

دور الاعلام الجديد في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في المجتمع النسائي في السعودية

إعداد

سمية الشريف

كبير مسؤولي المشاركة الجماهيرية والمنتخب الوطني

قوف السعودية، المملكة العربية السعودية

مروة أحمد حلواني

أستاذ مساعد

قسم نظم المعلومات الإدارية - كلية الاعمال براغ

جامعة الملك عبدالعزيز - المملكة العربية السعودية

أماني محمد كعدور

أستاذ مساعد

قسم التسويق، كلية الاعمال براغ

جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

مجلة البحوث الإدارية والعالية والكمية

كلية التجارة - جامعة السويس

المجلد الرابع - العدد الثاني

يونيو 2024

رابط المجلة: <https://safq.journals.ekb.eg>

دور الاعلام الجديد في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في المجتمع النسائي في السعودية

المستخلص:

هدف البحث الي معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي (يوتيوب- فيسبوك- تويتر - انستجرام) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية. وأيضاً يهدف الي دور التوصية لدى وسائل الاعلام التقليدية لاستخدام الاعلام الجديد المتمثل في منصات التواصل الاجتماعي للاستفادة من انتشارها في التثقيف الرياضي النسوي لما لها من تأثير إيجابي قوى على المجتمع في مواجهة الاستخدام العشوائي له من قبل من غير المتخصصين ممن لا يتسمون بالكفاءة من الافراد غير المؤهلين ، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. ونوع العينة هو العينة العشوائية الميسرة من مختلف المناطق المنطقة الشمالية، المنطقة الجنوبية، المنطقة الوسط، المنطقة الغربية، المنطقة لشرقية وقد بلغ عددهم (312) شخص باختلاف مستوياتهم العمرية والتعليمية وللمناطق الجغرافية والحالة الاجتماعية، تم توزيع قوائم الاستقصاء عليهم للتعرف على آرائهم المملكة العربية السعودية. تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات. من أبرز نتائج البحث وكان ترتيب نسبة استجابات عينة الدراسة وفقاً لوسائل التواصل الاجتماعي يوتيوب، انستجرام، فيسبوك، تويتر كما يلي على التوالي (80%، 76%، 61%، 71%)

كلمات مفتاحية: الاعلام الجديد - الثقافة الرياضية - المجتمع النسائي - السعودية.

Abstract

The purpose of the research is to know the role of social media (YouTube - Facebook - Twitter - Instagram) in spreading sports health awareness among the women's community in Saudi Arabia. It also aims to recommend the role of traditional media to use the new media represented in social media platforms to benefit from their spread in women's sports education because of their strong positive impact on society in the face of random use. By non-competent non-qualified individuals, the descriptive-analytical approach was used. The type of sample is the random sample facilitated from various regions of the northern region, the southern region, the central region, the western region, the eastern region, and their number reached (312) people of different age and educational levels, geographical regions and social status, the survey lists were distributed to them to identify their opinions, the Kingdom of Saudi Arabia. The questionnaire was used as a data collection tool. Among the most prominent results of the research was the ranking of the percentage of responses of the study sample according to social media YouTube, Instagram, Facebook, Twitter as follows respectively (80%, 76%, 61%, 71%)

Key words: Role – New Media – Sports Culture – Women’s Society – Saudi Arabia.

1.1 مقدمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الأفراد في الآونة الأخيرة، لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل بين الافراد، وتستخدم للتعبير الحر عما يراه الإنسان، وتساعده على الاشتراك مع الآخرين في نفس الأفكار، أو تشجيع فكر معين أو رأى معين أو تقديم مجال اهتمام واحد، ، وقد ساهمت شبكة الإنترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الإنترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على مواقع التواصل (صالح، 2018).

حيث يتعاضم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي "كالفيس بوك وتويتر وإنستجرام يوما بعد يوم، ويتزايد أثرها في حياة المجتمعات والافراد، ورغم الفوائد والفرص الكبيرة التي باتت تمنحها تلك الوسائل لمستخدميها، فإن مخاطرة والتحديات المتزايدة تتشأ عن سوء استخدامها (الرشيدي، 2015).

حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات ابتكرها الافراد، وتبنتها شركات كبرى نظرا للأرباح التي كان من المتوقع أن تأتي منها، و نظرا لنجاحها و لتحقيقها شعبية كبيرة خاصة في أوساط الشباب، بما أن هذه المواقع تهدف إلى جمع الأصدقاء والزلاء وكل من تجمعهم علاقات اجتماعية متبادلة في العالم الافتراضي لتبادل الاهتمامات والأخبار و تقوية هذه العلاقات الافتراضية وهذا راجع للعولمة والرقمنة و تغير أساليب الحياة الاجتماعية (زايدي وبناي، 2022).

حيث يشهد الإعلام الاجتماعي الجديد، أو مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، تشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، والبصري، والحسي)، باعتبار أن المتأثر وأنماطه يعد محورا مهما في عملية التأثير فالسمعي: سريع في قراراته لأن طاقته عالية ويتخيل ما يتحدث به أو يسمعه، والبصري: حذر في قراراته لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، والحسي: يبني قراراته على مشاعره وعواطفه المستتبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم والأفكار، والمواقف، والسلوك (خالد، 2008).

إذ أنها تمثل وسيلة فعالة لتبادل المعلومات والمعطيات والرسائل، وتكوين علاقات افتراضية بديلة عن العلاقات الاجتماعية العادية داخل نظام اجتماعي افتراضي يضم الأفراد والجماعات والتنظيمات التي تشترك في العديد من العوامل الشخصية والاجتماعية و النفسية و الإيديولوجية و الدينية و غيرها (زايدي وبناي، 2022).

ويعتبر الاعلام الجديد هو امتداد لثورة التكنولوجيا المرتبطة بوسائل الاعلام والاتصال والتي عرفت تطورا كبيرا مهدت لبروز الاتصال الرقمي " Digital Communication " بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم، حيث إن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية" (عبد الحميد، 2007). حيث تسبب التطور في تكنولوجيا الاتصال إلى انتقال الإعلام ومفاهيمه وآلياته ورسالته إلى جوانب أخرى، وقد لا تكون لها علاقة بنقل الأحداث وعكس حالة المجتمع إلا من حيث الشكل فقط، أما من خلال المضمون فقد اتجه الإعلام إلى أهداف أخرى تدعم سياسة أو أهداف أصحاب الوسائل والوسائط الإعلامية، بحيث استطاعت أن تجعل من مشارك العالم لجوانب الحياة كالسياسة والتعليم والتجارة والثقافات وحتى الألعاب أمرا ممكنا ويسيرا، كما اهتمت بتشكيل وتوجيه الرأي العام بشكل خاص تحقيقا للأهداف غير المرئية لمالكي وسائلها، سواء كانوا أفرادا أو مؤسسات أو حكومات. (الكاروري، 2016) لذا فإن هذا البحث يهدف الي أهمية وأيضاً يهدف الي دور التوصية لدى وسائل الاعلام التقليدية لاستخدام الاعلام الجديد المتمثل في منصات التواصل الاجتماعي للاستفادة من انتشارها في التثقيف الرياضي النسوي لما لها من تأثير إيجابي قوى على المجتمع في مواجهة الاستخدام العشوائي له من قبل من غير المتخصصين ممن لا يتسمون بالكفاءة من الافراد غير المؤهلين.

1.2 مشكلة البحث:

اصبحت وسائل الاعلام الجديد وسائل التواصل الاجتماعي فعالة ولها دور واضح في التأثير علي انماط حياة المجتمع، وايضا لها دور في تأثيرها علي الثقافة والمعرفة لدي جميع طبقات المجتمع. (بوخاري، 2017)

وترى الباحثة ان وسائل الاعلام الجديد، تعتبر الوجهة الرئيسية إذا كان الهدف هو نشر الوعي والثقافة حول موضوع ما، او طرح قضية جديدة وهي بالتأكيد تعتبر مصدر هام في التقصي عن الاخبار والمعلومات وغرس الثقافات، وتغيير طريقة التفكير خاصة فيما له صلة بالمواضيع التي ترتبط بالمجال الرياضي الصحي للمرأة والحث علي وصولها الي درجة من الوعي والادراك وكل ما تبحث عنه بغاية ممارستها للرياضة والتثقيف في الرياضة الصحية التي تعاونها علي الوقاية من امراض العصر، والتصدي من بعضها وحمايتها من المشاكل الاجتماعية والنفسية ومحافظتها علي صحة جيدة، ولياقة عالية ونموها نمو سليما، وحتى تصبح هذه الممارسات من نمط حياة المرأة لابد من دعمها ومدتها بالثقافة الرياضية التي تعينها علي اهتمامها بصحتها الجسدية وتزويدها بكافة الاحتياجات حتي تصل الي درجة الوعي والفهم بأهمية الرياضة حتي تقتنع بما يتوجب عليها فعله.

فأصبح موضوع الثقافة الرياضية الصحية للمرأة في الوقت الحاضر من اهم المواضيع التي تهتم المجتمع وتعتبر الوجه الثاني له، والتي تعكس رقي وثقافة المجتمع خاصة مع وجود المرافق العامة، داخل الاحياء والمرافق الخاصة في كل مكان والتنافس الشديد في تقديم الافضل من تقنيات متطورة وبرامج تدريبية وتوعية صحية، ما استجلب العديد

من الممارسين الرياضيين او المتابعين لها، مما فتح المجال امام الباحثين لدراسة ظاهرة الاعلام الجديد ومدى تأثيره في تشكيل الاراء ونشر الثقافة الرياضية الصحية في السعودية وخاصة في المجتمع النسائي (بن يونس، 2019). إن دور الاعلام الجديد بدت اليات استخداماته تتوسع وتتشعب من خلال تفاعل المستخدمين مع خدماته ، ويتضح ذلك من خلال " توجيهه الناس وتعليمهم وتوجيههم إلى إتباع الأصول والعادات والأع" (الاجتماعية تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات العامة والمحافظة عليها جمع الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها وخدمة الناس عن طريق الدعاية والإعلان تتيح فرصة التفاعل الاجتماعي بين الافراد والجماعات وترفيه الناس وإقناعهم وتسليتهم والإرشاد والتوجيه وبيان المواقف والاتجاهات والتثقيف وتنمية العلاقات الاجتماعية بين الناس والتربية والتعليم بطريقة هادفة وموجهة من خلال التلفزيون والإذاعة أو الصحف " (شفيق، 2016).

كما يوجد سلبيات للاعلام الجديد، ومنها المخاطر الناجمة والمحتملة: إن ظاهرة العنف الالكتروني هي ظاهرة جديدة موجودة عبر الاعلام الرقمي والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، تشمل جميع السلوكيات العنيفة التي تستخدم الوسائل الالكترونية بغرض التهديد و التخويف و التشهير و الابتزاز وغيرها، و تتسبب في آثار معنوية كالشعور بعدم الأمن والإحباط و الاكتئاب و القلق و غيره، و من بين أهم هذه السلوكيات العنيفة التمر الالكتروني الذي يعتبر أحد أشكال السلوك العدواني الأكثر انتشارا عبر منصات التواصل الاجتماعي، و الذي لديه العديد من العواقب الوخيمة (زايد وبناي، 2022). مثل نشر العنف والتحرير على الفوضى، و ان الاعلام كعملية لها جوانب سياسية واجتماعية وثقافية يدخلان في صلب الممارسة الاجتماعية ويتأثران بالمناخ العام السائد والظروف المجتمعية، إن السلطة في مجتمع الشبكات تقوم على السيطرة على الاتصال والاعلام، سواء كانت السلطة للدولة او المنظمات من كل نوع. (كاكاياردون واخرون، 2015)

1.3 أسئلة البحث:

التساؤل الرئيسي

ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي (يوتيوب- انستجرام- فيسبوك- تويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي النساء السعوديات؟

1.4 أهداف البحث:

هدف البحث الأساسي هو :

معرفة دور الاعلام الجديد (يوتيوب- انستجرام- فيسبوك- تويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية.

1.5 أهمية البحث:

ترجع اهمية البحث الي:

➤ الأهمية النظرية:

1. لم يأخذ هذا الموضوع محل الدراسة الاكاديمية او الاجتماعية بشكل واسع ولذلك يعد حقلا خصبا لإجراء البحوث العلمية من جهة ومن جهة اخري كون الشريحة المدروسة هي المرأة المملكة العربية السعودية.
2. وعليه جاءت أهمية هذه الدراسة من خلال معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر المدربين الرياضيين.
3. والتوصل إلى نتائج وتقديم مقترحات تؤدي إلى توسيع المعرفة لهذه الدراسة واستكمالاً للدراسات السابقة وإفادة الباحثين الجدد في هذا الحقل من أجل زيادة نشر الثقافة الرياضية.

الأهمية العملية:

1. تسلط الضوء على علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بنشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة لدي النساء في السعودية.
2. تكمن أهمية الدراسة في التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية في مجتمع النسائي السعودي.
3. أهمية الرياضة ومدى تأثيرهم في تثقيفهم، ولأهمية ما يصاحب هذا التثقيف في وعيهم وفهمهم للأمور الرياضية بطريقة صحيحة تتعكس على مستوى أداء الأفراد، ما يقلل من نسبة ممارسة ، الرياضة بطريقة خاطئة ومعرفة كل شخص وما يناسبه بطريقة صحيحة وما يحتاجه للحفاظ عليه.

1.6 حدود البحث:

تنقسم حدود البحث الي:

- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث حول معرفة دور الاعلام الجديد في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في المجتمع النسائي في السعودية
- الحدود المكانية: تمت الدراسة في المملكة العربية السعودية، بحيث تم توزيع الاستبيان من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لعينة عشوائية من النساء في مختلف المناطق في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: تم اعداد البحث في شهر مايو 2022م.

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.7 الإطار النظري:

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

عرف (الطيار، 2014) مواقع التواصل الاجتماعي (بأنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد الى عند لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية). كما عرفها (الزبون، 2014) بأنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت. وعرفها أيضاً (المقدادي، 2013) بأنها المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم.

عرفت وسائل التواصل الاجتماعي بأنها وسائل للاتصال والتواصل الافتراضي يقوم المستخدم بفتح حساب باسمه الحقيقي أو افتراضي للتواصل عن طريق الانترنت لتبادل المعلومات ونشرها والتحدث بها. بكل أنواعها من كتابات وصور فيديوهات وغيرها، المتمثلة في الفيس بوك، التويتر، انستغرام وغيرها من الحسابات (بوكبشة، 2022). يتضح مما سبق من خلال التعريفات السابقة ان وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة على الانترنت مثل الفيسبوك واليوتيوب و الانستجرام والتوتير من أكبر المنصات اقبالا و اشتراكا للملايين من رواد الانترنت عبر العالم، لذلك فقد تطورت بشكل كبير لتصبح أكثر استخداما خاصة من طرف فئة الشباب و المراهقين الذين وجدوا فيها فرصة للتعبير عن أفكارهم و مشاعرهم و اتجاهاتهم و هواياتهم.

1.8 أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

يشير الكاروري (2016) إلى أهداف مواقع التواصل الاجتماعي هي :

1- شبكات اجتماعية عامه تهدف للتواصل العام: وهذا النوع من الشبكات يعتمد الخدمات العامة كالمراسلات ومشاركة ملفات الصور والملفات الصوتية وملفات (الفيديو)، ويهتم مستخدموها أساسا على البيانات والمعلومات المتوفرة للآخرين بغرض التعرف عليهم، والبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل أو المنطقة السكنية، ومن شبكات هذا النوع (Myspace, Google Plus and Facebook)

2- شبكات اجتماعية تهدف لربط مستخدميها من خلال العمل: وهو نوع يربط أصدقاء العمل بشكل خاص، ويتجه اتجاهها آخر حيث تتضمن الملفات الشخصية للمنضمين لها بيانات مثل سيرتهم الذاتية وخبراتهم العملية، ويعدها البعض من النوع المهم في الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وذلك أن بعضها يقوم بربط صناعات الأعمال وأصحاب الشركات كموقع (لينكد إن Linked in)، ويقوم بعض المستخدمين بدعوة أصدقائه لتزكيته للآخرين كتسويق له من خلال بيان لمهاراته وخبراته.

1.9 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك خصائص لشبكات التواصل الاجتماعي، ومنها: (الكاروري، 2016)

- صناعة المحتوى: يتشكل المحتوى في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي من قبل المستخدمين، وليس من قبل أصحاب أو ملاك أو مطوري تلك الشبكات الإلكترونية، وتعتبر من الخصائص الرئيسية التي تفرق بين الشبكات وبين المواقع أو المنتديات.
- السرعة والانتشار: تمكن الشبكات من خلال مزايا التفاعلية وشبكات الأصدقاء والمجموعات من وصول المادة المنشورة بسرعة كبيرة وانتشارها، وعرفت أهمية هذه الخاصية بشكل واضح في نقل الأحداث وسرعة انتشارها بشكل خاص في أحداث الثورات العربية حيث أصبح من السهل متابعة الأحداث لحظة وقوعها.
- الحرية: من أبرز خصائص الشبكات الاجتماعية أتاحتها الفرصة بشكل واسع لحرية التعبير، وصارت منابر مفتوحة، ليرتفع سقف الحرية بلا حدود على الأقل حتى الآن.

1.10 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1- تسهيل التواصل والاتصال: لجأ الكثير من مستخدمي الإنترنت إلى التواصل مع معارفهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أقل تكلفة من الاتصالات الدولية والتي كان ينفق مقابلها الكثير، كما أعطت مساحات زمنية أكبر للتواصل خاصة بعد تفعيل الاتصال بالصوت والصورة.
- 2- إتاحة مشاركة المعلومات ونشرها. صارت صفحات شبكات التواصل الاجتماعي مكانا لجميع أشكال المعلومات وتبادلها، كما اتجهت مجموعات ذات اهتمامات مشتركة إلى تخصيص تلك المساحة لنوع المعلومات التي تهمهم، مثال لذلك المهتمين بالتكنولوجيا حيث تكونت مجموعات تتبادل المعلومات حول كل جديد وشرح طرق التعامل والاستخدام.
- 3- صحافة المواطن: ساهمت بشكل كبير في نشر ثقافة صحافة المواطن، فأصبح لكل مشترك مساحة ينشر فيها مواده سواء كانت مجرد خواطر أو آراء حول قضايا معينة، كما أتاحت الفرصة لغير الصحفيين الممتهين للمهنة بنشر موادهم والتفاعل معها.
4. انتشار وظهور القضايا الفكرية: تمكن كل صاحب فكر معين فردا كان أو جماعة من نشر قضاياهم الفكرية وطرحها للجميع، وسواء وجدت تلك الأفكار القبول والتأييد أو الرفض والاستهجان فقد تم نشرها، كما يمكن تطويرها من خلال التعليقات العامة والخاصة (الكاروري، 2016).
- 5- سهولة الوصول للجمهور من قبل الشركات والمؤسسات: تفرص وسائل الإعلام من صحافة ورقية أو إذاعة وفضائيات مبالغ محددة للإعلان بغرض الوصول للجمهور المستهدف فيما أتاحت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ذلك بلا مقابل أو بمقابل أقل بكثير مما يكلف في الدعاية والإعلان بالوسائل التقليدية، كذلك مكنت المعلنين من معرفة مدى تأثير إعلاناتهم وحجم الانتشار.

6-سهولة عمليات التفاعل: تقوم الشبكات بشكل أساسي على التفاعل بين المشتركين في كل ما يتم نشره حيث تظهر رسائل ومنشورات كل من يتابعهم المشترك في صفحته أو يتم إرسال تنبيه لنشر مواد من قبل الأصدقاء أو الصفحات التي يتابعها المشترك بغرض تعزيز عمليات التفاعل بين المشتركين بصورة سلسة للغاية حيث يتمكن كاتب المنشور من الرد على المعلقين أو التوضيح للمستفسرين وما إلى ذلك.

الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي: (الجهني، 2017)

هناك آثار سلبية لشبكات التواصل الاجتماعي ومنها غياب الرقابة على ما تنشره العديد من مواقع الإنترنت، حيث إن الشريحة الكبرى يمثلها الشباب وهم الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي سواء في المنازل أو في المقاهي. والعزلة الناجمة عن تقلص العلاقات الاجتماعية الأولية للفرد، وبخاصة مع أسرته وأقرانه، فيزيد الوقت الذي يقضيه الفرد على الإنترنت. وقد يدفع الإنترنت مستخدميه إلى ابتكار أنواع مستحدثة من الجرائم، عن طريق استخدام الحاسب الآلي لإتمامها وتنفيذها. إن المشكلة الرئيسية تكمن في استغلال مرتكبي الجرائم للإنترنت. وصعوبة التعرف على تلك الفئة من مرتكبي الجرائم. الغزو الثقافي والذي بدوره أسهم في تدفق المعلومات وانسيابها بلا حدود وهناك عدد من الآليات من أهمها اتساع دائرة النشر في المجالات كافة سواء من خلال الصحف أو الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي.

1.11 الدراسات السابقة

ثانياً: الدراسات السابقة:

هدفت دراسة الطياشي (2022) إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني، من خلال عينة عشوائية من أفراد المجتمع اليمني البالغ عددها (190) فرداً، استخدام الباحث الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات. وقد أظهرت النتائج أن دور الإعلام الرياضي المرئي في نشر وتنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني بدرجة متوسطة؛ نظراً لقلّة الاهتمام بتزويد الجمهور بالمعلومات المطلوبة حول طرق التدريب الحديثة لمختلف الألعاب الرياضية، وقلّة الاهتمام بتطوير جوانب التحليل والتفكير والتخطيط الرياضي وممارسة النقد البناء للجمهور، بالإضافة إلى قلّة الاهتمام بنشر الإرشادات والمعلومات المطلوبة في التعامل مع الإصابات الأولية للإصابات الرياضية، بالإضافة إلى ضعف إقبال الجمهور اليمني على متابعة القنوات الفضائية اليمنية الرياضية؛ نظراً لغياب التميز بجودة البث والإخراج الرياضي في تلك القنوات، ناهيك عن غياب النقل الإعلامي الاحترافي للفعاليات والأحداث الرياضية المرئية، أو إتاحة الفرص للمعلقين الشباب للتعليق على المباريات الكروية والألعاب الرياضية المختلفة، أو اختيار أفضل المعلقين الرياضيين للتعليق مع المباريات والفعاليات الرياضية المحلية والدولي. كما أن الإشباع المتحققة من الإعلام الرياضي المرئي لدى الجمهور اليمني مازالت متوسطة، ولم تحقق المستوى المرغوب من الإشباع لدى الجمهور، وذلك بسبب قلّة تعزيز المعلومات الرياضية المناسبة لدى الجمهور، أو تعزيز المعرفة بآخر الأخبار الرياضية ومتابعة الأحداث الرياضية.

كما هدفت دراسة التميمي (2022) الي معرفة دور الفضائيات الرياضية والمواقع الإلكترونية في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الشارع الرياضي العراقي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (400) مبحوث من الجمهور العراقي بمحافظات (بغداد-ديالي- كربلاء- النجف) في المرحلة العمرية من (18- 60) عاما أهم نتائج الدراسة: - جاء مدى مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية بالفضائيات العراقية في الترتيب الأول «دائماً»، وجاء مدى متابعة المبحوثين للبرامج الرياضية بالمواقع الإلكترونية الرياضية في الترتيب الأول «دائماً». - جاءت المواقع الرياضية التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات الرياضية في الترتيب الأول موقع «فيفا سبورت»، ثم جاء في الترتيب الثاني «بين سبورت»، وجاء في الترتيب الثالث «شبكة الكرة العراقية».

وهدف دراسة الأحمد (2022) الي معرفة دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية لدى كبار السن في الأحساء بالمملكة العربية السعودية. تناول البحث إطاراً مفاهيمياً تضمن مفهوم الإعلام الرياضي، ثقافة الممارسة الرياضية، كبار السن. معتمداً على المنهج الوصفي. اختيرت عينة البحث من الرجال كبار السن المترددين على بعض الأندية الرياضية والصالات الرياضية والأندية الصحية ودور الرعاية بالأحساء بالمملكة العربية السعودية بلغ قوامها (700) مفردة. طبق عليهم استمارة الاستبيان. خص البحث إلى أن غالبية كبار السن في الأحساء يستفيدون من المعلومات المقدمة عبر مختلف وسائل الإعلام الرياضي. كما أوصى بحث كبار السن على ضرورة استثمار أوقات فراغهم في ممارسة مختلف الأنشطة الرياضية في ضوء حاجاتهم وميولهم ورغباتهم بما يعود عليهم بالنفع والفائدة.

كما هدفت دراسة القيسي (2019) إلى تقصي دور الإعلام الرياضي العراقي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية العراقية البالغ عددهم (193) عضواً بواقع (19) نادياً رياضياً في الموسم الرياضي لعام 2018. استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني لدراسة مجتمع الدراسة بأسلوب الحصر الشامل. وأظهرت الدراسة أن دور الإعلام الرياضي في دعم ثقافة الجماهير الرياضية تعدى المستوى المطلوب بفارق دال إحصائياً بقليل. وكشفت الدراسة عن أبرز نتيجة متقدمة وهي أن الإعلام الرياضي العراقي يوفر برامج مختلفة تخاطب عامة الناس على اختلاف مستوياتهم، في حين تراجع نشاط المؤتمرات الصحفية لإظهار المشاريع المستقبلية إلى مستويات متأخرة. ولكن الدراسة من جهة أخرى بينت أن الإعلام الرياضي العراقي مستمر في تقديم توضيح التسهيلات لإقبال الجماهير إلى المؤسسات والمنشآت الرياضية ومساعدة الإعلام الرياضي، أما عن تصور الفئة المستهدفة للمؤسسات الرياضية فإنها تعد المؤسسة الرياضية الإعلام الرياضي عنصراً مهماً في جذب الجماهير الرياضية وفي دعم الإعلام الرياضي إيصال حداثة المعلومات إلى الجماهير الرياضية في حين حلت الفقرة (توضح وسائل الإعلام الرياضي المختلفة الحقائق المتعلقة بالمشاكل الرياضية للجمهور الرياضي بموضوعية)

المرتبة الأخيرة. وجاءت نتيجة (تنشر وسائل الإعلام الرياضي إنجازات الرياضة العراقية على الصعيد الدولي بما يدعم الانتماء الوطني) بالرتبة الأولى في ترسخ الإعلام الرياضي للمبادئ والقيم التربوية ويعزز روح المواطنة لدى الجماهير الرياضية في حين جاءت نتيجة توفر وسائل الإعلام الرياضي المختلفة مساحات خاصة في المجالات الرياضية توضح حيادية الراعين لأنشطتها بالمرتبة الأخيرة.

1.12 تعليق عام على الدراسات السابقة:

1. أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات سابقة

- يتشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة من حيث في منهجية البحث و أدوات الاستبيان و طرق جمع البيانات
- يختلف البحث الحالية عن الدراسات السابقة من حيث زمن التطبيق، وكذلك متغيرات البحث، والمعالجات الإحصائية، وأهداف البحث.

2. جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة

تم الاستفادة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة على النحو التالي:

- تكوين تصور عام لموضوع البحث مما أسهم في صياغة مشكلة البحث بشكل دقيق، وصياغة أهداف البحث، وأسئلته بطريقة علمية مبنية على خلفية نظرية، ودراسات سابقة.
- إعداد الإطار المفاهيمي للدراسة واختيار منهج الدراسة، والأدوات المستخدمة.
- بناء أداة الاستبانة وصياغة فقراتها وتطويرها.
- تفسير نتائج البحث الحالي، ومقارنة النتائج التي توصل إليها البحث الحالي بنتائج الدراسات السابقة.

3. ما سيضيفه البحث الحالي:

ما سيضيفه البحث الحالي: الكشف عن دور الاعلام الجديد في نشر الثقافة الرياضية المرتبطة بالصحة في المجتمع النسائي في السعودية.

1.13 منهجية البحث وإجراءاته:

- منهجية البحث: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.
- مجتمع البحث: تكون من السيدات في السعودية بجميع انحاء المملكة، لكي يتم تحديد مدي اقبال المرأة في السعودية على التنشيط الرياضي خلال فترة اجراء الدراسة لعام 1443 هـ.

1.14 عينة البحث:

تكون عينة البحث من الفئات المستهدفة للدراسة واعتمد البحث على استخدام المعاينة بالمقابلة الشخصية والكترونية لأنها تلائم مع طبيعة الدراسة. ونوع العينة هو العينة العشوائية الميسرة من مختلف المناطق المنطقة الشمالية، المنطقة الجنوبية، المنطقة الوسط، المنطقة الغربية، المنطقة لشرقية وقد بلغ عددهم (312) شخص

باختلاف مستوياتهم العمرية والتعليمية وللمناطق الجغرافية والحالة الاجتماعية، تم توزيع قوائم الاستقصاء عليهم للتعرف على آرائهم وقد تم اختيار عينة الدراسة من السيدات نظرا للسهولة طرح أسئلة الدراسة واستجوابهم بطريقة مرنة للحصول علي معلومات دقيقة و نظرا لان الغالبية العظمي من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي هي السيدات و أيضا لان الدراسة تطبق علي المجتمع لنسائي في السعودية .

1.15 النتائج الخاصة بالمجموعة البحثية:

أولا: توزيع العينة وفقا للفئة العمرية:

جدول (1)

يحدد توزيع العينة وفقا للفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
من 18 الي 25 سنة	28	9 %
من 26 الي 35	131	42 %
من 36 الي 45 سنة	119	38.1 %
من 46 الي 60 سنة	34	10.9 %
المجموع	312	100 %

يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة في متغير الفئة العمرية يكون من (26 الي 35 سنة) حيث بلغت نسبتهم 42%، بينما بلغت نسبة السيدات للفئة العمرية من (36 الي 45 سنة) 38.1 %، بينما بلغت نسبة الفئة العمرية من (46 إلى 60 سنة) 10.9%، بينما بلغت نسبة الفئة العمرية من السيدات من (18 الي 25 سنة) 9% من العينة الاجمالية للدراسة.

ثانيا: توزيع العينة طبقا لنوع الجنس:

جدول (2)

توزيع العينة طبقا للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
متوسط	4	1.3 %
ثانوي	25	8 %
دبلوم	3	1 %
بكالوريوس	211	67.6 %
دراسات عليا	69	24.8 %
المجموع	312	100 %

يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة في متغير نوع المؤهل العلمي يكون (بكالوريوس) حيث بلغت نسبتهم 67.6%، بينما بلغت نسبة الحاصلين على (دراسات عليا) 24.8%، بينما بلغت نسبة الحاصلين على (ثانوي) 8%، بينما بلغت نسبة الحاصلين علي (متوسط) 1.3%، بينما بلغت نسبة (دبلوم) 1%، بينما بلغت نسبة الحاصلين علي دكتوراه 0.3%، من العينة الاجمالية للدراسة.

ثالثا: توزيع العينة وفقا لمنطقة السكن:

جدول (3)

يحدد توزيع العينة وفقا لمنطقة السكن

منطقة السكن	التكرار	النسبة
المنطقة الشمالية	76	%24.4
المنطقة الجنوبية	45	%14.7
المنطقة الوسط	73	%23.4
المنطقة الغربية	86	%27.6
المنطقة الشرقية	31	%9.9
المجموع	312	%100

يتضح لنا ان غالبية افراد الدراسة في متغير منطقة السكن يكون (المنطقة الغربية) بنسبة وقدرها %27.6، بينما المنطقة السكانية يكون (المنطقة الشمالية) بنسبة %24.4، بينما المنطقة الوسط بنسبة %23.4، بينما المنطقة الجنوبية بنسبة %14.7، بينما المنطقة الشرقية بنسبة وقدرها %9.9 من العينة الاجمالية. رابعا: توزيع العينة وفقا للحالة الاجتماعية:

جدول (4)

يحدد توزيع العينة وفقا للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
متزوجة	197	%63.1
عزباء	103	%33
مطلقة	10	%3.2
ارملة	2	%0.6
المجموع	312	%100

يتضح لنا ان غالبية افراد عينة الدراسة في متغير الحالة الاجتماعية تكون السيدات (متزوجة)، حيث بلغت نسبتهم %63.1، بينما بلغت نسبة السيدات (العزباء) %33، بينما بلغت نسبة السيدات (المطلقات) %3.2، بينما تكون (ارملة) بنسبة %0.6 من العينة الاجمالية للدراسة.

1.14 أداة الدراسة: تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث تضمن الاستبيان جزء خاص بالبيانات

الديمغرافية وتتمثل في (الفئة العمرية، السكن، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم، هل لديك حساب علي مواقع التواصل الاجتماعي)، وجزء اخر يطبق علي السيدات في السعودية، حيث بلغت فقرات الاستبيان (28) فقرة مقسم الي اربع محاور، وهي:

المحور الاول: دور الاعلام الجديد (اليوتيوب) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية. ويتضمن (7) فقرات.

المحور الثاني: دور الاعلام الجديد (انستغرام) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية. ويتضمن (7) فقرات.

المحور الثالث: دور الاعلام الجديد (فيسبوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية. ويتضمن (7) فقرات.

المحور الرابع: دور الاعلام الجديد (تويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية. ويتضمن (7) فقرات.

▪ صدق الاداة وثباتها:

- الصدق الظاهري لأداة البحث: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص ، وعددهم (7) محكم، بهدف إبداء ملاحظاتهم، وآرائهم، وتقديرهم لمدى ملاءمة فقرات الاستبانة الخاصة من حيث درجة مناسبة الفقرات للمجال الذي تندرج تحته. ودرجة دقة وسلامة الصياغة اللغوية لكل فقرة. ودرجة وضوح الفقرات. والإشارة إلى أية تعديلات أو ملاحظات أخرى يرونها مناسبة. وفي ضوء اقتراحات المحكمين، وملاحظاتهم واتفاق ما لا يقل عن 90% من المحكمين، تم تعديل الصياغة اللغوية لبعض الفقرات، ليخرج الاستبيان بصورته النهائية ليشمل (28) فقرة، والمتمثلة بأبعادها الاربعة.

- الثبات: تم التحقق من ثبات أداة البحث من خلال معامل ثبات الاتساق الداخلي "كرونباخ ألفا" (Cronbach's Alpha) للاستبيان وأبعاده. والجدول (6) يبين معاملات ثبات أبعاد الاستبيان وفق معادلة "كرونباخ ألفا".

الجدول (6)

معامل ثبات الاتساق الداخلي للاستبيان

معامل الاتساق الداخلي	البعد
0.87	المحور الاول: دور الاعلام الجديد (اليوتيوب) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية.
0.94	المحور الثاني: دور الاعلام الجديد (انستغرام) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية.
0.98	المحور الثالث: دور الاعلام الجديد (فيسبوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية.
0.97	المحور الرابع: دور الاعلام الجديد (تويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية.

يتبين من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات للاستبيان لجميع ابعاده باستخدام معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.87 ، 0.98) وهي قيم مقبولة إحصائياً، مما يدل على أن الاستبيان مناسب من حيث الثبات.

1.16 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم استخدام عدداً من الأساليب الإحصائية المناسبة والموجودة في هذا البرنامج، وفيما يلي الأساليب التي تم استخدامها:

1. التكرارات والنسب المئوية والرتب للتعرف على البيانات الأولية لمفردات البحث، ولتحديد آراء أفرادها تجاه عبارات الأبعاد الرئيسة التي تضمنتها أداة البحث.
2. الانحراف المعياري لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض آراء عينة البحث عن كل عبارة من عبارات الاستبيان، وكذلك لترتيب العبارات من حيث درجة الاستجابة حسب أعلى متوسط حسابي.
3. تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach,sAlpha) لاستخراج ثبات أداة البحث.

1.17 نتائج البحث ومناقشته:

يتناول هذا الجزء عرضاً لنتائج البحث ومناقشتها، وجرى عرضها وفقاً لتسلسل أسئلة البحث وذلك على النحو

الآتي:

أولاً : النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها:

ينص السؤال الأول على " هل وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية؟"، وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والرتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (اليوتيوب) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية، وجدول (7) يوضح ذلك.

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والرتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما

يتعلق ببعد دور وسائل التواصل الاجتماعي (اليوتيوب)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يحفز اليوتيوب على ممارسة الرياضة من خلال الفيديوهات التي يتم نشرها.	4.1	%82	0.80	وافق	2
2	يشجع اليوتيوب على البحث عن فيديوهات مختصة بالرياضة الصحية واكتساب معلومات عنها.	4.3	%86	0.71	وافق بشدة	1
3	العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي فيديوهات رياضية توعوية في اليوتيوب والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.	3.8	%76	0.98	وافق	6
4	يظهر اليوتيوب العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.	3.8	%76	0.85	وافق	7

4	اوافق	0.86	%80	4	اعتقد ان تناول اليوتيوب لدور الرياضة بالتحكم في الوزن يكسبني وعي صحيا.
5	اوافق	0.85	%78	3.9	الفيدويوهات في اليوتيوب تساعد في التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.
3	اوافق	0.82	%80	4	اليوتيوب قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.
	اوافق	0.80	%80	4	المعدل الكلي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت العبارة رقم (2) وتنص على (يشجع اليوتيوب علي البحث عن فيديوهات مختصة بالرياضة الصحية واكتساب معلومات عنها.) في المرتبة الأولى؛ بمتوسط حسابي (4.3)، و نسبة مئوية (86%)
- جاءت العبارة رقم (1) وتنص على (يحفز اليوتيوب علي ممارسة الرياضة من خلال الفيديوهات التي يتم نشرها.) في المرتبة الثانية؛ بمتوسط حسابي (4.1)، و نسبة مئوية (82%)
- جاءت العبارة رقم (7) وتنص على (اليوتيوب قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.) في المرتبة الثالثة؛ بمتوسط حسابي (4)، و نسبة مئوية (80%)
- جاءت العبارة رقم (5) وتنص على (اعتقد ان تناول اليوتيوب لدور الرياضة بالتحكم في الوزن يكسبني وعي صحيا.) في المرتبة الرابعة؛ بمتوسط حسابي (4)، و نسبة مئوية (80%)
- جاءت العبارة رقم (6) وتنص على (الفيدويوهات في اليوتيوب تساعد في التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.) في المرتبة الخامسة؛ بمتوسط حسابي (3.9)، و نسبة مئوية (78%)
- جاءت العبارة رقم (3) وتنص على (العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي فيديوهات رياضية توعوية في اليوتيوب والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.) في المرتبة السادسة؛ بمتوسط حسابي (3.8)، و نسبة مئوية (76%)
- جاءت العبارة رقم (4) وتنص على (يظهر اليوتيوب العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.) في المرتبة السابعة؛ بمتوسط حسابي (3.8)، و نسبة مئوية (76%)

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها:

ينص السؤال الثاني على " هل وسائل التواصل الاجتماعي (الانستغرام) دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية؟"، وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والرتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (الانستغرام) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية، وجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والترتيب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (الانستغرام)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	الاطلاع علي المواضيع التي ينشرها الانستغرام يحفز علي ممارسة الرياضة.	3.9	%78	0.89	اوافق	2
2	يشجع الانستغرام البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها.	3.9	%78	0.86	اوافق	1
3	العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية في الانستغرام والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.	3.7	%74	0.92	اوافق	7
4	يظهر الانستغرام العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.	3.8	%76	0.84	اوافق	3
5	مواضيع الانستغرام حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا.	3.8	%76	0.87	اوافق	4
6	الموضوعات في الانستغرام عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.	3.7	%74	0.91	اوافق	6
7	الانستغرام قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.	3.8	%76	0.92	اوافق	5
	المعدل الكلي	3.8	%76	0.90	اوافق	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت العبارة رقم (2) وتتص على (يشجع الانستغرام البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها.) في المرتبة الأولى؛ بمتوسط حسابي (3.9)، و نسبة مئوية (78%)
- جاءت العبارة رقم (1) وتتص على (الاطلاع علي المواضيع التي ينشرها الانستغرام يحفز علي ممارسة الرياضة.) في المرتبة الثانية؛ بمتوسط حسابي (3.9)، و نسبة مئوية (78%)
- جاءت العبارة رقم (4) وتتص على (يظهر الانستغرام العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.) في المرتبة الثالثة؛ بمتوسط حسابي (3.8)، و نسبة مئوية (76%)
- جاءت العبارة رقم (5) وتتص على (مواضيع الانستغرام حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا.) في المرتبة الرابعة؛ بمتوسط حسابي (3.8)، و نسبة مئوية (76%)
- جاءت العبارة رقم (7) وتتص على (الانستغرام قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.) في المرتبة الخامسة؛ بمتوسط حسابي (3.8)، و نسبة مئوية (76%)
- جاءت العبارة رقم (6) وتتص على (الموضوعات في الانستغرام عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.) في المرتبة السادسة؛ بمتوسط حسابي (3.7)، و نسبة مئوية (74%)

- جاءت العبارة رقم (3) وتنص على (العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية في الانستغرام والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري) في المرتبة السابعة؛ بمتوسط حسابي (3.7)، ونسبة مئوية (74%)

ثانيا : النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشتها

ينص السؤال الثالث على " هل وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية؟"، وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والرتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (الفيسبوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية، وجدول (9) يوضح ذلك.

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والرتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما

يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (الفيسبوك)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	الاطلاع علي المواضيع التي ينشرها الفيسبوك يحفز علي ممارسة الرياضة.	3.1	62%	0.95	الي حد ما	3
2	يشجع الفيسبوك البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها.	3.1	62%	0.94	الي حد ما	1
3	العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية في الفيسبوك والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.	3.1	62%	0.91	الي حد ما	2
4	يظهر الفيسبوك العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.	3	60%	0.88	الي حد ما	4
5	مواضيع الفيسبوك حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا.	3	60%	0.99	الي حد ما	6
6	الموضوعات في الفيسبوك عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تفتنعين بفائدتها الصحية.	3	60%	0.91	الي حد ما	5
7	الفيسبوك قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.	2.9	58%	0.92	الي حد ما	7
	المعدل الكلي	3.02	61%	0.93	الي حد ما	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت العبارة رقم (2) وتنص على (يشجع الفيسبوك البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها.) في المرتبة الأولى؛ بمتوسط حسابي (3.1)، و نسبة مئوية (62%)

- جاءت العبارة رقم (3) وتتص على (العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية في الفيسبوك والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.) في المرتبة الثانية؛ بمتوسط حسابي (3.1)، و نسبة مئوية (62%)
- جاءت العبارة رقم (1) وتتص على (الاطلاع علي المواضيع التي ينشرها الفيسبوك يحفز علي ممارسة الرياضة.) في المرتبة الثالثة؛ بمتوسط حسابي (3.1)، و نسبة مئوية (62%)
- جاءت العبارة رقم (4) وتتص على (يظهر الفيسبوك العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.) في المرتبة الرابعة؛ بمتوسط حسابي (3)، و نسبة مئوية (60%)
- جاءت العبارة رقم (6) وتتص على (الموضوعات في الفيسبوك عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.) في المرتبة الخامسة؛ بمتوسط حسابي (3)، و نسبة مئوية (60%)
- جاءت العبارة رقم (5) وتتص على (مواضيع الفيسبوك حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا.) في المرتبة السادسة؛ بمتوسط حسابي (3)، و نسبة مئوية (60%)
- جاءت العبارة رقم (7) وتتص على (الفيسبوك قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.) في المرتبة السابعة؛ بمتوسط حسابي (2.9)، و نسبة مئوية (58%)

ثالثا: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ومناقشتها

ينص السؤال الرابع على " هل وسائل التواصل الاجتماعي (التويتر) دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية؟"، وللاجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والترتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد دور الاعلام الجديد (التويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدي الوسط النسوي في السعودية، وجدول (10) يوضح ذلك.

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والترتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان فيما يتعلق ببعد وسائل التواصل الاجتماعي الجديد (التويتر)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	الاطلاع على المواضيع التي ينشرها التويتر يحفز علي ممارسة الرياضة.	3.5	70%	0.98	اوافق	6
2	يشجع التويتر البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها.	3.6	72%	0.98	اوافق	1
3	العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية	3.6	72%	0.96	اوافق	2

					في التويتير والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري.	
4	اوافق	0.96	%70	3.5	يظهر التويتير العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا على ممارسة الرياضة بصفة منتظمة.	4
3	اوافق	0.94	%70	3.5	مواضيع التويتير حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا.	5
5	اوافق	0.95	%70	3.5	الموضوعات في التويتير عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية.	6
7	اوافق	1	%70	3.5	التويتير قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي.	7
	اوافق	0.96	%71	3.5	المعدل الكلي	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت العبارة رقم (2) وتتص على (يشجع التويتير البحث عن المواضيع المختصة بالرياضة الصحية واكتساب المعلومات عنها). في المرتبة الأولى؛ بمتوسط حسابي (3.6)، و نسبة مئوية (72%)
- جاءت العبارة رقم (3) وتتص على (العزيمة والاصرار لممارسة الرياضة يرجع الي موضوعات رياضية توعوية في التويتير والتي تحد من بعض الامراض المزمنة مثل السكري). في المرتبة الثانية؛ بمتوسط حسابي (3.6)، و نسبة مئوية (72%)
- جاءت العبارة رقم (5) وتتص على (مواضيع التويتير حول اهمية الرياضة والتحكم في الوزن يكسبك وعيا صحيا). في المرتبة الثالثة؛ بمتوسط حسابي (3.5)، و نسبة مئوية (70%)
- جاءت العبارة رقم (4) وتتص على (يظهر التويتير العلاقة العكسية بين ممارسة الرياضة ومشاكل التقدم في السن ويحفز ايضا علي ممارسة الرياضة بصفة منتظمة). في المرتبة الرابعة؛ بمتوسط حسابي (3.5)، و نسبة مئوية (70%)
- جاءت العبارة رقم (6) وتتص على (الموضوعات في التويتير عن التخلص من الارق بفضل ممارسة الرياضة يجعلك تقتنعين بفائدتها الصحية). في المرتبة الخامسة؛ بمتوسط حسابي (3.5)، و نسبة مئوية (70%)
- جاءت العبارة رقم (1) وتتص على (الاطلاع علي المواضيع التي ينشرها التويتير يحفز علي ممارسة الرياضة). في المرتبة السادسة؛ بمتوسط حسابي (3.5)، و نسبة مئوية (70%)
- جاءت العبارة رقم (7) وتتص على (التويتير قادر علي ترسيخ الوعي الصحي الرياضي). في المرتبة السابعة؛ بمتوسط حسابي (3.5)، و نسبة مئوية (70%)

رابعاً: ملخص نتائج البحث:

توصل البحث لعدة نتائج من أبرزها:

- ان دور الاعلام الجديد في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسائي في السعودية جاء بمتوسط حسابي قدره 3.6 ونسبة مئوية وقدرها 72%.
- ان متوسط استجابات افراد مجتمع الدراسة نحو دور التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي في السعودية جاء بمتوسط حسابي وقدره 4، ونسبة مئوية 80%.
- ان متوسط استجابات افراد مجتمع البحث نحو دور التواصل الاجتماعي (انستغرام) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي في السعودية جاء بمتوسط حسابي وقدره 3.8 ونسبة مئوية 76%.
- ان متوسط استجابات افراد مجتمع البحث نحو دور الاعلام الجديد (الفييس بوك) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي في السعودية جاء بمتوسط حسابي وقدره 3.02 ونسبة مئوية 61%.
- ان متوسط استجابات افراد مجتمع البحث نحو دور الاعلام الجديد (تويتر) في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسوي في السعودية جاء بمتوسط حسابي وقدره 3.5 ونسبة مئوية 71%.

خامساً نتائج السؤال الرئيسي للبحث:

هل للإعلام الجديد دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسائي في السعودية؟ يمكن الاجابة على هذا السؤال من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية نحو دور الاعلام الجديد في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسائي في السعودية. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو دور الاعلام الجديد في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسائي في السعودية.

جدول رقم (11)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والوزن النسبي والترتب لاستجابات أفراد العينة للاستبيان هل

للإعلام الجديد دور في نشر الوعي الصحي الرياضي لدى الوسط النسائي في السعودية؟

م	الاعلام الجديد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الرتبة	الترتيب
١	اليوتيوب	٤	٪٨٠	٠,٨٠	أوافق	١
٢	الانستغرام	٣,٨	٪٧٦	٠,٩٠	اوافق	٢
٣	الفييس بوك	٣,٠٢	٪٦١	٠,٩٣	إلى حدما	٤
٤	تويتر	٣,٥	٪٧١	٠,٩٧	أوافق	٣
المعدل الكلي		٣,٦	٪٧٢	٠,٩٠	أوافق	

1.18 التوصيات:

اوصي البحث بالآتي:

- على ضوء النتائج التي توصلت اليها الباحثة توصي بما يلي: - زيادة تسليط الضوء بأهمية الرياضة في حياتنا (جسديا وصحيا ونفسيا) على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - دعوة وسائل الإعلام المختلفة بعمل برامج رياضية حوارية تثقيفية حول مختلف المواضيع.
 - الزيادة التوعوية، وأهمية الرياضة في حياتنا وأنها ليست مجرد تمارين يجب الاهتمام بالرياضة من خلال العلم الجديد وإنما يجب اتخاذها كأسلوب حياة صحي لما لها من فوائد عديدة على أجسامنا.
 - توعية من خلال الاعلام الجديد للحد من انتشار المعلومات الخاطئة ومحاربة الأمور السلبية من قبل الأشخاص غير المؤهلين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- وهنا تكمن الفجوة، الباحثة تكشف عن دور الاعلام الجديد، و توجه التوصيات للأعلام التقليدي المختلفة بعمل برامج رياضية وزيادة التوعية وأهمية الرياضة في حياتنا، وفي الاخير توجه اوجه الاعلام التقليدي باستخدام الاعلام الجديد، وهنا اكتشفت الباحثة انها يجب ان توجه التوصيات نحو مؤسسات اعتبارية.

المراجع:

- الأحمد، مصطفى عيسى علي (٢٠٢٢). دور الإعلام الرياضي في نشر ثقافة الممارسة الرياضية لدى كبار السن في الأحساء بالمملكة العربية السعودية. مجلة أسبوت لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع61، ج4. جامعة أسبوت - كلية التربية الرياضية، ص 1154 - 1180.
- بن يونس، حسين (2019). دور الاعلام الرياضي المرئي في نشر الثقافة الرياضية لدي النساء، رسالة ماجستير. بوخاري، زين الدين (2017). دور الاعلام الرياضي المكتوب في تغطية الاحداث الرياضية، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
- بوكبشة، جمعية (2022). وسائل التواصل الاجتماعي والصراع القيمي لدي الشباب: دراسة ميدانية علي عينة من طلبة جامعة حسيبة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج 9، ع 2، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية، ص 126 - 138.
- البيطار، سونيا سليم (2019). اثر استخدام تطبيق الواتساب علي العلاقات الاجتماعية: نموذج مدينة طرابلس - لبنان، الملتقي الدولي المحكم: الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، مركز جيل البحث العلمي، ص 107 - 138.

- التميمي، رأفت كاظم سليمان (٢٠٢٢). دور الفضائيات الرياضية والمواقع الإلكترونية في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الشارع الرياضي العراقي. مجلة البحوث الإعلامية، ع63، ج2. جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة. ص 1277 - 1324.
- الجهني، عبدالرحمن بن علي (2017). واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب المنح بالجامعة الإسلامية بالمدينة والمنورة وعلاقته بتحصيلهم الدراسي، مجلة البحث العلمي في التربية، ع18، ج7، جامعة عين شمس - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ص 509 - 542.
- خالد، سليم (2008). ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية. قطر: دار المتنبى للنشر والتوزيع.
- الرشيد، حسين مجبل هدبا (2015). تنمية الوعي بأخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت "تصور مقترح"، مجلة التربية، ع163، ج1، جامعة الأزهر - كلية التربية، ص 571 - 618.
- زايدي، غنية. و بناي، نوال (2022). تتمر المراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي: أسلوب تحاور و انعكاسات خطيرة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج9، ع2، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالية، ص 427 - 441.
- الزبون، محمد سليم (2014). الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 2، ص 225.
- السيد، معزة مصطفى احمد فضل (2018). الاعلام الرقمي وانعكاساته علي التعارف علي الحضارات، مجلة العلوم الانسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 19، العدد 4، ص 138 - 154.
- شفيق، إيكوفان (2016). دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية التنشئة الاجتماعية، مجلة مجتمع تربية عمل، جامعة تيزي وزو، العدد 1.
- صالح، سامية خضر (2018). شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير). مجلة كلية التربية - جامعة عين شمس، 24(2)، ص 193-237.
- صالي، محمد (2019). أثر استخدام الفيسبوك في التغيرات الاجتماعية للقيم داخل الأسرة الجزائرية، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، ع2، الناشر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص 190 - 207.
- الطيار، فهد بن علي (2014). شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر أنموذجاً)، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31.

- الطياشي، ماجد عبده محمد (٢٠٢٢). دور الإعلام الرياضي المرئي في تعزيز الثقافة الرياضية لدى الجمهور اليمني: دراسة تحليلية تطبيقية. مجلة جامعة البيضاء , مج4, ع2. جامعة البيضاء. ص ص 198 - 213.
- عبد الحميد، محمد (2007). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القاهرة: عالم الكتب.
- عقيلة، عبد المحسن حامد أحمد (2021). مؤشرات التحليل البعدي لاستخدام الاعلام الرقمي في بحوث التربية الاعلامية: رؤية تحليلية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد 77، ص ص 353-401.
- عوض، حسني (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. بحث مقدم لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية 26/9/2011، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- فضل الله، وائل مبارك (2010). أثر الفيس بوك على المجتمع. الناشر: شمس النهضة.
- القيسي، اسماعيل خليل اسماعيل (٢٠١٩). دور الإعلام الرياضي في دعم الثقافة الرياضية للجمهور العراقي من وجهة نظر أعضاء الهيئات الإدارية للأندية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
- الكاروري، أحمد عبدالعزيز (2016). شبكات التواصل الاجتماعي وسبل توظيفها في خدمة الإسلام والمجتمع. مجلة ركانز معرفية , مج4, ع1. مركز ركانز المعرفة للدراسات والبحوث، ص ص 159 - 184.
- كاكاياردون، إغنيو وآخرون. (2015). مكافحة خطاب الكراهية في الانترنت، باريس، سلسلة منشورات منظمة اليونسكو
- المحارب، سعد بن محارب (2011). الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الاخباري للرسائل النصية القصيرة، الكويت، جداول للنشر والتوزيع.
- محمد، عبد الحميد (2008). الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1، القاهرة، عالم الكتب.
- محمدي، خيرة (2017). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية: دراسة مسحية استطلاعية. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، العدد 10، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ص ص 166-178.
- المقدادي، خالد غسان (2014). ثورة الشبكات الاجتماعية – ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى.
- المقدادي، خالد غسان يوسف (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 1.
- الهلباوي، عبد الفتاح ماجدة (2014). الإعلام الإلكتروني ودوره في الإعلام الدولي. ط1. الإسكندرية: مكتبة وفاء القانونية.