع عمليات الاطلاع على مختلف الأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية حيث أصبح من الممكن التعرف على ما يجري في العالم والثقافات والقيم السائدة في مختلف المناطق وخاصة في الدول الغربية مما ساهم في تغيير القيم والثقافات بالمجتمعات العربية.

### التمثلات الاجتماعية:

إن التمثلات الاجتماعية شكل من أشكال المعرفة الاجتماعية، تمدنا برموز حالية هذه الرموز محددة تاريخيا وثقافيا واجتماعيا تمكننا من التفاعل مع المحيط الاجتماعي، وبما أن الفرد يعد كائنا اجتماعيا لا يستطيع الحياة في معزل، فإن حاجته للانتماء والتقبل من الجماعات أمر ضروري، لذا وجب عليه أن يتطلع دائما إلى البحث عن بناء علاقات ذات معنى مع الآخرين، يعد التمثل أحد أهم الوسائل الفردية التي تسهل عملية التواصل والتفاهم بين الأفراد، إذ له علاقة بصيانة العلاقات الاجتماعية، وقد أور (S.Moscovici) على أن التمثلات الاجتماعية "مرجع ومعياري اجتماعي يحتاج إليه الفرد لفهم العالم الخارجي وتحديد مكانته في هذا العالم وتطوير علاقته مع أفراد المجتمع (14).

تعرف التمثلات الاجتماعية وفق خاصيتين معرفية والاجتماعية؛ فالخاصية المعرفية هي خاصية فردية نتحدث عنها من جانب عقلي يرى فيشر G.N.Fisher (1991) أن التمثلات هي عملية لبناء حسي وذهنى للواقع الذي يحول أشياء اجتماعية (أشخاص، حالات، أحداث...) إلى أصناف رمزية (قيم، إيديولوجيات، معتقدات...) ويعطيهم مكانة عقلية التي تسمح بتناول مظاهر الحياة اليومية عن طريق إعادة تأطير لتصرفاتنا أثناء العلاقات الاجتماعية (15).

يرى الباحث J-C,Abric (1994) أن التمثلات الاجتماعية هي منتج ونظام لنشاط عقلي بفضل الشخص أو الجماعة تعيد بناء الواقع الذي تواجهه وتسد له رموزا خاصة. كما يعتبره نسق لترجمة الواقع الذي يحكم العلاقات مع الأفراد ومحيطهم، موجهة للفعل أو للبنية الاجتماعية- المعرفية (16).

إن تفكير الفرد ليس منعزلا، لكن يكون داخل محيط اجتماعي لذلك سوف نحاول شرح مفهوم التمثلات من خلال وجهة نظر اجتماعية وقد بينت D.Jodelet (1989) أن التمثلات الاجتماعية هي "شكل من أشكال المعرفة لها معنى موحد وتظهر ميزتها في طبيعة أنظمتها الاجتماعية التي تشكلها وتتميز بالخصائص التالية:

-مكونة اجتماعيا ومتقاسمة بين أفراد المجتمع.

-لها نظرة واقعية لتنظيم والتحكم في المحيط (مادي، اجتماعي، مثالي) وتوجه السلوك

والاتصالات.

-تساهم في تأسيس نظرة موحد لواقع الجماعات الاجتماعية أو ثقافة معينة (17).

يرى بياجيه أن التغيير في "الأبنية المعرفية يصاحبه تغيير في تفكير الفرد وأوضح أن ذلك يؤثر على الارتقاء الوجداني وعلى نسق القيم الذي يتبناه الفرد فالارتقاء العقلي كما أوضح بياجيه هو نتيجة التفاعل بين عمليتي التمثيل ( Assimilation ) والمواءمة ( Accommodation ) ويقصد بالتمثيل تفسير الفرد للموضوعات والأحداث الخارجية في ضوء الأفكار والمعلومات المتاحة، أما المواءمة فتعني الإدراك والاستبصار للعلاقة بين خصائص الموضوعات الخارجية والعمليات الداخلية (18) وعملية التمثيل والمواءمة تتغير من عمر لآخر نتيجة التدريب المستمر الذي يقوم به الفرد لوظائفه العقلية بهدف التوافق مع البيئة فكلما زاد تدريب الأفراد وتعليمهم نجد هناك قدرة على التكيف (19)، إن التمثل سيرورة ديناميكية حيث يتم بواسطتها استدخال النماذج الثقافية والإيديولوجية السائدة داخل المجتمع وتخزينها ثم يعمل على تغيير طبيعة الواقع الاجتماعي حيث يبسط هذا الواقع ويخصه لفهمه ويتمكن من التحكم فيه، ومن هنا يمكن القول أن الأفكار والمعرفة الجديدة تعطي القدرة للأفراد على التكيف مع التغيرات المستمرة والمفاجئة في بعض الأحيان كما أن تكرار وشدها يساهم في جعلها جزء من الذاكرة حاضرة في المواقف لتسهيل عملية الاتصال مع الآخرين، إن فكرة بياجيه حول الأبنية المعرفية تبين أهمية العوامل المعرفية كمحددات لاكتساب الفرد لقيمه والإعلام كوسيلة لتنمية هذه الأبنية المعرفية تساهم في تغيير القيم من خلال تطوير الرصيد المعرفي للفرد والمجتمع ويؤدي تغيير القيم إلى حدوث تغييرات كبيرة في المجتمع وإن كانت عملية التغيير في النسق القيمي يعد نوعاً من التغيير البطيء جداً وهذا بخلاف العناصر المادية التكنولوجية، ويترتب على تغيير القيم تغيير مجموعة أنماط التفاعل والعلاقات والمراكز والأدوار الاجتماعية.

يقصد بالتمثلات الاجتماعية لموضوع الإعلام الرياضي التشكيلة العقلية للعالم الحقيقي لموضوع الإعلام الرياضي، وهي تشكيلة منظمة ومرتبطة للعناصر المكونة للعملية الإعلامية (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل) حول عنصر أو مجموعة من العناصر حكم عليها من طرف الطلبة بأنها مركزية حسب القيمة التي تعكسها وهذا يدل على أن تصور موضوع الإعلام الرياضي مرتبط بقيم العملية الإعلامية التي يكونها الطالب حسب حاجاته، وحسب تكوينه وخبراته وتنشئته الاجتماعية والمعلومات التي يملكها حول الإعلام الرياضي.

### نظرية التمثلات الاجتماعية:

**النظرية الكلاسيكية Moscovici.S:** تُصور التمثلات الاجتماعية في النظرية الكلاسيكية

كعملية ديناميكية تعمل على تفسير وإعادة تشكيل الواقع الذي يعكس جملة من المحاور والمبادئ ونشاطات معينة. تتكون من سيرورتين أساسيتين: الموضوعية والتثبيت.

**الموضوعية (objectivation):** هي سيرورة تعمل على الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي

ينتقي بها الفرد المعلومات من محيطه الاجتماعي وبمعنى آخر يقوم الفرد بتفضيل بعض المعلومات

عن الأخرى، ثم يفصلها عن محتواها الاجتماعي العام، ثم يقوم بإعادة ترتيبها فبعض العناصر لها دور مهم عن عناصر أخرى التي سبق وجودها (20).

الموضوعية هي سيرورة بفضلها تقوم مجموعة بتطبيع مصطلح مجرد، بمعنى آخر تخضع إلى تغيرات لجعله ملموس. هذه السيرورة تنتج من التفكير الاجتماعي الذي يبسط عناصر المعلومة ويجعل المفاهيم واقعية (21).

**التثبيت (Ancrage):** التثبيت هو إدراج موضوع جديد داخل إطار مرجعي معروف حتى نتمكن من ترجمته (22)، ويضيف موسكوفيسي، التثبيت يرمي إلى دمجاو تثبيت موضوع التمثل في إطار مرجعي سبق وجوده (تصورات، إيديولوجيات وإتجاهات ومعتقدات وقيم وسلوكات) وتظهر بأشكال مختلفة (23).

إن آلية التثبيت تجعل موضوع التمثل وسيلة للاستعمال اليومي للأفراد وحتى يكون موضوعيا عليه التوغل داخل النظام الثقافي والمعرفي وهذا يفرض على الفرد الاندماج في مجموعة من العلاقات الاجتماعية المعقدة، كما تساهم التمثلات بفضل عملية التثبيت في ضبط العلاقات بين الجماعات، في الواقع ترتبط هذه التمثلات بمواضيع تتفاعل الجماعات حولها وتتيح للأفراد والجماعات بأخذ مواقف اتجاه بعضهم البعض.

**النظرية البنائية:** اعتبر أن التمثلات تتشكل حول نواة مركزية وحسب أبريك التمثلات الاجتماعية تعمل وفق نظامين، نظام مركزي ونظام محيطي.

**النظام المركزي:** النظام المركزي للتمثلات الاجتماعية يضمن الانسجام والتوازن وهو مكون من عدد قليل من العناصر إذا اعتبرنا أن التمثلات الاجتماعية لها نواة مركزية هذا لأنها تعبير عن التفكير الاجتماعي وكل تفكير اجتماعي له عدد معين من المعتقدات المكونة جماعيا ومحددة تاريخيا ولا يمكن تغييرها فهي أساس وطريقة عيش الأفراد تضمن هوية وبقاء الجماعات الاجتماعية (24).

**العنصر المحيطي:** تصنف العناصر المحيطية في رسم خيالي ملموس ونظرا لتنوع هذه العناصر وليونتها نجدها أكثر حضورا في حديث الأفراد يمثل هذا النظام الجانب العملي للتمثلات الاجتماعية وهو أكثر حساسية للظروف الحالية التي تواجه الفرد. للنظام المحيطي ثلاث وظائف التكيف مع الواقع الملموس وتنوع محتوى التمثل الاجتماعي وحساسية النواة المركزية (25).

يساعد النظام المحيطي على دعم التبادلات بين الأفراد والتفاعل معهم وإظهار سلوك يطابق ما تنتظره الجماعة دون اللجوء إلى معتقداته الأولية وبذلك يسهل اندماج الفرد، وهذا النظام أكثر مسامية من النواة المركزية وبالتالي العناصر التي تكونه أكثر سهولة في الظهور وهو بمثابة حاجز للتمثلات الاجتماعية حيث يعمل على تقبل ما لا يوصف وغير المبرر والجديد فالنظام المحيطي يشكل الحد المشترك بين النظام المركزي والواقع.

**إجراءات الدراسة الميدانية:**



**المنهج المعتمد في الدراسة:** اعتمدنا على المنهج الاستكشافي للوصول إلى محتوى ومضمون تمثلات الطلبة لموضوع الإعلام الرياضي حيث نتعرف على النواة المركزية والعناصر المحيطة. **عينة الدراسة:** تم تطبيق الأداة على 80 طالبا وطالبة مهتمين بالرياضة ومتابعين للبرامج الرياضية.

**الحدود الزمانية والمكانية:** تم إجراء هذه الدراسة بجامعة مصطفى اسطمبولي جامعة معسكر في شهر ماي 2016  
**أداة القياس:**

**المرحلة الأولى:** حتى نستطيع حصر دلالة التمثلات الاجتماعية وجمع المعلومات نستعين بتقنية التداعي الحر (26) نطلب من العينة إنتاج أربعة كلمات حول الإعلام الرياضي ثم ترتيبها حسب أهميتها من 1 إلى 4 ونقوم بحساب:

- تكرار كل مصطلح لدى مجموع الطلبة.  
- ترتيب ظهوره في مجموع العناصر المذكور

حسب ما جاءت به بحوث Grize (1987) و VÉRGÉS (1992) وعدلها Abric (2003).  
**المرحلة الثانية:** إعداد استمارة مكملة تم من خلالها التعرف على اتجاهات الطلبة نحو الإعلام الرياضي من خلال مجموعة من الأسئلة المفتوحة التي سوف يتم تحليل محتواها ومعرفة اتجاه الطلبة حسب Holsti (1988).

نتائج التداعي الحر تحدد لنا عناصر النواة المركزية وعناصر النظام المحيطي، وبالأخذ بعين الاعتبار نتائج التداعي الحر نقوم ببناء استمارة مكملة تساعدنا على تحديد أي وسائل الإعلام الأكثر استعمالا من طرف الطلبة والتي ساهمت في تشكيل التمثلات، وتحديد اتجاهات الطلبة نحو الإعلام الرياضي وكيف أثر الإعلام الرياضي على الطلبة كما سوف نحاول معرفة مختلف السلوكات التي سوقها الإعلام الرياضي وهل هي ذات طابع ايجابي أو سلبي.

**عرض النتائج ومناقشتها:**

تم استجواب 80 طالبا ( 51 ذكور و 29 إناث) متوسط أعمارهم 24 سنة من مختلف التخصصات والمستويات بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة مصطفى اسطمبولي معسكر كلهم من متبعي البرامج الرياضية؛ حيث تم استعمال تقنية التداعي الحر وطلبنا من الطلبة إعطاء أربعة كلمات متقاربة من كلمة الحث " الإعلام الرياضي "؛ ثم تم الاستعانة بتقنية التتميط المقترحة من طرف VERGES (1992) والمعدلة من طرف ABRIC (1994) من اجل وصف بنية التمثلات الاجتماعية للموضوع.

حسب Abric j-c النظام المركزي له علاقة بالظروف الاجتماعية والتاريخية والإيدولوجية وبالقيم والمعايير، كما نجد داخل النظام المركزي " المادة" والتي تتمثل في الذاكرة الاجتماعية (27)

النظام المركزي هو الذي يعطي معنى وقيمة للعناصر التمثيلية وهو الذي يحدد طبيعة العلاقة بين عناصر التمثيل ككل يعتبر أساس تكوين التمثيلات ويتميز النظام باستقرار كبير وبذلك يضمن استمرارية وديمومة التمثيلات . النواة المركزية أو النظام البنوي يحدد معنى وتنظيم التمثيلات وهو نظام مرتبط بالمعايير والقيم والتوقعات التي تؤدي إلى المساهمة الشخصية في الأهداف الفعلية للواقع ليصبح بعد ذلك النظام المركزي في الذاكرة ثم تاريخ الأفراد وهو يساعد على التوافق الثقافي والنفسي للجماعة أو الأفراد(28).

أما بالنسبة للنظام المحيطي فهو يساعد على دعم التبادلات بين الأفراد والتفاعل معهم ولإظهار سلوك يطابق ما تنتظره الجماعة دون اللجوء إلى معتقداته الأولية وبذلك يسهل اندماج الفرد ويعرف على أنه المكون الملموس والعملية يضمن الرابط بين التمثيلات والممارسات اليومية المتعلقة بالموضوع أو بين التمثيلات والواقع الحقيقي لذلك فهو أكثر مرونة من النواة المركزية ويسمح بذلك تكيف التمثيلات مع الحالات الخاصة والمختلفة للمواضيع الاجتماعية (29). بعد التعرف على معنى النواة المركزية والعناصر المحيطية نظريا نحاول ومن خلال الجدول رقم ( 01 ) التعرف على محتوى ومضمون التمثيلات الاجتماعية لموضوع الإعلام الرياضي لدى طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية.

#### جدول (01) يوضح التمثيلات الاجتماعية للطلبة لموضوع الإعلام الرياضي

	أقل من 2.52 < الرتبة	أكبر من 2.52 > الرتبة المنطقة المحيطية 1
أكبر من 4.17 > التكررات النواة المركزية	كرة القدم 1.47/21	اللاعبين 2.68/16
	مباريات 2/5	ملاعب 2.75/12
	رياضة 1.38/13	كأس العالم 3.5/6
	التطرف 2/5	التحليلات الرياضية 2.94/18
	الترفيه 2.5/12	أحداث رياضية 2.83/6
	المشاهير 1.4/5	الترويج للمنتجات 3.2/5
	أبطال الرياضة 2.33/9	
	أخبار 1.8/5	
	محلل رياضي 2.33/9	
	صحافة 2.12/8	
	أخبار المحترفين 2.37/8	
	ريال مدريد 2.42/7	
	دوري الأبطال 2.16/6	

أقل من 4.17 < التكررات المنطقتة المحيطية 1	المنتخب الوطني 2.25/4	المنطقة المحيطية 2
	شهرة 2.25/4	المال 3.75/4
	إعلام 2/4	نوع الرياضة 3.33/3
	وسائل 2.25/4	النتيجة 3.25/4
	الهداف 1.33/3	تعصب 4/2
	سياسة 2.33/3	الراحة 3.66/3
	الفوز 2/3	

\*تم حذف العناصر التي تكرر (1) لذلك نلاحظ أن عدد عناصر النواة المركزية أكثر وهو في الواقع أقل من العناصر المحيطية.

من خلال الكلمات التي أشركها الطلبة لموضوع الإعلام الرياضي تبين وحسب الأهمية المعطاة لكل مصطلح وبعد حساب شدته وترتيبه كما هو مبين في الجدول (01)؛ يظهر لنا أن عناصر النواة المركزية تمثلت في (كرة القدم 1.47/21؛ مباريات 2/5؛ رياضة 1.38/13؛ التطرف 2/5؛ الترفيه 2.5/12؛ المشاهير 14/5؛ أبطال الرياضة 2.33/9؛ أخبار 1.8/5؛ محلل رياضي 2.33/9؛ صحافة 2.12/8؛ أخبار المحترفين 2.37/8؛ ريال مدريد 2.42/7؛ دوري الأبطال 2.16/6) وهي تعبر عن المعرفة الساذجة لموضوع الإعلام الرياضي للطلبة وهذا يعني أنها ثابتة ومستقرة ولا تتغير أو بصعوبة وتسمى أيضا النواة المنظمة تناسب معنى خاص لباقي عناصر التمثل وتسير المعنى العام للتمثلات أما (المال 3.75/4، نوع الرياضة 3.33/3، النتيجة 3.25/4، تعصب 4/2، الراحة 3.66/3) هي عناصر محيطية وتشكل المرجع اللغوي خلال الحديث عن التمثلات الاجتماعية للإعلام الرياضي، فيما يتعلق بالعناصر التالية (اللاعبين 2.68/16، ملاعب 2.75/12، كأس العالم 3.5/6، التحليلات الرياضية 2.94/18، أحداث رياضية 2.83/6، الترويج للمنتجات 3.2/5) هي أيضا عناصر محيطية بالإضافة إلى (المنتخب الوطني 2.25/4، شهرة 2.25/4، إعلام 2/4، وسائل 2.25/4، الهدف 1.33/3، سياسة 2.33/3، الفوز 2/3) تساعد هذه العناصر على دعم التبادلات بين الأفراد والتفاعل معهم وتساعد على توجيه السلوك من خلال إظهار سلوك يطابق ما تنتظره الجماعة دون اللجوء إلى معتقداته الأولية وبذلك يسهل اندماج الفرد، النظام المحيطي لتمثلات الطلبة لموضوع الإعلام الرياضي، حساس للمواضيع الفورية وأقل استقرارا.

يمكن أن نلخص كيفية ارتباط عناصر النواة المركزية بالعناصر المحيطية كما يلي: إذا لاحظنا منطقة النظام المركزي نجد أن العنصر الأكثر تكرارا لهذا النظام هو " كرة القدم " هذا دليل على أن الوسائل الإعلامية تهتم أكثر برياضة كرة القدم دون غيرها وهو ما جعل صورة الإعلام الرياضي تظهر في رمز كرة القدم ويرتبط بعناصر أخرى مرتبطة بكرة القدم وهي " أبطال الرياضة ، أخبار

المحترفين، ريال مدريد، دوري الأبطال، مباريات، المشاهير" وتشكل هذه العناصر النواة المركزية للتمثيلات الاجتماعية للإعلام الرياضي وهي مرتبطة بالعناصر المحيطة للمنطقة المحيطة الأولى "لاعبين، ملاعب، كأس العالم، المنتخب الوطني، الشهرة" ومرتبطة بعنصر المنطقة المحيطة الثانية "المال". كما نجد أن النواة المركزية قد احتوت عناصر عملية الإعلام نجدها في العنصر "رياضة، محلل رياضي، أخبار، الصحافة" فعنصر الرياضة هو في الواقع كرة القدم والمحلل الرياضي يقدم أخبار حول كرة القدم وهي مرتبطة بعناصر المنطقة المحيطة الأولى " التحليلات الرياضية" وعنصر "الإعلام، وسائل، الهاداف" هذه العناصر المحيطة يمكن أن تتغير وبسهولة بعكس العناصر المركزية كما نلاحظ من خلال الجدول العنصر المركزي التطرف وهو مرتبط بالعنصر المحيطي في المنطقة الثانية " التعصب" وهو دليل على أن للإعلام الرياضي دور في التطرف والتعصب الذي يحدث بين أفراد المجتمع وهو ما يعتقد أفراد العينة المبحوثة ورغم هذا لم يفقد الإعلام الرياضي دوره والمتمثل في "الترفيه" وهو عنصر مركزي مرتبط بالعنصر المحيطي من المنطقة الثانية "الراحة".

### كيف يمكن لموضوع الإعلام الرياضي أن يتحول إلى تمثيلات اجتماعية؟

إن تكوين التمثيلات الاجتماعية يكون وفق سيوريتين أساسيتين: الموضوعية والتنشيط؛ الموضوعية هي جعل الشيء الجديد والمجرد واقعي (30) من خلال إعطاء صورة مادية، بالنسبة لموضوع الإعلام الرياضي والمتمثلة في عناصر الإعلام الرياضي والتي تتكون من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل و تتضمنه هذه العناصر من أهداف وأدوار. أما في ما يتعلق بالنتائج المتحصل عليها نجدها تمثلت في كرة القدم وفي الأبطال والمشاهير والمباريات والأخبار التي تعمل على نشر معلومات حول جزء من الثقافة الرياضية وبعض المعلومات المتعلقة بكرة القدم وبعض الأفكار التي يتم نقلها من خلال الصور والتعليقات التي يحتوي مضمونها رموز منها التطرف وأخرى تتعلق بالترفيه ثم نجد المرسل (المحلل) الذي يعتبر أساس عملية الاتصال وله دور في نقل مضمون الرسالة. إن المعلومات المنتقاة والتي أصبحت مدركة من طرف الفرد يتم تطبيعها حيث تنتقل من المفهوم المجرد إلى مفهوم الصورة الملموسة ذات معنى رموز وفي هذا الصدد تنوه الباحثة (Leclerc) أن هذه النواة التمثيلية تكون إما واضحة أو مبهمة، حيث تقول: " حسب الجماعة التي ننتمي إليها فالصورة أو النواة التمثيلية الرمزية التابعة للتمثيلات الاجتماعية تكون في بعض الأحيان واضحة وفي أخرى مبهمة أو تكون مبنية على معلومة دقيقة وأخرى على معلومة تقريبية للأشياء. تنتج الصورة أو النواة عن الملاحظة أو نتيجة رد فعل عنيف أو اعتيادي (31). هذه المعلومة التي تم تصفيتها يتم بعد ذلك دمجها داخل إطار مرجعي لمفاهيم مألوفة لدى الفرد وتسمى هذه العملية بسيورورة التنشيط.

إن عناصر الإعلام الرياضي موجودة لكنها فقدت مبادئها الأساسية التي وضعت، للحفاظ على صورتها العلمية والموضوعية نتيجة خضوعها لقوانين الجماعة التي أعادت تكوينها بمجموعة من

المتغيرات التي تتعلق بحاجات الفرد ورغباته والرسالة التي نقلت إليهم وكيف قاموا بتعديلها "بعد تحويل موضوع التصور إلى عناصر وصور لها معنى للفرد يفقد الموضوع ميزته البنوية وانتماؤه ويصبح جملة مستقلة أي شكل طبيعي ويصبح بذلك حقيقة وواقع الذي يفضله يتصرف الفرد ويتواصل مع الآخرين (32) حيث نجد العينة تهتم أكثر بتتبع أخبار أبطال الرياضة بنسبة 41 % التي لها علاقة بنوع الرياضة بنسبة 40% ثم الأحداث 16% في الأخير فقرة التحليل الرياضي بنسبة 3% كما هو مبين في الجدول التالي:

### جدول (02) يوضح أكثر فقرات المحتوى الرياضي تتبعا لدى الطلبة

المجموع	أبطال الرياضة	نوع الرياضة	الأحداث الرياضية	فقرة التحليل الرياضي	التكرار
80	33	32	13	2	80
%100	%41	%40	%16	%3	النسب المؤوية

إن الاهتمام بأبطال الرياضة ونوع الرياضة وهو في الواقع لكرة القدم كما وجدناها في عناصر النواة المركزية هذا نتيجة ما ينشره الإعلام الرياضي ويكرره في رسالته ومن خلال ما يستعمله من رموز لجذب الجماهير مثل المصطلحات والأغاني والصور والألوان التي تعبر كلها على فكرة واحدة وهي كرة القدم لذلك فالمتتبع لا يحتاج إلى فقرة التحليل الرياضي لأن تلك الرموز المستعملة تعبر عن شيء واحد "كرة القدم" فنلاحظ نفس السلوك (الغناء والخروج للشارع) للتعبير عن نجاح الفريق أو خسارته لأن المهم بالنسبة للفرد هو مشاهدة أبطاله (ناجحين أو خاسرين) وأخبارهم من أجل تقليدهم. من أجل معرفة أي الوسائل كان لها دور في تكوين التمثلات الاجتماعية لإعلام الرياضي حاولنا معرفة ما هي الوسائل الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين؟ وهي كما يلي:

### جدول (03) وسائل الإعلام الأكثر تتبعا لدى الطلبة

المجموع	التلفاز	الانترنت	الجرائد	المذياع	التكرار
80	49	22	5	4	80
%100	%61	%28	%6	%5	النسب المؤوية

إن وسائل الإعلام هي وسيلة اتصالية تقوم بإيصال رسالة معينة أو معلومة للجمهور وتساهم في تشكيل تمثلاته حيث يرى (Beaudichon) الاتصال هو تفاعل داخل شبكة من التبادلات والتدخلات لتكوين التمثلات الاجتماعية (33) فالإتصال هو عنصر أساسي في تكوين التمثلات وخاصة الإعلام حيث يرى (Seca) الإعلام يقوم بنشر معلومات لها تأثير على أفراد المجتمع من خلال استمرارية تجديد المعارف والمعلومات (34).

إن أكثر وسائل الإعلام استعمالا هي التلفاز بنسبة 61% تليه الانترنت بنسبة 28% بمعنى أن الطلبة يميلون إلى وسائل الإعلام السمعية - المرئية لما تقدمه من أحداث مباشرة وملخصات حول

أهم الأخبار الرياضية وتقدم صورة حول ما يحدث لدى المناصرين والمشجعين وتهتم بردود الأفعال حسب ما ترغب تلك الوسيلة تسويقه ونشره وما قدمه الإعلام الرياضي في الآونة الأخيرة يتعلق فقط بكرة القدم وتشجيع كرة القدم ولاعبها وهذا انعكس مباشرة على تمثلات الشباب للإعلام الرياضي ويؤكد (Roussiau, N. et Bonardi, C) التمثلات الاجتماعية تنظيم لأراء مكونة اجتماعيا مرتبطة بموضوع معين تنتج من خلال الاتصالات الاجتماعية وتساعد في ضبط المحيط وتخصيصه بفضل عناصر رمزية خاصة بجماعة انتماء الفرد (35). إن تشكيل التمثلات جماعي بفضل الاتصالات يحتاج الفرد إلى هذه التمثلات كونها تساعده على ترجمة وفهم المحيط والمواقف التي تواجهه وضمان التفاعل بين أفراد الجماعة.

### اتجاهات الطلبة نحو السلوكات والأفكار التي سوقها الإعلام الرياضي:

يؤكد (M. Weber) على أن "فهم السلوك يكون من خلال فهم المعنى الذاتي للفرد أولاً ثم على مستوى الجماعة، حسب نظرية (T. Parsons) يتطلب الفعل وجود فاعل وموقف مضبوط من طرف الفاعل ومجموعة من الغايات والوسائل تكون بدورها خاضعة لاختيار الفاعل بفضل محكات واقعية (36). بعد التعرف على مختلف عناصر التمثلات الاجتماعية للإعلام الرياضي وعناصره المحيطة نحاول من خلال هذا العنصر معرفة اتجاهات الطلبة حول مختلف الممارسات التي تترجم تمثلات الإعلام الرياضي وكيف انعكست رسالته على سلوك الفرد؛ فسلوك الفرد موجه بفضل تمثلاته، يقول موسكوفيسي التمثلات الاجتماعية هي تحضير للفعل ليست فقط من خلال توجيه السلوك لكن أيضا من خلال إعادة تكوين عناصر المحيط أين يوجد هذا السلوك، فالتمثلات تعطي معنى للسلوك واندماجه داخل شبكة من العلاقات (37).

بعد تجميع جميع المصطلحات والأفكار التي اقترحتها الطلبة حول ما نشره الإعلام الرياضي ومن خلال تحليل المحتوى اشتمل الإجابات على 203 سلوكا منها 119 بنسبة 52% تعبر عن الاتجاه السلبي للعينة المبحوثة حول مختلف الأفكار والسلوكات التي سوقها الإعلام الرياضي منها ( تسريحات الشعر، تقليد اللاعبين، خروج النساء للشارع والاحتفال، الغناء، التعصب، الحقد، العنصرية، الكراهية، العنف والعدوانية) وأن 111 بنسبة 48% من الفقرات تعبر عن الاتجاه الايجابي للطلبة نحو مختلف السلوكات منها ( حب الوطن وروح المناصرة).

إن ظهور هذه الأفكار والسلوكات ما هو إلا تثبيت لعملية التمثل وهو العنصر الثاني الأساسي في عملية التمثلات الاجتماعية يعمل على استقرار التمثل على حاله مسائرا للمعايير الاجتماعية ليصبح التمثل يعد ذلك حقيقة مرجعية يستند عليها الفرد في كل أفعاله وسلوكياته، إن آلية التثبيت تجعل موضوع التمثل وسيلة للاستعمال اليومي للأفراد وحتى يكون موضوعيا عليه التوغل داخل النظام الثقافي والمعرفي وهذا يفرض على الفرد الاندماج في مجموعة من العلاقات الاجتماعية فتقليد لاعبي كرة القدم مثلا هو تثبيت لصورة الإعلام الرياضي وما قام بنشره بين أفراد المجتمع.

#### جدول (04) يوضح رأي الطلبة حول مدى نشر الإعلام الرياضي حقائق رياضية.

المجموع	لا	نعم	
80	22	58	التكرار
%100	%37	%73	النسب المؤوية

نلاحظ أن أغلب الطلبة يتفون بما ينشره الإعلام الرياضي ويجدونها حقائق رياضية وهو ما يزيد من تأثير الإعلام الرياضي على الطلبة ويعزز تثبيت التمثلات الاجتماعية لموضوع الإعلام الرياضي وهو السبب الذي جعل من انتشار نفس الأفكار لدى الطلبة وانعكاس هذه الأفكار على سلوكياتهم من تقليد للاعبين وانتشار المشاعر السلبية بين أفراد المجتمع.

بما أن عنصر العنف كان من ضمن عناصر النواة المركزية وعليه كان من الواجب التطرق إلى ظاهرة العنف الناتجة عن الإعلام الرياضي وهو ما يقودنا إلى طرح سؤال هل الإعلام الرياضي ساهم في نشر العدائية؟ والنتائج موضحة في الجدول التالي:

#### جدول (05) يوضح توزيع ايجابيات الطلبة حول مساهمة الإعلام الرياضي في نشر العنف

المجموع	لا	نعم	
80	10	70	التكرار
%100	%12	%88	النسب المؤوية

نلاحظ من خلال الجدول التالي وحسب رأي الطلبة 88% من الطلبة يرون أن الإعلام الرياضي قد ساهم بنشر العدائية بين أفراد المجتمع ويستدلون على ذلك من خلال أحداث سابقة ومن خلال ما يعيشونه ويلاحظونه سواء من وسائل الإعلام (التلفزيون والانترنت) أو ما يتداوله أفراد المجتمع ويظهر من خلال الجدول التالي الدلائل التي اقترحها الطلبة:  
استدل المبحوثون من خلال الدلائل التالية:

#### جدول (06) يوضح مظاهر العنف التي استدل بها الطلبة

العنف بين أفراد المجتمع	أحداث مصر والجزائر	العنف في الملاعب	سلوكات عنيفة	المجموع	
34	17	17	12	80	التكرار
%43	%21	%21	%15	%100	النسب المؤوية

إذا لاحظنا من خلال النتائج نرى أن هناك أحداث بقيت راسخة في ذاكرة الفرد منها العنف الذي انتشر بين أفراد المجتمع بنسبة 43% وأحداث مصر والجزائر بنسبة 21% وبنفس النسبة العنف في الملاعب والسلوكات العنيفة 15% وقد يتساءل البعض كيف ساهم الإعلام الرياضي بنشر هذا النوع من العنف فالصور التي تم نشرها والحقائق المنقولة التي كان لها اتجاهات سلبية ساهمت وبشكل كبير في نشر العنف حتى الألفاظ التي استعملها إعلاميو الإعلام الرياضي كان لها دور في ذلك والسؤال الذي يليه يؤكد ما تم التوصل إليه:

ف عند طرح السؤال إلى ما توحى إليه كلمة محاربون الصحراء على سبيل المثال وجدنا النتائج توزعت وفق إحصاءين حربي ورياضي وهي مبينة في الجدول التالي:

#### جدول (07) يوضح إحصاء كلمة محاربو الصحراء لدى الطلبة

المجموع	إحصاء رياضي	إحصاء حربي	
80	29	51	التكرار
%100	%36	%64	النسب المئوية

وجدنا أن 64% من الطلبة يجدون أن كلمة محاربو الصحراء لها إحصاء حربي ونرى أن هذه الكلمة كمثال قد تكررت في جميع وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة و فقط 36% من الطلبة يجدون أنها كلمات رياضية فقط فإذا كان توحى هذه الكلمة إلى الحرب فهي توحى إلى العنف وللتأكد من اللغة التي ينشرها الإعلام الرياضي طلبنا من الطلبة ذكر أهم الكلمات التي تجذب انتباههم من خلال وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة؛ فوجدنا وبعد تجميع جميع المصطلحات والكلمات التي اقترحها الطلبة حول مختلف الكلمات التي استعملها الإعلاميون ومن خلال تحليل المحتوى اشتمل الإجابات على 104 فقرة منها 102 بنسبة 98% ذات صلة بموضوع الدراسة ومن الممكن تصنيفها؛ حيث تبين أن 51 بنسبة 50% تعبر عن الاتجاه السلبي للعينة المبحوثة حول مختلف الكلمات التي سوقها الإعلام الرياضي منها (ألقاب حيوانات أسود، ثعالب، ذئاب، أفناك، النسور، العقارب، الكواسر، فيلة وألقاب أخرى مثل الشياطين الحمر والمصطلحات الثورية ) وأن 44 بنسبة 43% من الفقرات تعبر عن الاتجاه الإيجابي للطلبة نحو مختلف الكلمات منها (الأبطال، صانعو المستقبل، القوة، الطموح، جمهور من ذهب، أبطال العشب الأخضر، ) وأن 7 بنسبة 7% من الفقرات ذات الاتجاه المحايد (يوزع، نتيجة، ركنية، ميدان). تتميز اللغة الإعلامية بخصائص منها الوضوح لتحقيق الوسيلة الإعلامية أهدافها ومعاصرة متماشية مع روح العصر وملائمة للجمهور وذات جاذبية ومختصرة ومرنة تعبر على مختلف الموضوعات بسلاسة ومتسعة بمعنى تحتوي عدد كبير من المفردات وقابلة للتطوير (38) إن اللغة التي يستخدمها الإعلامي هي نسق من الرموز للتعبير عن موقف معين وعليه أن يهتم بدلالة اللغة ومعنى الرموز التي يستخدمها وليس فقط للاتصال والبحث عن فرصة للحديث فاللغة الإعلامية التي يستخدمها الإعلامي يجب أن تتميز بالأسلوب العلمي وباللبسابة حتى يفهما جميع الأفراد وأن تكون متأدبة وصحيحة فإذا سيطرت المشاعر على المرسل يضع بدوره رموز أخرى جديدة على الرسالة التي يود إرسالها للمستقبل الذي بدوره يحولها إلى رموز تنعكس في سلوكه إن انشغال الإعلام الرياضي بجذب أكبر عدد من الجمهور استعان بكلمات لتسهيل التعبير وهو ما زاد من حماس الجماهير واستجابتها بأسلوب معين يعبر عن ذلك؛ فالملاحظ أن الإعلام قد أذى اللغة العربية بإدراج العامية واللهجات المحلية وبعض الكلمات غير المفهومة لدى



أغلب الناس وتختص بفئات معينة فقط وأصبح بذلك الإعلام الرياضي مؤسسة تجارية ربحية أكثر منها إصلاحية وصاحبة رسالة.

### اتجاهات الطلبة نحو تأثير الإعلام الرياضي على المجتمع:

من خلال آراء ومقترحات الطلبة حول كيفية تغيير الإعلام الرياضي لثقافة المجتمع ومن خلال النتائج التي تم تجميعها والتي اشتملت على 80 فقرة منها 65 بنسبة 81% لها صلة بالموضوع و 41 فقرة بنسبة 63% ذات اتجاه سلبي بمعنى آخر في رأي الطلبة تأثير الإعلام الرياضي كان سلبيا على أفراد المجتمع كما اشتملت الإجابات على 13 بنسبة 20% ذات اتجاه ايجابي وهي أقل بكثير و 11 فقرة بنسبة 17% ذات اتجاه محايدة.

### خاتمة:

إن حق الحصول على المعلومة وحرية التعبير والنقد هي حرية أساسية لكل فرد، وحق للجمهور معرفة الحقائق والآراء (39) هذا ما تدعو إليه الاتفاقية والإعلام عمل على تحقيق ذلك، لكن في ظل كثرة وسائل الإعلام والمعلومات وتجدها وعدم احترافية بعض وسائل الإعلام وسيطرة الذاتية على الموضوعية غابت المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وانعكست على تمثلات الأفراد، والتمثل ليس انحراف عن الواقع لكن يقصد بذلك عالم من المعلومات مخزن في ذاكرة الفرد ونظام معرفي له عمله ووظيفته الخاصة تعمل على انتقاء وتنظيم المعلومات المستقبلية والجديدة الواردة من البيئة الخارجية وتكييفها مع الأبنية المعرفية التي يملكها الفرد، فالتمثل ليس مجرد صورة أو إدراك للموضوع المتمثل، وإنما هو واقع جديد يكونه الفرد حول الموضوع من خلال نشاطات العقل البنائية، هذه الخاصية التي تتميز بها التمثلات الاجتماعية تساعدنا على معرفة كيف يفكر الفرد حول موضوع معين وكيف توجه سلوكه؛ فمن خلال النتائج التي تم التوصل إليها وجدنا أن الإعلام الرياضي خضع لسيطرة بعض الظروف وفقد هويته في ظل تلك الظروف وأصبحت صورته تتعلق بنوع من الرياضة (كرة القدم) دون غيرها وقدم رسالة شعبية سعيا للربح المادي فقط والبحث عن الصدارة بين باقي وسائل الإعلام وانعكس ذلك على رسالة الإعلام الرياضي وانعكس بدوره على تفكير الأفراد وترجمت إلى ممارسات داخل المجتمع لذلك؛ فمن الضروري إعادة تهذيب السلوك الرياضي من خلال اقتراح جملة من المبادئ يتبعها الإعلامي وأن يبتعد عن الأسلوب الشعبي في مخاطبة الأفراد والسعي لمكافحة العنف لا تأجيج الصراع بين الأفراد، وأن لا يقتصر الإعلام على نوع واحد من الرياضية وتنويع الأخبار والتركيز أن يكون الإعلام تربيوي وصحي بالدرجة الأولى وليس العكس.

## \* قائمة المراجع:

- (1) ABRIC, JEAN-CLAUDE. (2004). Psychologie de la communication, édition Armand Colin, collection cursus p.13.
- (2) مسلم، محمد.(2007). علم النفس الاجتماعي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، ص.87.
- (3) حسين، محمد سمير(1984). الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ص.22.
- (4)BARBIER, FRÉDIRIC, BERTH LAVENIR, CATHRINE.(1999). histoire des médias, édition Armand Colin, p. 34
- (5)BALLE, FRANCIS.(2003). média et société, presse audiovisuelle, télécommunication et internet, paris, p657
- (6) الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). وسائل الاعلام والطفل، دار المسيرة، عمان، ص.218.
- (7)NKINGI, DOMINIQUE. (2004). Le rôle des médias dans la réconciliation rapport pour le séminaire international sur la gestion de la transition de la république démocratique du Congo, pp, 97-109
- (8) عيساني، رحيمة الطيب.(2008). مدخل إلى الاعلام والاتصال، عالم الكتب الحديث، ص ص.47-66.
- (9)BALLE, F, op.cit, p, 96
- (10) إبراهيم إمام.(1995). الإعلام الإذاعي والتلفزيون، دار الفكر العربي، مصر، ص.79.
- (11) الحضيف، محمد بن عبد الرحمان. ( 1998). كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ مكتبة العبيكان، الرياض، ص. 28.
- (12) العبيد عاطف عدلي العبد. (1999). مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، ص. 198.
- (13) محمد اسماعيل حسن.(2003). مبادئ الاتصال ونظريات التأثير مصر الدار العالمية للنشر والتوزيع. ص. 266.
- (14)ROUSSIAU, NICOLAS. et BONARDI, CHRISTINE. (2001). Les représentations sociales, édition MARDAGA p.106.
- (15) FISHER, GUSTAVE-NICOLAS. (1991). Les concepts fondamentaux de la psychologie, université Montréal, p.116
- (16) ABRIC, JEAN-CLAUDE. (1994) Pratique sociale et représentation, édition, PUF, p.13.
- (17) JODELET, DENISE. (1989). Les représentations sociales, édition PUF p.64
- (18) DUBAR, CLAUDE. (1998). La socialisation, construction des identités sociale et professionnelle, édition ARMAND COLIN, p. 11
- (19)DUBAR, C, Ibid p.12
- (20)ROUSSIAU,N. et BONARDI,C. op.cit, p.23
- (21) GUIMELLI, CHRISTIAN. (1999). La pensée sociale, édition PUF, p. 67
- (22) COSTALAT-FOUNEAU, ANNE- MARIE. (1997). Identité sociale et dynamique représentationnelle, presse universitaire de RENNES. p.104
- (23) MOSCOVICI, SERGE. (1984). Psychologie sociale, édition PUF. p.171
- (24)FLAMENT, CLAUDE. et ROUQUET, MICHEL-IOUIS. (2003). Anatomie des idées ordinaires, comment étudier les représentations sociales, édition ARMOND COLIN. p.23
- (25) SECA, JEAN-MARIE. (2001). Les représentations sociales, édition Armand colin. p.75

- (26) DOISE, WILLEM. CLEMENCE, ALAIN.et LORENZI-CIOLDI, FABIO. (1992). Représentations sociales et analyse des données, Grenoble, PRESSES UNIVERSITAIRES DE GRENOBE.p.26
- (27)ABRIC, J.C, op.cit, p.75
- (28)ABRIC, J.C ,Ibid,p.94
- (29)GUIMELLI,C. *op.cit*, p.84
- (30)MOSCOVICI, SERGE. (1976). *La psychanalyse son image et son public*, édition PUF. P.107.
- (31) LECLERC, CHANTAL. (1999). *Comprendre et construire les groupes*, édition, PUL. p.73.
- (32)SECA, J-M, *op.cit*, p.63
- (33)BEAUDICHON,JANINE.(1999). *La communication, processus, forme et application*, édition ARMAND COLIN, p 31.
- (34)SECA,J-M, *Ibid*, p. 67
- (35)ROUSIAU, N. et BONARDI, C. *op.cit*, p.19
- (36)DUBAR, C. *op.cit*, p.46
- (37)MOSCOVICI, S. *op.cit*. p. 47
- (38) الشريف، سامي. منصور، أيمن.(2004). اللغة الإعلامية، المفاهيم، الأسس، التطبيقات، دار الكتاب، ص ص.38-39
- (39) اتفاقية ميونخ حول واجبات وحقوق الصحافة من 21-25 نوفمبر 1971.