

التلفزيون ودوره في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية-دراسة ميدانية-

أ.عطاء الله طريف. جامعة الأغواط.الجزائر

أ.نجوى سليمانى جامعة الأغواط.الجزائر

مقدمة:

يعد تزايد اهتمام المجتمعات الحديثة بالممارسة الرياضية في ظل عصر السماوات المفتوحة بما تمثله من انتشار واسع للتلفزيون من خلال القنوات الفضائية، عزز بذلك مقولة عالم الاتصال الشهير "مارشال ماكلوهان" حول الثورة الاتصالية التي ساهمت حسه في تحويل العالم إلى قرية صغيرة لما تحدثه هذه الوسائل الاتصالية وعلى رأسها التلفزيون الذي يعمل على سرعة نقل الأحداث، ومساهمته في وضع نسق عام يطلعون من خلاله على ثقافتهم، خاصة ما تعلق بالرياضية منها والتي أصبحت تتخذ حيزا أكثر عالمية وشمولية بفضل هذه الوسيلة والتي استطاعت أن تفعل ما فعلته هذه الشمولية للرياضة في استطاعتها أن تجمع العالم بأسره في ملعب واحد في مباريات كرة القدم في بطولات بطولة كأس العالم، وإن لم نستطع الجزم أن هذه الشمولية والعالمية للرياضة لم تكن لتتأتى لولا وجود التلفزيون.

إن وجود هذه الوسيلة وما تمتاز به من قدرات في الاستحواذ على الجماهير أوجد جدلا واسعا لدى الباحثين في مجالي الدراسات الإعلامية والرياضية في الكشف عن الطرق والكيفيات التي تستطيع من خلالها هذه الوسيلة تشكيل معارف وخبرات الجماهير من خلال البرامج الرياضية، هذا ما شكل لهذه الوسيلة نفسها، ومجموع هذه الرياضات قاعدة جماهيرية صلبة جعلت هذه الجماهير مدمنة على متابعة الأحداث الرياضية، ما رسم لديها الرغبة في الاطلاع على أنواع وطبيعة هذه الرياضات، ومحاولة تجسيد ما تعرضت له هذه الجماهير من معارف هدف إلى دفع هذه الجماهير نحو ممارسة الرياضية، وبالتالي إخراجها من دائرة الانزواء والعزلة وتوجيهها نحو تغيير بعض العادات والأنماط الروتينية من خلال الممارسة وهذا طبعا ما يصوغنا إلى الإشكال التالي من خلال هذا التساؤل العام:

كيف يساهم التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية؟

وهذا ما يأخذنا إلى طرح التساؤلات التالية:

- هل أن تكرار وكثافة مشاهدة البرامج الرياضية على التلفزيون يساهم في تشكيل معارفهم نحو ممارسة الأنشطة الرياضية؟
- هل أن اختيار التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون بالشكل الذي يراه الجمهور يشبع احتياجاته يساهم في تشكيل معارفه لممارسة الرياضة؟

1- فرضيات الدراسة:

تعتبر الفرضيات حلولا مؤقتة للإشكالية ويقوم الباحث بإثبات صحتها أو عدمها وهذا من خلال وسائل البحث التي انتهجها الباحث في تصميمه التجريبي حيث يرى مصطفى حسين أن

الفرضيات هي " إجابة محتملة للمشكلة التي يدرسها الباحث وهي عبارة عن نقطة تحول من البناء النظري للبحث إلى التصميم التجريبي للإجابة عن المشكلة القائمة" (مصطفى حسين باهي، 1980:ص51) وبالتالي فقد انحصر بحثنا في فرضيتين أساسيتين هما:

• تكرار و(كثافة) التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون يساهم في تشكيل معارف الجمهور لممارسة الرياضة

• اختيار التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون بالشكل الذي يراه الجمهور يشبع احتياجاته يساهم في تشكيل معارفه نحو ممارسة الرياضة.

2- أسباب اختيار الدراسة:

• الرغبة في اكتشاف مدى قدرة التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور تجاه الممارسة الرياضية.

• التعرف على مدى سرعة أو بطئ هذه الوسيلة في تشكيلها لمعارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية.

• التعرف على الكيفية التي يعتمدها التلفزيون عند تشكيله معارف جمهور عينة الدراسة.

3- أهداف الدراسة.

تسعى هذه الدراسة إلى عدة أهداف؛ أهمها:

• معرفة أنماط وعادات التعرض للتلفزيون لدى أفراد العينة.

• معرفة مدى قدرة التلفزيون على تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية.

• معرفة طبيعة العلاقة بين التلفزيون كأداة لنشر المعارف والأفكار وبين الممارسة الرياضية كنشاط بدني رياضي.

• معرفة أثر عنصر التراكم والاستخدام الحر للمواد الرياضية على التلفزيون في تشكيل المعارف لدى الجمهور لممارسة الأنشطة البدنية والرياضية.

4- أهمية الدراسة .

تتبع أهمية الدراسة من حيث تناولها موضوعا لم يأخذ المجال الأوسع في الدراسات الإعلامية والرياضية على السواء عكس المواضيع المثارة الأخرى، فتأثير التلفزيون على العمليات الإدراكية للجمهور لا يعد بالأمر الهين خاصة وأنه استطاع تخطي وتجاوز الحدود فيما تعلق منه بعمليات الإدراك والتذكر والعمليات العقلية على العموم. لذا حاولت دراستنا الكشف عن الكيفية التي يسعى التلفزيون من خلالها تجاوز هذه الحدود للتأثير على الوظائف الإدراكية، ومنه على تشكيل المعارف التي تعد إحدى أهم نتائج هذا التأثير خاصة ما ارتبط منها بالقضايا الرياضية المعروضة لتحفيز الجماهير نحو ممارسة الرياضة، ولتأكيد ذلك وظفنا مدخلين نظريين في الدراسات الإعلامية قد بيدوان أول الأمر أنهما متعارضين ولكنهما في الحقيقة متكاملان حاولا

الباحثين إسقاطهما في مجال المعارف الرياضية للتعرف على كيفية الوصول بها إلى حد ممارسة الرياضة فعلياً لدى عينة الدراسة وهذين المدخلين هما :

5- نظرية الغرس الثقافي: **Cultural Cultivation**، ومدخل الاستخدامات

الإشباع **Uses & Gratifications Approach**

5-1 نظرية الغرس الثقافي : **Cultural Cultivation**

5-1-1 فروض النظرية الغرس.

• **الفرض النظري:** تكرر التعرض لصورة الوقائع الحقيقي في التلفزيون والأفكار المرتبطة به يؤدي إلى إدراك الأفراد لهذه الصور والأفكار بطريقة مشابهة لتلك الموجودة في التلفزيون.

• (wimmer,R&Dominick ,1991 :P352)

• **الفرض الإمبريقي:** "الأكثر تعرضاً للتلفزيون (وعادة ما يطلق عليهم اسم "كثيفو المشاهدة") هم الأكثر إدراكاً للواقع الاجتماعي بطريقة متوافقة مع الصورة التي يعرضها التلفزيون لهذا الواقع". (wimmer,R&Dominick ,1991 :P352)

5-1-2 الأسس التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي: (منى سعيد الحديدي، عاطف عدلي العبد، أيمن منصور ندا:2006، ص30-31)

أ- التلفزيون وسيلة فريدة تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى.

ب- رسائل التلفزيون تشكل نظاماً متجانساً هو الاتجاه السائد في ثقافتنا.

ت- تحليل مضمون هذه الرسائل يقدم مفاتيح للغرس.

ث- تحليل الغرس يركز على إسهام التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة.

ج- تحليل الغرس يركز على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والتآلف بين أفراد المجتمع.

5-2 مدخل الاستخدامات الإشباع **Uses & Gratifications Approach** :

5-2-1 أهداف مدخل الاستخدامات والإشباع: (منى سعيد الحديدي، عاطف عدلي

العبد، أيمن منصور ندا،2006: ص38)

1. تفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم.

2. فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرض المختلفة.

3. معرفة النتائج المرتبطة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال.

5-3 الهدف من توظيف المدخل والنظرية:

إن محاولتنا معرفة الدور الذي يلعبه التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو ممارسة الرياضة، فرض علينا توظيف هذين المدخلين الإعلاميين وجمعهما مع بعضهما لاعتقادنا أن هذه المداخل والنظريات هي عوامل تكامل تساهم مع بعضها في تفسير وتحليل الظواهر

الإعلامية لتقريب فهم هذه الظواهر ومدى تأثيرها بالجوانب الاجتماعية والنفسية للجمهور والطبيعة البشرية على العموم، فلا يستطيع أي أحد منا أن ينكر الأدوار والتأثيرات التي يقوم بها التلفزيون سواء أكانت هذه الأدوار والتأثيرات حالية أم ظرفية أم أبدية، لذا توجب علينا دراسة هذا الدور التي تؤديه هذه الوسيلة في عمليات تشكيل وتشكل المعارف لدى جمهور طلبة جامعة الأغواط محاولين التركيز وإبراز الكيفية أو الطريقة التي يساهم ويستطيع بها التلفزيون عند يقوم بتشكيل معارفهم لممارسة مختلف من أجل ممارسة الأنشطة البدنية والرياضية، لمعرفة مدى مساهمة هذين المدخلين في تشكيل معارف جمهور الطلبة سواء بطريق أكان ذلك من خلال الفرض القائل بـ التكرار و(كثافة المشاهدة) كما هو الحال بالنسبة لنظرية الغرس الثقافي، أو عن طريق استخداماتهم لهذه الوسيلة لتلبية احتياجاتهم وإشباعاتهم وذلك بافتراض أن الجمهور عنيد ونشط وهو الذي يختار مادته الإعلامية المفضلة كما هو الحال لمدخل الاستخدامات والإشباعات.

6- منهجية البحث وعينته

1-6 منهج البحث:

2-6 يعتبر اختيار منهج الدراسة مرحلة هامة في عملية البحث العلمي، إذ يحدد كيفية جمع البيانات والمعلومات حول الموضوع المدروس. إن دراسة أية ظاهرة تحتاج إلى استخدام المنهج العلمي المؤدي إلى اكتشاف الحقيقة، ويعرف المنهج العلمي عادة بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين". (عمار بوحوش، 2002: ص 46)

ونظرا لطبيعة الدراسة والمعلومات المراد الوصول إليها للتعرف على الدور الذي يلعبه التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية، فسنعتمد على المنهج الوصفي (المسحي) الذي يعرف على أنه: أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الحقيقية للظاهرة. (محمد عبيدات وآخرون، 2002 : ص 46) في حين يرى بعض الباحثين أن المنهج المسحي هو الطريقة العلمية الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الخبر الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك. (أحمد بن مرسل، 2005، ص 286) وستستهدف الدراسة الحالية مسح جمهور عينة من الطلبة بهدف التعرف على مدى مساهمة التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو الممارسة الرياضية.

6-2 مجتمع البحث

يعتبر الطلبة الجامعيين من أهم الشرائح الشبانية في المجتمع الجزائري، لما تمتاز به من صفات تعليمية تجعله يختلف عن باقي الشرائح الاجتماعية، من خلال استعداده لتحمل المسؤوليات المهنية بعد فترة تخرجه، إضافة إلى كونه فئة تزودت بمعارف ومعلومات أثناء تكوينها الأكاديمي.

وانطلاقاً من هذا تسعى هذه الدراسة معرفة دور التلفزيون في إطار (تكرار وكثافة مشاهدة البرامج الرياضية) و(الاستخدامات والإشاعات التي تحققها البرامج الرياضية) في عملية تشكيل المعارف لدى مجتمع البحث خصوصاً أن الدراسات الإعلامية أكدت وجود تأثيرات قوية للتلفزيون خاصة على الجانب المعرفي للجماهير عموماً، وعلى جمهور طلبة جامعة الأغواط على الخصوص، وبذلك فقد تم اختيار جمهور طلبة الكليات الثلاث؛ المكونة لجامعة الأغواط.

3-6 العينة.

العينة كلمة مشتقة من الفعل عين، الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء (الفيروز أبادي: ص 286) وبذلك فالعينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء. وفي البحث العلمي فإن العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتتمثل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سليماً فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على نوع من العينات غير الاحتمالية؛ وهي العينة الحصصية؛ التي يكثر استخدامها في البحوث الإعلامية بصفة عامة، وفي استطلاعات الرأي بصفة خاصة لما تتميز به من سرعة حيث يقسم الباحث المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص العينة ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع. ولا حظنا خلال مدة احتكاكنا بالميدان أن هذه الطريقة في تحديد العينة هي الأسهل؛ من حيث توزيع الاستبيانات على المبحوثين. وعليه تم اختيار الكليات الثلاث المكونة لجامعة الأغواط؛ هي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية العلوم والهندسة، وكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

4-6 أداة جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها:

1-4-6 صحيفة الاستبيان

مرت عملية إعداد صحيفة الاستبيان، بمراحل عدة؛ حيث كان الباحث يسجل الأسئلة من حين لآخر وينظر مدى صحتها ووضوحها؛ ومدى قدرتها على الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ومدى صلاحيتها للإجابة عن أهداف الدراسة.

ولقد قام الباحث بتصميم أولي لصحيفة الاستبيان بعد عرضها على المحكمين وتقديمهم الملاحظات المنهجية والمعرفية حول محتواها وتعديلها وفق هذه الملاحظات وبعد هذه المرحلة تم إجراء اختبار قبلي **Pré test** للاستمارة في شكلها المعدل؛ فوزعت على عشرين طالب وطالبة من كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، وبعد استرجاع الاستمارات الموزعة، تبين أن الأسئلة الخاصة بتكرار التعرض (كثافة) المشاهدة؛ لم تكن مفهومة لدى عينة الاختبار؛ وتم تعديل

الاستمارة وفق ما طرحته هذه العينة لتشتمل على 39 سؤالاً مقسمة على أربعة محاور وهي على التوالي:

محور خاص بالبيانات الشخصية، محور ثاني عن أنماط وعادات مشاهدة التلفزيون لدى جمهور الطلبة، ومحور ثالث عن تكرار وكثافة التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون، ومحور رابع عن استخدامات جمهور الطلبة للبرامج الرياضية على التلفزيون وإشباعاته منها.

7- استعراض نتائج الدراسة بناءً على صحيفة الاستبيان

7-1: هل لديك اهتمام لمتابعة البرامج الرياضية على التلفزيون؟

المجموع	لا		نعم		الإجابة النوع
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
98	05	10	44	88	الذكور
102	09	18	42	84	الإناث
200		28		172	المجموع
%100		%14		%86	النسبة

7-2: هل تعيد تكرار التعرض للمادة الرياضية في التلفزيون لأكثر من؟

المجموع	ثلاث مرات يومياً فأكثر		مرتين إلى ثلاث مرات يومياً		مرة واحدة يومياً		الإجابة النوع
	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	
98	11	22	16,5	33	21,5	43	الذكور
90	00	00	05	10	40	80	الإناث
188		22		43		123	المجموع
%94		%11		%21,5		%61,5	النسبة

7-3: هل تحاول ممارسة أي نوع من الرياضات التي كنت قد تعرضت لها عند تكرار مشاهدتك لها على التلفزيون؟

المجموع	لا		نعم		الإجابة النوع
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
98	15	30	34	68	الذكور
90	26	52	19	38	الإناث
188		82		106	المجموع
% 94		%41		%53	النسبة

7-4: ما هي الرياضات التي تمارسها عند تعرضك للمواد الرياضية بالتكرار على التلفزيون؟

المجموع	كرة القدم		كرة السلة		كرة اليد		السباحة		المشي		الكونغفو		الكارتية		الجري		الرياضة النوع
	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	
68	20	40	02	04	1,5	03	2,5	05	2,5	05	01	02	01	02	3,5	07	الذكور
38	00	00	01	02	1,5	03	01	02	7,5	15	00	00	0,5	01	7,5	15	الإناث
106		40		06		06		07		20		02		03		22	المجموع
% 53		%20		%03		%03		%3,5		%10		%01		%1,5		%11	النسبة

5-7: هل أن رغبتك في التعرض للمواد الرياضية في التلفزيون يكون أفضل عندما يتم باختيارك الخاص لتلبية احتياجاتك؟

المجموع	لا		نعم		الإجابة النوع
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
98	6,5	13	42,5	85	الذكور
90	11,5	23	33,5	67	الإناث
188		36		152	المجموع
% 94		% 18		% 76	النسبة

6-7: هل تحاول ممارسة أي نوع من الرياضات التي كنت قد تعرضت لها باختيارك الخاص لإشباع احتياجاتك؟

المجموع	لا		نعم		الإجابة النوع
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
85	0,5	01	42	84	الذكور
67	1,5	03	32	64	الإناث
152		04		148	المجموع
% 76		% 02		% 74	النسبة

7-7: هل تتم ممارستك لهذه الرياضات عندما تحسن استخدامك لإشباع احتياجاتك على التلفزيون؟

المجموع	لا		نعم		الإجابة النوع
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
84	00	00	42	84	الذكور
64	00	00	32	64	الإناث
148	00	00		148	المجموع
% 74	% 00	% 00		% 74	النسبة

8-7: ما هي الرياضات التي تمارسها عند تعرضك للمواد الرياضية على التلفزيون باستخدامك الخاص لتلبية احتياجاتك وإشباعك، أذكر رياضتين فقط؟

المجموع	كرة القدم		كرة السلة		كرة اليد		السباحة		المشي		الكونغفو		الكاراتيه		الجرى		الرياضة النوع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
84	21	42	3,5	07	03	06	04	08	3,5	07	02	04	01	02	04	08	الذكور
64	00	00	2,5	05	3,5	07	01	02	15	30	00	00	0,5	01	9,5	19	الإناث
148		42		12		13		10		37		04		03		27	المجموع

8 - تفسير ومناقشة نتائج الدراسة

8-1 دراسة النتائج الخاصة بالمحور الأول (المرتبطة بتكرار كثافة) التعرض للبرامج الرياضية على التلفزيون)

أراد الباحثان من خلال هذه الفرضية معرفة درجة الاهتمام بالرياضات التي يشاهدونها بطريق التكرار وقد عبرت نسبة معتبرة من الجمهور باهتمامها بالمشاهدة عن طريق التكرار لهذه البرامج مما يبين فعالية هذه الكيفية في المشاهدة. كما رجحت نسبة معتبرة منهم عن أن متوسط مشاهدتها للبرامج الرياضية يتراوح ما بين ساعة على 3 ساعات ما يورد كثافة المشاهدة للبرامج الرياضية لدى جمهور الطلبة، كما أضيف أيضا نسبة 53 % من أفراد جمهور من مجموع الذين يتعرضون بطريق التكرار يمارسون هذه الرياضات التي شاهدوها، حيث تفوقت فيها نسبة الطلبة الذكور عن الإناث إضافة إلى احتلال رياضة كرة القدم والجري المرتبة الأولى في الممارسة من قبل جمهور الطلبة بعد تعرضهم للبرامج الرياضية على التلفزيون بطريق التكرار ومنه فقد عبرت النسبة الأكبر من جمهور الطلبة عن ما جاء به في الفرض الأول القائل بأن تكرار التعرض للمواد الرياضية على التلفزيون يساهم في تشكيل معرفتهم نحو ممارسة الرياضة.

2-8 دراسة النتائج الخاصة بالمحور الثاني المتعلق باستخدام جمهور الطلبة للبرامج الرياضية على التلفزيون وإشباعاتهم منها.

حاول الباحثان من خلال هذه الفرضية التعرف ما إذا كان الاستخدام الخاص لجمهور الطلبة لبرامج التلفزيون الرياضية في تلبية احتياجاتهم يكون أفضل عندما يكون باختيارهم الخاص، وعبرت نسبة تقدر بـ 76 % - باستثناء الطلبة الذين لا يتعرضون للبرامج الرياضية - على أنهم يفضلون هذا الخيار عندما يتعرضون للبرامج الرياضية باستخدامهم الخاص، وتفوقت نسبة الذكور بـ 42,5 % بينما عبرت الإناث بـ 33,5 % ما يشير إلى تفضيل هذا النمط من الاستخدام لدى جمهور الطلبة. كما عبرت نسبة تقدر بـ 31 % هؤلاء أنهم دائما بالبرامج الرياضية التي يختارونها باستخدامهم الخاص ما يشير إلى درجة الاهتمام الكبيرة التي توليها جماهير الطلبة لاستخداماتهم الخاصة للمواد الرياضية في تلبية احتياجاتهم وإشباعاتهم. حيث عبرت نسبة تقدر بـ 74 % على أنها تمارس أي نوع من الرياضات التي كانت تشاهدها من خلال البرامج الرياضية على التلفزيون وتستخدمها لتلبية احتياجاتهم، فقد جاءت كل من رياضة المشي وكرة القدم في المراتب الأولى من خلال هذا المدخل وبالتالي يشير هذا الخيار إلى إجماع جمهور الطلبة على ممارسة الرياضات التي تعرضوا لها من خلال استخداماتهم هذه البرامج لتلبية احتياجاتهم وإشباعاتهم.

وتبرز هذه النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية مفادها أنه كلما كان هناك حسن استخدام للبرامج الرياضية على التلفزيون لتلبية الاحتياجات والإشباع ترتفع بموجبها إمكانية ممارسة الأنشطة الرياضية لديهم.

9- الاستنتاج العام للدراسة

هدفت الدراسة منذ بدايتها إلى التعرف على الكيفية التي يتبعها التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو ممارسة الرياضة، كون أن هذه الوسيلة وما لاقته من إجماع حولها من

قبل الجمهور والباحثون في الدراسات الإعلامية حول تأثيراتها القوية وأدوارها في الفعالة في الاستحواذ على مشاهديها، وانطلاقاً من ما تحويه هذه الوسيلة من تعقيدات ليست التقنية منها بل التأثيرية منها فإننا عزمنا إلى معرفة بعض هذه السبل التي يتم من خلالها جذب هذه الجماهير، ومن خلال اعتمادنا على المدخلين الإعلاميين؛ وهما مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي من خلال محاور الدراسة، فقد استطاعت دراستنا كشف كيفية تشكل معارف الجماهير لممارسة الأنشطة الرياضية، حيث عبر جمهور الطلبة من أنهم يمارسون الرياضة انطلاقاً من استخدامهم بطريق التكرار (كثافة المشاهدة) للبرامج الرياضية على التلفزيون وبنسبة تقدر بـ 53% من مجموع جمهور الطلبة الذي يشاهد بطريق التكرار البرامج الرياضية على التلفزيون، إضافة إلى معرفة أنواع الرياضات التي يمارسونها من خلال هذا النمط من التعرض، واللذان تصدرتهما رياضة كرة القدم وإجماع من قبل جمهور الطلبة الذكور بنسبة 20%، ورياضة الجري التي قدرت نسبتها بـ 11% والتي تفوقت خلالها الطلبة الإناث بنسبة 7,5%، بينما وصلت نسبة إجابات الطلبة الذكور إلى 3,5%، وبالتالي فقد أثبتت صحة هذه الفرضية .

ومن جهة أخرى استطاع المدخل الإعلامي الثاني إثبات جدارته، وهذا ما توضحه نتائج إجابات جمهور الطلبة؛ حيث عبرت غالبيتهم و بنسبة تقدر بـ 74% من الذين اختاروا بأن استخداماتهم للتلفزيون من خلال البرامج الرياضية لتلبية احتياجاتهم وإشباعاتهم يمارسون الرياضة انطلاقاً عندما يحسنون استخدامهم لهذه البرامج التي يرون أنها تلي احتياجاتهم وإشباعاتهم، إضافة أيضاً إلى اكتشاف أنواع الرياضات التي يمارسونها عند استخدامهم لهذا النمط من التعرض، وقد أظهرت النتائج تفوق رياضة كرة القدم وبنسبة تصل إلى 21% عبر عنها جل الطلبة الذكور، في حين أن الرياضة الثانية؛ وهي رياضة المشي وصلت نسبتها إلى 18,5% والتي فاقت فيها نسبة الطلبة الإناث، بنسبة تصل إلى 15%، في حين عبر جمهور الطلبة الذكور عن ذلك بنسبة تقدر بـ 3,5% وبالتالي فقد أثبتت هذه الفرضية صحتها.

وفي الأخير نستنتج نجاح كل من مدخل الاستخدامات والإشباعات (المشاهدة النشطة) و نظرية الغرس الثقافي (تكرار وكثافة المشاهدة) في تشكيل معارف جمهور طلبة جامعة الأغوط نحو ممارسة الرياضة، في حين نلاحظ تفضيل جمهور الطلبة لمدخل الاستخدامات والإشباعات- لما يتيحه هذا الأخير من حرية ومرونة في التعامل مع التلفزيون لتشكيل المعارف الجمهور نحو ممارسة الرياضة.

خاتمة

وفي الختام يتبين لنا جلياً أن محاولتنا إيجاد سبيل واحداً أو اثنين من خلال الدراسات لمعرفة كيفية مساهمة التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور نحو ممارسة الرياضة يعد ضرباً من ضروب الخيال، ومن الخطأ اعتماده أو الاستناد إليه كسبيل فريد في فهم الظاهرة الإعلامية،

لأن الدراسات الإعلامية والتلفزيونية منها على الخصوص تبتعد إلى اليقينية منها إلى التجربة من خلال النظريات والمداخل الإعلامية التي حاول فيها الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال، وعلم الاجتماع والعلوم الإنسانية إضفاء صفات عدة عليها لارتباطها بمختلف الظواهر الاتصالية والاجتماعية والنفسية؛ فهي ظاهرة فردية واجتماعية ونفسية في آن واحد لذا يصعب تحديدها أو إعطاء مؤشرات دقيقة حولها، لكن اجتهاداتهم في محاولة إيجاد صيغ توافقية حول تأثيرات وأدوار هذه الوسائل قد يساعد بشكل كبير المختصون في مجال بحوث الإعلام ودراسات الجمهور على الخصوص في فهم معادلة تقديم ما يحتاج إليه الجمهور وليس ما يريده أو العكس.

إن اعتمادنا على مدخلين نظريين لفهم كيفية مساهمة التلفزيون في تشكيل معارف الجمهور كانا بمثابة المحك الرئيس أو المحور الذي استندنا عليه في إثبات الفروض التي بنيت عليها دراستنا، مما أضفى عليها طابعا مميزا يستند على نتائج البحوث والدراسات السابقة، إلا أن محاولتنا المتواضعة في محاولة تطبيق هذه الرؤى والمداخل الإعلامية في مجال البحوث الرياضية يجعلنا نخوض فيها محاولين إسقاطها والبناء عليها لمعرفة الكيفية التي تتبناها هذه الوسيلة في التلاعب بعقول الجماهير وتشكيل معارفهم نحو ممارسة الرياضية.

وقد أفادت دراستنا نجاح هذين المدخلين الإعلاميين من خلال اعتمادهما في محاولة التعرف على الكيفية التي يساهم فيها التلفزيون تشكيل معارف جماهيره نحو ممارسة الأنشطة الرياضية. إلا أن الكشف عن تأثيرات وأدوار هذه الوسيلة في المجال الرياضي ينبغي أن تلاقى اهتمامات وتقديرات من طرف الباحثين في المجالين الإعلامي والرياضي للوصول إلى توافق بين المجالين خاصة إذا ما علمنا الأدوار الهائلة التي يقدمها التلفزيون للرياضة من تعريف بها وبقوانينها دون أن ننسى عنصري الصورة والصوت اللتان تمتاز بهما هذه الوسيلة ما يساهم في إحداث التأثيرات الآنية أو البعيدة الملقاة على عاتقها، لذا وجب استغلال هذه الوسيلة للنهوض بالرياضة الجزائرية على كافة المستويات، وعدم الإيمان بالصدف!؟

• الهوامش و المراجع:

- 1- مصطفى حسين باهي، الرياضة للجميع، ط1، القاهرة: دار المعارف، 1980.
- 2- Wimmer. R & Dominick, **Mass Media Research: An Introduction**, Wadsworth Publishing Company, 1991
- 3- منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور ندا، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيرها فيهم: دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية قسم البحوث والدراسات الإعلامية، القاهرة، 2006 .
- 4- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: موفم للنشر والتوزيع، 2002.

- 5- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل وتطبيقاتها، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2002.
- 6- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 7- الفيروز أبادي، القاموس المحيط، الجزء الرابع، بيروت: دار القلم للملايين.