



The Impact of Sports Media on Promoting Healthy Behavior among Students of Al-Marj Colleges at the University of Benghazi

Siraj Saed Haroun^{1*}, Murad Mustafa Ali²

¹Department of Sports Management and Sports Media, Faculty of Physical Education, University of Benghazi, Al Marj, Libya

²Department of Sports Training and Movement Sciences, Faculty of Physical Education, University of Benghazi, Al Marj, Libya

أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرج بجامعة بنغازي

سراج سعد هارون^{1*}، مراد مصطفى علي²

¹قسم الإدارة والإعلام الرياضي، كلية التربية البدنية، جامعة بنغازي، المرج، ليبيا
²قسم التدريب الرياضي وعلوم الحركة، كلية التربية البدنية، جامعة بنغازي، المرج، ليبيا

*Corresponding author: seragharon7@gmail.com

Received: December 26, 2025	Accepted: January 26, 2026	Published: February 15, 2026
Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).		

Abstract:

This study examined the impact of sports media on promoting healthy behavior among students at Al-Marj Colleges, University of Benghazi during the academic year 2024–2025. The study investigated the contribution of sports media channels (print, audio, and visual) to students' healthy behavior and tested whether differences exist by gender and college. A descriptive research design was employed. The study population consisted of 3,970 students, and a sample of 397 students (10%) was selected. Data were collected using a questionnaire developed by the researcher; the overall reliability (Cronbach's alpha) reached 0.892. Statistical analyses included descriptive statistics, one-way ANOVA, Pearson correlation, and simple linear regression. Findings indicated no statistically significant differences in healthy behavior attributable to college ($F=0.707$, $p=0.619$). However, significant differences were found by gender in favor of males ($F=5.461$, $p=0.020$). Pearson correlations showed positive and significant associations between healthy behavior and sports media dimensions: print sports press ($r=0.387$), audio/radio sports media ($r=0.430$), and visual/TV sports media ($r=0.457$). The overall sports media index was also positively correlated with healthy behavior ($r=0.527$; $\text{Sig}=0.00$). Regression analysis confirmed a significant effect of sports media on healthy behavior, with $R^2=0.227$ and $F=151.579$ ($p=0.000$). The study concludes that sports media plays an influential role in fostering healthy behavior among university students and recommends strengthening specialized health-oriented sports content, implementing sustained awareness programs and campaigns, and providing targeted support for groups requiring greater health-behavior reinforcement within the university context.

Keywords: Sports Media, Healthy Behavior, Sports Press, Radio, Television, University Students, University of Benghazi.

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي للعام الجامعي 2024-2025م. انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس حول مدى إسهام وسائل الإعلام الرياضي (المقروءة، المسموعة، المرئية) في رفع مستوى السلوك الصحي لدى الطلبة، مع التحقق من وجود فروق تعزى لمتغيري الجنس والكلية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثل مجتمعها في (3970) طالبًا، واختيرت عينة قوامها (397) طالبًا وطالبة بنسبة 10% من المجتمع. استخدم الباحث الاستبيان أداة لجمع البيانات، وتم التحقق من خصائصه السيكمترية؛ حيث بلغ معامل الثبات الكلي (ألفا كرونباخ) 0.892. جرى تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، من أهمها: التوزيعات التكرارية، المتوسطات، تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، معامل ارتباط بيرسون، والانحدار الخطي البسيط. أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الصحي تعزى لاختلاف الكلية ($F=0.707$, $p=0.619$)، في حين ظهرت فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور ($F=5.461$, $p=0.020$). كما كشفت النتائج عن علاقات ارتباط موجبة ودالة بين وسائل الإعلام الرياضي والسلوك الصحي؛ إذ بلغ الارتباط مع الصحافة المكتوبة ($r=0.387$)، والإذاعة المسموعة ($r=0.430$)، والإذاعة المرئية ($r=0.457$)، بينما بلغ الارتباط الكلي للإعلام الرياضي بالسلوك الصحي ($r=0.527$) عند دلالة ($\text{Sig}=0.00$). وأكد نموذج الانحدار وجود تأثير معنوي للإعلام الرياضي على السلوك الصحي؛ حيث بلغت القدرة التفسيرية $R^2=0.227$ وقيمة $F=151.579$ عند ($p=0.000$). خلصت الدراسة إلى أهمية توظيف الإعلام الرياضي في البيئة الجامعية لنشر الوعي الصحي، مع تعزيز المحتوى الصحي المتخصص، وتفعيل البرامج والحملات التوعوية، وتوجيه اهتمام أكبر للفئات التي تحتاج دعمًا سلوكيًا وصحيًا داخل الجامعة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، السلوك الصحي، الصحافة الرياضية، الإذاعة المسموعة، الإعلام المرئي، طلبة الجامعة، جامعة بنغازي.

مقدمة:

يشهد العالم تطورًا متسارعًا في وسائل الاتصال والتقنيات الإعلامية، الأمر الذي جعل الإعلام أحد أهم القوى المؤثرة في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم وأنماط سلوكهم اليومية، سواء على المستوى الصحي أو الاجتماعي. وفي هذا السياق، يبرز **الإعلام الرياضي** بوصفه قناة جماهيرية مؤثرة لا تقتصر وظيفتها على تغطية المنافسات ونقل الأخبار، بل تعدى ذلك إلى الإسهام في بناء الثقافة الرياضية والصحية، عبر تقديم رسائل توعوية وإرشادات تُشجّع على تبني أنماط حياة أكثر صحة ونشاطًا. وقد عرّفت بعض الأدبيات الإعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة الرياضية بما يهدف إلى نشر الثقافة الرياضية وتنمية الوعي، وهو ما ينسجم مع طرح عويس (1998) وياسين (2011) حول مركزية الإعلام الرياضي في تشكيل الوعي العام المرتبط بالممارسة الرياضية. وتزداد أهمية هذا الدور عند فئة الشباب الجامعي؛ إذ تعد المرحلة الجامعية مرحلة حاسمة في تكوين العادات الصحية طويلة الأمد، وفيها تتأثر السلوكيات بدرجة كبيرة بالمعارف والاتجاهات المكتسبة من البيئة المحيطة ووسائل الإعلام. ويُعرّف السلوك الصحي باعتباره مجموعة السلوكيات التي يمارسها الأفراد بهدف الحفاظ على الصحة وتنميتها والوقاية من المرض، كما يشير بعض الباحثين إلى أن السلوك الصحي يشمل الأفعال ذات الأثر الإيجابي أو السلبي على صحة الفرد. وتؤكد أدبيات علم نفس الصحة أن تبني السلوكيات الصحية لا يتوقف عند توفر المعلومات، بل يرتبط بقدرة الفرد على ترجمة المعرفة إلى ممارسة منتظمة داخل نمط حياته (يخلف عثمان، 2001).

وفي إطار البيئة الجامعية الليبية، وتحديدًا لدى طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي، تشير الرسالة إلى ملاحظة وجود نقص في البرامج الإعلامية المتخصصة بالتوعية الصحية والرياضية داخل الوسط الجامعي، بما قد يسهم في انتشار ممارسات غير صحية بين الطلبة. ومن هنا تنطلق هذه الدراسة لبحث أثر الإعلام الرياضي (المقروء، والمسموع، والمرئي) في تعزيز السلوك الصحي لدى الطلبة، انطلاقًا من أن توظيف الإعلام الرياضي بصورة واعية يمكن أن يدعم تبني الممارسة البدنية، والتغذية المتوازنة، والابتعاد عن العادات الضارة، وبما ينعكس إيجابًا على جودة الحياة الأكاديمية والشخصية للطلاب. كما تدعم الأدلة الدولية فكرة ارتباط السلوكيات الصحية بالنتائج التعليمية وجودة الأداء لدى الطلاب (Suhrccke & Nieves, 2011)، وهو ما يعزز الحاجة إلى استراتيجيات إعلامية جامعية موجهة تراعي خصائص الشباب الجامعي واحتياجاته.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود نقص واضح في الوعي الصحي والرياضي لدى الطلبة بكليات المريج، ويتجلى ذلك في ضعف/غياب البرامج الإعلامية أو الإذاعية المتخصصة التي تنشر التوعية الصحية أو تشجع على ممارسة الأنشطة الرياضية، إلى جانب انتشار سلوكيات صحية خاطئة وعدم الاهتمام بالعادات الصحية السليمة؛ ما يستدعي دراسة دور الإعلام الرياضي في معالجة هذا القصور وتعزيز السلوك الصحي لدى طلاب الجامعة.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

- ما أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما أثر الصحافة الرياضية المكتوبة (المقالات الرياضية في الصحف) على وعي الطلاب بالسلوك الصحي؟
 2. ما أثر الإذاعة المسموعة (البرامج الرياضية الإذاعية) على نشر المعلومات الصحية بين الطلاب؟
 3. ما أثر الإذاعة المرئية/التلفزيون (البرامج الرياضية التلفزيونية) في تعزيز السلوك الصحي بين الطلاب؟
 4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي تعزى إلى الجنس أو الكلية؟
- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من سعيها إلى استكشاف الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي في تحسين الوعي الصحي والرياضي لدى طلاب كليات المرح، وتشجيعهم على تبني أنماط حياة أكثر صحة، مع إبراز كيفية توظيف الإعلام الرياضي كأداة فعالة لتعزيز السلوكيات الصحية الإيجابية، بما يسهم في بناء جيل واعٍ ومهتم بصحته ولياقته.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرح بجامعة بنغازي من خلال:

1. التعرف على أثر الصحافة ودراسة تأثير المقالات الرياضية في الصحف على وعي الطلاب بالسلوك الصحي.
2. التعرف على أثر الإذاعة المسموعة ودراسة تأثير البرامج الرياضية الإذاعية على نشر المعلومات الصحية بين الطلاب.
3. التعرف على أثر الإذاعة المرئية/التلفزيون ودراسة تأثير البرامج الرياضية التلفزيونية في تعزيز السلوك الصحي بين الطلاب.

الفرضيات: (صياغة مختصرة حسب الدراسة)

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصحافة الرياضية (المقالات الرياضية في الصحف) في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرح بجامعة بنغازي.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصحافة الرياضية في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرح بجامعة بنغازي.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرح بجامعة بنغازي تُعزى إلى الجنس.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى إلى الجنس.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرح بجامعة بنغازي تُعزى إلى الكلية.
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى إلى الكلية.

الدراسات السابقة:

- تناولت دراسة العبادي (1996) أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة بين أوساط الشباب في العراق، واعتمدت الدراسة الاستبائية أداة لجمع البيانات، وطُبِّقت على عينة كبيرة بلغت (1380) شابًا وشابة من طلاب كليات جامعة بغداد وبعض المدارس الإعدادية، تم اختيارهم عشوائيًا. وأظهرت النتائج أن التلفاز كان الأكثر تأثيرًا في إشباع الحاجات الرياضية والثقافية للشباب، تليه الصحافة ثم الإذاعة، كما أكدت الدراسة أن لوسائل الإعلام دورًا في توجيه الاتجاهات، وأوصت بالتركيز على البرامج الثقافية الرياضية لا الاقتصار على الأخبار الرياضية فقط.
- كما ركزت دراسة عيسى الهادي (2008) المعنونة بـ البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي على قياس مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني في نشر الوعي الرياضي. استخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى لبرامج التلفزيون الرياضي الجزائري (بعينة عمدية شملت البرامج الرياضية التلفزيونية)، واعتمدت عبارات تحليل المحتوى أداة للدراسة. وتوصلت النتائج إلى أن البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري لا تساعد على تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد، مع التأكيد على ضرورة تحديد أهداف واضحة لوسائل الإعلام والبرامج الرياضية بما يتوافق مع احتياجات الجمهور.
- وفي سياق السلوك الصحي، تناولت دراسة أحمد وآخرون (2008) موضوع السلوك الصحي واتجاهاته لدى الرياضيين، وهدفت للتعرف على أنماط السلوك الصحي لدى أفراد العينة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، واعتمدت الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات، وتكونت العينة من (140) لاعبًا بالاختبار العشوائي الطبقي. وأبرزت النتائج وجود انتشار لبعض السلوكيات غير الصحية لدى العينة (مثل التدخين وتجربة المنشطات/المنبهات)، مقابل انخفاض في بعض السلوكيات السلبية الأخرى، مع تفاوت في الالتزام بالممارسات الصحية الإيجابية وبالأسس الصحية للتغذية.
- ومن زاوية الصحافة الرياضية، هدفت دراسة مطاوع (2017) المعنونة بـ تحليل واقع الصحافة الرياضية من وجهة نظر القيادات الرياضية في الأردن إلى تحليل واقع الصحافة الرياضية عبر تحليل محتوى الصفحات الرياضية اليومية، والتعرف على وجهات نظر القيادات الرياضية نحو الصحافة الرياضية. استخدمت المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة (298) فردًا من أعضاء اتحادات وأندية. وتوصلت النتائج إلى وجود اختلاف بين الصحف في المساحات المخصصة للرياضة، وأن الصحافة الرياضية لا تغطي الألعاب بشكل شمولي، ولا تتفاعل بحياد كافٍ عند طرح القضايا.

- أما في مجال الإعلام الرياضي والوعي الصحي، فقد تناولت دراسة **ربوح صالح وآخرون (2018)** مدى مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي لدى كبار السن في الوسط العملي. استخدمت المنهج الوصفي، وبلغت العينة (140) فرداً من فئات مهنية مختلفة، واعتمدت المقابلة المفتوحة والاستبيان. وأظهرت النتائج أن مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن كان **متوسطاً**، وأن الإعلام الرياضي لا يلعب دوراً فعالاً في نشر التوعية الصحية لدى عينة الدراسة، مع توصية بوضع برامج رياضية وتوعوية موجهة لهذه الفئة.
 - قدمت دراسة **Martin (2000)** منظوراً يرتبط بتأثير الإعلام في تشكيل المفاهيم الذاتية لدى الرياضيات، واعتمدت المقابلة مع عينة محدودة (أربع طالبات/رياضيات)، وأظهرت النتائج ضعف الاهتمام الإعلامي بالرياضة النسائية وعدم تغطيتها بصورة كافية، مع توصيات بزيادة الاهتمام والبحث في أسباب القصور الإعلامي.
 - وفي اتجاهٍ داعم لأهمية السلوك الصحي في البيئة التعليمية، تناولت دراسة **Suhrcke & Nieves (2011)** أثر الصحة والسلوكيات الصحية على النتائج التعليمية في البلدان ذات الدخل المرتفع (مراجعة للأدلة). وأشارت نتائجها إلى أن الوضع الصحي، خصوصاً لدى الأطفال، يرتبط إيجابياً بالأداء التعليمي والتحصيل، وهو ما يعزز أهمية توجيه الجهود الإعلامية (ومنها الإعلام الرياضي) نحو دعم السلوك الصحي لما له من انعكاسات على مخرجات التعلم.
 - كما تناولت دراسة **Moradi وآخرون (2012)** دور الإعلام الرياضي في تطوير البطولات الرياضية، وهدفت إلى التعرف على دور الإعلام الرياضي في تطوير البطولات. استخدمت المنهج الوصفي، وبلغت العينة (150) من خبراء الإعلام وخبراء الرياضة ورياضيين ووطنيين. وخلصت النتائج إلى وجود فجوة بين الدور "الفعلي" لوسائل الإعلام ودورها "المثالي" في تشجيع البطولات، مع الإشارة إلى أسباب تتعلق بمدى شمولية ومناسبة البرامج الرياضية وملاءمتها لأبعاد البطولات الرياضية.
- تُظهر الدراسات السابقة تبايناً في نتائجها بشأن قوة تأثير الإعلام الرياضي، إلا أنها تلتقي في تأكيد أهمية الإعلام الرياضي كقوة مؤثرة يمكن توجيهها لتعزيز الوعي والسلوكيات الإيجابية. كما تشير بعض الدراسات إلى قصور في بعض أشكال التغطية الإعلامية (خاصة التلفزيونية أو الصحفية) في تحقيق أهدافها التثقيفية، أو محدودية أثرها لدى فئات معينة، وهو ما يبرر الحاجة إلى دراسة أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلبة الجامعة في بيئة محلية محددة.

المحور الأول: الإعلام الرياضي:

مفهوم الإعلام الرياضي وتعريفاته:

وقد عرّف الإعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، وذلك بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيهم الرياضي. كما يوسّع المستند المفهوم لجعل الإعلام في المجال الرياضي «منظومة» «تُعنى بنشر المعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي، ويعرض وتفسير القواعد والمبادئ التي تنظم الألعاب وتحكم المنافسات، إلى جانب توضيح الرؤى العلمية ومعالجة القضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضة.

ومن منظور وظيفي، الإعلام الرياضي يُعد جزءاً من الإعلام العام لكنه يختص بمجال واحد هو المجال الرياضي، ويجعل موضوعاته الأساسية قضايا الرياضة والرياضيين، مع تركيزه على إيصال المعلومات والأخبار إلى الممارسين والعاملين في المجال الرياضي، فضلاً عن دوره الخارجي في إبراز صورة الدولة وحضارتها الرياضية. ويشير المستند كذلك إلى أن الإعلام الرياضي قد يأتي كمنظومة فرعية ضمن التغطية الإعلامية العامة، تضم الوسائل المتخصصة (صحف، إذاعة، تلفاز) وما تنشره الصفحات والبرامج الرياضية في الوسائل العامة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن مفهوم الإعلام الرياضي في هذه الدراسة يركز على كونه نشاطاً اتصالياً منظماً يهدف إلى تثقيف الجمهور رياضياً ورفع الوعي بالقواعد والمعلومات الرياضية، مع امتداد تأثيره إلى تشكيل الاتجاهات والسلوكيات الإيجابية المرتبطة بالصحة من خلال التوعية بأهمية النشاط البدني والوقاية وتعزيز أنماط الحياة الصحية.

نشأة الإعلام الرياضي وتطوره.

يرتبط ظهور الإعلام الرياضي ارتباطاً وثيقاً بالتطور التاريخي لوسائل الاتصال والإعلام بوجه عام؛ إذ إن عملية نقل الأخبار والمعلومات بدأت بوسائل بدائية، ثم شهدت تحولات متتالية حتى وصلت إلى الأنماط المؤسسية الحديثة. ومع اتساع المجتمعات وتزايد الحاجة إلى الأخبار والتفسير والتوجيه، تطورت أشكال الاتصال من أنماط تقليدية إلى وسائل أكثر تنظيماً وقدرة على الانتشار، وهو ما مهد لظهور الإعلام المتخصص ومنه الإعلام الرياضي بوصفه امتداداً طبيعياً لتطور منظومة الاتصال الجماهيري (الشافعي، 2007).

ومع التحولات التقنية الكبرى التي رافقت تطور الطباعة ثم ظهور الإذاعة والتلفزيون، توسعت قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى الجماهير، وأصبح المحتوى أكثر تنوعاً وتخصصاً. وفي هذا السياق برزت الحاجة إلى تخصيص مساحات وبرامج تتناول الشأن الرياضي؛ لتغطية الأحداث، وتفسير القوانين، وتقديم المعرفة الرياضية للجمهور، بما يعزز الثقافة الرياضية ويرفع مستوى الوعي العام بأهمية الرياضة في حياة الفرد والمجتمع (إمام، 1995؛ عويس، 1998).

ومع الانتشار الواسع للرياضة وتزايد الجمهور المهتم بها خلال القرن العشرين، اتخذ الإعلام الرياضي مكانة واضحة داخل الإعلام العام، وأصبح يُنظر إليه بوصفه نشاطاً اتصالياً متخصصاً يتولى نشر الأخبار والمعلومات الرياضية، وشرح اللوائح والقواعد، وإبراز القيم المرتبطة بالممارسة الرياضية، فضلاً عن إسهامه في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الرياضة.

وقضاياها المختلفة (عويس، 1998؛ ياسين، 2011). وبذلك لم يعد الإعلام الرياضي مقتصرًا على نقل النتائج، بل تطور ليؤدي أدوارًا تثقيفية وتوعوية وتوجيهية، ويسهم في بناء رأي عام رياضي أكثر معرفة ووعيًا (ياسين، 2011).

أهداف الإعلام الرياضي ووظائفه:

يُعدّ الإعلام الرياضي أحد أنماط الإعلام المتخصص الذي يؤدي مجموعة من الوظائف الاتصالية المتكاملة داخل المنظومة الإعلامية، إذ لا يقتصر دوره على نقل الأحداث والنتائج، بل يمتد إلى بناء المعرفة الرياضية وتشكيل الاتجاهات وترسيخ القيم المرتبطة بالممارسة الرياضية داخل المجتمع (عويس، 1998؛ ياسين، 2011). ويمكن تلخيص أهدافه ووظائفه الرئيسة في الآتي:

1. **وظيفة الإخبار (الإعلام):** تتمثل وظيفة الإخبار في نقل الوقائع والأحداث الرياضية للجمهور بصورة دقيقة وسريعة، وتشمل عرض النتائج، وتغطية المنافسات، وتقديم الأخبار المتعلقة بالفرق واللاعبين والهيئات الرياضية، بما يضمن تدفق المعلومات الرياضية وتكوين صورة واضحة لدى الجمهور عن المشهد الرياضي (عويس، 1998؛ إمام، 1995). كما تُسهم هذه الوظيفة في توثيق الأحداث الرياضية وتوفير مادة معرفية تُعد أساسًا لبقية الوظائف (ياسين، 2011).

2. **وظيفة التثقيف (التعليم/نشر المعرفة):** تركّز الوظيفة التثقيفية على نشر الثقافة الرياضية من خلال شرح القواعد واللوائح والتحكيم، وتوضيح المفاهيم العلمية المرتبطة بالتدريب واللياقة والصحة، بما يرفع مستوى الوعي الرياضي ويعزز الفهم الصحيح للرياضة بوصفها ممارسة معرفية وتربوية وصحية (عويس، 1998؛ الشافعي، 2007). ويُعد هذا الجانب مهمًا في ربط الرياضة بنمط الحياة الصحي، وإبراز قيمها التربوية والسلوكية (ياسين، 2011).

3. **وظيفة التوجيه (الإرشاد/تكوين الاتجاهات):** تتمثل وظيفة التوجيه في التأثير على اتجاهات الجمهور وسلوكياته نحو الرياضة وممارستها وقضاياها المختلفة، عبر إبراز النماذج الإيجابية، وترسيخ قيم الروح الرياضية والانضباط والالتزام، والتوعية بمخاطر السلوكيات السلبية (مثل التعصب والعنف)، بما يدعم بناء رأي عام رياضي أكثر وعيًا واتزانًا (ياسين، 2011؛ عويس، 1998). كما تبرز وظيفة التوجيه في الإرشاد الصحي المرتبط بالنشاط البدني والسلوك الصحي العام (الشافعي، 2007).

4. **وظيفة الترفيه (التسلية):** يقوم الإعلام الرياضي بوظيفة ترفيهية واضحة من خلال تقديم محتوى ممتع قائم على المنافسة والإثارة والمتعة البصرية/السمعية، وتوفير مساحات من الترويح النفسي والاجتماعي للجمهور. وتزداد هذه الوظيفة حضورًا في البرامج والاستوديوهات التحليلية والتغطيات المباشرة، مع أهمية ضبطها مهنيًا حتى لا تطغى على الوظائف التثقيفية والتوجيهية (إمام، 1995؛ ياسين، 2011).

خصائص الرسالة الإعلامية الرياضية وعناصرها:

تُعدّ الرسالة الإعلامية الرياضية شكلًا من أشكال الرسائل الاتصالية المتخصصة التي تُنتج بهدف نقل المعارف والأخبار والتفسيرات المرتبطة بالرياضة إلى جمهور واسع، مع السعي للتأثير في إدراكه واتجاهاته وسلوكه. وتمتاز هذه الرسالة بكونها تعتمد على قواعد الاتصال وعناصره الأساسية، وتكتسب فعاليتها من دقة بنائها وملاءمة محتواها ووضوح أهدافها وطريقة تقديمها (الشافعي، 2007؛ عويس، 1998).

أولاً: خصائص الرسالة الإعلامية الرياضية:

1. **التخصص والارتباط بالمجال الرياضي:** تتسم الرسالة الرياضية بأنها رسالة متخصصة تركز على موضوعات الرياضة وقضاياها، مثل المنافسات واللوائح والتحكيم والإعداد البدني، بما يجعلها أكثر ارتباطًا باهتمامات جمهور محدد (عويس، 1998؛ ياسين، 2011).

2. **الأنية والسرعة:** ترتبط الرياضة بأحداث متجددة ومتسارعة (مباريات، نتائج، إصابات، انتقالات)، لذلك تتطلب الرسالة الإعلامية الرياضية سرعة في الإنتاج والنشر، مع الحفاظ على الدقة؛ لأن أي تأخير أو خطأ يضعف الثقة ويؤثر في مصداقية الوسيلة (إمام، 1995؛ ياسين، 2011).

3. **الوضوح والدقة:** تحتاج الرسالة الرياضية إلى وضوح المفاهيم والمصطلحات، ودقة في عرض الوقائع والنتائج والقوانين، خاصة عند تفسير الحالات التحكيمية أو الأنظمة واللوائح، لأن الغموض قد يفتح باب التأويل والتعصب وسوء الفهم (عويس، 1998؛ إمام، 1995).

4. **الجاذبية والتشويق:** غالبًا ما تتضمن الرسالة الرياضية عناصر جذب مثل المنافسة والإثارة، وتزداد جاذبيتها عبر الصورة والتحليل والشرح؛ ما يرفع قدرة الرسالة على الانتشار والتأثير، مع ضرورة ضبط "التشويق" مهنيًا حتى لا يتحول إلى مبالغة أو تحيز (إمام، 1995؛ ياسين، 2011).

5. **البعد القيمي والتربوي:** من خصائصها أيضًا أنها يمكن أن تحمل مضامين تربوية وسلوكية مثل الروح الرياضية، والانضباط، واللعب النظيف، واحترام القوانين، بما يجعلها أداة لتعزيز الاتجاهات الإيجابية داخل المجتمع (الشافعي، 2007؛ عويس، 1998).

عناصر الرسالة الإعلامية الرياضية

1. **المرسل (Sender):** هو الجهة/الشخص الذي ينتج الرسالة الرياضية ويصوغها (مؤسسة إعلامية، مذيع، صحفي، محلل، أو مسؤول إعلامي). وتزداد فعالية الرسالة عندما يتصف المرسل بالمصداقية، والخبرة الرياضية، والموضوعية، والقدرة على توظيف لغة إعلامية سليمة تناسب الجمهور المستهدف (الشافعي، 2007؛ ياسين، 2011).
2. **الرسالة (Message):** هي المحتوى الذي يتم نقله للجمهور، وقد يكون خبراً، تقريراً، تحليلًا، تعليقاً، أو مادة توعوية. وتُقاس جودة الرسالة بمدى اتساقها مع أهداف الوسيلة، ودقتها، ووضوحها، وتنظيمها المنطقي، وقدرتها على تبسيط القواعد والمفاهيم الرياضية دون إخلال بالمعنى (عويس، 1998؛ إمام، 1995).
3. **الوسيلة (Channel/Medium):** هي القناة التي تحمل الرسالة إلى الجمهور (صحافة، إذاعة، تلفزيون، منصات رقمية). وتؤثر خصائص الوسيلة في أسلوب بناء الرسالة: فالصحافة تميل للتفصيل والتحليل، والإذاعة تعتمد على الكلمة والصوت، والتلفزيون يعتمد على الصورة والحركة وإعادة اللقطات، ما يعزز الفهم والانتباه إذا استُخدم بشكل مهني (إمام، 1995؛ عويس، 1998).
4. **المستقبل (Receiver):** هو الجمهور الذي يتلقى الرسالة ويفسرها وفق خبراته واتجاهاته واهتماماته. وفي الإعلام الرياضي تتنوع فئات المستقبلين (طلبة، رياضيين، مدربين، جمهور عام)، لذا ينبغي مراعاة خصائصهم الثقافية والمعرفية عند صياغة الرسالة حتى تتحقق الفاعلية والوضوح (الشافعي، 2007؛ ياسين، 2011).
5. **التغذية الراجعة (Feedback):** هي استجابات الجمهور للرسالة، وتظهر عبر التفاعل المباشر أو غير المباشر (نقاشات، اتصالات، تعليقات، نسب مشاهدة، آراء). وتكمن أهميتها في أنها تساعد القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية على تقييم مضمون الرسالة وأسلوبها، وإدخال التحسينات اللازمة بما يضمن استمرار التأثير وتحقيق الأهداف (الشافعي، 2007؛ عويس، 1998).

المحور الثاني: وسائل الإعلام الرياضي وأنماطه:

الإعلام الرياضي المقروء (الصحافة الرياضية): خصائصه وأدواته وتأثيره:

يُقصد بالإعلام الرياضي المقروء الصحافة الرياضية التي تُنشر عبر الصحف والمجلات والنشرات المتخصصة أو الصفحات الرياضية داخل الصحف العامة، وتُعد من أقدم قنوات الإعلام الرياضي وأكثرها قدرة على التوثيق والتحليل مقارنة بالوسائل السمعية والبصرية، إذ تتيح تقديم المادة الرياضية بصورة تفصيلية ومنظمة، مع مساحة أوسع للشرح وتفسير القوانين واللوائح واستعراض الآراء المتعددة (عويس، 1998؛ ياسين، 2011). كما تتميز الصحافة الرياضية بإمكانية الرجوع إلى مادتها لاحقاً بوصفها سجلاً للأحداث الرياضية، وهو ما يعزز وظيفتها المعرفية والتنقيفية داخل المجتمع الرياضي (الشافعي، 2007).

أولاً: خصائص الإعلام الرياضي المقروء: من أبرز خصائص الصحافة الرياضية أنها تمتلك عمقاً تفسيرياً يسمح بتقديم خلفيات وتحليلات تتجاوز الخبر العاجل، كما تتسم بإمكانية التخصص عبر صفحات وأبواب ثابتة (أخبار، تحقيقات، مقالات رأي، حوارات، نقد وتحليل)، إضافة إلى قدرتها على بناء خطاب إعلامي يرسخ قيماً واتجاهات معينة مثل الروح الرياضية واحترام القوانين (عويس، 1998؛ ياسين، 2011). وتقوم فاعليتها كذلك على وضوح اللغة ودقة المصطلح الرياضي، لأن أي غموض أو تحيز في الصياغة قد يسهم في سوء الفهم أو تأجيج التعصب (الشافعي، 2007).

ثانياً: أدوات الصحافة الرياضية: تعتمد الصحافة الرياضية على مجموعة من الأدوات المهنية لإنتاج الرسالة المقروءة، أبرزها: الخبر الرياضي، والتقرير، والتحقيق الصحفي، والحديث/الحوار، والمقال التحليلي، والعمود الصحفي، إضافة إلى توظيف الصورة والإنفوغرافيك والجداول الإحصائية لترتيب المعلومات وإبراز الدلالات. وتتيح هذه الأدوات، بحسب طبيعتها—التوازن بين الإخبار والتفسير والنقد، وتساعد في تحويل الحدث الرياضي إلى مادة معرفية قابلة للفهم والتقييم (عويس، 1998؛ إمام، 1995). كما تتأثر جودة هذه الأدوات بمستوى المهنية والحياد وتعدد المصادر، وهو ما ينعكس على مصداقية الصحافة الرياضية لدى الجمهور (ياسين، 2011).

ثالثاً: تأثير الصحافة الرياضية: يظهر تأثير الإعلام الرياضي المقروء في عدة مستويات؛ فهو يسهم في رفع الثقافة الرياضية من خلال شرح القوانين واللوائح وتوضيح أبعاد الأداء الفني والتحكيمي، كما يساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الفرق واللاعبين والمؤسسات الرياضية، وفي بناء الرأي العام حول القضايا الرياضية المختلفة (عويس، 1998؛ ياسين، 2011). وفي المقابل، قد يضعف أثره أو ينحرف إذا غلبت الإثارة أو التحيز أو التركيز على لعبة واحدة دون غيرها؛ إذ تشير بعض الدراسات إلى وجود أوجه قصور في واقع الصحافة الرياضية من حيث التغطية الشمولية والحياد والتوازن في تناول القضايا (مطاوع، 2017). وبناءً على ذلك، فإن فاعلية الصحافة الرياضية في التأثير الإيجابي ترتبط بمدى التزامها بالمهنية والموضوعية، وقدرتها على تقديم مضمون يوازن بين المتعة والتنقيف والتوجيه (الشافعي، 2007؛ ياسين، 2011).

الإعلام الرياضي المسموع (الإذاعة): خصائصه ودوره في التوعية:

يُعد الإعلام الرياضي المسموع عبر الإذاعة من أقدم أشكال الإعلام الرياضي وأكثرها قدرة على الوصول إلى جمهور واسع، خصوصاً في البيئات التي تتطلب وسيلة خفيفة وسريعة وملزمة للحركة. وتقوم الإذاعة على "الصوت" بوصفه عنصراً جوهرياً في تشكيل المعنى وبناء الصورة الذهنية لدى المستمع، وهو ما يمنحها قدرة مميزة على التأثير في

الاتجاهات وإثارة الاهتمام والمتابعة المستمرة، ولا سيما أثناء النقل المباشر للأحداث الرياضية (Crisell, 1994; McLeish, 2005).

أولاً: خصائص الإعلام الرياضي المسموع: من أهم خصائص الإذاعة الرياضية الفورية والآنية؛ إذ تتميز بسرعة نقل الأخبار والنتائج والتعليقات لحظة وقوع الحدث، بما يجعلها وسيطاً مناسباً للأحداث المتغيرة بسرعة مثل المباريات والبطولات. كما تمتاز بقدرتها على الانتشار والمرونة؛ فالمستمع يستطيع المتابعة أثناء العمل أو القيادة أو الحركة اليومية، الأمر الذي يزيد من كثافة التعرض للمحتوى الرياضي مقارنة ببعض الوسائط الأخرى. (McLeish, 2005)

وتُعد الحميمية والقرب النفسي سمة أساسية للرسالة الإذاعية؛ حيث يخلق الصوت علاقة تواصل شخصية بين المذيع/المعلق والجمهور، وتزداد فاعلية هذا القرب عند استخدام أساليب وصفية دقيقة ولغة بسيطة وتدرج منطقي في عرض الحدث، بما يساعد المستمع على "تخيل" مجريات المباراة وبناء فهمه الخاص للحدث. (Crisell, 1994) كما أن اعتماد الإذاعة على اللغة والوصف يجعل جودة الرسالة مرتبطة مباشرة بكفاءة القائم بالاتصال (المعلق/المذيع) وقدرته على التفسير، وضبط المصطلحات، والالتزام بالمهنية والحياد، لأن ضعف الدقة أو المبالغة قد ينعكس على مصداقية الوسيلة. (Boyle, 2006)

ثانياً: أدوات الإذاعة الرياضية: تعتمد الإذاعة الرياضية على أدوات مثل: النقل المباشر والتعليق، النشرات الرياضية، البرامج الحوارية، الاستوديو التحليلي الإذاعي، المقابلات، والرسائل/المدخلات الهاتفية، إضافة إلى المؤثرات الصوتية التي تعزز الإحساس بالحدث. (Crisell, 1994; McLeish, 2005) وتمتلك هذه الأدوات قدرة عالية على خلق تفاعل جماهيري، سواء عبر المشاركة الهاتفية أو الرسائل، بما يوفر "تغذية راجعة" تساعد في تطوير المحتوى وفق احتياجات الجمهور.

ثالثاً: دور الإذاعة الرياضية في التوعية: تسهم الإذاعة الرياضية في التوعية عبر ثلاثة مسارات رئيسية:

1. **التوعية المعرفية:** من خلال تقديم معلومات مبسطة حول قواعد اللعب، وأسس التدريب، والإصابات الشائعة، وأهمية النشاط البدني والغذاء الصحي. ويساعد الطابع التفسيري للبرامج الإذاعية (الحوار والتحليل) على تحويل الخبر الرياضي إلى معرفة قابلة للاستيعاب. (Boyle, 2006)
 2. **التوعية الاتجاهية والقيمية:** عبر تعزيز قيم اللعب النظيف واحترام القواعد والحد من التعصب، وترسيخ السلوك الرياضي الإيجابي بوصفه نمطاً اجتماعياً مرغوباً. (Hutchins & Rowe, 2012)
 3. **التوعية السلوكية:** من خلال حملات ورسائل إذاعية قصيرة تدفع الجمهور إلى تبني ممارسات صحية مثل المشي والنشاط البدني، وتجنب العادات الضارة. وتؤكد دراسات الاتصال الصحي أن الرسائل الإعلامية تُسهم في رفع الوعي وتشكيل الاتجاهات عندما تُقدّم بوضوح وتكرار وبأسلوب قريب من الجمهور. (Schiavo, 2014)
- وبناءً على ذلك، فإن الإذاعة الرياضية ليست مجرد قناة "نقل" للأحداث، بل يمكن توظيفها كمنصة تثقيفية وصحية فعالة داخل الجامعة والمجتمع، بشرط التخطيط للمضامين التوعوية، وإسنادها لخبراء، والالتزام بالمصداقية وبناء رسائل مناسبة لخصائص الجمهور المستهدف.

الإعلام الرياضي المرئي (التلفزيون): قوة الصورة وإعادة المشاهد وأثرها:

يُعدّ التلفزيون من أكثر وسائط الإعلام الرياضي تأثيراً مقارنة ببقية الوسائل؛ لأنه يجمع بين الصورة والصوت في آن واحد، بما يمنح الرسالة الرياضية قدرة عالية على الجذب والإقناع وبناء المعنى لدى الجمهور. فالصورة المتحركة لا تكفي بنقل الحدث، بل تُعيد تشكيله عبر زوايا التصوير، والإخراج، واللقطات القريبة، والإيقاع، والتعليق، ما يجعل التجربة التلفزيونية في الرياضة تجربة حسية ومعرفية مركبة تتجاوز مجرد الإخبار إلى التأثير في الإدراك والانفعالات والاتجاهات. (Boyle, 2006; Whannel, 1992).

أولاً: قوة الصورة في الإعلام الرياضي التلفزيوني: تكمن قوة التلفزيون في أن الصورة تُقدّم "دليلاً بصرياً" يُسهل الفهم ويُعزز التذكر، ويجعل المتلقي يشعر بالقرب من الحدث كما لو كان حاضراً في الملعب. وتزداد هذه القوة حين يوظف التلفزيون تقنيات مثل اللقطات القريبة، وتعدد الكاميرات، والانتقالات السريعة، والرسوم البيانية، والإحصاءات الفورية، ما يرفع من مستوى استيعاب الجمهور للمجريات الفنية ويزيد من اندماجه الوجداني مع المباراة. (Rowe, 2004; Hutchins & Rowe, 2012).

كما أن البعد البصري يسهل نقل تفاصيل دقيقة مثل حركات اللاعبين، والتكتيك، وردود الأفعال، وهي تفاصيل يصعب نقلها بنفس الدقة عبر الوسائط المقرّوءة أو المسموعة. (Whannel, 1992)

ثانياً: إعادة المشاهد (Replay) وأثرها: تُعدّ "إعادة اللقطة" من أهم مزايا التلفزيون الرياضي؛ إذ تمنح الجمهور فرصة مراجعة الحدث أكثر من مرة وبزوايا مختلفة، ما يساهم في تعميق الفهم وتكوين أحكام أكثر دقة، خصوصاً في الحالات الجدلالية مثل الأخطاء التحكيمية أو الأهداف المشكوك فيها. ومع ذلك، فإن إعادة قد تُنتج أثراً مزدوجاً: فهي من جهة تعزز الشفافية وتزيد من قدرة الجمهور على التحليل، ومن جهة أخرى قد تُضخم الجدل أو تُكرس الانحياز عندما تُعرض اللقطة بشكل انتقائي أو تُكرر بكثافة مع تعليق انفعالي، الأمر الذي قد يوجه تفسير الجمهور للحدث في اتجاه معين. (Boyle, 1992; Whannel, 2006)

ولهذا يرتبط أثر إعادة التلفزيونية بمدى مهنية الإخراج والتعليق واحترامهما لمعايير الدقة والحياد. (Rowe, 2004)

ثالثاً: الأثر على الجمهور (الفهم، الاتجاهات، والسلوك): يسهم التلفزيون الرياضي في تشكيل تصورات الجمهور حول جودة الأداء والعدالة التحكيمية، وفي بناء اتجاهات نحو الفرق واللاعبين وحتى المؤسسات الرياضية. كما أن التغطيات

التلفزيونية—بما تتضمنه من قصص إنسانية وإبراز للنجوم والقذوة—يمكن أن تعزز قيمًا مثل الانضباط والعمل الجماعي، أو تدعم التوعية بممارسة النشاط البدني عندما تُدمج الرسائل الصحية ضمن البرامج والتحليلات (Hutchins & Rowe, 2004; Rowe, 2012). وفي المقابل، قد يؤدي الإفراط في الإثارة أو التركيز على الصدام والجدل إلى تغذية التعصب الرياضي بدلًا من توجيه الجمهور إلى الفهم الهادئ للحدث. (Whannel, 1992) وبناءً على ذلك، يُمثل الإعلام الرياضي المرئي وسيلة ذات تأثير مرتفع بفضل قوة الصورة وتقنيات الإعادة والتحليل، لكنه يحتاج إلى توظيف مهني يوازن بين التشويق والتفسير والتوعية، حتى يتحقق أثره الإيجابي المعرفي والسلوكي داخل المجتمع.

الإعلام الرياضي الإلكتروني، منصات التواصل: سماته وخصائص التفاعل:

يشير الإعلام الرياضي الإلكتروني إلى إنتاج وتوزيع المحتوى الرياضي عبر البيئة الرقمية، بما يشمل مواقع الأخبار الرياضية، والتطبيقات، ومنصات التواصل الاجتماعي. وقد أعاد هذا النمط تشكيل علاقة الجمهور بالرياضة عبر الانتقال من "تلقي" المحتوى إلى المشاركة في صناعته وتداوله. (Jenkins, 2006) وتمتاز منصات التواصل بكونها بيئات تقوم على المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، وسرعة الانتشار، وإتاحة التواصل المباشر بين المؤسسات الإعلامية والجمهور واللاعبين والأندية، بما يجعل التأثير الإعلامي أكثر لحظية وتراكميًا مقارنة بالإعلام التقليدي (Kaplan & Haenlein, 2010; Hutchins & Rowe, 2012).

أولاً: سمات الإعلام الرياضي الإلكتروني:

1. **السرعة والآنية:** يتم نشر الأخبار واللقطات والتحديثات لحظةً بلحظة، وهو ما يعزز المتابعة الفورية للأحداث ويزيد من كثافة التعرض للمحتوى. (Hutchins & Rowe, 2012)
2. **التفاعلية وثنائية الاتجاه:** لا يقتصر دور الجمهور على الاستهلاك، بل يشارك بالتعليق وإعادة النشر وصناعة محتوى مرافق (ردود، مقاطع، تحليلات)، ما يخلق "مجالاً تواصلياً" مستمرًا حول الحدث الرياضي (Jenkins, 2006; Kaplan & Haenlein, 2010).
3. **الشخصنة (Personalization) وتشكل الفقاعات:** تتيح الخوارزميات تقديم محتوى متوافق مع تفضيلات المستخدم، ما يزيد الاندماج والولاء، لكنه قد يعزز الانغلاق داخل توجهات معينة ويعمق الاستقطاب الرياضي (Hutchins & Rowe, 2012).
4. **تعدد الوسائط والدمج:** يمتاز المحتوى الرقمي بدمج النص والصورة والفيديو والبث المباشر والإنفوغرافيك، بما يرفع جاذبية الرسالة ويزيد من احتمالات انتشارها. (Jenkins, 2006)
5. **قابلية القياس والتحليل:** توفر المنصات مؤشرات فورية (إعجابات، مشاركات، تعليقات، وصول) تساعد المؤسسات الرياضية على تقييم أثر رسائلها وبناء قرارات اتصال أكثر دقة. (Kietzmann et al., 2011)

ثانياً: خصائص التفاعل في منصات التواصل:

- يمكن فهم تفاعل الجمهور في الإعلام الرياضي الإلكتروني بوصفه شبكة من العلاقات والسلوكيات الرقمية، تتسم بما يلي:
1. **المشاركة (Participation):** التفاعل لا يحدث فقط عبر التعليق، بل عبر إعادة النشر، وصناعة "ردود" ومحتوى مشتق من الحدث، وهو ما يحول الجمهور إلى فاعل اتصالي داخل المجال الرياضي. (Jenkins, 2006)
 2. **المحادثة (Conversation) والتداول الجمعي:** المنصات تولّد نقاشاً مستمراً أثناء المباريات وبعدها، فتتحول الرياضة إلى حدث "ممتد" يُعاد تفسيره اجتماعياً عبر النقاشات والوسوم. (Kaplan & Haenlein, 2010)
 3. **الانتشار الفيروسي (Virality) وتسارع الأجنحة:** قد تتحول لقطة أو تصريح إلى "ترند" خلال دقائق، ما يرفع الضغط على الأطراف الرياضية (لاعب/مدرب/حكم/إدارة) ويضخم الأثر الانفعالي للحدث (Hutchins & Rowe, 2012).
 4. **بناء الهوية والانتماء الرقمي:** يتجسد الانتماء للأندية والمنتخبات في صور رمزية ووسوم وسلوكيات جماعية رقمية، ما يعزز الولاء، لكنه قد يرفع احتمالات التعصب أو الاستقطاب. (Kietzmann et al., 2011)
 5. **التغذية الراجعة الفورية وإدارة السمعة:** تتيح المنصات ردود فعل فورية على الأداء والقرارات والرسائل الرسمية، وهو ما يجعل إدارة الاتصال الرياضي مرتبطة بإدارة السمعة والأزمات والاستجابة السريعة (Kietzmann et al., 2011; Kaplan & Haenlein, 2010).

المحور الثالث: السلوك الصحي لدى طلبة الجامعة:

مفهوم السلوك الصحي ومكوناته ومحدداته:

أولاً: مفهوم السلوك الصحي: يُقصد بالسلوك الصحي مجموعة الأفعال والممارسات التي يعتمد عليها الفرد بقصد الحفاظ على الصحة والوقاية من المرض، بما يشمل الإجراءات التي تساعد على الاكتشاف المبكر للمشكلات الصحية ومنع تطورها، إضافة إلى تبني أنماط حياة داعمة للصحة. ويتسع المفهوم ليشمل السلوكيات ذات الأثر الإيجابي أو السلبي على صحة الفرد، إذ قد يقوم بعض الأفراد بسلوكيات يعتقدون أنها نافعة بينما تكون ضارة أو غير مناسبة صحياً. كما يرتبط السلوك الصحي بعملية تحليل أنماط السلوك الخطرة وتفسير أسباب الاضطرابات الصحية وإمكانات التأثير في سلوك الأفراد على المستويين الفردي والجماعي. (العاسمي، 2016؛ بطاط & بيريكي، 2021)

ثانياً: مكونات السلوك الصحي: تُبرز الأدبيات داخل المستند أن السلوك الصحي يمكن فهمه عبر ثلاثة مكونات/أبعاد رئيسية:

1. **البعد الوقائي:** ويتمثل في الممارسات التي تحمي الفرد من المرض مثل التلقيح والفحوصات الدورية والمتابعة الطبية المنتظمة.
 2. **بعد الحفاظ على الصحة:** ويشمل السلوكيات اليومية الداعمة للصحة مثل الالتزام بالغذاء الصحي واتباع الإرشادات الصحية العامة.
 3. **بعد الارتقاء بالصحة:** ويقصد به الممارسات التي تعمل على رفع مستوى الصحة وتنميتها مثل النشاط البدني المنتظم وممارسة الرياضة بصورة مستمرة. (بطاط & بريكي، 2021).
- ثالثاً: محددات السلوك الصحي:** يتأثر السلوك الصحي بمجموعة محددات متداخلة، ويمكن تلخيصها في أربع فئات كبرى كما وردت في المستند:

- **محددات فردية وبيئية:** مثل السن، والخبرة/التاريخ الصحي، والمعارف والاتجاهات المرتبطة بالصحة.
 - **محددات اجتماعية-وقائية:** مثل التعليم والمهنة وتوقعات السلوك ومتطلباته والدعم الاجتماعي.
 - **محددات اجتماعية وثقافية مجتمعية:** وتشمل تأثير الثقافة السائدة والمؤسسات الاجتماعية في تشكيل العادات الصحية.
 - **محددات قيمية وتشريعية عامة:** مثل منظومات القيم الدينية والعقائدية والأنظمة القانونية المؤثرة في السلوك.
- كما يؤكد المستند أن السلوك الصحي يُكتسب ويتشكل عبر التنشئة الاجتماعية من خلال النمذجة وتقليد العادات الصحية للأصدقاء والأقارب. (العاسمي، 2016).

رابعاً: مجالات السلوك الصحي المرتبطة بالطلبة: يمثل السلوك الصحي لدى الطلبة الجامعيين منظومة مترابطة من الممارسات اليومية التي تنعكس مباشرة على كفاءة الفرد البدنية والنفسية والاجتماعية، وعلى قدرته على التكيف الأكاديمي والإنجاز. وتزداد أهمية تناول مجالات السلوك الصحي في البيئة الجامعية لأن هذه المرحلة تُعد مرحلة "تنشئة العادات"؛ إذ تتشكل فيها أنماط الحياة المرتبطة بالغذاء والنوم والنشاط البدني وإدارة الضغوط، إلى جانب سلوكيات الوقاية وتجنب المخاطر (يخلف، 2001؛ العاسمي، 2016). ويمكن تصنيف مجالات السلوك الصحي الأكثر ارتباطاً بالطلبة إلى المجالات الآتية:

أ. مجال النشاط البدني وممارسة الرياضة: يُعدّ النشاط البدني المنتظم من أهم مؤشرات السلوك الصحي لدى الطلبة، ويشمل ممارسة التمارين الرياضية أو الأنشطة الحركية اليومية التي تُحافظ على اللياقة القلبية التنفسية والقوة العضلية والمرونة. وتتجلى أهميته في دعم الصحة العامة والوقاية من السمنة ومشكلات الجهاز الحركي، فضلاً عن تحسين المزاج وخفض التوتر. ويتأثر هذا المجال بعوامل مثل توفر الوقت، والبيئة الجامعية الداعمة، والدافعية، والوعي الصحي (تايلور، 2008؛ بطاط & بريكي، 2021).

ب. مجال التغذية والسلوك الغذائي الصحي: يتضمن هذا المجال اختيار غذاء متوازن من حيث الكمية والنوعية، والالتزام بوجبات منتظمة، وتقليل الاعتماد على الأغذية عالية الدهون/السكريات والوجبات السريعة. كما يشمل السلوك الغذائي الصحي قراءة المحتوى الغذائي عند الإمكان، وضبط العادات الغذائية داخل الحرم الجامعي (المقصف/الوجبات السريعة)، والوعي بمخاطر الإفراط أو عدم الانتظام الغذائي. ويُنظر إلى التغذية هنا بوصفها سلوكاً مكتسباً يتأثر بالثقافة السائدة، والبيئة الاقتصادية، والرفاق، وتوافر البدائل الصحية (العاسمي، 2016؛ بطاط & بريكي، 2021).

ت. مجال النوم والراحة وتنظيم الوقت: يمثل النوم الكافي والمنتظم ركيزة أساسية للصحة البدنية والنفسية، ويظهر لدى الطلبة من خلال انتظام أوقات النوم والاستيقاظ، وتجنب السهر المفرط، وتقليل المنبهات قبل النوم. ويؤثر هذا المجال في الانتباه والذاكرة والقدرة على التعلم، كما يرتبط بمستويات الضغط والقلق. ويُعد سوء النوم من السلوكيات الشائعة في البيئة الجامعية بسبب ضغط الدراسة واستخدام الأجهزة الرقمية، ما يجعل تعزيز هذا المجال ضرورياً ضمن برامج التوعية الصحية (يخلف، 2001؛ تايلور، 2008).

ث. مجال الصحة النفسية وإدارة الضغوط: يرتبط السلوك الصحي لدى الطلبة بقدرتهم على التعامل مع ضغوط الدراسة والامتحانات والعلاقات الاجتماعية. ويشمل هذا المجال مهارات إدارة الوقت، والاسترخاء، والطلب المبكر للمساعدة النفسية عند الحاجة، والابتعاد عن أساليب المواجهة غير الصحية (مثل الانسحاب، أو السلوكيات الإدمانية). وتشير أدبيات علم نفس الصحة إلى أن السلوكيات الصحية تتعزز عندما يمتلك الفرد استراتيجيات تكيف إيجابية ودعماً اجتماعياً (تايلور، 2008؛ العاسمي، 2016).

ج. مجال الوقاية والرعاية الصحية الأولية: يتضمن هذا المجال الممارسات الوقائية مثل إجراء الفحوصات الدورية عند الحاجة، واتباع الإرشادات الطبية، والالتزام بالتطعيمات والتدابير الوقائية العامة، إضافة إلى الاستجابة المبكرة للأعراض وعدم إهمال المؤشرات الصحية. ويعكس هذا المجال مستوى الوعي الصحي والثقة بالمصادر الطبية، كما يتأثر بمدى سهولة الوصول للخدمات الصحية والاتجاهات نحو العلاج والوقاية (يخلف، 2001؛ العاسمي، 2016).

ح. مجال النظافة الشخصية والرعاية الذاتية: يشمل هذا المجال ممارسات النظافة اليومية (نظافة اليدين، الفم والأسنان، العناية بالمظهر العام)، والاستخدام الآمن للأدوات الشخصية، والحفاظ على بيئة معيشية/دراسية نظيفة. وتبرز أهمية هذا المجال في الوقاية من الأمراض المعدية، وفي بناء نمط حياة منضبط يعكس احترام الذات والآخرين، وهو مجال شديد الارتباط بثقافة الطالب وتربيته وبيئته الجامعية (يخلف، 2001).

خ. مجال تجنب العادات والسلوكيات الضارة: يقصد به الامتناع أو التقليل من السلوكيات التي تضر بالصحة مثل التدخين، وتعاطي المواد الضارة، وسوء استخدام المنبهات، إضافة إلى بعض الممارسات الخطرة المرتبطة بالتغذية غير السليمة أو قلة

الحركة. ويُلاحظ أن بعض هذه السلوكيات قد تتعزز بفعل ضغط الأقران أو المفاهيم الخاطئة حول "التنفيس عن الضغوط"، مما يستدعي تدخلاً توعوياً يركز على تصحيح المعتقدات وتقديم بدائل صحية (تايلور، 2008؛ بطاط & بريكي، 2021).

د. مجال السلامة والوقاية من الإصابات والحوادث: يشمل هذا المجال الالتزام بسلوكيات السلامة داخل الحرم الجامعي وخارجه، مثل الانتباه أثناء القيادة أو التنقل، والالتزام بإرشادات السلامة في الأنشطة الرياضية، واستخدام أساليب إحماء مناسبة، والالتزام بتعليمات المدرب/المختص لتجنب الإصابات. ويعد هذا المجال مهماً للطلبة بسبب كثافة الحركة اليومية وممارسة الأنشطة الرياضية (يخلف، 2001).

ذ. مجال العلاقات الاجتماعية الداعمة للصحة: يمتد السلوك الصحي إلى البعد الاجتماعي؛ فالدعم الاجتماعي من الأسرة والأصدقاء والبيئة الجامعية يساهم في ترسيخ السلوكيات الإيجابية، ويقلل من السلوكيات الخطرة. ويظهر ذلك في اختيار جماعة الرفاق، والمشاركة في الأنشطة الطلابية، وتبادل العادات الصحية، لأن كثيراً من سلوكيات الطلبة تُكتسب عبر "النمذجة" والتقليد داخل الجماعات (العاسمي، 2016؛ يخلف، 2001).

ر. مجال الوعي الصحي والمعلومات الصحية الموثوقة: يتعلق هذا المجال بقدرة الطالب على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، والرجوع إلى مصادر موثوقة، وبناء اتجاهات إيجابية نحو التعلم الصحي المستمر. ويُعد هذا المجال مدخلاً أساسياً لأن المعرفة الصحية تساهم في تكوين الاتجاهات التي تسبق السلوك، رغم أن المعرفة وحدها لا تكفي دون دافعية وبيئة مساعدة (تايلور، 2008؛ بطاط & بريكي، 2021).

خامساً: خصائص مرحلة الشباب الجامعي وعلاقتها بتكوين العادات الصحية:

تُعد مرحلة الشباب الجامعي من أكثر المراحل حساسية في تشكيل نمط الحياة؛ لأنها تمثل انتقالاً من بيئة أسرية أكثر ضبطاً إلى بيئة تتسع فيها مساحة الاستقلالية واتخاذ القرار. وفي هذه المرحلة تتسارع عمليات بناء الهوية وتكوين الاتجاهات، ويزداد تأثير جماعة الرفاق والبيئة الجامعية في السلوك اليومي، الأمر الذي يجعل الطالب أكثر قابلية لاكتساب عادات صحية إيجابية (مثل ممارسة النشاط البدني والنوم المنتظم) أو تبني عادات سلبية (مثل السهر المفرط وسوء التغذية) وفقاً لطبيعة خبراته ومصادر تأثيره (تايلور، 2008؛ العاسمي، 2016).

ومن الخصائص البارزة لهذه المرحلة ارتفاع مستوى **الضغوط الأكاديمية** (الاختبارات، كثافة التكاليفات، التنافس)، وهو ما يرتبط بتغيرات في التنظيم اليومي وإدارة الوقت؛ إذ قد يلجأ بعض الطلبة إلى استراتيجيات غير صحية لمواجهة الضغط مثل الإكثار من المنبهات، أو تقليل ساعات النوم، أو الإفراط في تناول الوجبات السريعة. وتشير أدبيات علم نفس الصحة إلى أن الضغوط لا تؤثر في الحالة النفسية فقط، بل تمتد لتؤثر في قرارات الفرد الصحية وفي ثبات سلوكياته، وأن امتلاك مهارات التكيف والدعم الاجتماعي يُعد عاملاً وقيماً يدعم السلوك الصحي (يخلف، 2001؛ تايلور، 2008).

كما تتميز مرحلة الشباب الجامعي بزيادة التعرض للمؤثرات الاجتماعية والإعلامية، واتساع دائرة العلاقات، وهو ما يعزز **النمذجة الاجتماعية**؛ أي اكتساب السلوك عبر ملاحظة سلوك الآخرين وتقليده داخل جماعة الرفاق أو البيئة الجامعية. وبذلك تتكون العادات الصحية في ضوء ما يسود المجموعة من معايير وقيم (مثل اعتبار الرياضة نمطاً طبيعياً أو اعتبار التدخين/السهر سلوكاً "مقبولاً" اجتماعياً). لذلك فإن تعزيز الثقافة الصحية داخل الجامعة، وتوفير بيئة داعمة (أنشطة رياضية، حملات توعوية، بدائل غذائية صحية) يساهم في تحويل المعرفة الصحية إلى ممارسة مستمرة (العاسمي، 2016؛ بطاط & بريكي، 2021).

وعليه، يمكن القول إن علاقة خصائص مرحلة الشباب الجامعي بتكوين العادات الصحية علاقة مباشرة؛ فكلما توفرت لدى الطالب معرفة صحية صحيحة، ودافعية ذاتية، ومهارات تنظيم الوقت وإدارة الضغط، ودعم اجتماعي/جامعي، زادت احتمالية تكوين عادات صحية مستقرة. أما ضعف هذه العناصر فيرجح تشكل عادات غير صحية قد تمتد آثارها لما بعد المرحلة الجامعية (يخلف، 2001؛ تايلور، 2008).

سادساً: العوامل المؤثرة في السلوك الصحي داخل البيئة الجامعية:

يتأثر السلوك الصحي لدى الطلبة الجامعيين داخل البيئة الجامعية بمجموعة عوامل متداخلة، ويمكن تصنيفها إلى عوامل **ثقافية واجتماعية واقتصادية ونفسية**؛ إذ يرتبط السلوك الصحي بالمعارف الصحية السائدة والمعتقدات والقيم التي توجه اختيارات الطالب اليومية، مثل نظرته للرياضة والغذاء والوقاية، ومدى اعتقاده بأهمية تبني نمط حياة صحي. كما أن الثقافة الجامعية العامة (الخطاب السائد، المبادرات، والأنشطة) تساهم في ترسيخ العادات الصحية أو إضعافها، لأن السلوك الصحي يُكتسب غالباً ضمن سياقات اجتماعية ويُعاد إنتاجه بفعل التكرار والتطبيق داخل الجماعة (المشعان & خليفة، 1999).

أما **العوامل الاجتماعية** فتتمثل في تأثير الأسرة وجماعة الرفاق وشبكات الدعم الاجتماعي داخل الجامعة، إذ قد تشجع جماعة الأصدقاء الطالب على الالتزام بالنشاط البدني أو، على العكس، تعزز سلوكيات غير صحية كالسهر والتدخين. كما ترتبط العوامل الاجتماعية أيضاً بمستوى التعليم والبيئة المحيطة ومكانة الفرد الاجتماعية وما يصاحبها من توقعات سلوكية ومعايير جماعية، وهي عوامل لها دور مباشر في تكوين السلوك الصحي واستمراره (محمود، 1979).

وتؤثر **العوامل الاقتصادية** في السلوك الصحي عبر ما يتوفر للطلبة من موارد وقدرة شرائية، لأن توفر المال أو نقصه ينعكس على طبيعة الغذاء (اختيار بدائل صحية أو الاعتماد على وجبات منخفضة الجودة/سريعة)، وعلى القدرة على الاشتراك في أنشطة رياضية أو الوصول لخدمات صحية مناسبة. كما أن الظروف المعيشية (السكن، المواصلات، مصروف الطالب) قد تخلق قيوداً عملية تقلل من تبني سلوكيات صحية حتى مع وجود وعي نظري بها (الصمادي، د.ت.).

في حين تظهر **العوامل النفسية** من خلال مستوى الضغط الأكاديمي والقلق والتوتر، إذ قد يدفع الضغط بعض الطلبة إلى سلوكيات تعويضية غير صحية (كاضطراب النوم، الإفراط في المنبهات، أو ضعف الالتزام بالغذاء المتوازن). وتزداد

قابلية تبني السلوك الصحي عندما يمتلك الطالب اتجاهات إيجابية ودافعية داخلية وقدرة على ضبط الذات واتخاذ القرار الصحي، لأن السلوك الصحي ليس مجرد معرفة، بل هو ممارسة تتأثر بالاستعداد النفسي والقدرة على الاستمرار (أحمد، الجنابي، & النفاخ، 2008).

المحور الرابع: دور الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي:

أولاً: الآليات التي يؤثر بها الإعلام الرياضي في السلوك الصحي:

يؤثر الإعلام الرياضي في السلوك الصحي عبر مسارات اتصالية ونفسية متكاملة، تبدأ من نقل المعرفة وتنتهي بتكوين السلوك وترسيخه. ونفسر هذه العلاقة عادةً من خلال أربع آليات رئيسية: **المعرفة، والاتجاهات، والدافعية، والنمذجة**؛ إذ تعمل الرسائل الرياضية (البرامج، التقارير، الحملات، محتوى المنصات) على رفع وعي الطلبة بالصحة والرياضة، ثم إعادة تشكيل مواقفهم وقناعاتهم، وتحريك دافعيتهم، وتقديم نماذج سلوكية قابلة للتقليد، بما يدعم تبني عادات صحية أكثر استقراراً. (Taylor, 2008; Schiavo, 2014)

1. آلية المعرفة (Knowledge): تبدأ عملية التأثير غالباً بزيادة **المعرفة الصحية**؛ فالإعلام الرياضي يقدم معلومات حول فوائد النشاط البدني، وأسس التغذية السليمة، والوقاية من الإصابات، وإرشادات النوم والراحة، وأضرار التدخين والمنبهات. ومع تكرار الرسائل وتبسيطها وربطها بالأحداث الرياضية والقنوات، يتحول المحتوى إلى "مخزون معرفي" يساعد الطالب على فهم العلاقة بين السلوك اليومي والصحة واللياقة. (Schiavo, 2014) كما أن تراكم المعرفة يرفع قدرة الطالب على اتخاذ قرارات صحية واعية، خاصة عندما تُقدّم المعلومات بأسلوب واضح وموثوق ومناسب لخصائص الجمهور الجامعي. (Taylor, 2008)

2. آلية الاتجاهات (Attitudes): لا يكفي توافر المعلومة وحده لإحداث تغيير سلوكي؛ إذ يلعب الإعلام الرياضي دوراً في تشكيل **اتجاهات** الطلبة نحو السلوك الصحي (مثل: تقدير قيمة الرياضة، الإيمان بأهمية الغذاء المتوازن، أو رفض العادات الضارة). ويحدث ذلك عبر التأطير الإعلامي للرسالة (Frame) وإبراز النتائج الإيجابية للسلوك الصحي وربطه بالنجاح والإنجاز، أو عبر عرض الآثار السلبية لسلوكيات معينة. وعندما تتحول الرسالة إلى اتجاه إيجابي مستقر، يصبح تبني السلوك الصحي أكثر احتمالاً واستمرارية. (Taylor, 2008; Schiavo, 2014)

3. آلية الدافعية (Motivation): يُسهم الإعلام الرياضي في تحريك **الدافعية** نحو تبني السلوك الصحي عبر: (أ) تعزيز الشعور بالكفاءة والقدرة على التغيير، (ب) تقديم أهداف واقعية قابلة للتحقيق (مثل: 30 دقيقة مشي يومياً)، (ج) إثارة الحماس عبر قصص النجاح والتحسين، و(د) بناء مكافآت معنوية مرتبطة بالانتماء والهوية. (Taylor, 2008) كما تلعب منصات التواصل دوراً إضافياً عبر التحديات الصحية، ولوحات التقدم، والمجموعات الداعمة، والتعزيز الاجتماعي (إعجاب/تشجيع/مشاركة)، وهي عناصر ترفع الاستمرارية وتقلل الانقطاع عن السلوك الصحي (Kietzmann et al., 2011).

4. آلية النمذجة (Modeling): تُعد النمذجة من أقوى آليات التأثير؛ إذ يتعلم الطلبة السلوك من خلال **ملاحظة** نماذج محببة أو مؤثرة (لاعبين، مدربين، مؤثرين رياضيين) وهم يمارسون عادات صحية مثل التدريب المنتظم، والالتزام الغذائي، والنوم المنظم. وتزداد فاعلية النمذجة عندما يكون النموذج قريباً من فئة الطلبة أو يُنظر إليه على أنه ناجح وموثوق، وعندما تُعرض السلوكيات كإجراءات عملية قابلة للتطبيق لا كمثاليات بعيدة (Bandura, 1977; Bandura, 1986). وفي بيئة الإعلام الرياضي الرقمي، تتوسع النمذجة عبر المحتوى القصير المتكرر، ما يعزز "التعلم بالملاحظة" ويزيد احتمالية تقليد السلوك داخل جماعات الأقران الرقمية. (Jenkins, 2006)

يعمل الإعلام الرياضي على السلوك الصحي بمنطق "سلسلة تأثير" تبدأ بالمعرفة، ثم تتحول إلى اتجاهات، وتتحرك بالدافعية، وتنتثبت بالنمذجة والتكرار الاجتماعي؛ ومع توفر بيئة جامعية داعمة، يصبح الأثر أقوى وأكثر استدامة (Taylor, 2008; Schiavo, 2014).

ثانياً: أدوار الإعلام الرياضي في التوعية الصحية:

يمتلك الإعلام الرياضي قدرة كبيرة على الإسهام في التوعية الصحية؛ لأنه يخاطب جمهوراً واسعاً ويتصل بالاهتمامات اليومية للطلبة والشباب، كما يمكنه دمج المضامين الصحية داخل سياقات محببة مثل المنافسات والنجوم والإنجازات الرياضية. وتتمثل أدواره في التوعية الصحية في أربعة مسارات رئيسية: **الرسائل، الحملات، البرامج، والقنوات الرياضية**. (Schiavo, 2014; Boyle, 2006)

1. **الرسائل الصحية الموجهة (Health Messages):** يقوم الإعلام الرياضي ببناء رسائل قصيرة أو مطوّلة تهدف إلى رفع الوعي الصحي، مثل رسائل: أهمية النشاط البدني، فوائد الإحماء والتمدد، التغذية المتوازنة، مخاطر التدخين والمنشطات، والنوم الكافي. وتزداد فاعلية الرسالة حين تنسم بالوضوح، وتستند إلى معلومات موثوقة، وتستخدم لغة قريبة من جمهور الطلبة، وتُقدّم بتكرار مناسب وبأساليب جذابة. (Schiavo, 2014) كما تساعد الرسائل المرتبطة بحدث رياضي (مباراة/بطولة) على ترسيخ الفكرة لأنها تأتي في لحظة اهتمام مرتفع لدى الجمهور. (Hutchins & Rowe, 2012)
 2. **الحملات التوعوية الصحية (Health Campaigns):** يسهم الإعلام الرياضي في تنظيم حملات توعوية على مستوى الجامعة أو المجتمع، تتضمن شعارات موحدة، ومواد مرئية/مسموعة، وتحديات رقمية (مثل: "امش 30 دقيقة يوميًا"، "أسبوع بلا تدخين"، "غذاء صحي في الحرم الجامعي"). وتتميز الحملات بأنها تعمل على "تجميع الرسائل" ضمن إطار واحد يعزز التكرار والاتساق، ويزيد احتمالية تحوّل المعرفة إلى اتجاه ثم إلى سلوك. وتؤكد أدبيات الاتصال الصحي أن فعالية الحملات ترتبط بتحديد الجمهور المستهدف بدقة، واختيار قنوات مناسبة، وقياس الاستجابة والتغذية الراجعة لتطوير الحملة (Schiavo, 2014).
 3. **البرامج الرياضية ذات البعد الصحي (Sports Programs with Health Content):** يتجاوز دور الإعلام الرياضي مجرد بث المنافسات إلى تقديم برامج تحليلية وتثقيفية يمكنها إدماج فقرات صحية ثابتة، مثل:
 - "فكرة صحة ولياقة" داخل الاستوديو التحليلي،
 - لقاءات مع أخصائي تغذية أو علاج طبيعي،
 - شرح مبسط لإصابات الملاعب وطرق الوقاية،
 - توعية حول التدريب الآمن لغير الرياضيين.
 وتسمح البرامج—خصوصًا التلفزيونية والإذاعية—بتفسير المفاهيم الصحية بشكل أعمق، وتوفير المعلومات الخاطئة الشائعة، وتحويل النصيحة الصحية إلى خطوات عملية قابلة للتطبيق لدى الطلبة. (Boyle, 2006; McLeish, 2005)
 4. **توظيف القدوات الرياضية (Role Models):** تُعد القدوة الرياضية من أقوى أدوات التأثير؛ إذ يميل الشباب إلى تقليد الرياضيين المشاهير أو المؤثرين الرياضيين، وهو ما يجعل سلوكهم الصحي (تمرين، غذاء، انضباط، نوم) نموذجًا قابلاً للانتقال بالتعلم بالملاحظة. وتؤكد نظرية التعلم الاجتماعي أن رؤية النموذج وهو يلتزم بالسلوك الصحي—مع إبراز النتائج الإيجابية—تعزيز احتمالات تقليد السلوك لدى الجمهور، خاصة إذا كان النموذج محبوبًا ويُنظر إليه على أنه ناجح وقريب من فئة المتلقين (Bandura, 1977; Bandura, 1986). وفي المنصات الرقمية تتوسع قوة القدوة عبر المحتوى القصير المتكرر والتفاعل المباشر، ما يرفع التأثير ويجعل "التشجيع الاجتماعي" جزءًا من العملية التوعوية (Jenkins, 2006; Kietzmann et al., 2011).
- ثالثًا: معوقات قيام الإعلام الرياضي بدوره الصحي:**
- على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي يمتلكها الإعلام الرياضي في تعزيز السلوك الصحي ونشر الوعي، إلا أن فاعلية هذا الدور قد تتراجع بسبب مجموعة من المعوقات التنظيمية والمهنية والمحتوائية. وتبرز هذه المعوقات بشكل واضح عندما تتحول الأولويات من التثقيف الصحي إلى تحقيق نسب متابعة عالية أو تغطية آنية للأحداث دون بناء رسائل توعوية مخططة. (Schiavo, 2014; Boyle, 2006)
1. **ضعف التخطيط وغياب الاستراتيجية الصحية:** يُعد ضعف التخطيط من أبرز المعوقات؛ إذ تُقدّم الرسائل الصحية في كثير من الأحيان بصورة موسمية أو عشوائية دون وجود أهداف محددة، أو جمهور مستهدف واضح، أو مؤشرات لقياس الأثر. وعندما لا تتوفر استراتيجية اتصال صحي داخل البرامج الرياضية، تصبح التوعية مجرد فقرات ثانوية لا تمتلك الاستمرارية ولا تراكم المعرفة، مما يقلل قدرتها على إحداث تغيير سلوكي حقيقي. (Schiavo, 2014) كما أن غياب التكامل بين المؤسسات الرياضية والإعلامية والجهات الصحية يؤدي إلى ضعف التنسيق وتكرار الرسائل أو تناقضها.
 2. **هيمنة منطق الإثارة والسبق على حساب التوعية:** تميل بعض التغطيات الرياضية إلى التركيز على الإثارة والجدل والصراع (مثل تضخيم الخلافات والتحكيم والتعصب) لزيادة التفاعل والمتابعة، وهو ما قد يطغى على أي مضمون تثقيفي أو صحي. وتؤدي هذه الممارسات إلى تحويل الاهتمام من الرسالة التوعوية إلى المحتوى الانفعالي، بما يضعف جودة النقاش العام ويحدّ من فرص تضمين رسائل صحية هادفة داخل الخطاب الرياضي. (Boyle, 2006; Whannel, 1992) كما أن التركيز على "التrend" في المنصات الرقمية قد يُعزز الاستهلاك السريع للمحتوى بدلًا من تقديم معرفة صحية منظمة.
 3. **نقص المحتوى الصحي المتخصص وضعف الاعتماد على الخبراء:** من المعوقات المهمة أيضًا محدودية المحتوى الصحي داخل البرامج الرياضية، أو تقديمه بشكل غير متعمق، وأحيانًا دون الاستناد إلى مصادر علمية أو استضافة مختصين (طب رياضي، تغذية، علاج طبيعي). وعندما يغيب الخبراء، قد تنتشر معلومات مبسطة بصورة مفرطة أو غير دقيقة، ما يضعف الثقة بالمحتوى ويقلل من أثره الإرشادي. (Schiavo, 2014) ويزداد هذا التحدي في الإعلام الرقمي بسبب سرعة النشر وتداول المعلومات دون تدقيق كافٍ. (Hutchins & Rowe, 2012)
 4. **ضعف التأهيل المهني في الاتصال الصحي:** حتى مع وجود نية للتوعية، قد يفتقر بعض الإعلاميين الرياضيين إلى مهارات "الترجمة الإعلامية" للمعلومة الصحية (تبسيطها دون تشويهها)، أو مهارات صياغة رسائل تغيير السلوك، أو اختيار الأسلوب الأنسب للجمهور الجامعي. ويؤدي ذلك إلى رسائل عامة غير مؤثرة، أو خطاب وعظي لا يحقق الاستجابة المطلوبة (Schiavo, 2014).
 5. **معوقات مرتبطة بالوسيلة والجمهور (الوقت، الانتباه، الخوارزميات):** في التلفزيون، قد يفرض وقت البث وضغط الإعلانات تقليص الفقرات الصحية، وفي الإذاعة قد تُختزل الرسالة في نصائح سريعة دون شرح كافٍ. أما في منصات

- التواصل، فتؤثر الخوارزميات وتفضيلات الجمهور في إبراز المحتوى المثير أكثر من المحتوى التوعوي، مما يجعل الرسائل الصحية أقل ظهوراً وانتشاراً ما لم تُصمم بطريقة جذابة وقابلة للمشاركة. (Kietzmann et al., 2011)
- إجراءات الدراسة:**
- **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على **المنهج الوصفي** لملاءمته لطبيعة الدراسة وبما يتوافق مع عنوانها وأهدافها وفروضها.
 - **مجتمع الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في (3970) طالباً من طلاب **كلّيات المريج بجامعة بنغازي** المسجلين للعام الجامعي **2024-2025م**، موزعين على كليات: التربية البدنية، الآداب والعلوم، التربية، الطب، الاقتصاد، العلوم البيئية، كما يوضح المستند توزيع المجتمع عددياً حسب الكليات.
 - **عينة الدراسة وطريقة اختيارها:** اختيرت عينة الدراسة من طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي، وبلغ حجمها (397) طالباً وطالبة، بنسبة **10%** من المجتمع الأصلي. وتم اختيار العينة **بطريقة عمدية**، وتوزعت على الكليات وفق الآتي: (63) التربية البدنية، (66) الاقتصاد، (109) الآداب والعلوم، (85) التربية، (14) العلوم البيئية، (60) الطب.
 - **الدراسة الاستطلاعية:** أجرى الباحث دراسة استطلاعية بهدف استخراج **المعاملات العلمية (الصدق والثبات)** لأداة الدراسة، وذلك على عينة قوامها (30) طالباً وطالبة من كلية الآداب والعلوم (ساحل الجبل الأخضر) بجامعة بنغازي، وتم تطبيق الاختبار ثم إعادة الاختبار بعد أسبوعين.
 - كما تم في ضوء عرض الاستبيان على الخبراء إجراء تعديلات على محاور/عبارات الأداة؛ حيث كانت الاستمارة مبدئياً (6) محاور، ثم **حُذِفَ المحور السادس** واستُبدلت بعض العبارات، مع **دمج محور الغذاء الصحي مع محور الصحة الشخصية** ليصبح محوراً واحداً بعنوان (الصحة الشخصية والغذاء الصحي).
 - أداة جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة على **الاستبيان** بوصفه أداة لجمع البيانات، وتم إعداد استمارة لقياس أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي من إعداد الباحث.
 - **صدق وثبات أداة الدراسة:**
 - **الثبات:** تم حساب الثبات باستخدام **معامل ألفا كرونباخ**، حيث بلغ الثبات الكلي لاستمارة الاستبيان (0.892)، مع قيم ثبات مقبولة لمحاور الأداة.
 - **الصدق:** تم التحقق من الصدق باستخدام **الاتساق الداخلي** عن طريق **معامل ارتباط بيرسون** لبيان ارتباط فقرات الاستبيان بمحاورها، وأشارت النتائج إلى وجود معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً (بحسب ما ورد في جداول الصدق).
 - **مجالات وحدود التطبيق:**
 - **المجال المكاني:** طُبِّقت الدراسة الاستطلاعية بكلية الآداب والعلوم (ساحل الجبل الأخضر) جامعة بنغازي، بينما طُبِّقت الدراسة الأساسية في **كلّيات المريج بجامعة بنغازي**.
 - **المجال البشري:** طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي.
 - **المجال الزمني:** تُنفذت الدراسة الاستطلاعية خلال 28/10/2024م – 10/11/2024م، وتُنفذت الدراسة الأساسية خلال 28/11/2024م – 28/12/2024م ضمن العام الجامعي 2024-2025م.
 - **الدراسة الأساسية (التطبيق الميداني):** بعد التأكد من صلاحية الاستبيان من حيث الصدق والثبات، تم توزيع الاستمارة على أفراد العينة الأساسية من طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي خلال الفترة المحددة للدراسة الأساسية، ثم جُمعت الاستمارات واستُكملت إجراءات التفرغ والمعالجة الإحصائية.
 - **المعالجات الإحصائية:** تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات المحصّلة من الاستبيان، بهدف تحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها، وشملت: **التحليل الوصفي، معامل الثبات، معامل الارتباط، التحليل الإحصائي للفروق**، إضافة إلى التحليل باستخدام **البرامج الإحصائية**. كما استخدم المستند **تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)** لاختبار الفروق عند مستوى دلالة (0.05) بين الكليات.
 - **عرض النتائج ومناقشتها:** يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية التي هدفت إلى التعرف على أثر الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي لدى طلاب كليات المريج بجامعة بنغازي، وذلك بالاعتماد على استجابات أفراد العينة على أداة الدراسة (الاستبيان)، وباستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لاختبار فروض الدراسة.

- النتائج الوصفية للبيانات الشخصية: تُعد البيانات الشخصية مدخلًا ضروريًا لفهم خصائص أفراد العينة وتفسير النتائج في ضوء تركيبته الديموغرافية، وقد شملت (الكلية، الفئة العمرية، الجنس).
- توزيع أفراد العينة حسب الكلية: أظهرت نتائج التوزيع حسب الكلية أن أفراد العينة (ن=397) توزعوا على كليات المرج بجامعة بنغازي بنسب متفاوتة؛ إذ جاءت كلية الآداب والعلوم في المرتبة الأولى من حيث التمثيل بنسبة (27.5%)، تليها كلية التربية بنسبة (21.4%)، ثم كلية الاقتصاد بنسبة (16.6%)، ثم كلية التربية البدنية بنسبة (15.9%)، ثم كلية الطب بنسبة (15.1%)، بينما جاءت كلية العلوم البيئية بأقل نسبة تمثيل (3.5%). كما ما هو موضح بالجدول (1)

جدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب الكلية (ن = 397)

الكلية	العدد	النسبة%	الترتيب
الآداب والعلوم	109	27.5%	1
التربية	85	21.4%	2
الاقتصاد	66	16.6%	3
التربية البدنية	63	15.9%	4
الطب	60	15.1%	5
العلوم البيئية	14	3.5%	6
الإجمالي	397	100%	—

توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية:

بيّنت النتائج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة تقع ضمن فئة أقل من 30 سنة بعدد (390) ونسبة (98.2%)، مقابل (7) أفراد بنسبة (1.8%) للفئة (من 30 إلى أقل من 50 سنة). ويعكس ذلك أن العينة تمثل بشكل رئيس فئة الشباب الجامعي المستهدف بالدراسة. (انظر جدول 2).

جدول رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية (ن = 397)

الفئة العمرية	العدد	النسبة%
أقل من 30 سنة	390	98.2%
من 30 إلى أقل من 50 سنة	7	1.8%
الإجمالي	397	100%

توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

أظهرت النتائج أن عدد الذكور بلغ (157) بنسبة (39.5%)، بينما بلغ عدد الإناث (240) بنسبة (60.5%). ويشير ذلك إلى ارتفاع تمثيل الإناث داخل العينة مقارنة بالذكور. (انظر جدول 3)

جدول رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب الجنس (ن = 397)

الجنس	العدد	النسبة%
ذكور	157	39.5%
إناث	240	60.5%
الإجمالي	397	100%

نتائج اختبار فروض الدراسة: بعد عرض خصائص العينة، تم الانتقال إلى اختبار فروض الدراسة وفق ما تم اعتماده في التحليل الإحصائي.

الفرضية الأولى: الفروق في السلوك الصحي تبعًا لاختلاف الكلية:

نص الفرضية الصفرية: (H0) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرج بجامعة بنغازي تُعزى لاختلاف الكلية.

تحليل التباين الأحادي. (One-way ANOVA)

جدول: الفروق في متوسط السلوك الصحي حسب الكلية (One-way ANOVA)

مصدر التباين	قيمة F	مستوى الدلالة (Sig.)	القرار عند 0.05
بين الكليات	0.707	0.619	لا توجد فروق دالة إحصائية

بما أن (Sig=0.619) أكبر من (0.05)، فهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط السلوك الصحي تُعزى لاختلاف الكلية.

قبول الفرضية الصفرية: (H0) تشير النتيجة إلى أن السلوك الصحي لدى الطلبة يتسم بدرجة من التقارب بين مختلف الكليات، بما يعني أن اختلاف الكلية لا يؤدي إلى اختلاف جوهري في السلوك الصحي في حدود عينة الدراسة.

الفرضية الثانية: الفروق في السلوك الصحي تبعاً لمتغير الجنس

نص الفرضية الصفرية: (H0) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط السلوك الصحي تُعزى لمتغير الجنس.

الاختبار المستخدم: تحليل التباين (ANOVA).

أ. الإحصاءات الوصفية لمتوسط السلوك الصحي حسب الجنس

الجنس	العدد (N)	المتوسط الحسابي للسلوك الصحي
ذكور	157	4.1539
إناث	240	4.0295

ب. نتائج اختبار التباين الأحادي (One-way ANOVA) حسب الجنس

مصدر التباين	قيمة F	مستوى الدلالة (Sig.)	القرار عند 0.05
الجنس	5.461	0.020	توجد فروق دالة إحصائية

بما أن (Sig=0.020) أقل من (0.05)، فهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الصحي تُعزى لمتغير الجنس.

رفض الفرضية الصفرية (H0) وقبول وجود فروق دالة إحصائية. تدل هذه النتيجة على أن مستوى السلوك الصحي يختلف باختلاف الجنس، وجاء الفرق لصالح الذكور وفق المتوسطات. ويمكن تفسير ذلك بوجود اختلافات مرتبطة بنمط النشاط البدني أو طبيعة الممارسة اليومية لبعض العادات الصحية بين الجنسين.

الفرضية الثالثة: العلاقة بين الإعلام الرياضي والسلوك الصحي (الارتباط):

استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين السلوك الصحي (المتغير التابع) وكل من: الصحافة الرياضية المكتوبة، الإذاعة المسموعة، الإذاعة المرئية، والإعلام الرياضي كمتغير كلي.

أظهرت النتائج وجود علاقات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين السلوك الصحي ووسائل الإعلام الرياضي المختلفة، وجاءت معاملات الارتباط كما يلي:

جدول رقم (4): معاملات ارتباط بيرسون بين وسائل الإعلام الرياضي والسلوك الصحي (n=397)

محاور/وسائل الإعلام الرياضي	معامل الارتباط (r) مع السلوك الصحي	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig.)	الدالة عند مستوى 0.01
الصحافة الرياضية المكتوبة	0.387	0.00	دالة إحصائية
الإذاعة المسموعة	0.430	0.00	دالة إحصائية
الإذاعة المرئية	0.457	0.00	دالة إحصائية
الإعلام الرياضي (كلياً)	0.527	0.00	دالة إحصائية

رفض فرضية عدم العلاقة وقبول وجود علاقة ارتباط موجبة دالة تعني النتيجة أن زيادة التعرض للإعلام الرياضي أو الاستفادة منه ترتبط بارتفاع مستوى السلوك الصحي لدى الطلبة.

الفرضية الرابعة: تأثير الإعلام الرياضي على السلوك الصحي (الانحدار الخطي)

تطبيق الانحدار الخطي البسيط لدراسة تأثير الإعلام الرياضي (كمتغير مستقل) على السلوك الصحي (كمتغير تابع).

النتائج:

1. بلغ معامل الارتباط $R = 0.527$ ، وبلغ معامل التحديد $R^2 = 0.227$ ؛ أي أن الإعلام الرياضي يفسر 22.7% من التباين في السلوك الصحي.
 2. أظهر اختبار (ANOVA) للانحدار أن قيمة (F) بلغت 151.579 عند مستوى دلالة (0.000 أقل من 0.05)، مما يدل على معنوية النموذج. **رفض الفرضية الصفرية** وقبول أن للإعلام الرياضي تأثيراً معنوياً على السلوك الصحي.
- تفسير مختصر:** تشير النتائج إلى أن الإعلام الرياضي يعد عاملاً مؤثراً إحصائياً في السلوك الصحي لدى الطلبة، ويسهم بدرجة معتبرة في تفسير اختلافات السلوك الصحي بينهم.
- خلصت نتائج الدراسة إلى أن السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرج بجامعة بنغازي لا يختلف باختلاف الكلية، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الصحي تُعزى إلى الجنس وجاءت لصالح الذكور. كما أثبتت النتائج وجود علاقات ارتباط موجبة ودالة بين وسائل الإعلام الرياضي (المقروءة والمسموعة والمرئية) والسلوك الصحي، وأكد نموذج الانحدار وجود تأثير معنوي للإعلام الرياضي في السلوك الصحي لدى أفراد العينة، بما يوضح أهمية توظيف الإعلام الرياضي كأداة داعمة لنشر الوعي والسلوك الصحي في البيئة الجامعية.
- الاستنتاجات**

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الصحي لدى طلاب كليات المرج بجامعة بنغازي تُعزى لاختلاف الكلية، مما يدل على تقارب أنماط السلوك الصحي بين طلبة الكليات المختلفة داخل البيئة الجامعية.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الصحي تُعزى لمتغير الجنس، وجاءت الفروق لصالح الذكور وفق متوسطات السلوك الصحي، بما يشير إلى اختلافات مرتبطة بنمط الحياة أو مستوى الممارسة الرياضية أو عوامل اجتماعية، ثقافية بين الجنسين.
3. ثبت وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين الصحافة الرياضية المكتوبة والسلوك الصحي، ما يعني أن زيادة التعرض للمحتوى الرياضي المقروء ترتبط بارتفاع مستوى السلوك الصحي لدى الطلبة.
4. ثبت وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين الإذاعة المسموعة والسلوك الصحي، بما يؤكد دور المحتوى السمعي الرياضي في دعم المعرفة والتوعية والتحفيز نحو تبني ممارسات صحية.
5. ثبت وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين الإعلام الرياضي المرئي (التلفزيون/الإذاعة المرئية) والسلوك الصحي، وهو ما يعكس قوة المحتوى المرئي في التأثير على الوعي والسلوك الصحي لدى الطلبة.
6. أظهرت النتائج أن الإعلام الرياضي كمتغير كلي يرتبط بالسلوك الصحي ارتباطاً موجباً دالاً، ما يعزز الفرضية العامة بأن الإعلام الرياضي يسهم في نشر السلوك الصحي داخل الوسط الجامعي.
7. أكدت نتائج الانحدار الخطي البسيط وجود تأثير معنوي للإعلام الرياضي على السلوك الصحي لدى الطلبة؛ أي أن الإعلام الرياضي يُعد عاملاً مؤثراً إحصائياً في تفسير اختلافات السلوك الصحي داخل العينة.
8. بلغت القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار $R^2 = 0.227$ ، أي أن الإعلام الرياضي يفسر نحو 22.7% من التباين في السلوك الصحي، ما يشير إلى أن السلوك الصحي يتأثر كذلك بعوامل أخرى (اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، نفسية) إلى جانب الإعلام الرياضي.
9. بناءً على قوة معاملات الارتباط، يمكن ترتيب محاور الإعلام الرياضي من حيث قوة ارتباطها بالسلوك الصحي لدى الطلبة على النحو الآتي: (الإعلام الرياضي ككل) (الأعلى) ثم الإعلام المرئي ثم الإعلام المسموع ثم الصحافة المكتوبة (مع بقاء الجميع دالاً وإيجابياً).

التوصيات:

1. تفعيل دور الجامعة في توظيف الإعلام الرياضي كأداة توعوية دائمة لنشر السلوك الصحي بين الطلبة، عبر خطط اتصال واضحة ومستمرة داخل كليات المرج.
2. إنتاج رسائل توعوية رياضية-صحية منتظمة (قصيرة وواضحة) تُدمج في المحتوى الرياضي، وتتناول: النشاط البدني، التغذية السليمة، النوم، الوقاية، وتجنب العادات الضارة.
3. تعزيز الإعلام الرياضي المرئي والمسموع داخل الجامعة (إذاعة جامعية/شاشات داخل الحرم/منصات رسمية)، لأنه أظهر ارتباطاً أعلى بالسلوك الصحي، مع تطوير المحتوى ليكون أكثر إرشاداً وتطبيقاً.
4. إعداد برامج وحملات صحية رياضية داخل الحرم الجامعي، مثل: (أسبوع النشاط البدني، حملة غذاء صحي، حملة نوم صحي، حملة مكافحة التدخين)، مع قياس أثرها دورياً باستبيانات قصيرة.
5. زيادة الاهتمام بالصحافة الرياضية المكتوبة عبر نشر مقالات دورية في منصات الجامعة ومجلاتها ونشراتها، تتضمن معلومات مبسطة وموثوقة عن الرياضة والصحة، وربطها بحياة الطلبة اليومية.
6. إشراك مختصين (طب رياضي، تغذية، علاج طبيعي، صحة نفسية) في إعداد المحتوى الإعلامي الرياضي؛ لضمان الدقة العلمية والحد من المعلومات غير الصحيحة.
7. التركيز على الطالبات ببرامج توعوية تتناسب مع احتياجاتهن وظروفهن، نظراً لظهور فروق دالة إحصائية حسب الجنس، مع توفير بيئة داعمة وأمنة لممارسة النشاط البدني.
8. توفير بنية جامعية داعمة للسلوك الصحي (أنشطة رياضية منتظمة، مرافق/مساحات تدريب، مسابقات جامعية، تحسين خيارات المقصف باتجاه بدائل صحية)، لأن الإعلام وحده لا يفسر كل التباين في السلوك الصحي.
9. تطوير مهارات القائمين على الإعلام الرياضي (التحرير، الإخراج، صياغة الرسائل الصحية، تصميم المحتوى الرقمي)، من خلال دورات قصيرة داخل الجامعة أو بالتعاون مع جهات متخصصة.
10. تعزيز الشراكات بين الجامعة والجهات الصحية والرياضية (الهلال الأحمر، مراكز صحية، اتحادات/أندية) لتنفيذ أنشطة مشتركة وتوفير دعم مهني للحملات التوعوية.
11. تخصيص مؤشر متابعة وتقييم لفاعلية الإعلام الرياضي في نشر السلوك الصحي (نسب مشاهدة/تفاعل/معدلات مشاركة/استبيانات بعد الحملات) لضمان التحسين المستمر.
12. اقتراح دراسات لاحقة تتناول عوامل أخرى مؤثرة في السلوك الصحي (العوامل النفسية/الاقتصادية/الثقافية)، أو تطبيق الدراسة على جامعات ليبية أخرى للمقارنة وتعميم النتائج.

المراجع:

1. أحمد، مازن، والجناي، سلمان، والنفاخ، نزار. (2008). السلوك الصحي واتجاهاته لدى الرياضيين. مجلة علوم التربية الرياضية، 1(7)، 86-115. جامعة بابل، العراق .
2. إمام، إبراهيم. (1995). الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني (الطبعة الثانية). مصر: دار الفكر العربي .

3. ريوح صالح، وآخرون. (2018). مدى مساهمة الإعلام الرياضي في نشر الوعي الصحي لدى كبار السن في الوسط العملي. مجلة المنظومة الرياضية، 5. (2)
4. الشافعي، إحسان أحمد. (2007). *الاتصال في التربية البدنية والرياضية* (الطبعة الأولى). الإسكندرية، مصر: دار الوفاء للنشر والتوزيع.
5. العبادي، جلال عبد. (1996). أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب. مجلة التربية الرياضية، (12)، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد.
6. عمار طاهر. (2006). التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية. مجلة الباحث الإعلامي، (6-7)، 153.
7. عويس، خير الدين علي. (1998). *الإعلام الرياضي* (الطبعة الأولى). القاهرة، مصر: مركز الكتاب للنشر.
8. عيسى، الهادي. (2008). البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، أطروحة دكتوراه غير منشورة). معهد التربية البدنية والرياضة، جامعة الجزائر.
9. محمود، م. (1979). العلاقة بين الوعي الصحي والسلوك الصحي والمستوى الصحي للأفراد. القاهرة، مصر.
10. المشعان، م.، & خليفة، ع. (1999). السلوك الصحي: مفهوم جامع لأنماط السلوك والمواقف القائمة على الصحة والمرض. الرياض، السعودية.
11. مقراني، حماد، & بورزامة، داود. (2013). مدى إسهام وسائل الإعلام الرياضية في نشر الثقافة البدنية الصحية. مجلة الإبداع الرياضي، 4. (3)
12. الهادي، ع. (2020). الإعلام الرياضي الإلكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين. مجلة الإعلام الرياضي، 15 (1)، 78-95.
13. ياسين، فضل ياسين. (2011). *الإعلام الرياضي* (الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر.
14. يخلف، عثمان. (2001). علم نفس الصحة: الأسس النفسية والسلوكية للصحة (الطبعة الأولى). الدوحة: دار الثقافة.
15. الصمادي، سالم مقياس السلوك الصحي لطلبة الجامعات الأردنية. المجلة العربية للطب النفسي، 22. (1) الأردن.
16. العاسمي، رياض نايل. (2016). علم نفس الصحة الإكلينيكي (الجزء 1، ط1). دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع.
17. بطاط، نور الدين، & بريكي، الطاهر. (2021). الثقافة الصحية والوعي المجتمعي (ط1). مركز ابن خلدون للأبحاث والدراسات.
18. تابلور، إليزابيث شيلي. (2008). علم النفس الصحي (ترجمة وسام درويش بريك وفوزي شاكور داود). دار الحامد للنشر والتوزيع.
19. يخلف، عثمان. (2001). علم نفس الصحة: الأسس النفسية والسلوكية للصحة (ط1). دار الثقافة.

المراجع الأجنبية:

1. Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. London, UK: Sage.
2. Crisell, A. (1994). *Understanding Radio* (2nd ed.). London, UK: Routledge.
3. Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. New York, NY: Routledge.
4. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
5. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
6. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.
7. Martine, M. T. (2000). Learning to Compete: Media and Other Influences Forming the Self-Concepts of Four Female College Athletes (DAL-A, Vol. 60, No. 09).
8. McLeish, R. (2005). *Radio Production* (5th ed.). Oxford, UK: Focal Press.
9. Rowe, D. (2004). *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity* (2nd ed.). Maidenhead, UK: Open University Press.
10. Schiavo, R. (2014). *Health Communication: From Theory to Practice* (2nd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
11. Suhrcke, M., & Nieves, C. (2011). *The impact of health and health behaviours on educational outcomes in high-income countries: A review of the evidence*. Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe.
12. Whannel, G. (1992). *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. London, UK: Routledge.