



جامعة الشاذلي بن جديد
Université Chadli Bendjedid

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علم الاجتماع



جامعة الشاذلي بن جديد
Université Chadli Bendjedid

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الاتصال

بغنوان:

تأثير برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة
الرياضية لدى الشباب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي فرع علم الاجتماع

الأستاذ المشرف:

* د- تريكي حسان

إعداد الطالب:

* كرفس محمد

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	-جامعة الشاذلي بن جديد	أستاذ محاضر-أ-	د-ساسي سفيان.
-مشرفا ومقررا	-جامعة الشاذلي بن جديد	أستاذ محاضر-أ-	د-تريكي حسان
عضوا ممتحنا	-جامعة الشاذلي بن جديد	أستاذ محاضر-ب-	د-العابد عبد اللطيف

السنة الجامعية: 2020/2019م

شكر وتقدير

إن الحمد لله نحمده ونستهديه ونتوكل عليه،

نصلي وتسلم على أفضل مبعوث للعالمين ونبينا محمد صلى الله عليه

وسلم وعلى آله وصحبه

ومن أتبع أثره وأقتفى سنته إلى يوم الدين.

أما بعد

نتقدم بجزيل الشكر وفائق التقدير والامتنان إلى الأستاذ المشرف
الدكتور "تريكي حسان" الذي أحاطني بالرعاية الكاملة لإنجاز هذا العمل
بالمساعدة والتوجيهات والنصائح القيمة.

كما نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى طاقم كلية العلوم الاجتماعية
والإنسانية من أساتذة وعمال وإداريين.

وأخيرا نتقدم الشكر والثناء إلى كل من ساعدنا وأعاننا على إنجاز هذا
العمل المتواضع ولو بكلمة طيبة أو نصيحة قيمة.

إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله.

والحمد لله الذي بعونه تتم الصالحات والصلاة والسلام على رسوله
الكريم سيدنا وحبينا محمد عليه أزكى الصلاة وأفضل التسليم صلى الله
عليه وسلم أله وصحبه أجمعين.

أما بعد

بعدهما رست سفينة هذا البحث على شواطئ الختام لا يسعني إلا أن
أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى التي يعجز اللسان عن وصف مآثرها
نحوي إلى المرأة التي غمرتني حبا وحنانا إلى حكاية العمر إلى التي لا
أدري بأي كلام أقابلها بعبارات الليل أم بعبارات النهار.

إلى أمي الغالية

أهدي ثمرة جهدي إلى ذلك الشخص الذي كان دائما سندا لي
لم يبخل على يوما بروحه وماله، إلى الشخص الذي يسعد بسعاتي
ويحزن بحزني،

أدعوا من الله أن يحشره في زمرة النبيين والصديقين والشهداء الأبرار،
ستبقى كلماتك نجوما أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد.

إلى أبي الغالي

إلى شركاتي في عرشي أمي وأبي إلى الذين يدخلون القلب بلا استئذان.
إلى أخوتي وأخواتي نوال، أحلام، صنية، علي، ياسين، إلى
الكتكوتة عائشة.

أهدي عملي إلى أبناء عمي بدون استثناء.

إلى رفقاء دربي وشركاء في الدراسة:

بن يحي عبد القادر، قضاضي رضا، سياري عماد، زرزوني أسامة.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الشكر والتقدير
	إهداء
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	المخلص
17	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفهومي للدراسة
	أولاً: الإطار المفهومي للدراسة
22	1-الإشكالية
23	2-أسباب اختيار الموضوع
24	3-أهداف الدراسة
24	4-أهمية الدراسة
25	5-تحديد المفاهيم
30	6-الدراسات السابقة
	ثانياً: الإطار المنهجي للدراسة
36	1-المقاربة المنهجية

38	2-أدوات جمع البيانات
41	3- عينة البحث
42	4-مجالات الدراسة
	الفصل الثاني: مدخل نظري حول تأثير الإعلام
45	تمهيد
46	1-نظرية الاستخدامات والإشباع
48	2-نظرية تحديد الأوليات
49	3-نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى
49	4-نظرية التأثير المباشر على المدى الطويل أو التراكمي
50	5-نظرية حراسة البوابة
51	6-نظرية التطعيم أو التلقيح
52	7-نظرية التأثير على مرحلتين
54	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: الإعلام الرياضي والشباب
56	تمهيد
575	أولاً: الإعلام الرياضي
57	1-تعريف الإعلام الرياضي

59	2-مراحل تطور الإعلام الرياضي
61	3-خصائص الإعلام الرياضي
61	4-أهمية الإعلام الرياضي
62	5-أهداف الإعلام الرياضي
63	6-دور الإعلام الرياضي
64	7-الأدوار الإيجابية والسلبية للإعلام الرياضي
65	8-وظائف الإعلام الرياضي
66	9-أنواع وسائل الإعلام الرياضي
66	10-أنواع تأثير الإعلام الرياضي
68	11-مشاكل الإعلام الرياضي
69	12-الإعلام الرياضي في الجزائر
	ثانياً: الشباب
70	1-تعريف الشباب
71	2-الشباب من منظور العلوم المختلفة
73	3-فترات مرحلة الشباب
74	4-اتجاهات الشباب

74	5-خصائص الشباب
76	6-دور الشباب في المجتمع
77	7-احتياجات الشباب
79	9-الغرض من رعاية الشباب
80	10-مكانة الرياضة لدى الشباب
81	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
83	1-تحليل البيانات الميدانية
116	2-نتائج الدراسة
125	3-خاتمة
128	4-قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

الصفحة	فهرس الجدول	
	المحتويات	الجدول
83	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس.	1
84	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	2
84	يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية	3
85	يوضح توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	4
86	يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	5
87	يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة	6
88	يوضح مدى متابعة قناة الهدف من طرف أفراد العينة	7
89	يوضح معدل متابعة قناة الهدف من طرف أفراد العينة	8
90	يوضح المدة الزمنية التي يقدمونها في متابعة قناة الهدف	9
91	يوضح الأماكن الأكثر ارياحية عند متابعة قناة الهدف	10
92	يوضح سبب تفصيل قناة الهدف	11
93	يوضح الحصص التي تستهوي أفراد العينة عند متابعة قناة الهدف	12
94	يوضح الوسيلة التي يتابعوا من خلال أفراد العينة قناة الهدف	13
95	يوضح دوافع متابعة قناة الهدف	14

96	يوضح مدى تلبية قناة الهدف لأشباع أفراد العينة	15
97	يوضح القضايا التي يهتم بها أفراد العينة عند متابعة قناة الهدف	16
98	يوضح مساهمة قناة الهدف في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية	17
99	يوضح مساهمة قناة الهدف على التفسير والتحليل لأفراد العينة	18
100	يوضح متابعة ومداومة على البرامج الرياضية تجعلك أكثر دراية بالفرق واللاعبين	19
101	يوضح درجة تأثير قناة الهدف	20
102	يوضح المقترحات التي يقدمها أفراد العينة لمؤطري قناة الهدف	21
103	يوضح المناقشات بين أفراد العينة حول قناة الهدف	22
104	يوضح مساهمة قناة الهدف في تنمية روح المنافسة	23
105	يوضح مساهمة قناة الهدف على نبذ العنف لدى أفراد العينة	24
106	يوضح مساهمة قناة الهدف في القضاء على الروتين	25
107	يوضح آراء أفراد العينة حوا أن قناة الهدف تعبر عن آماني وتطلعات الشباب الجامعي	26
108	يوضح مساهمة قناة الهدف في الاستفادة من تجارب نجاح الآخرين	27
109	يوضح من خلال متابعة أفراد العينة للأحداث يكسبهم سلوكيات جديدة	28

110	يوضح مساهمة قناة الهدف في زيادة معرفة أفراد العينة بالفرق والشخصيات الوطنية	29
111	يوضح مساهمة قناة الهدف في تقوية روح المواطنة	30
112	يوضح مساهمة الحصص الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار	31
113	يوضح مساهمة قناة الهدف في الرغبة في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي	32
114	يوضح مدى مساهمة قناة الهدف في تنمية حس الوطنية وتشجيع الفرق	33
115	يوضح مساهمة قناة الهدف في إخماد الفتن والمشاحنات بين الجماهير	34

الصفحة	فهرس الاشكال	
	المحتويات	الشكل
83	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس.	1
84	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	2
84	يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية	3
85	يوضح توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	4
86	يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	5
87	يوضح توزيع العينة حسب مكان الإقامة	6
88	يوضح مدى متابعة قناة الهدف من طرف أفراد العينة	7
89	يوضح معدل متابعة قناة الهدف من طرف أفراد العينة	8
90	يوضح المدة الزمنية التي يقدمونها في متابعة قناة الهدف	9
91	الاماكن اكثر ارياحية	10
92	يوضح سبب تفصيل قناة الهدف	11
93	يوضح الحصص التي تستهوي أفراد العينة عند متابعة قناة الهدف	12
94	يوضح الوسيلة التي يتابعوا من خلال أفراد العينة قناة الهدف	13
95	يوضح دوافع متابعة قناة الهدف	14
96	يوضح مدى تلبية قناة الهدف لاشباكات أفراد العينة	15

97	يوضح القضايا التي يهتم بها أفراد العينة عند متابعة قناة الهدف	16
98	يوضح مساهمة قناة الهدف في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية	17
99	يوضح مساهمة قناة الهدف على التفسير والتحليل لأفراد العينة	18
100	يوضح مساهمة قناة الهدف لأفراد العينة يزيد من معرفتهم بالفرق واللاعبين	19
101	يوضح درجة تأثير قناة الهدف	20
102	يوضح المقترحات التي يقدمها أفراد العينة لمؤطري قناة الهدف	21
103	يوضح المناقشات بين أفراد العينة حول قناة الهدف	22
104	يوضح مساهمة قناة الهدف في تنمية روح المنافسة	23

105	يوضح مساهمة قناة الهدف على نبذ العنف لدى أفراد العينة	24
106	يوضح مساهمة قناة الهدف في القضاء على الروتين	25
107	يوضح آراء أفراد العينة حوا أن قناة الهدف تعبر عن آماني وتطلعات الشباب الجامعي	26
108	يوضح مساهمة قناة الهدف في الاستفادة من تجارب نجاح الآخرين	27
109	يوضح من خلال متابعة أفراد العينة للأحداث يكسبهم سلوكيات جديدة	28
110	يوضح مساهمة قناة الهدف في زيادة معرفة أفراد العينة بالفرق والشخصيات الوطنية	29
111	يوضح مساهمة قناة الهدف في تقوية روح المواطنة	30

112	يوضح مساهمة الحصص الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار	31
113	يوضح مساهمة قناة الهدف في الرغبة في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي	32
114	يوضح مدى مساهمة قناة الهدف في تنمية حس الوطنية وتشجيع الفرق	33
115	يوضح مساهمة قناة الهدف في إخماد الفتن والمشاحنات بين الجماهير	34

ملخص

تهدف دراستنا إلى معرفة تأثير برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي وأجريت الدراسة على عينة من طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية -جامعة الشاذلي بن جديد الطارف- حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول: -كيف تساهم برامج قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي؟

وانطوت تحتها التساؤلات التالية:

-ملاهي وتيرة وأنماط متابعة برامج قناة الهدف؟

-هل تسهم برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي؟

-كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية؟

-كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية؟

ولتحقيق الدراسة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي مستخدمين أهم ادواته كالملاحظة

والاستمارة التي استخدمناها على عينة قصدية من الطلبة مكونة من 20 طالب من الذكور

فقط في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف.

كما توصلت الدراسة لمجموعة ومن النتائج أن قناة الهدف تحظى بنسبة متابعة عالية لدى

الشباب الجامعي بالرغم من عجزها على تلبية استبياناتهم وهذا بالنظر لتعدد متابعة القنوات

الرياضية المستقرة لدى اغليهم وأن قناة الهدف تساهم في زيادة الرصيد المعرفي له مجال

الرياضة لدى الجامعي من خلال الاطلاع على الأخبار الرياضية وزيادة معرفتهم بالقواعد لا
الرياضية والتعرف على الفرق الرياضية واللاعبين وأن برامج قناة الهدف لا تساهم في تنمية
المشاركة لدى الشباب الجامعي وأن برامج قناة الهدف لا تساهم في نبذ العنق بين الجماهير
ولا تزرع في نفوسهم فاقت السهم وعليه فهي لا تساهم في تعزيز روح المواطنة لدى الشباب
الجامعي.

Résumé

Notre étude vise à découvrir l'impact des programmes de canal d'objectif sur le développement de la culture sportive chez les jeunes universitaires et l'étude a été menée sur un échantillon d'étudiants de la Faculté des sciences sociales et humaines – Al-Shazly Bin Jadid Al-Tarif University – où le problème de l'étude s'est concentré sur: – Comment les programmes de la Chaîne du Buteur contribuent-ils au développement de la culture sportive de la jeunesse universitaire?

Les questions suivantes ont été soulevées :

- La fréquence et les modèles des programmes de canaux de suivi?
- Les programmes de canal de buteur augmentent-ils l'équilibre des connaissances ?

Comment les programmes de The Scorer Channel contribuent-ils au développement de la participation sociale ?

- Comment les programmes de The Scorer Channel contribuent-ils au développement de l'esprit national ?

Pour réaliser l'étude, nous avons adopté le programme d'analyse descriptif en utilisant ses outils les plus importants tels que l'observation et la forme que nous avons utilisé sur un échantillon délibéré d'étudiants composé de seulement 20 étudiants masculins à

la Faculté des sciences humaines et sociales à l'Université Shazli Bin Jadid- Al-Taver.

L'étude a également trouvé un groupe de résultats que la chaîne buteur a un taux de suivi élevé parmi les jeunes universitaires en dépit de son incapacité à répondre à leurs questionnaires et cela est dû à la trahison du suivi des chaînes sportives stables dans la plupart d'entre eux et que la chaîne de la chaîne buteur contribue à augmenter l'équilibre des connaissances de la sport à l'université par l'accès aux nouvelles sportives et d'accroître leur connaissance des règles non sportives et l'identification des équipes sportives et des joueurs et que les programmes du marqueur de la chaîne ne contribue pas au développement de la participation parmi les jeunes universitaires et que les programmes du marqueur de la chaîne ne contribue pas au rejet de la Le cou parmi les masses et ne plantent pas en eux a dépassé la flèche et ne contribue donc pas à l'esprit de citoyenneté parmi les jeunes universitaires.

مقدمة

شهد الربع الأخير من القرن العشرين وبشكل أكثر تحديدا عقد التسعينات، العديد من التغيرات العالمية السريعة والعميقة في آثارها وتوجهاتها المستقبلية، نتيجة الاختراعات والاكتشافات العلمية المذهلة خاصة في مجال الاعلام، الاتصال، المواصلات والمعلوماتية، والتي اختصرت المسافات واختزلت الزمن، وهذا ما أعطى لوسائل الاتصال الجماهيري مكانة مهيمنة في ودورا مهما في خلق التصورات وتثبيت وترسيخ القيم والمبادئ بين مختلف شرائح المجتمع. ومن بين أهم وأبرز وسائل الاتصال الجماهيري نجد التلفزيون الذي أصبح يشكل أداة فعالة للتثقيف والترفيه والتوعية والتأطير والتعبئة الجماهيرية.

يعتبر التلفزيون بقنواته المختلفة من أكثر الوسائل تأثيرا في الجمهور وله دورا هاما في صناعة للرأي العام وتكوين الثقافات والأفكار والتجارب وغيرها ونقلها من مجتمع لآخر. وفي ظل ما نشهده من تعدد وتنوع للقنوات التلفزيونية يمكن القول بأنها أصبحت المصدر الأول للجمهور في مجال الحصول على المعلومات والاطلاع على الآراء وبالتالي تشكيل الرأي العام وبناء المواقف ولعل أبرز مظاهر هذا تطور وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري هو ظهور ما يعرف بالإعلام المتخصص، والذي يمكن أن نلمسه في مجال التلفزيون بانتشار واسع للقنوات التلفزيونية المتخصصة في مجالات محددة كالرياضة والطبخ والسفر والسياحة والتاريخ وحتى الأحوال الجوية.

والجزائر كغيرها من الدول شهدت ظهور العديد من القنوات المتخصصة التي ساهمت في تنويع واثراء الساحة الاعلامية الوطنية، والتي تحاول الاستجابة لتطلعات ورغبات الجمهور المحلي وتغطية الأحداث الوطنية وتنوير الرأي العام المحلي. وكان لهذه القنوات المتخصصة

الأثر البارز في الوسط الإعلامي للجزائر لما تملكه من مميزات وخصائص استطاعت أن تستقطب جمهورا واسعا من مختلف شرائح المجتمع، ولعل من بين هذه البرامج التي تستحوذ على اهتمام أغلب الجماهيري هي البرامج الرياضية، حيث أصبح الاهتمام بها يزداد أكثر فأكثر وذلك بالنظر للمكانة الهامة التي تحتلها الرياضة بصفة عامة وكرة القدم بصفة خاصة لدى أفراد المجتمع الجزائري.

وفي ظل هذا الزخم الاعلام والظهور الواسع للقنوات التلفزيونية المتخصصة، ظهرت قناة الهدف الرياضية الجزائرية المتخصصة التي استطاعت بفضل برامجها الرياضية المتميزة، تستقطب جمهورا واسعا وجد ضالته في هذه القناة، خاصة مع ارتفاع تكلفة بطاقات الاشتراك في القنوات الرياضية المشفرة. بالإضافة إلى ذلك تسعى قناة الهدف الرياضية من خلال طرح برامجها المتنوعة والمختلفة إلى جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور وكسب ثقته بالقناة وأن يكون مشاهدا وفيها لها. كما أنها من خلال السياسة الاعلامية التي تنتهجها تهدف إلى النهوض مستوى الثقافة الرياضية وخلق الوعي الرياضي في وسط المجتمع الجزائري.

وانطلاقا من خصوصية الجمهور الرياضي الذي عادة ما يكون من الفئة الشبابية، فإن القنوات الرياضية تصبح لها أهمية بالغة في تأطير وتوعية وتنشئة وتثقيف هذه الفئة، وتزداد هذه الأهمية في الجزائر التي تتميز بهيكل سكاني شاب حيث يحتل الشباب نسبة عالية في الهرم السكاني الجزائري وهي شريحة تشكل ثروة بشرية وطنية يمكن الاستثمار فيها ويعول عليها في تنمية المجتمع، ومن هذا المنطلق تبرز ضرورة القيام بدراسة علمية للتعرف على واقع مشاهدة القنوات الجزائرية الرياضية وكشف أثر البرامج التي تبثها على الشباب.

وتأسيسا على ذلك وانطلاقا منه، أردنا القيام بدراسة استكشافية استطلاعية لرصد وكشف لرصد أثر برامج قناة الهدف الرياضية على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي بالاعتماد على المنهج الوصفي، ومن أجل الإلمام بالموضوع وتغطية كل الجوانب المتعلقة به، تضمنت دراستنا أربعة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول قد خصص للإطار المفهومي والمنهجي للبحث، حيث تضمن الإشكالية، تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة وكذلك عرض عدد من الدراسات السابقة، إضافة إلى المعالجة المنهجية التي اشتملت على المناهج المستخدمة، تحديد مجالات الدراسة وأدوات جمع البيانات. وتعرضنا في **الفصل الثاني** إلى مدخل نظري حول تأثير الإعلام، حيث تطرقنا إلى كل من نظرية الاستخدامات والإشاعات، نظرية تحديد الأوليات، نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى، نظرية التأثير المباشر على المدى الطويل أو التراكمي، نظرية حراسة البوابة، نظرية التطعيم أو التلقيح، نظرية التأثير على مرحلتين.

في حين جاء **الفصل الثالث** معنون بـ: الإعلام الرياضي والشباب حيث قمت بتقسيمه إلى القسم الأول الإعلام الرياضي. المفهوم الخصائص وأهمية الإعلام الرياضي، دور الإعلام الرياضي ووظائفه، أدواره السلبية والإيجابية، مشاكله، الإعلام الرياضي في الجزائر، أنواع تأثير الإعلام الرياضي، أما القسم الثاني يبحث عن الشباب المفهوم ن الشباب من منظور العلوم المختلفة، فترات مرحلة الشباب اتجاهات الشباب، خصائص الشباب، دور الشباب، مشكلات الشباب، مكانة الرياضة لدى الشباب.

مقدمة

وأخير الفصل الرابع شمل الدراسة الميدانية للبحث تحت عنوان تأثير برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.

الفصل الأول

في ظل ثورة الاتصالات و المعلومات التي يشهدها العالم اليوم تعاضم الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصالات المتطورة فقد جعلت من العالم قرية كونية صغيرة إذ أنها ألغت الحدود السياسية و الجغرافية ،و يعتبر التلفزيون إحدى هذه الوسائل ، حيث يحتل مكانة مهمة في فضاء الاتصال الجماهيري و يعد إحدى أدوات نقل الأخبار و المعلومات إلى الجماهير و الوساطة بين القناة و الجمهور و يختلف استخدام التلفزيون من شخص لآخر فكل واحد له مطلب يبحث عنه ويرغب في إشباعه فهناك من يهتم بالمواضيع الاقتصادية أو هناك من يريد تنمية معارفه السياسية ، وهذا ما أدى إلى خلق أو ميلاد نوع جديد من الإعلام يعرف بالإعلام المتخصص الذي يركز على جانب من جوانب الحياة المختلفة ، فبرزت في هذا المجال القنوات المتخصصة في البرامج ، فظهرت لدينا قنوات رياضية ،ترفيهية ،اجتماعية .

وتعتبر القنوات الرياضية من القنوات المتخصصة إذ أنها تعد من أبرز وسائل الإعلام الرياضي لكونها تبث مضامين إلى الجمهور ما جعل هذا الأخير يعتمد على هذه القنوات الرياضية في معرفة مختلف الأخبار .

و الجزائر كغيرها من الدول شهدت ولادة قنوات خاصة على الرغم من تأخرها في فتح القطاع السمعي البصري وتعددت مجالات هذه القنوات منها الرياضية ، الدينية ، الإخبارية ، و تعد قناة الهدف الرياضية من القنوات الإخبارية الخاصة التي ظهرت و فرضت نفسها على الساحة الإعلامية من خلال تخصصها في العمل الإعلامي ذو التوجه الرياضي الذي يقوم على بث مختلف البرامج و الأحداث الرياضية وتغطية كافة التظاهرات الرياضية الجارية في العالم سواء كانت محلية ،وطنية ،إقليمية، دولية ،وبما أن الجمهور الرياضي الجزائري وبمختلف شرائحه يمثل قاعدة جماهيرية لها شغف كبير بالرياضة خاصة كرة القدم .

فإن الشباب الجزائري يمثل شريحة واسعة من بين الفئات المهتمة بالرياضة حيث يمتازون بإقبالهم الواسع على البرامج والحصص الرياضية التي تمتاز بالحرية في الطرح وإبداء الرأي حول واقع الرياضة الوطنية وحول الأحداث الرياضية العالمية.

ومن خلال ما سبق سنحاول معرفة الأثر الذي تلعبه قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، من خلال دراستنا المتمثلة في تأثير برامج قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.

ومن خلال ما تقدم تسعى دراستنا إلى الإجابة عن سؤال رئيسي هو:

* كيف تساهم برامج قناة الهدف الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي؟
تتفرع عنه أربعة أسئلة فرعية وهي:

1. ما هي وتيرة وأنماط مشاهدة برامج قناة الهدف الرياضية من طرف الشباب الجامعي؟
2. هل تسهم برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب الجامعي؟
3. كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟
4. كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب الجامعي؟

ثانيا -أسباب اختيار الموضوع:

1-أسباب ذاتية:

يعد الإحساس بالمشكلة بمثابة نقطة البداية أو العنصر المحرك لأي بحث علمي كان، وانطلاقا من تخصصي العلمي في الماستر واهتمامي بدراسة تأثير وسائل الإعلام جاء اختياري لموضوع: تأثير برامج قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي. وهذا من اجل تسليط الضوء على هذا الموضوع الحيوي وتقديم إضافة علمية تعود بالفائدة على المجتمع.

2-أسباب موضوعية:

-الرغبة في التعرف على تأثيرات قناة الهدف الرياضية على الشباب الجامعي، ومن خلال ذلك تقديم اضافة علمية تهدف للارتقاء بالخدمة الاعلامية في بلادنا وجعلها تستجيب لتطلعات ورغبات الشباب الجزائري.

- الرغبة في كشف واقع الإعلام الرياضي في الجزائر والمكانة التي يحتلها عند فئة الشباب الجامعي.

- قلة الدراسات في جامعتنا حول هذا الموضوع وهو حافز مهم للبحث والتمسك بهذا الموضوع وهو تأثير برامج قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.

ثالثا- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجال واسعا أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي وإزالة بعض الغموض الذي يحيط بالموضوع الذي يريد معالجته. ومن خلال الدراسة التي تتمحور حول تأثير البرامج الرياضية لقناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي التي تسعى إلى:

- التعرف على مدى ونسبة مشاهدة برامج قناة الهدف من طرف الشباب الجامعي.
- معرفة مدى إسهام برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي لدى الشباب في مجال الرياضة.
- الكشف على مدى مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

- معرفة مدى إسهام برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب الجامعي.

رابعا- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا الموضوع كونه يشمل أحد المواضيع الحيوية البارزة التي تفرض نفسها بقوة لمعالجتها ودراستها خاصة في مجتمعنا الحالي باعتباره مجتمع فتي اغلبه شباب، وكذلك لإبراز الأثر الفعال لهذه البرامج الرياضية لدى الشباب الجامعي.

كما يعتبر هذا البحث كمبادرة لدراسة هذا الموضوع إضافة إلى الفئة المدروسة ألا وهي الشباب ويمكن كذلك تحديد أهمية الدراسة في:

- تكمن أهمية الدراسة في تناولها لفئة الشباب التي تشكل عماد الأمة والقوة المحركة للتنمية، مما يساهم في التعرف على اتجاهات ورغبات وتطلعات هذه الفئة.
- الكشف عن دور برامج قناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.
- كشف أثر برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية.
- كشف أثر برامج قناة الهدف في تعزيز الروح الوطنية.

خامسا-تحديد المفاهيم:

تستوجب الدراسة السوسولوجية تحديدا دقيقا للمفاهيم ذات العلاقة بالظاهرة المعالجة وتوضيح المقصود منها، وهو عمل جوهري وأساسي في أي بحث علمي، وفي دراستنا هذه نقوم بتحديد المفاهيم الأساسية التي سيتم توظيفها في البحث وهذا على النحو التالي:

1-تحديد مفهوم تأثير:

- * لغة: هو إحساس يحدثه عامل ما، عمل بممارسة شيء على شخص أو على شخص آخر.¹
- * اصطلاحا: يعرفه منير حجاب بأنه: بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلقت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني.²
- * المفهوم الإجرائي: هو التغييرات الحاصلة نتيجة التعرض لوسائل مختلفة ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير.

2-تحديد مفهوم البرامج:

- * البرامج لغة: من الفعل برمج يعني نقل وكلمة برامج تعني تخطيط فكرة منهج جدول.³
- * البرامج اصطلاحا:

هي أحد القوالب والأشكال الإعلامية والتقنية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لإيصال الرسائل الإعلامية إلى الجمهور، ويأخذ البرامج عدد من الأشكال برامج الحوار، برامج التحليل.⁴

1-تعريف ومعنى تأثير في قاموس الوسيط، اللغة العربية المعاصرة قاموس عربي عربي.

2-محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، الفجر للنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 2004، ص 12.

3- منير طربي، دور البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة (الجزائر)، 2011/2012، ص 27.

4- عبد الحق بورغدة، دور البرامج الرياضية الخاصة في نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهد الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي(الجزائر)، 2017/2018، ص 14.

وتعرف البرامج بأنها بث مضامين ومواد متنوعة إلى مختلف جماهير المستمعين والمشاهدين، كما تعني بث برامج محددة إلى جمهور محدد من قبل إذاعة محددة، بمعنى آخر البث الإذاعي هو وحدة الأصوات والصورة وتشمل مختلف الميادين وخصوصاً ميادين الإعلام.¹

*** التعريف الإجرائي:**

هي المادة أو المضامين التلفزيونية المتنوعة التي تتناول مختلف المجالات الترفيهية، الدينية، أو السمعية البصرية ويشترط فيها مذيع أو منشط سواء كانوا جماعة أو شخص واحد.

*** قناة الهدف الرياضية:**

قامت صحيفة الهدف الرياضية والتي تهتم بعالم الرياضة بإطلاق قناة رياضية خاصة بها، على مدار القمر الصناعي النايل سات حيث تسعى قناة الهدف إلى نقل وإيصال المعلومة والأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية لجميع المشاهدين سواء كانوا داخل التراب الوطني أو على مستوى دول العالم خاصة بكرة القدم منها ولا سيما أخبار الفريق الوطني لكرة القدم، تردد القناة على النايل سات 11958 أفقي 27500. ثم إنشاء القناة في جوان 2014 قبل بداية كأس العالم وبدأ التخطيط بعد فتح عدة قنوات خاصة على غرار قناة الشروق، النهار وبداية تراجع مبيعات النسخ الورقية للجريدة وكذا نفس الإشهار.

أما فيما يخص الهيكل التنظيمي للقناة وطريقة العمل فهو يتكون من مدير العام للقناة نبيل عمرة يليه رؤساء التحرير يتعاملون مع رؤساء الأقسام ورؤساء الأقسام يتعاملون مع صحفيين ومن الجهة الأخرى توجد المصلحة التقنية بها مدير تقني يتعامل مع مركبين ولإشارة فإن العمل يكون بالمناوبة.

وتعتمد قناة الهدف الرياضية على وجود صحفي ومصور في كل مدينة من المدن الكبرى وينقسم العمل داخل القناة إلى فترتين الأولى من الساعة 11 صباحاً إلى الساعة 1800 مساءً أما الفترة الثانية فتكون من الساعة 1800 مساءً إلى الساعة 10 ليلاً وتكون الأخبار في نشراتها

¹ - غسان عبد الوهاب، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2012، ص 47.

الرياضية بالترتيب أولاً الأخبار عن المنتخب الوطني والمحترفين، ثم أخبار عن الاتحادية الجزائرية لكرة القدم تليها أخبار الأندية الجزائرية بالترتيب.¹

4- تحديد مفهوم القناة:

* القناة لغة:

القناة من الفعل قنى والقناة هي الرمح الأجوف وكل عصا مستوية معوجة القناة ضيق واسع وقيل القناة كظيمة تحفه في الأرض تجري بها المياه وهي الآبار التي تحفر في الأرض متتابعة يستخرج مأوها ويسيح على وجه الأرض.²

* القناة اصطلاحاً:

هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية والسياسية فيصرف النظر عن الظروف المكانية والعوائق الطبيعية وبعد المسافات وتعرف القناة بأنها وسيلة للاتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل كما يقصد بقناة الاتصال الخط أو المسار التي تتخذها الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل.³

* القناة إجرائياً:

هي الوسيلة التي يتم بواسطتها نقل المعلومات والمضامين الإعلامية إلى جمهور المتلقين عبر الأقمار الصناعي.

5- مفهوم الثقافة الرياضية:

* الثقافة الرياضية اصطلاحاً: قدم الباحثون العديد من التعاريف للثقافة الرياضية ومن هذه التعاريف:

¹ - طيباوي أمّنة ، جمهور برامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017، ص32.

² - جبران مسعود، الرائد، دار العلم للملايين للنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان، 2005، ص717.

³ - محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي و الهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، الإسكندرية مصر، 2012، ص47.

"هي الدرجة التي يحصل عليها الطالب ويقيسها مقياس الثقافة الرياضية والتي تنصب على خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية التي يستند إليها نشاط الفرد في المجالات المختلفة".¹

وفي تعريف آخر الثقافة الرياضية: "هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون والأنشطة الرياضية المختلفة والتي يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة الرياضية".²

ويعرفها الهاشمي على أنها: "ثقافة فكرية تخصصية في المجال الرياضي، لا تبلغ مداها التطبيقي إلا بعد أن تعتمد على ثقافات تخصصية أخرى، كالثقافة الصحية والتربوية والاجتماعية لتشكل مع الثقافة العامة الضرورية لبناء الشخصية الثقافية الرياضية".³

وفي تعريف آخر للثقافة الرياضية: "هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية والتي تؤدي بدورها إلى فهم أفضل للبيئة التي يجد الأفراد أنفسهم جزء منها".⁴

* التعريف الإجرائي للثقافة الرياضية:

يقصد بالثقافة الرياضية هي مجموعة المعارف والمعلومات والخبرات المتصلة بالأنشطة الرياضية والتي يكتسبها الفرد من خلال بيئته أو المشاهدة والممارسة.

6- مفهوم الشباب لغة:

* في المعجم اللغوي :

هو جمع مذكر و مؤنث معا، و يطلق لفظ شبان و شبيبة كجمع لمذكر مفرد شاب، و يطلق لفظ شابات و شائب و شواب كجمع مؤنث مفرد شابة وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى صار فتيا،

1- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الطبعة العربية 33، عمان الأردن، 2013، ص33.

- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، الطبعة 14، القاهرة مصر، سنة 1995، ص79.

3- محمد زكرياء خيف ، دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، 2016/2017، ص33.

4- سعيد بوكولة، تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي(الجزائر) ، سنة 2015/2016، ص42.

أي من أدرك سن البلوغ و لم يصل إلى سن الرجولة، و شب لون المرأة خمار اسود لبسته أي زاد في بياضها و لونها فحسنها، و شب قصيدته بفلانة أي حسن 14 و زينها بذكرها.¹

*** في المعجم اللغوي الانجليزي:**

فان لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كلمتا للفظتين youth و young وتطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداء من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد، و في معجم روبرت الفرنسي نجد فيه أن لفظة الشباب تطلق على فترة الحياة الممتدة ما بين الطفولة و النضج.²

- الفناء والحدائة وشباب الشيء أوله ويقال لقيته في شباب النهار.³

*** الشباب اصطلاحا:**

يقول محمد علي محمود أن الشباب هم ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة.⁴

- الشباب ثروة المجتمع والعمود الفقري للمجتمعات و بان مجدها ومستقبلها وضامن عزها واستمرارها، فعز أي أمة رهين بعز شبابها وتخلفها بتخلفه وهذا راجل إلى مكانة الشباب في محيطه وما يميزه عن باقي الشباب.⁵

- هو الفترة بين الطفولة وبين البلوغ وهي فترة العطاء والانتعاش، الشباب هو الشخص الغير متقدم في السن وله جمال وخصائص الشباب من حيث البدنية والجسمانية.⁶

*** التعريف الإجرائي للشباب :**

الشباب هي الفئة النشطة لها ميولاتها وطموحاتها وأهدافها وممارساتها بحسب خصوصية المجتمع الذي ينتمي إليه، ويمثل القوة المحركة لكل شعب وهو الأساس الذي يقوم عليه بناء المجتمعات. وفي بحثنا سوف نركز على الشباب الجامعي بالطارف.

¹- غربال سميحة، تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)، 2016/2015، ص 13.

²- غربال سميحة، المرجع نفسه، ص 14.

³- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، القاهرة مصر، 2005، ص 470.

- محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت لبنان، سنة 1985، ص 64.

⁵- عبد الرحيم فهمي، سوسيولوجيا الشباب المغربي، دار طوبس للنشر والتوزيع، الرباط المغرب، سنة 2004، ص 12.

⁶- أكرم عيساوي، اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة العربي التبسي وهران (الجزائر) ، 2016/2015 ص 6.

سادسا-الدراسات السابقة:

تمهيد:

تعتبر الدراسات السابقة نقطة انطلاق في بحث جديد من أجل معالجة نقائص البحوث السابقة وبهدف الاستفادة منها والاسترشاد بها. وبعد إطلاعنا وبحثنا في المواضيع التي طرحت سابقا وجدنا أنه بالرغم من قلة الدراسات في هذا المجال إلا أن هناك من تطرق في دراسته إلى موضوع تأثير البرامج الرياضية لقناة الهدف في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي.

* الدراسة الأولى:

أجريت من طرف رغدي منيرة وبرجاق نورة بعنوان: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة الهدف، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي لسنة 2016/2015.¹ الدراسة انطلقت من محاولة معرفة اتجاهات طلبة جامعة العربي بن مهيدي نحو برامج قناة الهدف، من خلال دراسة على عينة من طلبة الجامعة ، حيث طرحت الإشكالية: ما هي اتجاهات طلبة جامعة العربي بن مهيدي نحو برامج قناة الهدف؟ وانطلقت هذه الدراسة من التساؤلات التالية:

- ما هي أنماط إقبال الطلبة على برامج قناة الهدف الرياضية؟
 - ما هي دوافع إقبال الطلبة على برامج قناة الهدف الرياضية؟
 - ما هي درجة رضا أو عدم رضا الجمهور على برامج قناة الهدف الرياضية؟
 - هل تساهم برامج قناة الهدف في تشكيل اتجاهات الطلبة نحو مضامينها؟
- تمثلت أهمية الدراسة في أن الحصص والبرامج الرياضية التي تقدمها قناة الهدف هي ذات أهمية ترفيهية وإعلامية وأن فئة الطلبة هي الفئة الجد هامة في المجتمع باعتبارها فئة واعية وهي من تعمل على التفكير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة وقياس الاتجاهات حيث تعطي لنا صورة واضحة عن مدى إقبال الطلبة على برامج قناة الهدف.

¹- رغدي منيرة و برجاق نورة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة الهدف الرياضية، دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإعلام و الاتصال تخصص صحافة و إعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي(الجزائر)، 2016/2015.

وهدفت الدراسة إلى محاولة معرفة مدى إقبال الطلبة على برامج قناة الهدف الرياضية كذلك الكشف عن الدوافع والأسباب التي تدفع بالطلبة للإقبال على برامج قناة الهدف والكشف عن مدى اهتمام الطلبة الجامعيين لمضامين قناة الهدف ومعرفة مدى مساهمة الحصص التي تبثها قناة الهدف في تكوين اتجاهات الطلبة نحوها.

وقد خلصت الدراسة أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث الذين يتابعون قناة الهدف، كذلك أن أغلبية الطلبة الذين يتابعون برامج قناة الهدف يتراوح سنهم ما بين 22 و 25 سنة، وأن أغلب الطلبة الذين يشاهدون برامج قناة الهدف من مستوى سنة الأولى جامعي و أن أغلبية المبحوثين يشاهدون برامج قناة الهدف في فترة المساء وكذلك أن أغلبية المبحوثين من الطلبة يشاهدون برامج قناة الهدف من المنزل.

* الدراسة الثانية:

أجريت من طرف عماد الدين بومرداس وسعيد بوكولة بعنوان: تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي، دراسة على عينة من الشباب الجامعي بأم البواقي قناة الهدف نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري من جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي لسنة 2016/2015¹

الدراسة انطلقت من محاولة التعرف على مدى مساهمة الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، من خلال دراسة على عينة من الشباب الجامعي حيث طرحت الإشكالية التالية: كيف يساهم الإعلام الرياضي في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي وانطلقت الدراسة من مجموعة من التساؤلات:

- هل يتعرض الشباب الجامعي لمضامين وسائل الإعلام الرياضي؟
- ما هي الاشباعات التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام الرياضي؟

¹ - عماد الدين بومرداس وسعيد بوكولة، تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي(الجزائر)، سنة 2016/2015.

- هل الإعلام الرياضي يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية؟

- هل يؤثر الإعلام الرياضي على الجانب المعرفي للشباب الجامعي؟

وتمثلت أهمية الدراسة في أن البرامج الرياضية تصل إلى جمهور كبير من الناس في العالم تقريبا وتؤثر على أداء الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم ، تظهر الحاجة إلى هذه الدراسة وذلك من خلال النقاط التالية يمكن للبرامج الرياضية التلفزيونية أن تحقق الكثير من المهام الإعلامية التي تكمن في الأخبار والتفسير والتوجيه والتسويق ،كذلك الحاجة إلى التلفزيون كوسيلة إعلامية هامة تساهم في تحقيق الكثير من الأهداف الرياضية سواء كانت جسمانية أو اجتماعية أو معرفية و تطوير المجتمع من حيث توفير و نقل المعرفة و المعلومات واستخدامها، رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي لدى الطلبة و إحاطة أفراد المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث و تطورات في المجال الرياضي.

وهدفت الدراسة إلى محاولة الكشف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الرياضي والتعرف على الإشباعات التي يحققها الطلبة من خلال استخدام مضامين وسائل الإعلام، كذلك التعرف على ما إذا كان الإعلام الرياضي يشجع الطلبة على اكتساب الثقافة الرياضية والكشف عن مدى تأثير الإعلام الرياضي على الجانب المعرفي للشباب الجامعي. وقد خلصت الدراسة إلى نتائج تمثلت في أن الشباب الجامعي يتعرض بشكل جزئي لمضامين وسائل الإعلام الرياضي، كذلك إن استخدام الشباب الجامعي لمضامين وسائل الإعلام الرياضي تحقق له إشباعاته من حيث معرفة أحر الأخبار الرياضية والتسلية والترفيه وتنمية الثقافة الرياضية، وإن الأعلام الرياضي لا يؤثر على الجانب المعرفي والثقافي للشباب الجامعي بل يؤثر بنسبة كبيرة على الجانب السلوكي لديه.

* الدراسة الثالثة:

أجريت من طرف عيساوي ام الخير و طيباوي امنة بعنوان: **جمهور برامج قناة الهداف الرياضية، دراسة على من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، لسنة 2018/2017**.¹

¹- عيساوي أم الخير و طيباوي أمنة، جمهور برنامج قناة الهداف الرياضية الجزائرية، دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف (الجزائر)، 2018/2017.

الدراسة انطلقت من محاولة معرفة مدى تفاعل جمهور برامج قناة الهدف الرياضية من خلال دراسة على عينة من طلبة الجامعة، حيث طرحت الإشكالية: ما مدى متابعة طلبة قسم العلوم والاتصال بجامعة المسيلة لبرامج قناة الهدف وما هي الإشباعات المحققة من ذلك وانطلقت الدراسة من التساؤلات التالية:

- هل يحرص الطلبة الجامعيين على متابعة برامج قناة الهدف الرياضية؟
 - ما هي دوافع جمهور الطلبة الجامعيين من متابعة برامج قناة الهدف الرياضية؟
 - ما هي الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من متابعتهم لبرامج قناة الهدف الرياضية؟
- وتمثلت أهمية الدراسة في معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول ما تقدمه قناة الهدف الرياضية ومعرفة عادات المشاهدة و رغبات الطلبة الجامعيين لتقييم الخدمة المناسبة لهم، و معالجة الدراسة لموضوع مهم في مجال الإعلام و الاتصال بتناولها قناة من القنوات الجزائرية الخاصة التي لم يتم دراستها بشكل تام لأنها قنوات جديدة على الساحة الإعلامية المحلية.

وهدفت الدراسة إلى محاولة معرفة توجه الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة البرامج الرياضية لقناة الهدف ومعرفة دوافع المشاهدة والإشباعات المحققة من متابعة الطلبة الجامعيين للقناة، كذلك مدى تفاعل الطلبة مع القناة ونظرتهم لبرامجها ومعرفة مدى ملائمة هذه البرامج مع رغبات الطلبة الجامعيين.

وقد خلصت الدراسة أن الطلبة الجامعيين يتابعون برامج قناة الهدف أحيانا وذلك راجع إلى التخصص واهتمامهم بمجالات أخرى، كذلك أن السبب الرئيسي الذي يجعل الطلبة يتابعون برامج قناة الهدف هو سهولة الحصول على المعلومة والأخبار الرياضية وتبين أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث في متابعة برامج قناة الهدف.

* الدراسة الرابعة:

أجريت من طرف منير طبي بعنوان: دور البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، دراسة على عينة من الشباب الجامعي، مذكرة مكملة

لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام والتكنولوجيا والاتصال الحديثة من جامعة منتوري قسنطينة لسنة الجامعية 2011/2010.¹

الدراسة انطلقت من محاولة التعرف على استفادة الجمهور الجزائري من هذه البرامج من ناحية الثقافة الرياضية ومستويات هذه الثقافة، من خلال دراسة عينة من الشباب الجامعي حيث طرحت الإشكالية التالية: ما هو دور البرامج الرياضية التلفزيونية في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري

وانطلقت الدراسة من التساؤلات التالية:

- ما هي دوافع تعرض الشباب للبرامج الرياضية التلفزيونية وما هي الإشباعات المحققة من ذلك؟

- هل هناك تأثير للجماعة وقادة الرأي على الشباب بعد التعرض للبرامج؟

- هل يعتمد الشباب الجزائري على البرامج الرياضية لزيادة ثقافتهم الرياضية؟

- ما هي الموضوعات التي تركز عليها البرامج الرياضية في تغطيتها للحركة الرياضية؟

- ما هو أسلوب معالجة المواضيع والقضايا في البرامج الرياضية؟

وهدفت الدراسة إلى محاولة إثراء المكتبة الإعلامية وذلك لندرة الدراسات المتخصصة حول المضامين والبرامج الرياضية وخاصة في المجال الرياضي والدراسات المتعلقة بالثقافة الرياضية، كذلك التعرف على نوع الاستفادة الحاصلة للجمهور الجزائري للبرامج الرياضية ومعرفة دوافعه أثناء التعرض وكذا مدى التوازن الذي تقوم البرامج الرياضية في تقديم الثقافة الرياضية لديهم.

ولإجابة على هذه التساؤلات اختار الباحث عينة من مجموعة من الشباب الجزائري الذي يتراوح أعمارهم بين 15 و45 سنة وقد تكون العينة من 400 مفردة معتمدا على المنهج الوصفي وذلك من اجل وصف اتجاهات ودوافع الشباب الجزائري والدور الذي تلعبه البرامج الرياضية في زيادة المعرفة والثقافة الرياضية.

- منير طبي ، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري ، مرجع سبق ذكره.

ولتحليل البحث و مناقشته للدراسة اعتمد على استمارة الاستبيان التي تتناول مجموعة من الأسئلة التي وزعت على أربعة محاور ، كما استخدم أسلوب تحليل المضمون لتحليل البرامج المقدمة.

وقد خلصت الدراسة لمحاولة الكشف عن مستوى الثقافة الرياضية التي اكتسبها الشباب من خلال تعرضه للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري واعتماد الشباب على متابع مواضيع و أخبار الرياضة و الرياضيين على وسيلتي التلفاز و الهاتف الذكي و كذلك اغلب الشباب يشعر بالحماس عند متابعة البرامج الرياضية و يفضل متابعة البرامج مع الأصدقاء في فترات المسائية والليلية لأكثر من ساعة.

- التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال اطلاعنا على محتوى الدراسات والتي تم ذكرها فيما سبق ، وجدنا أنها تشترك مع دراستنا في بعض النقاط سواء من الناحية المنهجية أو النظرية أو حتى في التطبيقية ، إذ نجد دراسة منير طبي بعنوان : دور البرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب ، كذلك دراسة عماد الدين بومرداس و سعيد بكلوة بعنوان: تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي من خلال الإعلام الرياضي، و دراسة رغدي منيرة و برجاق نورة بعنوان: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة الهدف ، و دراسة عيساوي أم الخير و طيباوي امنة بعنوان :جمهور قناة الهدف الرياضية ، حيث تشابهت هذه الدراسات مع دراستنا جزء من المتغير المستقل و هو البرامج الرياضية و أيضا المتغير التابع الثقافة الرياضية ، حيث استفدنا من هذه الدراسات من الناحية التطبيقية كذلك و النتائج المتوصل إليها و كذلك صياغة أسئلة الاستمارة.

ثانيا - الإطار المنهجي للدراسة.

1/ المنهج (المقارنة المنهجية).

2/ أدوات جمع البيانات.

3/مجالات الدراسة.

4/العينة وكيفية اختيارها.

إن طبيعة الموضوع وميدان البحث هما اللذان يفرضان علينا طبيعة المنهج المناسب لاستقصاء الحقائق والمعلومات والوصول إلى نتائج حتى وإن كانت جزئية، لذا جاء منهج دراستي يعتمد على الوصف والتحليل الذي يتماشى وطبيعة الموضوع الذي يتطلب تقصي وجمع المعلومات.

يعرف المنهج على أنه هو الخلفية والإطار، فهو مجموعة من الإجراءات النظرية والعلمية المتناسقة والمتسلسلة فيما بينها، التي تواجه الباحث ويحدث التناسق والانسجام بين متغيرات موضوع الدراسة، فهو الطريقة التي يسلكها الباحث في سبيل الوصول إلى هدف وفروض البحث.¹

ويعرف عبد الناصر الجندلي المنهج على أنه تلك الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في دراسته وتحليله لظاهرة معينة أو لمعالجة مشكلة معينة وفق خطوات بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينة بشأن موضوع الدراسة.²

ويعرف المنهج الوصفي التحليلي على أنه المنهج الذي يهتم بوصف ما هو كائن وتفسيره، ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الواقع، كما يهتم أيضا بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات، ويستخدم الباحث الوصف من أجل التحقق وفهم أفضل للظاهرة موضوع الدراسة وهو لا يقتصر على جمع البيانات وتدوينها إنما يمتد إلى ما هو أبعد من ذلك لأنه يتضمن تفسيرها كذلك، ومعرفة العلاقات التي توجد بين هذه الظاهرة وغيرها من الظواهر المتشابهة ومقارنتها بما يجب للتعرف على سبب حدوث المشكلة وطريقة حلها ووضع التنبؤات المستقبلية للأحداث.³

¹ - ربحي مصطفى عليان وآخرون، مناهج وأساليب البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000، ص 34.

² - عبد الناصر جندلي، تقنيات و مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 26.

³ - خالد اونيسي، الإعلام الرياضي ودوره في تنمية قيم المواطنة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

في حين يرى آخرون أن المنهج الوصفي التحليلي هو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.¹

المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فقد ارتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الأساسية وما زال هذا المنهج هو الأكثر استخداماً في الدراسات الإنسانية حتى الآن.²

خصائص المنهج الوصفي:

اعتماد الوصف العلمي على التحليل والعقل والموضوعية يرتبط بالواقع قدر الإمكان فلذلك فهو يهتم بالدراسات ذات صلة بواقع الأفراد والجهات والجماعات والمؤسسات والدول ووصف الماضي والأنشطة وأثار ذلك يكون شاملاً:

- * تميل البحوث الوصفية للاستخدام الأسئلة بدلا من الفروض واستخدام كل أدوات جمع البيانات.
 - * الأكثر انتشارا في العلوم الإنسانية والاجتماعية.
 - * جيد في تفسير واقع الظاهرة أكثر من إيضاح أسبابها والمؤثرات عليها.
 - * استخدام الأسلوب الكمي أو الكيفي أو الاثنين معا.
 - * يساعد على التنبؤ بمستقبل الظاهرة وذلك عبر متابعة معدلات التغير وواقع الظاهرة.³
- وبشكل عام يمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على المعلومات الكافية والدقيقة عن الظاهرة أو الموضوع من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفصلية للظاهرة.

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، دار النمير للنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 2002، ص 6.

² أمين ساعاتي، تبسيط البحث العلمي، الطبعة الأولى، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، جدة السعودية، 1991، ص 78.

³ أبو حطب فؤاد وصادق أمال، مناهج و طرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية و التربوية و الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2008، ص 159.

- بما أن دراستي حول تأثير برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، والتي نأمل من خلالها إلى معرفة مدى تأثير برامج قناة الهدف على الشباب الجامعي وإعطاء تفسيرات لذلك بناء على ما جاء في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها فان هذا ما يجعل دراستي تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الحقائق، هذا لأنه يتلائم مع أهداف الدراسة.
ثانياً: أدوات جمع البيانات:

من أجل جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة تساعدنا على الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهداف البحث، إستعنا بالأدوات التالية:

1-الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم الوسائل التي يستعملها الباحثون الاجتماعيون وغيرهم في جميع المعلومات والحقائق والتقصي منها وهي أداة أولية يستعين بها الباحث وتعرف بأنها: رؤية وفحص ظاهرة موضوع الدراسة مع الاستعانة بأساليب البحث الأخرى التي تتلائم مع طبيعة الظاهرة ولا تنحصر الملاحظة في توجيه الحراس فقط ولكنها تنطوي على عمليات عقلية وتدخل إيجابي من جانب العقل.¹

والملاحظة هي عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منتظم ومخطط وهادئ، يقصد التفسير والتحليل وتحديد العلاقة بين هذه المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته.²

ويمكن تصنيف الملاحظة إلى أنواع مختلفة حسب الأساس الذي يمكن أن يعتمد في التصنيف، وقد تقسم الملاحظات على النحو التالي:

- الملاحظة: المباشرة والملاحظة الغير المباشرة (حسب مشاركة الباحث).
- الملاحظة: المحددة والملاحظة الغير المحددة (حسب الهدف).
- الملاحظة: بالمشاركة والملاحظة الغير المشاركة (حسب مشاركة الباحث).

¹-إحسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع، وط، عمان الأردن 2005، ص124.

²-عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ط1 عمان الأردن، 2008، ص2019.

-الملاحظة: المقصود والملاحظ الغير مقصودة (حسب الهدف).

-الملاحظة: الفردية والملاحظة الجماعية (حسب عدد من يلاحظهم الباحث).

نظرا لطبيعة الدراسة الراهنة قصت بالاعتماد على الملاحظة البسيطة الملائمة لأهداف الدراسة لهذا النوع من الملاحظة وذلك لحاجتنا إلى الدقة والتشخيص قبل إنجاز الاستمارة، فاعتمدت على هذه النوع من الملاحظة باعتبار دراستنا كانت معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي المبني على النظر في المعطيات وتفريع وتحليل ومناقشة واستخراج البيانات.

وفي بحثنا إستعنا بهذه الأداة لجمع بيانات ومعلومات من الواقع تساعدنا على تحليل وتفسير المعطيات الميدانية. وقد مكنتنا هذه الأداة من رصد انطباعات الشباب حول القنوات التلفزيونية الوطنية بصفة عامة والرياضية بصفة خاصة ومدى تجاوبهم مع البرامج التي تقدمها.

2-الاستمارة:

اعتمدت في دراستي على أداة الاستمارة لرصد الأثر الذي تلعبه برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي. ونوضح ذلك فيما يلي:

تعتبر الاستمارة في أبسط صورة عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة ترسل عادة بالبريد إلى عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها.¹

كما عرفها كذلك بيست best على أنها مجموعة من الأسئلة يمكن أن ترسل إلى عدد من الأفراد يطلب الإجابة عنها وإعادتها بعد استكمالها.²

والاستمارة أداة مقننة للأسئلة التي يتوجه بها الباحث إلى مفردات العينة التي تشكل مجتمع البحث قصد معرفة أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية والمهنية وتوجيهاتهم السياسية والدينية والاطلاع على آرائهم ومواقفهم حيال العديد من القضايا ذات العلاقة بموضوع البحث.³

¹ - حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي (مدخل متكامل لبناء المهارات التحليلية) دار الصفاء للنشر والتوزيع، د ط، دمشق سوريا، 2013، ص125.

² - سعيد التل، مناهج البحث العلمي لتعميم والتحليل الإحصائي، د ط، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007، ص98.

³ - المختار محمد إبراهيم، مراحل البحث العلمي وخطواته الإحصائية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1 القاهرة مصر، 2005 ص 81.

من خلال النموذج التعريف نستنتج أننا لاستمارة من أكثر الأدوات المستخدمة في البحوث الاجتماعية لجمع المعلومات والبيانات، والتي تتبلور في شكل نموذج من الأسئلة المؤطرة والممنهجة والموجهة إلى المبحوثين، ولهذا السبب استعنا في بحثنا بالاستمارة لجمع البيانات التي يتطلبها البحث من أفراد عينة الدراسة، وقد راعينا القواعد المنهجية في بنائها للحصول على معلومات دقيقة، وقد مرت عملية إعداد الاستمارة بمراحل عدة حيث قمت بتصميم الاستمارة بمساعدة الأستاذ المشرف وتم عرضها على أستاذه محكمين من قسم علم الاجتماع جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف.

وقد خلصت الاستمارة في شكلها النهائي حيث احتوت على 33 سؤال موزعة في 5 محاور كالآتي:

- المحور الأول:** يتعلق بالبيانات العامة حول المبحوثين من بيانات شخصية واحتوى على خمس أسئلة تتعلق بالجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، مكان الإقامة والحالة العائلية.
- المحور الثاني:** تضمن أسئلة حول وتيرة وأنماط متابعة برامج قناة الهدف الرياضية، وكان عددها ستة أسئلة.
- المحور الثالث:** تضمن أسئلة متعلقة بمساهمة برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب الجامعي وتضمن ثمانية أسئلة.
- المحور الرابع:** تضمن فيه أسئلة عن مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي وتضمن سبعة أسئلة.
- المحور الخامس:** تضمن مجموعة من الأسئلة حول مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب الجامعي وقد احتوى سبعة أسئلة.

عينة البحث:

يقصد بمجتمع البحث " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يقوم الباحث بدراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداتها، إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي نختار منه عينة البحث.¹

ويمثل المجتمع المستهدف أو مجتمع البحث دراستنا هذه في طلبة جامعة الشاذلي بن جديد تخصص علم الاجتماع، والذين يتابعون برامج قناة الهدف، إلا أنه يصعب الوصول إليهم كلهم نظرا لضخامة عددهم لذا تم اللجوء لتجديد الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات ويسمى بالمجتمع المناخ، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف، ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها والذي سنختار منه عينة البحث.

وتعرف العينة بأنها: عبارة نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يفى الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.²

ومن هذا المنطلق اعتمدنا في بحثنا على العينة القصدية، التي تعرف على أنها العينة التي يعتمد عليها الباحث أو يقصد إجراء الدراسة على فئة معينة وقد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية كوجود أدلة وبراهين مقبولة أو منطقية تؤكد أن هذه العملية تمثل المجتمع، وفي هذه الحالة تكون نتائج الدراسة مقبولة، وقد العينة المقصودة مبررة لعدة اعتبارات واقعية أو منطقية.³

كما يعرفها أحمد الطويبي على أنها: العينة التي ينتمي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته، وبناءا على معرفته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة والمؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها.⁴

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، د ط 2004، عمان الأردن، ص 131.

² عامر قنديلجي، إيمان السمراني، البحث العلمي والكمي والنوعي، دار اليازوري للنشر، د ط، عمان الأردن، 2009، ص 250

³ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث العلمي، دار الوفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن 2004، ص 130.

⁴ زياد أحمد الطويبي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية تربية لواء للنشر والتوزيع، د ط، القاهرة مصر، 2001، ص 06.

حيث أن العينة القصدية هي الأنسب وتضم أغراض وأهداف دراستي فالباحث يقوم باختيار المفردات بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.¹

ومنه تمثلت عينة دراستي في 20 مفردة والمتمثلة في طلبة جامعة الشاذلي بن جديد فرع علم الاجتماع الذين يتابعون برامج قناة الهدف الرياضة.

ثالثا: مجالات الدراسة:

أن مجالات الدراسة من أهم النقاط الأساسية في البحوث السociولوجية وذلك لما لها من أهمية للتعريف بميدان الدراسة وواقع الظاهرة المدروسة فيها من الأبعاد الآتية:

1-المجال المكاني:

أن طبيعة موضوع تأثير برامج قناة الهدف الرياضية على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي تتحتم علي اختيار ميدان ملائم للدراسة والبحث في حيثيات وخبايا هذا الموضوع، باعتباره يحسب في قالب أو طابع رياضي ومن خلال دراستي على الشباب الجامعي تحتم علي أن نقربه من ميدان محدد ألا وهو جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف ، فرع علم الاجتماع والتي تم فتحها تطبيقا للأحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 03.279 المؤرخ في 24 من جمادي الثاني عام 1424هـ الموافق ل 23 أوت 2003 المعدل والمتمم نشأة مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهن نتمتع بالشخصية المالية والاستقلال المادي، تبلغ مساحتها 64.900 م² نحدها شرقا الإقامة الجامعية 2000 سرير وتحدها شمالا أرض شاغرة إلى المركز التجاري وجنوبا أرض فائضة ، وغربا الطريق الوطني 44 المزدوج، توجد بها 6كليات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية -الحقوق والعلوم السياسية علوم الطبيعة والحياة وكلية العلوم التكنولوجية ، والأدب واللغات .

¹- محمد زيان عقيل، البحث الإعلامي مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، دط، الجزائر 1998، ص78.

2-المجال الزمني:

نقصد الفترة التي استغرقتها في جميع المعلومات والبيانات الميدانية التي تخدم دراستي ولقد مررنا بفترات زمنية بداية من اختيار الموضوع إلى غاية استكمال الجانب الميداني ويمكن تلخيص مختلف هذه المراحل فيما يلي:

التاريخ: الحدث:

219/09/10: انطلقت فكرة البحث عن موضوع المذكرة لنيل شهادة الماستر اتصال.

2019/11/12: انطلقت خطوة جمع المعلومات عن متغيرات الدراسة وفصل كل متغير والبحث عن مراجع بما يتماشى ومضامين المتغيرات.

2019/12/18: الانتقال ما بين المكتبات لجمع المعلومات عنها المكتبة المركزية التابعة للجامعة، المكتبة الوطنية فرنسوا لوزير مكتبة باجي مختار.

12 جانفي إلى غاية فيفري: استمرت عملية البحث وانتهت باستكمال الجانب النظري.

03 ماي إلى غاية 4 جوان: باشرت عملي حول المعالجة الميدانية للدراسة، ثم اختيار أدوات جمع البيانات الميدانية والمنهج العلمي المناسب للدراسة والعينة الملائمة لدراستي.

05 جوان إلى غاية 30 جوان: انطلقت في العمل الميداني وتوزيع الاستمارات وتوزيعها على

أفراد العينة

3-المجال البشري:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه جمع مفردات الظاهرة التي يتم دراستها وذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف هو الشباب الجامعي لجامعة الشاذلي بن جديد لولاية الطارف فرع علم الاجتماع والدين يدرون بجميع تخصصاته والذي بلغ عددهم 611 طالب.

الفصل الثاني

تمهيد:

خصصنا هذا الفصل لعرض أهم النظريات المفسرة لتأثير وسائل الإعلام على الأفراد، وتسمح لنا هذه النظريات من تشكيل خلفية نظرية تساعدنا على رصد وكشف ومن ثم تحليل وتفسير تأثير برامج قناة الهدف على الشباب الجامعي.

أولاً - نظرية الاستخدامات والاشباع:

1-التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات والاشباع:

الاستخدام في اللغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

أما الاشباع في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين و فتح الباء) و الشبع بكسر الشين و تدل على امتلاك في أكل و غيره و امرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمة، و ثوب شبيع و الغزل أي كثير و شبيع العقل أي وافر، و التشبع من يرى أنه شبعان.¹

2-عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع: هناك مجموعة من العناصر التي تعتمد عليها نظرية الاستخدامات والاشباع ونذكر منها:

* **افتراض الجمهور النشط:** تفترض نظريات التأثير الجانب السلبي بالنسبة للمتلقي أمام قوة الرسائل الإعلامية وتأثيرها الفاعل ويعتبر مفهوم الجمهور النشط من أهم مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباع.

* **الأصول الاجتماعية والنفسية للاستخدام وسائل الإعلام:** تعتبر العوامل الديمغرافية (السن، الجنس، المهنة، المستوى التعليمي، دخل الفرد والأسرة) من العوامل المؤثرة في استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة معتمداً على حاجاتهم ورغباتهم.

تعتبر العوامل الديمغرافية (السن، الجنس، المهنة، المستوى التعليمي، دخل الفرد والأسرة) من العوامل المؤثرة في استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة معتمداً على حاجاتهم ورغباتهم.

* **دوافع الجمهور وحاجاتهم من وسائل الإعلام:** ويعرف هذا الدافع على أنه حالة من القلق الداخلي أو الرغبة لدى الإنسان يدفعه للقيام بسلوك يهدف إلى إشباع رغباته وحاجاته.

* **التوقعات من وسائل الإعلام: الفرد** وحين يتعرض لوسائل الاتصال يتوقع منها إشباع حاجاته وهذا معتمداً على الأصول النفسية لدى الفرد ومدى ملائمتها مع ميوله.

- مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2006، ص22.

* تعرض الجمهور لوسائل الاتصال: هناك علاقة وارتباط بين بحث الفرد عن إشباع حاجاته وما تعرضه وسائل الاتصال وزيادة تعرض الأفراد لها يجعل من إمكانية إشباعهم لحاجاتهم أمراً طبيعياً.

إشباع وسائل الإعلام تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباع من أجل مساعدة الأفراد في اختيار وسائل الاتصال التي تلائمهم بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الإلكترونية.¹

3- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهدف نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بما يتلائم مع رغباتهم واحتياجاتهم.
- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسائل الإعلام.
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباع المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط العرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها .
- إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف إشباع حاجات معينة لديهم.
- يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمعات الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين.

¹ - ياسر نعيم عبد الله، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و علاقتها بالاقتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان الأردن ، 2017، ص69.

- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال.¹

ثانيا-نظرية تحديد الأوليات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في جدول الأعمال والاجتماعات وفكرة النظرية على انه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تنافس بناءا على أهميتها.

كذلك الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها لي له جدول أعمال خاصة وعلى أساسها ترتب الموضوعات وفقا لدرجة لأهميتها فالأهم ثم الأقل أهمية.

وجداول أعمال الإعلام الرياضي هو ما تبثه من برامج رياضية وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى تبدو للجمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين إن هذه البرامج والموضوعات أولى وأهم من غيرها، فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل إعلامية معينة فإنه يوحى للمشاهد أو للقارئ أنه لا شيء يستحق الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي في جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل على أهمية هذا الموضوع فمثلا تركيز الإعلام الرياضي على رياضة معينة ككرة القدم مثلا يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات كرة القدم وأنه لا شيء يستحق الاهتمام. فتركيز الإعلام الرياضي على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزا كبيرا يعني للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما تجعله حاضرا باستمرار أو بكثرة في الإعلام الرياضي كما أن الموضوعات أو الأشخاص الذين ليس لهم حضور في الإعلام الرياضي ليس لهم أهمية لدى عامة الناس.

و مما سبق يتضح لنا ضرورة الاهتمام بإعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لأهدافها، و في نفس الوقت يجب على القائمين على الإعلام الرياضي وفقا لنظرية تحديد الأوليات هذه أن يضعوا القضايا الرياضية الهامة و الملحة في جدول أعمالهم بحيث يتم تناولها بالأسلوب و الشكل الذي يتناسب و درجة أهمية هذه القضايا حيث يمكن المساهمة في وضع الحلول المناسبة

¹ - حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد، الاتصال و نظريته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2007، ص253.

و أن يكون لرجال العلم الرياضي من أساتذة كليات التربية الرياضية دورا هاما و كبيرا و بارزا في جدول أعمال الرياضي بما يمكن الاستفادة الكاملة من نتائج أبحاثهم و دراساتهم و الخروج بها إلى دائرة الضوء و التي تقدم الحلول العلمية لكثير من القضايا و المشكلات الرياضية المعاصرة بما يمكن الرياضة في المجتمع من مسايرتها للتقدم العلمي و التكنولوجي في الدول المتقدمة.

وهذا ليس معناه أيضا إغفال تقديم النتائج المشرفة من الأبطال الرياضيين في كل الرياضات من ذوي القيم والأخلاق والذين حققوا لمصر الكثير من الانجازات والبطولات الدولية وإلقاء الضوء عليهم والتركيز على الإيجابيات حتى يكونوا بمثابة القدوة الحقيقية لأفراد المجتمع بما يحقق الانتماء الحقيقي للوطن الذي يعكس أهمية تحقيق الرياضة لأهدافها.¹

ثالثا-نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر و تلقائي على الإنسان الذي يتعرض لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي صحيفة كانت أو تلفزيونية أو إذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة و خلال فترة قصيرة و معنى ذلك هو أن مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفزيون أو عند قراءته عنه في الصحافة الرياضية فإنه بالضرورة بناء على هذه النظرية سوف يحاكيها و يحاول تطبيقها في واقع حياته و يسمى هذا المنحنى في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة.

وملخص هذه النظرية أن وسائل الإعلام لها نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي لها تأثيرا مباشرا كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة.²

رابعا - نظرية التأثير المباشر على المدى الطويل أو التراكمي (التأثير الغير مباشر):

ترتكز نظريات التأثير الغير مباشر على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ومدى اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وتركز ذلك على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع وتعتبر هذه

¹ - خير الدين على عويس و عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الطبعة الأولى، مركز الكتاب للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 1998، ص 44.

² - راجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية، جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، 2012/2011، ص 14.

النظرية الأكثر شمولاً حيث تضع في حسابها بعض العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في الناس وتميل إلى الجميع بين عناصر النموذج الإدراكي وجوانب من نماذج البناء الوظيفي، حيث يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى الخبرة طويلة حتى تظهر أثارها من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً تقوم على تغيير الموقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يتغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضية إلى أفكار وقيم رياضية تختلف وأسلوب حياته الذي اعتاد عليه يؤدي به إلى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم الرياضية، ويغير في أسلوب حياته متأثراً بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب التركيبة الشخصية والحالة النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منهما.

وفقاً لهذا الأسلوب فإن استمرار تعرض الفرد إلى مادة إعلامية تنبذ مثلاً العنف الذي حدث في الملاعب الرياضية بكل صورته وأشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين أو إظهاره بروح منافية للروح الرياضية السلمية من قبل الإعلام الرياضي يؤدي إلى قلة ظهور حوادث العنف هذه وبالتالي يمكن القضاء عليها على المدى الطويل.¹

خامساً - نظرية حراسة البوابة:

1- تعريف نظرية حراسة البوابة:

يقصد بنظرية حراسة البوابة القائمون والمسؤولون الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون بمضمون الرسائل المنشورة، فتمر الرسائل الإعلامية بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي ليتم التقرير ما إذا كانت الرسائل التي تلقوها سوف ينقلوها أو لن ينقلوها أو سيطراً عليها بعض المتغيرات والتعديلات فينشرون ما يريدون ويصنعون ما لا يريدون نشره.

حارس البوابة هو الشخص المخول أو صاحب الامتياز والمتمتع بصلاحيات أو نفوذ يسمح له بالتحكم في الرسائل الإعلامية ويصبح هنا هو صاحب القرار في تمريرها للمتلقي من عدمه، وكذلك

1- خير الدين على عويس و عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 46.

لتعديلها أو حذف بعض مضامينها وحتى حذفها تماما، حيث تمر الرسائل بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر إلى المستقبل، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات.

2-وظائف نظرية حراسة البوابة:

- تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها.
- زيادة كمية المعلومات عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.
- إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

3-العوامل التي تؤثر على نظرية حراسة البوابة:

- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.
- المعايير المهنية للقائم بالاتصال.
- معايير الجمهور.¹

سادسا-نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية و فكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم عليها أساسها التطعيم من الأمراض فالجرعات المتتالية من المفاهيم و القيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي تحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف و الجريمة و التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة اتجاهها و عدم النفور منها ،فالحالة السلبية هذه اتجاه الأشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاء نتيجة الحقن المنتظم لعقول هذه الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية مما ولد حالة من البلادة اتجاهها أشبه بالحصانة التي يصنعها المصل حينما تلقح به ضد الأمراض.

وحتى لا نصل إلى هذه الحالة من البلادة واللامبالاة اتجاه الأشياء السلبية في المجال الرياضي كالعنف مثلا يجب أن تقوم الوسيلة الإعلامية بعمليات التوجيه والإرشاد والوعظ اتجاه ما يقدم ومحاولة نبذه، وإظهاره بصورة منافية للأخلاق والروح الرياضية.

1- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012، ص 258.

فالرياضة أسمى من أن تكون ساحة للقتال والنزاع بين منافسيها وإنما هي تعمل على خلق المواطن اللائق اجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وانفعاليا.¹

سابعا-نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين هما:

1-المرحلة الأولى:

وهي ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور فالذي نتلقاه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فينا كثيرا بل قد لا نعيه أذى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لوسائلها وبتلقيها لتلك الرسائل تنتهي هذه المرحلة الأولى.

2-المرحلة الثانية:

يبدأها من يسميهم علماء الاتصال بقيادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع كجماعات الأصدقاء والزملاء في النادي أو الفريق والأقارب، قادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أم أصحابنا أو ذوي الرأي فينا.

فالذي يحدث في هذه المرحلة هو أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرؤوا نفس الذي قرأناه فبدأوا بالحديث عنه بطريقة تنبها إلى أشياء لم نلفظ إليها وبأسلوب أكثر إقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام، وقائد الرأي هذا قد يكون له من النفوذ المادي أو الأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدي إلى تأثرها بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ولبيان كيف يحدث هذا التأثير وفقا لهذه النظرية يمكن توضيح ذلك من خلال المثال التالي: فلو أن بعض المراهقين أو المراهقات شاهدوا برنامجا رياضيا معيناً تتضمن مشاهدة عرضاً لقيم معينة أو أفكار محددة حول مفهوم العنف مثلا ثم كان من الغد بدأ يتحدثون به زملاءهم الذين شاهدوه والذي لم يشاهدوه.

1- خير الدين على عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 48.

هنا يبرز دور قائد الرأي حينما يبدأ بتحليل الرسالة الإعلامية (البرامج الرياضي) وبقية أعضاء المجموعة تهز رؤوسها مؤمنة على ما يقول، حيث أن الأفكار التي قد ترد في الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام غير صحيحة وغير مباشرة في مدلولاتها فإن أي إنسان يمكن أن يفسرها بالطريقة التي يراها هو أو على أساس تكوينه الثقافي وتنشئته الاجتماعية ومستواه التعليمي.

فمثلا الاعتراض على قرارات الحكام قد يفسره قائد الرأي على أنه نوع من التعبير عن الرأي وتحقيق الذات، فقائد الرأي ليس فقط لاعب بارع بالألفاظ والمصطلحات يلويها كما يشاء بل أنه يمارس دور المنبه الانتقائي

لبقية أفراد المجموعة فهو الذي يذكرهم مثلا بوابل من الشتائم التي ألقاها أحد اللاعبين على حكم المباراة كما أن قائد الرأي هو الذي يلفت أنظار زملائه إلى ألفاظ التي اعترض بها اللاعب على حكم المباراة.

من خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية ووفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها يجعلنا نأخذ الحيطة والحذر لأن المادة الإعلامية فقط أو الرسالة الإعلامية التي يبثها الإعلام الرياضي بل يجب أن نعم الحساب لقادة الرأي والأصدقاء وهنا يبرز دور المؤسسات الرياضية (الأندية ومراكز الشباب) والمؤسسات الاجتماعية وخاصة الأسرة في توجيهها للأبناء في اختيار وانتقاء جماعة الأصدقاء وفقا لضوابط ومعايير اجتماعية معينة.¹

¹ - عمرون مفتاح ، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية و الرياضية نحو أستوديو الكرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر معهد التربية البدنية و الرياضية ، 2009/2008 ، ص 42.

خلاصة:

من خلال تحليلنا السابق لنظريات تأثير وسائل الإعلام لاحظنا أن هذه النظريات تختلف فيما بينها في المبادئ والأفكار التي تقوم عليها والأبعاد التي تركز كل منها عليها، إلا أنها تلتقي في نقطة مشتركة وهي السعي لتحقيق رصد مختلف الآثار التي تحدثها وسائل الاعلام في الجمهور المتلقي.

الفصل الثالث

تمهيد:

خصصنا هذا الفصل لعرض خلفية نظرية حول الاعلام الرياضي، حيث سنتطرق إلى مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي، خصائص الإعلام الرياضي ووظائفه وأهدافه وكذا أهمية الإعلام الرياضي وأنواعه، كما سوف نتطرق في هذا الفصل إلى دراسة نظرية تحليلية للشباب كقوة اجتماعية لها من الخصائص والمميزات التي تجعلها عنصر مؤثر وفاعل داخل المجتمع.

أولا - الإعلام الرياضي :

1- تعريف الإعلام الرياضي :

لاشك أن الإعلام الرياضي يلعب دورا حيويا في تقدم الشعوب أو انحطاطها ويقاس مدى تحضر الدول رياضيا بمدى ما تقدمه من إعلام رياضي راق و متحضر في مختلف وسائله المتعددة و في ظل التقدم التكنولوجي الهائل برز دورا مهما و هاما للإعلام الرياضي في زيادة الوعي الرياضي بين الأفراد و تعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم الخاصة و العامة ،كما استخدم الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكس من مقياس الرقي ،فالإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق الخبرات و تعديل السلوك بما يلائم والعادات والتقاليد الرياضية السليمة ونشر الثقافة الرياضية.

ويقصد بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والحقائق والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي بينهم.

وتظهر قيمة الإعلام الرياضي في قدرته على توصيل المعلومات والبيانات في شكل رسائل قاعدة جماهيرية كبيرة متباينة الاتجاهات ومختلفة في الرأي العام نحو قضية معينة أو مشكلة ما، حيث يتميز في قدرته على التأثير كما له القدرة على تغيير الأنماط السلوكية سواء بتشجيع السلوكيات الطيبة أو بطرد السلوكيات السيئة وبالتالي فالإعلام الرياضي يحظى باهتمام كبير لدى جميع وسائل الإعلام.¹

- ويتفق كل من خير الدين عويس وسامية أحمد على أن الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع، ويشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من العناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على

¹ - خالد محمد الحشوش ، علم الاجتماع الرياضي ، الطبعة الأولى ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 2013 ، ص 136 .

انه ظاهرة رياضية اجتماعية، غير أن الإعلام الرياضي لا يعدوا أن يكون فرعاً من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.¹

ويعرفه محمد الحمحامي الذي يرى أن الإعلام الرياضي يعد تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و المعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي، بغرض تفسير القواعد و القوانين و المبادئ التي تنظم الألعاب و الرياضات المختلفة و تحكم المنافسات الرياضية، و الإعلام في المجال الرياضي يهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات و القضايا المعاصرة للتربية البدنية و الرياضية و ذلك من خلال وسائل الإعلام الجماهيري و الاتصال بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، و تنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية والحركية وتوجيههم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية.²

الإعلام الرياضي يمكن تحديده في الملامح الرئيسية التي تحكم عمل الإعلامي في المجال الرياضي فالإعلام ينقل للمشاهدين الحدث الرياضي و ينقل للجمهور الذي لم يحضر هذا الحدث ملخص ما دار في المسابقة أو البطولة الرياضية ، فهو بذلك العين الثاقبة التي تساعد الجمهور الرياضي على التقرب من الرياضة و الرياضيين بالطبع هذا صحيح إذا ما توافرت المقومات الأساسية للعمل الإعلامي من صدق و أمانة في نقل الحدث مرتكزا على عناصر رئيسية من شأنها أن تجعل الخبر الإعلامي ذو قيمة و احترام من الجمهور متى وجد الإعلامي الموثوق به و الصادق و الأمين و الفاهم للأسس الرياضية التي ينتقدها في أسلوبه الكتابي سواء كتقرير لخبر صغير أو لتحليل فني أو لملخص لحدث رياضي يفهم في قانونه و نظامه ، و هذا ما أكدته التعريف السابق الذي كان ينشد من هذه الأخبار زيادة الوعي الجماهير العامة أو الرياضية بأهداف الرياضة و الرياضيين.³

1- خير الدين على عويس و عطا حسن عبد الله، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص21.
2- محمد الحمحامي وأحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، الطبعة الأولى، مركز الكتاب للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2006، ص 98.
3- مجموعة مؤلفين، شغب الملاعب و أساليب مواجهته، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان الأردن ، 2014 ، ص10.

2-مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي :

لقد مرت وسائل الإعلام الرياضية مثلها مثل باقي وسائل الإعلام العامة بعدة مراحل يمكن أن نوجزها في ثلاث مراحل في الشكل التالي:

أ-المرحلة الأولى (البداية):

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا والدخان في الهند والنيران في الصحراء عند البلاد العربية والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية وانتهت هذه المرحلة بظهور الآلات الطباعة وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية وارتبطت بتوضيح المعارف والمعلومات للأفراد عن طريق الصحف والمجلات والكتب والدوريات المختلفة.

ب-المرحلة الثانية (العصر الحديث):

وبدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية والتي تعددت في الكثير من الدول وخاصة الدول الكبرى واستخدمت في ذلك وسائل الاتصال والإعلام المعروفة حالياً كالسمعية والبصرية مثل الإذاعة والتلفزيون والمقروءة مثل الجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية في أنحاء العالم.

ج-المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية و الانترنت):

سنتكلم في هذه المرحلة عربياً حيث تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرون تأكيد على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي وإفريقي ونتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالإنترنت التي أحدثت تطوراً كبيراً في وسائل الإعلام والاتصال.¹

3-أنواع وسائل الإعلام الرياضي:

يمكن تصنيف أنواع وسائل الإعلام الرياضي كما يلي:

¹ - عيسى الهادي، الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 33.

1.3- الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والمجلات النشرات والملصقات، فالصحافة الرياضية هي الوسيلة الإعلامية الكتابية التي تنبع أهميتها من كونها أداة اتصال يومي بالجمهور هدفها نقل الخبر والرأي والتحليل الرياضي أو الصورة إلى القارئ، فعبر الجريدة أو المجلة الرياضية اليومية أو الدورية (أي الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية)، يقوى هذا الاتصال إلى درجة تصبح معها آراء الجمهور الرياضي حصيلة ما تضمنه الصحيفة الرياضية من آراء و معلومات و تحليل رياضي.

2.3- الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على الكلمة المسموعة مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء، فالإذاعة تعتمد على حاسة السمع، والفهم بالسمع لا بالقراءة كما أن المستمع لا يستطيع التحكم ظروف التعرض وتتميز الإذاعة بخصوصية تكنولوجية معينة، فهي تعتبر أسرع وسيلة اتصال جماهيري في تقديم الحدث الرياضي.

3.3- الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل التلفزيون والفيديو وشبكة المعلومات، وأحيانا يطلق على هذا النوع اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد، فالتلفزيون يقدم الصورة والصوت والحركة وبالتالي يستطيع أن يتوجه إلى أكثر من حاسة والتي تحتاج إلى تركيز معين، فهو يجمع بين الصوت والصورة ويكون مشهدا يعتبر خلاصة إمكانات الراديو و السينما، حيث يضيف التلفزيون إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة.

4.3- الإعلام الرياضي الثابت: وهو الذي يتوجه إليه الناس للاطلاع عليه مثل المعارض، المؤتمرات و المسارح، السينما.

ويمكن تقسيم وسائل الإعلام الرياضي إلى:

* وسائل مباشرة: وتتمثل في اللقاءات، الندوات، المناظرات، المحاضرات، المعارض، الحوار والحديث.

* وسائل غير مباشرة: وتتقسم إلى:

* وسائل سمعية: مثل الإذاعة، التلفزيون، وكالات الأنباء.

* وسائل بصرية: مثل الصحف، المجلات، النشريات، لوحات الإعلانات، الكتب، المراجع العلمية، الفاكس.

* وسائل سمعية بصرية: مثل التلفزيون، الفيديو والكمبيوتر، شبكات الاتصال الإلكترونية، شاشة العرض.¹

4- خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ومن أبرزها

أ- الاختيار: فالإعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه فهذا برنامج عبر محطة الراديو موجه إلى الجمهور فريق كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا برنامج خاص وموجه لجمهور كرة اليد وهكذا ..

ب- الجماهير: فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية ومخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير

ج- الاهتمام بكل قطاعات المجتمع: فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات، حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعوقين.

د- الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع: فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها لسبب تفاعل القائم بينه وبين المجتمع، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في هذا المجتمع.²

5- أهمية الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية:

يعتبر الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية، ومراكز الشباب بل وحتى التعليمية بكل أطوارها، ويتجاوز الفروق بين طبقات المجتمع وفروق السن بين الأفراد عن طريق ما ينشر بينهم من تعدل سلوكهم بما يتلائم مع القيم والتقاليد الرياضية.

¹ - خالد محمد الجابر الخطيب، الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات، دار العلم والإيمان للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، جامعة أسيوط مصر، 2016، ص 56.

² - إبراهيم إمام، الإعلام الرياضي والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 80.

- الحاجة إليه في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم وسلوكياتهم والتي من خلاله يرغب القائم بالاتصال على الوسيلة الإعلامية الرياضية.

- الوصول الى الأهداف الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والتي تعكس رقي الدول وتقدمها في شتى المجالات، وفي ظل التقدم التكنولوجي الكبير والسريع تبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة إحاطة الأفراد بكل ما يدور من الأحداث وتطورات في هذا المجال.

- الإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك تحرص الحكومات على اختلاف سياسته الفكرية على تخصيص صفحات وقنوات إذاعية وتلفزيونية متخصصة في الإعلام الرياضي تهدف إلى رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

- وتكمن أهمية الإعلام الرياضي حيث يقوم بتقريب الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار والكبار، بما يتلائم مع العادات والتقاليد ويستخدم الإعلام الرياضي في تعريف الناس بالعالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقى.

وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف الأفراد بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.¹

6- أهداف الإعلام الرياضي:

يعمل الإعلام الرياضي على تحقيق العديد من الأهداف المتنوعة سواء كانت اجتماعية أو بدنية نفسية معرفية، هذا بالإضافة إلى أنه يعتبر من أقرب وسائل الاتصال المباشر، حيث تشمل برامجه على برامج ثقافية، اجتماعية، ترويجية، رياضية.....الخ.

1- خالد محمد الحشوش ، علم الاجتماع الرياضي ، مرجع سبق ذكره ، ص 160.

تتمثل أهداف الإعلام الرياضي فيما يلي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية وتنمية الفكر الرياضي وتحقيق التغيير الاجتماعي في المجتمع الرياضي.
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية والمعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها للإسهام في تكوين رأي عام صائب اتجاه الظواهر الرياضية الجارية.
- الترويج عن الجمهور بالطرق التي تخفف عنهم عناء الحياة اليومية.
- دعم التخطيط للتنمية الشاملة للمجتمعات الرياضية عامة والدول النامية خاصة باعتبارها استثمار ذو عائد كبير للأفراد والمؤسسات تابع لاتجاه الدولة.
- المعاونة في تطوير طرق الأداء والأجهزة والأدوات المستخدمة في المجال الرياضي.
- نشر الأخبار والمعلومات والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستوى المحلي والدولي.¹

7- دور الإعلام الرياضي:

أصبح الإعلام الرياضي بمختلف أدواته و تشبعاته تأثير واضحا على فكر المجتمع أو الجمهور المحيط لذا اهتمت الحكومات بتخصيص و إصدار التشريعات التي تسهل من عملها في الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية و توجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع المستوى الثقافي الرياضية للجمهور، و زيادة الوعي الرياضي بينهم و تعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم الخاصة و العامة واستخدامها كوسيلة للوصول لأهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية و الذي يعكس بدوره رقي هذه الدول و تقدمها في شتى

1- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

المجالات هذا بالإضافة إلى كثرة الألعاب و قوانينها ، و تدفق المعلومات الرياضية و تشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية ، و عدم قدرة الفرد على ملاحظة هذه المعلومات الأمر الذي برز فيه الحاجة الضرورية و الملحة إلى قيام الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.¹

يلعب الإعلام الرياضي أدوارا إيجابية وأخرى سلبية، والتي على أثرها تهتز عدة جماهير وتتأثر بكل الأحداث وتفصيلها الرياضية المختلفة.

1.7- الأدوار الإيجابية للإعلام الرياضي: تتمثل في:

- إيصال الرسالة الإعلامية مفادها تحقيق الانتماء للوطن من خلال الرياضة.
- خلق الوعي والثقافة الرياضية بين الجماهير .
- تعميق الوعي الجماهيري في احترام القوانين والأخذ بعين الاعتبار قيم المجتمع ومثلها العليا.
- الإعلام المحلي يقوم بدور تربوي في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الشباب.
- القنوات الرياضية تغطي مبادرات الدوري المحلي بشكل ممتاز .
- نشر الثقافة الرياضية وهب ثقافة قبول الآخر وعدم إقصاءه بين الجماهير .
- يساعد على تشكيل الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة.
- يقوم بغرس ثقافة حب الوطن من خلال برامجه المتنوعة.
- يساعد الإعلام الرياضي على زيادة مستوى تقارب المجتمعات الرياضية.

2.7- الأدوار السلبية للإعلام الرياضي:

- تسليط الضوء على العادات السلبية والمنافية للقيم والأعراف الرياضية.
- إخفاء بعض الحقائق المتعلقة بالنواحي الأمنية للمباريات
- الاعتداءات اللفظية عبر المداخلات التلفزيونية بالبرامج الرياضية.
- التحيز لطرف على حساب طرف آخر.²

¹ - مجموعة مؤلفين، شغب الملاعب و أساليب مواجهته، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² - جعفر فارس العرجان، الأدوار السلبية و الإيجابية لوسائل الإعلام الرياضي، الحصيلة المعرفية في مجال الإحصاء الرياضي التحليلي للباحثين للتربية البدنية ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة البلقاء التطبيقية الأردن ، ص 243.

8-وظائف الإعلام الرياضي:

تختلف وظائف الإعلام الرياضي باختلاف الظروف الاجتماعية والسياسية والرياضية، كما تختلف وظيفة الإعلام من فترة زمنية لأخرى والإعلام بوسائله المختلفة لا يقتصر على التعلم فحسب، وإنما على نشر الثقافة الرياضية للمجتمع والاتجاهات الحديثة.

ومن أهم وظائف الإعلام الرياضي نجد:

أ-**الوظيفة الإخبارية:** وهي المهمة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام بشكل دائم وثابت ومستمر كما تقدم المعلومات والمعارف والقوانين الخاصة بالرياضة للجماهير عبر وسائلها المسموعة والمقروءة والمكتوبة والمرئية، فهي تقوم بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل كما تواكب الحيلة الرياضية وترقي النشاطات الرياضي وتغطي فعاليات الرياضية ونشر ما هو جديد في الساحة الرياضية.

ب-**الوظيفة التثقيفية:** أي تقديم ثقافة رياضية فالإعلام الرياضي يسعى إلى تعميق رؤية وتفهيم وتذوق الجمهور للأحداث الرياضية، وللظواهر والقضايا الصحية، النفسية، الاجتماعية ذات الصلة الوثيقة بالرياضة.

ج-**الوظيفة الترويجية والترفيهية:** يقوم الإعلام الرياضي بالترفيه عن الجمهور وذلك بالتخفيف عنه من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأسلوب مناسب في الوقت المناسب.

د-**الوظيفة التجارية والخدمية:** فيما يخص الخدمة تتم هذه الوظيفة على أساس تقديم المعلومات والأخبار، كذلك تعريف الجمهور بمواعيد المباريات الرياضية، التي تفيد الجمهور مباشرة وأماكن إقامتها ومواعيد بثها أو إذاعتها وتقديم بعض الاستفسارات في المجال الرياضي والإبلاغ عن الرسالة الإعلامية لمختلف السلع أو الخدمات أو الأفكار، إذ يعتبر الإعلام بمثابة نشر المعلومات والسلع التجارية وغيره.¹

¹ - عروي عبلة، دور الإعلام الرياضي الفكري للقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم و الاتصال، جامعة قصدي مرباح ورقلة (الجزائر) ، 2013/2014 ، ص 13-14.

9- تأثير الإعلام الرياضي على الجماهير:

ما يمكن الإشارة إليه أن للإعلام الرياضي أنواع عديدة من التأثيرات يحدثها في الجمهور المتلقي للمعلومات الرياضية والتي يمكن أن يبين البعض منها على النحو التالي:

أ- الاستثارة العاطفية:

الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التي تواجهه يتنازع أمران: المشاعر و العواطف أو المنطق و العقل ، و نستطيع أن نتحدث عن عقل و منطق واحد لكن هناك عدة مشاعر و عدد من العواطف

كالحب والكراهية، الحزن السعادة وغيرها من المشاعر والعقل هو عدم الاستجابة تلقائية لما يتعرض الإنسان من مثيرات حيث يخضع للسلوك الإنساني استجابة لمثيرها إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة، والعواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها وكثيرا ما يحدث ذلك، والإنسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع السيطرة دائما على عواطفه من خلال تحكيم عقله فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع أن يتحكم في مشاعر الحزن والكراهية أو الحب على سبيل المثال.¹

ب- تغيير المعرفة الرياضية:

هي مجموع المعلومات الرياضية التي لدى الفرد و تشمل القيم و المعتقدات و المعارف و المواقف و الآراء التي تخص المجال الرياضي و كذلك السلوك الرياضي فهي بذلك أعم و أشمل من المواقف أو الاتجاه إن التغيير في المواقف طارئ و عارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملة تكون بطيئة تستغرق زمنا طويلا فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية فيقوم باحتساب الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو مجموعة من القضايا و الموضوعات الرياضية لدى الأفراد و إحلال الأصول المعرفية الرياضية الجديدة بدل منها ، و إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا و أسلوبك تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في

1- خير الدين على عويس و عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 64.

قناعاتنا و معتقداتنا الرياضية فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبناها أن عقيدتنا في شيء ما هي نتاج ما تعلمناه عن ذلك الشيء .

ج-صياغة الواقع:

حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي و يقدمه كما هو و يقصد بالواقع ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث و القضايا و الموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو و كأنه واقعي و طبيعي و معبر عن الحقيقة و هذا ما يجب أن يكون عليه الإعلام الرياضي ، و لكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضي هذا الواقع ، مثلا قد يكون اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في المجتمع ، و لكن الإعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير في المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة ويعطي انطبعا مختلفا عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضي تكون عواقبه وخيمة.

د-تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:

و يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ماء و شعوره اتجاهه و من هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم و القضايا التي يتعرض لها ، و هذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا ، رفضا أو قبولا ، حبا أو كرها و ذلك بناء على المعلومات أو الحثيات التي تقدم للإنسان والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية تغير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة ، فمثلا عندما يمدنا الإعلام الرياضي بعشرات الأحداث و المواقف عن أحد الفرق الرياضية و التي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب و الذي يتمثل في اعتراض على قرارات الحكام و الاعتداء عليهم أو على لاعبي الفريق المنافس أو غير ذلك من مظاهر العنف و تكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق و يصبح هذا الفريق له سمعة غير طيبة و يقترن اسمه بكل أحداث العنف و الشغب داخل الملاعب و من الأمثلة الأخرى على تغيير الموقف الانتقال إلى حالة العداء بعدها أو إلى حالة المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية ، حيث يقوم الإعلام بتغيير نظرة

الجمهور لتلك الأندية من خلال الدور الكبير الذي تؤديه الجريدة أو القناة في تشكيل موقف الجمهور من جمهور نادي الآخر.¹

10- مشاكل الإعلام الرياضي:

إن أهمية تدعيم النشاط الرياضي في بلادنا وتكريس أنواع الممارسات الرياضية مع وجود الإعلام الرياضي يستقطب أنظار الجماهير المهتمة بالقضايا الرياضية خاصة أن الدراسات تثبت أن نسبة الإقبال على الأخبار الرياضية في تصاعد وتحسن مستمر بحكم ما تصنعه الرياضة من أحداث ونشاطات رياضية.

و قد تمكنت كل الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة أن تجد لنفسها مكانا في الوسط المزدهم الذي تعرفه الساحة الإعلامية عندنا ، حيث أنها تعتمد على المناقشة و السبق الصحفي غير أن واقع الإعلام الرياضي أصبح يعاني من مشاكل عديدة منها ما يتصل بالجهاز الإعلامي و كذلك العراقيل اليومية التي تواجهها القنوات الرياضية أو الصحافة الرياضية في تغطية كل التظاهرات التي تشهدها الساحة الرياضية في بلادنا و منها ما يتعلق بالحصص و النشرات و المواضيع الرياضية ، كما نجد أن الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة أصبحت تعاني هي الأخرى من عدة إشكالات تتلخص خاصة في انعدام التنسيق بينها و بين الاتحاديات الرياضية المتخصصة مما يصعب مهمة الحصول على الأخبار الرياضية من المصادر الرسمية كما أن صحفي القطاع أو الصحفيين الرياضيين يفتقدون إلى هيكل أو إطار تنظيمي يجمعهم بالرغم من المحاولات العديدة الرامية إلى إنشاء رابطة للصحافيين الرياضيين.

وبالرغم من المشاكل والعراقيل التي سببها الإعلام الرياضي والقائمين عليه باعتباره النشاط الذي تأثر ويتأثر بالقضايا الرياضية وبواقع النشاطات والأحداث الرياضية إلا أنه لا يزال إنشاء صحف أسبوعية وإنشاء قنوات فضائية خاصة بالرياضة وذلك راجع إلى الإقبال الواسع عليه كونه يتوجه إلى الفئة الحيوية النشطة و هي فئة الشباب.²

1- خالد أونيسي ، الإعلام الرياضي و دوره في تنمية قيم المواطنة ، مرجع سبق ذكره، ص 70-71.

2- أحمد حمزة ، دور الصحافة الإلكترونية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص الإعلام و الاتصال الرياضي سمعي بصري ، جامعة محمد بوضياف المسيلة (الجزائر)، 2016/2017، ص 32.

11- الإعلام الرياضي في الجزائر:

استطاع الإعلام الرياضي الجزائري سواء عبر الصحف أو القنوات أن يحقق قدرا كبيرا من مواكبة تطور الحياة الرياضية الجزائرية، و لكن التطور النوعي و البنيوي الذي عرفته الحياة الرياضية الجزائرية في الربع الأخير من القرن الماضي، وضع الإعلام الرياضي الجزائري على عتبة مرحلة جديدة تتميز ب :

أ- ظهور شكل من أشكال المنظومة الإعلامية: التي تتألف بدورها من منظومات إعلامية رياضية فرعية هي:

- منظومة الإعلام الرياضي المقروء.
- منظومة الإعلام الرياضي المسموع.
- منظومة الإعلام الرياضي المرئي.

ب- استقلالية وخصوصية المجال الإعلام الرياضي: الذي أصبح واحدا من المجالات الهامة في الحياة العامة، وأصبحت الحياة الرياضية وخاصة في الربع الأخير من القرن الماضي على قدر من الغنى والتنوع والجاهيرية، و هذا ما دفع وسائل الإعلام لأن تتعامل بجدية مع هذه التطورات.

تجسدت هذه الجدية في اعتراف وسائل الإعلام باستقلالية المجال الرياضي فقد اوجب القنوات والصحف أقساما هامة بالرياضة ليس هذا فحسب وإنما تعدى ذلك إلى وضع ملاحق رياضية و هذا ما تجسد في كل من القنوات كقناة الهدف، واستحدثت وزارة الإعلام دائرة خاصة بالبرامج الرياضية الإذاعية و التلفزيونية كحصة الفريق الدولي و حصة بالمكشوف التي تكون عادة كل خميس و كذلك كل الرياضات كل مساء جمعة.¹

ج- ظهور كادر صحفي رياضي:

1- خالد أونيسي ، الإعلام الرياضي و دوره في تنمية قيم المواطنة ، مرجع سبق ذكره، ص 139.

دفعت التطورات الحاصلة في المجال الرياضي خاصة الإعلام الرياضي والناجمة بدورها عن التطور الشامل الحاصل في الحياة الرياضية باتجاه ظهور كادر صحفي رياضي يأخذ على عاتقه مواجهة التحديات الجديدة التي يطرحها مجمل هذه التطورات كذلك بدأ الاهتمام بالإعلام الرياضي وبالأحداث الرياضية تزامنا مع مشاركة العديد من الرياضيين في المنافسات الدولية خاصة في رياضة كرة القدم لكن الطفرة ظهرت أو حدثت إبان الثورة التحريرية المباركة وما حققه جبهة التحرير آنذاك من انتصارات استطاع من خلالها أن يشرف الراية الوطنية و يعرف بالقضية الجزائرية ، و بعد الاستقلال زادت متابعة الجزائريين لأحداث الرياضة خاصة بعد انطلاق بطولة وطنية و نيل العديد من الفرق الجزائرية لعديد الألقاب و الكؤوس ، ليأتي بعدها تتويج المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم بالميدالية الذهبية للألعاب البحر الأبيض المتوسط التي احتضنتها الجزائر سنة 1975 و الفوز في المباراة النهائية على المنتخب الفرنسي، و بعدها جاء التأهل التاريخي إلى كأس العالم سنة 1982 بإسبانيا و ما فعله رفقاء ماجر و بلومي و عصاد آنذاك و الفوز على المنتخب الألماني بنجومها .

ثانيا -الشباب:

1 - تعريف الشباب:

هو عبارة عن طاقات متجددة تساهم في تقدم المجتمع وانه أمضى أسلحة العالم العربي عموما والجزائري خاصة في صراعه المصيري من اجل الخروج من مستنقع التخلف بشتى أنواعه والولوج إلى رياض النهوض الحضاري.¹

ويشير عماد الميلي إلى أن الكثير من الباحثين في علم الاجتماع عندما يؤكدون على أهمية المقاربة الثقافية، ودورها في نشأة مفهوم الشباب على أساس الانتماء إلى شريحة عمرية 15 إلى 25 أو غيرها والتي تعني وجود طاقات اجتماعية عريضة تنتمي سوريا إلى فئة الشباب

¹ - ياسر نعيم عبد الله، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

بانتمائها إلى شريحة عمرية معينة دون المشاركة الفعلية في الثقافة الخاصة بهذه الفئة الاجتماعية.¹

ويعرف حسين العراقي مرحلة الشباب بأنها المرحلة التي يكون فيها الإنسان قادراً مستعداً لتقبل القيم والمعتقدات الجديدة، حيث أصبحت لهم مطالب قد لا تتصل بإشباع عادة إعادة صياغة النظام الاجتماعي والاقتصادي والسياسي بالجملة.²

ويعرف مصطفى حجازي في مؤلفه "الإنسان المهدور" الشباب بأنها الكتلة الحرجة التي تحمل أهم فرص نماء المجتمع و صناعة مستقبلية، كما أنهم في الآن عينة يشكلون التحدي الكبير في عملية تأطيرهم و إدماجهم في مسارات الحياة الاجتماعية و الوطنية و الإنتاجية النشطة و المشاركة أنهم يشكلون العبء الذي تضيق به السلطات ذرعا، و تخشاه أيما خشية، في الوقت نفسه الذي تقتصر فيه أيما تقصير في وضع الإستراتيجية الكفيلة بحين توظيف طاقاتهم الإنتاجية، و توقعهم إلى البذل و العطاء.³

2- الشباب من منظور العلوم المختلفة:

لم يتفق العلماء على وصف محدد للشباب فقد تباين وصفهم للشباب وسوف نحاول توضيح ذلك على النحو التالي:

2-1 - الشباب من منظور علماء السكان:

اعتمد علماء السكان في شرحهم إلى عدة عوامل والتي تتمثل في العمر الذي يقضيه الفرد في التفاعل الاجتماعي داخل مجتمعه ويختلف علماء السكان فيما بينهم حول نقطة البداية والنهاية لهذا العمر الشبابي فهناك من يحددهم من هم تحت العشرين وهناك من يحددهم من هم بين سن 15-25 سنة على سبيل المثال في فلسطين تم تحديدهم من 15-29 سنة.

¹- أبو الحسن عبد الوجود إبراهيم، العمل مع الشباب، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 2014، ص 10.

²- إبراهيم شريف عبد العزيز شريف، التواصل الاجتماعي و الممارسة السياسية للشباب، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، الإسكندرية مصر، ص 11.

³- مصطفى الحجازي، الإنسان المهدور، الطبعة الثانية، المركز الثقافي العربي للنشر والتوزيع، الدار البيضاء المغرب، 2006، ص 203.

2- 2- الشباب من منظور علماء النفس الاجتماعي:

يربط مفهوم الشباب ونهايته بمدى اكتمال البناء الدافعي واعتبارهم أيضا شريحة من البشر أكثر مما هم مرحلة من الحياة، فهم يشكلون ظاهرة شاملة تحتم بيولوجيا، غير أنها تتحدد كذلك ثقافيا وقانونيا.

أما من وجهة السيكلوجية فهي مرتبطة بعملية التنشئة واكمال نمو الأنا وتحقيق الذات وقد تمتاز هذه الفترة من حياة الإنسان بالتمرد والاستقرار الإيديولوجي والاستقرار العاطفي والنموذج الفكري.

2- 3- الشباب من منظور علماء الاجتماع:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص الذي يمثل مكانة اجتماعية ويؤدي دورا مهما في بناء المجتمع وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير اللعبة.¹

2- 4- الشباب من منظور علماء الانثروبولوجيا:

فقد تحدثوا أن ما تتوقعه من المراهقين من ثقافة إلى أخرى وتعكس سلوكيات المراهقين واتجاهاتهم هذه التوقعات وقد لا يعرف أحد إلى أي مدى يمكن أن تحقق تأثير البيئة ويؤكدون أن نقطة البداية في تحديد من هم الشباب حيث تظهر تحولات واضحة وجذرية في ملامح جسم الشاب. ويتوقف خط النضج الجسمي والجنسي والعقلي عند الشباب على عوامل كثيرة من أهمها الجنس والمستوى الاقتصادي والاجتماعي إذ أن الأنثى قد تشبه الذكر في البلوغ غير أنها تسبقه بفترة بين سنة وستين في المتوسط.

2- 5- الشباب من منظور علماء الاقتصاد:

فيرون أن الشباب من يعمل وينتج ويبيع ولا دخل للسن في التنمية ف طالما أن الإنسان يعمل ويشارك في العملية الإنتاجية، فهو شاب في المعنى الاقتصادي لأنه عنصر من عناصر الإنتاج.

¹ - أبو الحسن عبد الوجود إبراهيم، العمل مع الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 23.

2-6- الشباب من منظور علماء البيولوجيا:

حاولوا تقديم تحديدهم الموضوعي لمرحلة الشباب وتؤكد رؤيتهم على ربط نهاية هذه المرحلة باكتمال نمو البناء العضوي والفيزيقي من حيث الطول والعرض، أو من حيث نمو واكتمال كافة الأعضاء التي لها وظائف معينة في بناء الجسم سواء كانت أعضاء داخلية أو خارجية كالغدد غير ذلك.¹

3- فترات مرحلة الشباب:

تقسم إحسان الحسن فترات مرحلة الشباب إلى:

أ- فترة ما قبل الحلم أو فترة المراهقة:

وتستمر من 11 سنة إلى 16 سنة وفي هذه المرحلة أو الفترة يكون الفتى أو الفتاة في حالة عدم استقرار من النواحي الجسمية والانفعالية والإدراكية والاجتماعية نظرا لسرعة التحولات الجسمية وغير الجسمية والانفعالية التي يمران بتا.

ب- فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى:

تمتد من بداية سن المراهقة حتى سن الواحد والعشرين سنة وهي مرحلة انتقالية يتحول خلالها الشاب إلى رجل بالغ أو أمرا بالغة ويحقق فيها نضجه الجنسي ومستوى عاليا من النضج الانفعالي والاجتماعي.

ج- فترة الرشد أو فترة الشباب الثانية:

تمتد من 21 إلى 28 سنة في حين يرى احمد الكوس وسعاد المجرب أن مرحلة الشباب من فترتين هما:

فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى: وتبدأ من سن الثانية عشر إلى سن الحادية والعشرين وتبدأ بالبلوغ الجنسي

فترة الشباب الثانية: وتبدأ من الحادية والعشرين إلى سن الأربعين.

¹ - ياسر نعيم عبد الله، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية، مرجع سبق ذكره، ص 95.

وعموماً فكلها تقديرات لا يوجد بينهما حدود فاصلة ولا يمكن أن نذكر يوماً ما بعينة أو بسنة بذاتها تبدأ فيها مرحلة الشباب أو تنتهي عندها تلك المرحلة.¹

4- اتجاهات الشباب:

أ- الاتجاه البيولوجي:

وهذا الاتجاه يؤكد الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان، الذي فيه يكتمل نضجه العضوي الفيزيقي وكذلك نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن 15 سنة إلى 25 سنة وهناك من يحددها من 13 سنة إلى 30 سنة.

ب-الاتجاه السيكولوجي:

يرى هذا الاتجاه أن الشباب مرحلة أو حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى، بدءاً من سن البلوغ وانتهاء بدخول الفرد عالم الراشدين الكبار، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي، وهذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع (الثابت والمتغير).

ج-الاتجاه السوسولوجي (الاجتماعي):

ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً.²

5-خصائص الشباب:

تتميز مرحلة الشباب بمجموعة من الخصائص والسمات الجسدية والاجتماعية والنفسية والعقلية الذي يجب أن يلم بها الأخصائيون الاجتماعيون والعاملون في مجال رعاية الشباب ويمكن إيجازها فيما يلي:

¹- رجاء على العاطي العثماوي ، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الأنترنت و الفاسبوك ، دار المعرفة الجامعية للطبع و التوزيع ، الإسكندرية مصر ، 1995 ، ص 13.

²- نبيل عيسى جبريل موسى، الانعكاسات الاجتماعية لشبكة الانترنت، مؤسسة الثقافة الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة بنغازي ليبيا، 2004، ص 30.

5-1- الخصائص النفسية:

لا بد أن يؤخذ في الاعتبار أن قلق الشباب من المستقبل يؤثر على العوامل النفسية لديه ويجعله في بعض الأحيان مؤثر سلبي على إرادته ويجعل الصائبة بعيدة عن سيطرته لذا فإن اختيار الأشياء لن يكون سهل المنال في ظل هذا القلق ومن الطبيعي أن يؤثر ذلك كله على شعوره نحو حياته وقدرته على التحكم في الاستجابات ومن الممكن أن يصبح هذا القلق طبيعياً إذا رعت الاحتياجات التي تتطلبها الظروف المتغيرة لتحفيزه على مواجهة الواقع.

5-2- الخصائص الجسمية:

يمر الشباب بمرحلة من التغير الفسيولوجي سواء كان من خلال النمو الجسمي بحيث تتغير أجهزة الجسم الداخلية وفقاً لحالة النمو الذي يمر بها الشباب كغلظة الصوت أو من خلال تغيرات الجسم الخارجية سواء في الطول أو الوزن، وتتميز هذه الفترة في النمو بالنضج أو التخلص من الاختلال في التوازن العضلي والعصبي.

5-3- الخصائص الاجتماعية:

تتميز مرحلة الشباب بأنها الاتزان النسبي في العلاقات الاجتماعية مع الأهل والأصدقاء وأفراد المجتمع، وهذا الاتزان يظهر جلياً في هذه المرحلة إذا ما قورنت بمرور المراهقة وطيشها والتي لا تظهر فيها هذا الاتزان ويلتزم الشباب بكثير من العادات والآداب والتقاليد التي تربوا عليها ويقتنعون بها، وإن كان في بعض الأحيان قد يقع بعض الشباب الملتزم بهذه التقاليد في نزوات أو يرتكب تصرفات غير جيدة ولكنه سريعاً ما يدرك ذلك ويلوم نفسه ويجعل من ذاته رقيباً على سلوكه حتى لا يعود لهذه التصرفات.¹

* بعض الخصائص العامة للشباب:

- طاقة إنسانية تتميز بالحماسة والحساسية والجرأة والاستقلالية وازدياد مشاعر القلق والمثالية المنزهة عن المصالح والروابط.
- الفضول وحب التطلع.

¹ - محمد خواجه ، الشباب العربي دراسات في المجتمع العربي المعاصر ، دار الأهالي للطباعة و النشر ، القاهرة مصر ، 1994، ص 85.

- بروز معالم استقلالية الشخصية والنزوع تأكيد الذات.
- لا يقبل الضغط والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط عليه سواء كانت سلطة أو أسرة وهذا السلوك جزء من العنفوان الداخلي للشباب والاعتداء بالنفس.
- درجة عالية من الدينامكية والحيوية والمرونة المتممة بالاندفاع والانطلاق والتحرر والتضحية بدء التفكير في خيارات الحياة والمستقبل، الزواج، التعليم والثروة.
- قدرة الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه.
- دائما ناقدا لأنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطوباوية ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره.¹

6- دور الشباب في المجتمع:

تبرز أهمية الشباب في تنمية المجتمع بعد ما شهدناه من عنف متزايد في السنوات الأخيرة، لذا وجب صنع طرق لهم تتفق مع متطلبات المجتمع الآن، ولذلك يجب تزويدهم بالقيم والاتجاهات والمعارف التي تمكنها من الخلق والإبداع والابتكار داخل المجتمع للتنمية وذلك عن طريق التنمية الاجتماعية السلمية وهي تبدأ من الأسرة وتنتهي بمؤسسات رعاية الشباب المختلفة. والآن الشباب بحكم حجمهم في المجتمع يمثل ثقلا عدديا واضحا بحكم صغر سنه فانه يمثل امتداد للمستقبل ولذا يجب أن نحسن التفاعل معه توجيهها وتعلينا مما يؤدي إلى الاستقرار داخل المجتمع.

أما تركه وشانه دون توجيه وإعداد، فستزعه التيارات المختلفة ويصبح معرضا للانحراف، و يفقد المجتمع إحدى أهم طاقاته الأساسية لذلك لا بد من توجيه الأمتل للشباب حتى يستفيد المجتمع من طاقاتهم الغير محدودة كذلك مساعدتهم على القيام بأدوارهم في المجتمع. والوقوف على العوامل التي تعيق أدائهم وتعرضهم للمشكلات.

¹ - خليل الفاعوري ، الشباب قضية و رعاية و دور ، مديرية الوثائق و المكتبات الوطنية للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 1985 ، ص86.

ومن أهم العوامل الاجتماعية التي تؤدي إلى عنف الشباب وإهدارهم لطاقتهم وقوامهم في قضايا جدلية من الممكن أن نوضحها لهم من خلال برامج نوعية تتفق وأعمارهم كالممارسة العامة للخدمة الاجتماعية و ممارسة الرياضة بمراكز رعاية الشباب لان ذلك يجعل الشباب قادر على فهم مشكلات المجتمع و المشاركة في حلها بطرق مبتكرة.¹

7- احتياجات الشباب:

تعددت حاجات الشباب بتعدد اتجاهاتهم وميولهم، إلا انه توجد مجموعة من الحاجات العامة التي يشترك فيها اغلب الشاب، و التي تتمثل في الحاجات الجسمية و النفسية و العقلية و الاجتماعية. ومسألة الأولوية لهذه الحاجات راجعة إلى طبيعة المكونات الشخصية لكل الشباب وكذلك طبيعة المرحلة العمرية للشباب كلا على حدا.

و في هذا الصدد تجدر الإشارة أولاً إلى مفهوم الحاجة حيث تعرف بأنها مظهر يعبر عن الإحساس الداخلي الذي يوقظ ميل الفرد الطبيعي إلى القيام بعمل ما، بمعنى انه عندما ينشط دافع لدى الفرد يجعله يحس بان شيئاً ينقصه، أي انه في حاجة إلى شيء يشبع الدافع الذي يرضيه، فالحاجات مرتبطة بالدافع لأنها تنبثق عنها و عليه يسعى الشخص من اجل إشباعها ليحفظ بذلك نفسه و نوعه و يحقق هدفه و صالح المجتمع.

يستخدم مفهوم الحاجة في مجال السياسية الاجتماعية والتخطيط الاجتماعي استخداماً واسعاً فهو يعبر عن الحالة التي تضع الإنسان في موقف صعب أو في مواجهة المتاعب نتيجة لشعوره بالرغبة أو العوز إلى شيء ضروري.

كذلك يعني مفهوم الحاجة الفجوة بين ما ينظر إليه و يتطلع له على انه مستوى ضروري و لازم و ما يمكن تحقيقه بالفعل ، كذلك يعني حالة عدم التوازن يشعر بها الفرد أو الجماعة أو المجتمع كنتيجة للإحساس بالرغبة في انجاز هدف معين ، و هذا يحتاج بدوره لتوفر ظروف و إمكانيات معينة.

¹ - ناصر سيد أحمد يوسف الحضري ، العلاقة بين البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية و ظاهرة العنف لدى الشباب المصري ، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام ، جامعة القاهرة كلية الإعلام مصر ، 2012/2013 ، ص 23.

هو تصنيف حسب الحاجات حسب رأي براهم ماسلو إلى خمس مستويات. الحاجة الجسمية و الحاجة للأمن و الحاجة للحب و الانتماء و الحاجة إلى التقدير و الحاجة إلى تقدير الذات . إلا أن ما تجدر الإشارة إليه هي الحاجات التي يشعر بها الشباب ، خاصة الشباب العربي بشكل عام و التي تتمثل في الحاجات الجسمية و النفسية والاجتماعية، زد على ذلك الحاجة إلى الأمن خاصة في الوقت الراهن. فهذا التقسيم النظري للحاجات راجع للمكونات الشخصية و طبيعة المرحلة العمرية، فمن الملاحظ أن جميع هذه الحاجات في الوقت الراهن يتم إشباعها بطرق تكنولوجية.¹

8- مشكلات الشباب :

8 - 1- مشكلات صحية: أكدت الدراسات أن الشباب لديهم الكثير من المشكلات الصحية على نحو يوحى إلى حاجاتهم إلى التربية الصحية السليمة، حيث يفتقد هذا الجيل أبسط مبادئ الغذاء السليم و الرياضة الصحية و الوقاية من الأمراض.

8 - 2 - مشكلات عاطفية جنسية: تزداد المشكلات العاطفية للشباب من الجنسين فهو يريد أفراد الجنس الآخر يهتمون به ، كما أنهم يريدون أن يعرفوا بعض المسائل التي تتعلق بالزواج و الحياة الزوجية المقبلة، كما أنهم في حاجة إلى معلومات جنسية علمية و لكن يقف أمامهم الاتهام بالعيب و النقد الاجتماعي لتلك الرغبات ، و لو وضعت في إطارها الصحيح خلقيا و دينيا و اجتماعيا كان خيرا للمجتمع.

8 - 3- مشكلات الميول و الهوايات : أما عن ميول الشباب فان ما يحددها عاملان مهمان هما : البيئة التي يعيش فيها المراهق ، و جنسه ، فالفتيان و الفتيات الذين يعيشون في المدن الكبرى أو المدن الصغيرة أو القرى تختلف ميول بعضهم عن بعض.

8 - 4 - مشكلات الصراع النفسي: الصراع النفسي عند الشباب هو انعكاس لأسوء ظاهرة بالمجتمع بشتى مرافقه و جوانبه، و كان لابد لهذا الانعكاس أن يرتسم بجلاء و خطورة على نفسية الشباب التي هي أدق جهاز حساس من نوعه.

¹ - نبيل عيسى جبريل موسى ، الانعكاسات الاجتماعية لشبكة الانترنت ، مرجع سبق ذكره ، ص 44.

8-5 - مشكلات العثرات الاجتماعية: هذه مشكلة من نوع آخر تعجز الشباب كليا أو جزئيا عن مواصلة السير إلى الغاية التي يؤمن بها و تفقده الكثير من قدرته ضد ما قد يعترضه من تيارات معيقة.¹

9- الغرض من رعاية الشباب :

الشباب هو مستقبل و أمل الأمة وعلى أكتافه ترقى الدولة حيث ترعى الشباب و تقدم لهم إمكانية الإعداد السليم و مقوماته و تهيئ لهم أساليب الحياة الكريمة و من أغراض رعاية الشباب ما يلي:

- تؤدي رعاية الشباب إلى المحافظة على كيان المجتمع و استمراره فالشباب هو الذي ينقل ثقافة المجتمع و نظمه و أساليب " تفكيره و علومه و آدابه و فنونه و لا يحفظ الشباب التراث الاجتماعي و القيم الاجتماعية في نطاق مجتمعه فحسب بل ينقله للمجتمعات الأخرى.

- تؤدي رعاية الشباب إلى تنمية المجتمع و تقدمه و المجتمع الذي يأمل في الوصول إليه مجتمع الكفاية و العدل.

فهما سبق ذكره يتضح أن رعاية الشباب تتضمن كل عملية أو مجهود أو تأثير يؤثر على حياة الشباب بطريقة ايجابية في عقله و في جسمه و في سلوكه و عاداته و في علاقته الاجتماعية و في حرفته حتى يتحقق حياة سوية و يكتسب الخصائص النفسية و الخلقية و الاجتماعية التي يستلزمها المجتمع.

- و من هذا المفهوم يتضح خصائص مرحلة الشباب ليعد بدوره مجتمعا و حياة أفضل كمن بعده فالإعداد الكامل السليم للشباب في الميادين المختلفة عامل هام في خلق و بناء مجتمع متكامل و سليم، و تنشئة الشباب على الأسس القومية السليمة و تزويده بالمثل و القيم و تدريبه على ممارستها و تدعيم صلته بالمجتمع الذي يعيش فيه و إعداده كاملا يؤهله بحمل الأمانة عن وعي و إدراك و إدراك هذه التنشئة هي أولى الواجبات التي تهتم بها الدولة فإعداد الناشئ تلعب دورا في بناء مجتمعه إذ أن أثاره تنعكس

1- عبد الرحيم فهمي ، سوسيولوجيا الشباب المغربي ، مرجع سبق ذكره ، ص 13.

على كيان الأمة و اتجاهاته تتوقف على فلسفتها كما أهداف و نظم رسائل إعداد الناشئ تلعب دورا رئيسيا في السياسية التربوية التعليمية للدولة فمثلا عن ارتباطها تشمل جميع المواطنين في جميع الميادين كل ذلك بهدف الوصول المتفهم الملم بها له حقوق و ما عليه من واجبات التزود بالخيارات و الوعي الذي يساعده على الإسهام في بناء مجتمعه و تطوره.¹

10- مكانة الرياضة لدى فئة الشباب :

- إن الشباب يعني القوة، و الرياضة هي أفضل الوسائل لإبراز هذه القوة و الحيوية و المحافظة عليها و وضعها في الشكل الملائم لشباب اليوم، هذه هي المفاهيم التي يجب أن تسود بين شبابنا الذي هو نصف الحاضر و كل المستقبل.

- فإذا كان الشباب ممارسا للرياضة فعليه الاستمرار في المزاولة حفاظا على صحته و يجب أن تعرف كل شابة أن المحافظة على وزنها الذي يبدأ في الازدياد في هذه السن لا يأتي فقط عن طريق النظام الغذائي ، و إنما بالرياضة و الغذاء المنتظم معا ، فالشباب يعني الإنتاج و كلما كان شبابنا في صحة شبابنا في صحة و قوة أفضل كلما كان ذلك مؤشرا إلى تحسين الإنتاج و المظهر العام القوام. فالشباب أو الشابة الذي يمارس الرياضة تكون صحته أفضل و اقل عرضة للمرض، كما أن ثقته بنفسه تكون عالية و مظهره من حيث القوام و الشعر و الأسنان و الوجه و غير ذلك أكثر حيوية و إشراقا، فليت شبابنا الذي يميل إلى تقليد الغرب و هو مالا نشجع عليه بالطبع ، يقلد الجوانب الجيدة فقط ، و منها اهتمامهم بممارسة الرياضة يوميا من اجل الصحة ، فيخرج للجري أو ركوب الدراجة أو السباحة و غيرها، و ليت الشباب المسلم المتمسك بدينه يعرف أن الله قد حثنا على اكتساب القوة ، فيمارس الرياضة عن قناعة بان الممارسة ستحافظ على صحته و قوته، خاصة و أن من يتخلف عن أداء هذه الممارسة يعرض صحته للخطر، و من ثم فانه يؤدي بنفسه إلى التهلكة.²

¹- عبد الحفيظ معويشة ، الميول الانتحارية و علاقتها بتقدير الذات ، مذكرة لنيل الماجستير قسم علم النفس و علوم التربية ، جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر) ، 2008/2007 ، ص 132.

²- فاروق عبد الوهاب ، صحة و لياقة بدنية ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، القاهرة مصر ، 1990 ، ص 35.

خلاصة:

من خلال ما تقدم يتضح لنا أن الاعلام الرياضي يكتسي أهمية بالغة من خلال الأدوار المتعددة التي يقوم بها سواء من فيما يتعلق بالترفيه والتثقيف والتوعية والتنشئة، وبالنظر لطبيعة الجمهور المتابع والمهتم بالإعلام الرياضي والمتمثل أساسا في فئة الشباب فإن ذلك يجعل من الاعلام الرياضي وسيلة هامة للتأطير والمرافقة لهذه الشريحة الهامة من المجتمع ويجعله في نفس الوقت آلية للتثقيف والتنشئة والتوعية للجمهور المتلقي.

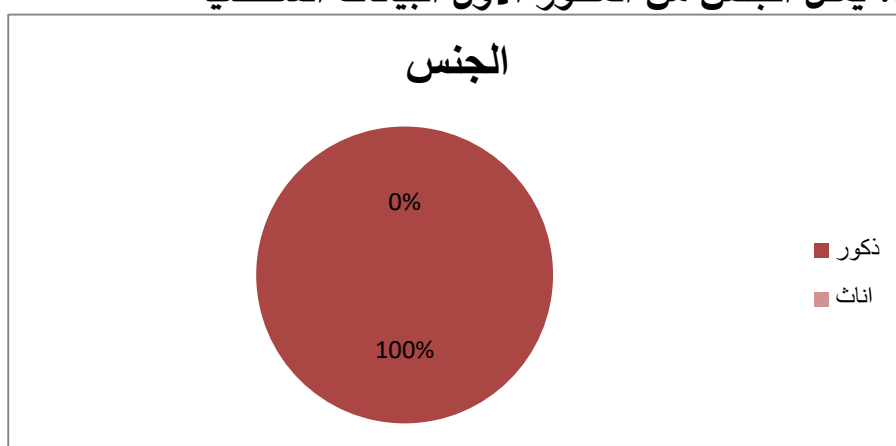
الفصل الرابع

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكور	20	100
إناث	0	0

الشكل رقم 01: يمثل الجنس من المحور الأول البيانات الشخصية

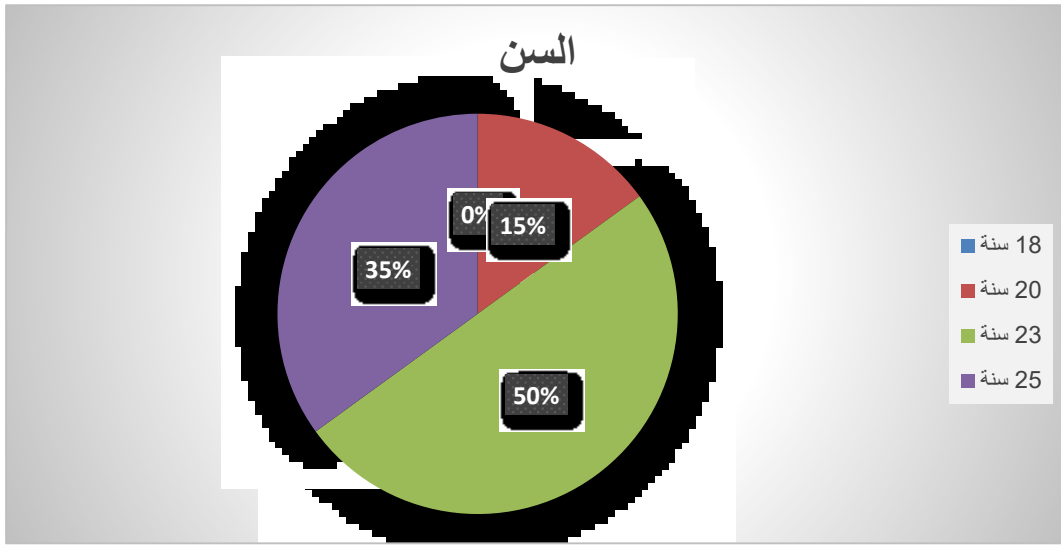


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن معظم أفراد العينة من الذكور الذين يتابعون قناة الهدف بنسبة قدرت بـ 100% ، في حين أفراد العينة من الإناث لا يتابعون قناة الهدف.

الجدول رقم 02: يمثل السن من المحور الأول البيانات الشخصية

السن	التكرار	النسبة %
18	0	0
20	3	15
23	10	50
25	07	35

الشكل رقم 02: يمثل السن من المحور الأول البيانات الشخصية

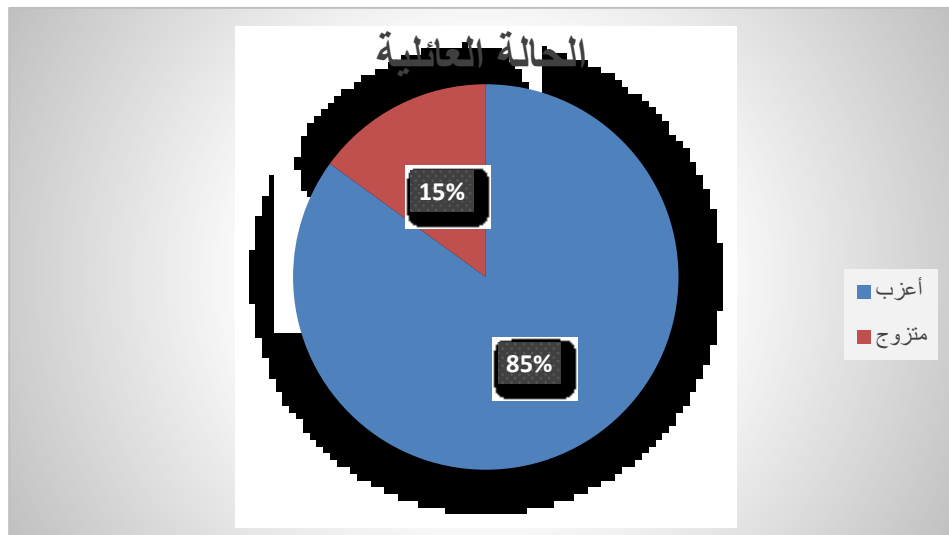


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن المشاركين في الاستمارة أغلبهم من ذوي الأعمار 20 سنة و 23 سنة و 25 سنة ومنه نستنتج أن القنوات الرياضية أغلب متابعيها من الشباب الذي يزيد أعمارهم عن 20 سنة.

الجدول رقم 03: يمثل الحالة العائلية من المحور الأول البيانات الشخصية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة %
أعزب	17	85
متزوج	03	15

الشكل رقم 03: يمثل الحالة العائلية من المحور الأول البيانات الشخصية

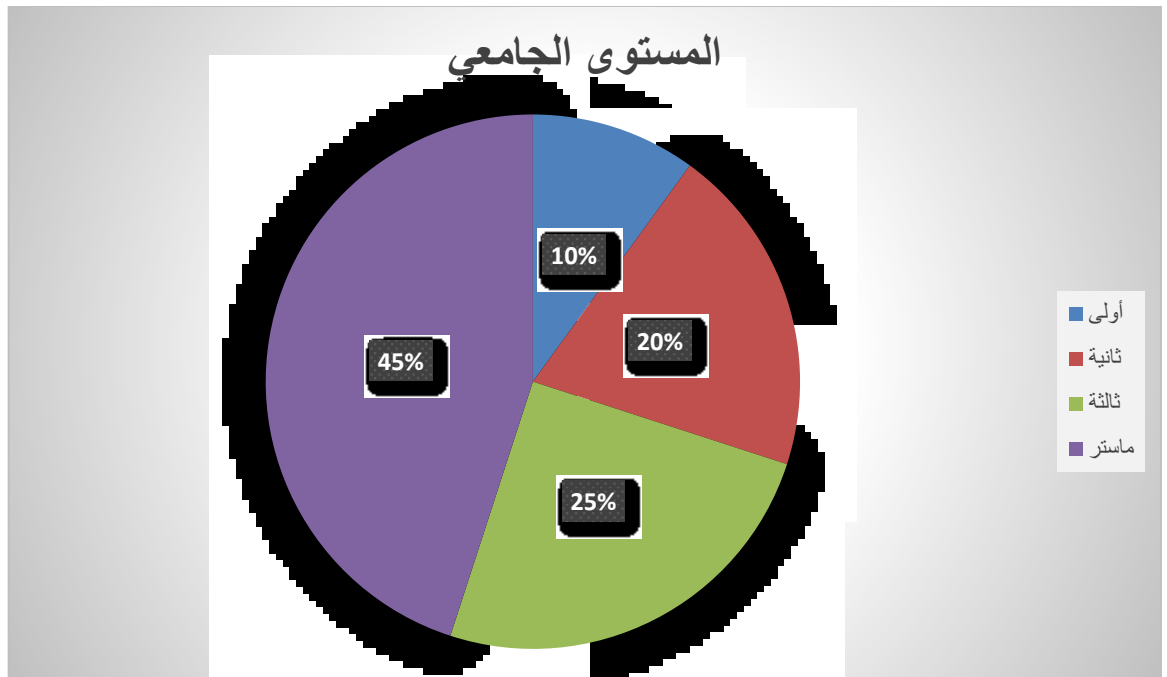


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن المشاركين في الاستمارة أغلبهم عزاب بنسبة 85% أما المتزوجين فتبلغ نسبتهم ما يقارب 15% ومنه نستنتج أن القنوات الرياضية اغلب متابعيها العزب على حساب المتزوجين.

الجدول رقم 04: يمثل المستوى الجامعي من المحور الأول البيانات الشخصية

النسبة %	التكرار	المستوى الجامعي
10	02	أولى
20	04	ثانية
25	05	ثالثة
45	09	ماستر

الشكل رقم 04: يمثل المستوى الجامعي من المحور الأول البيانات الشخصية

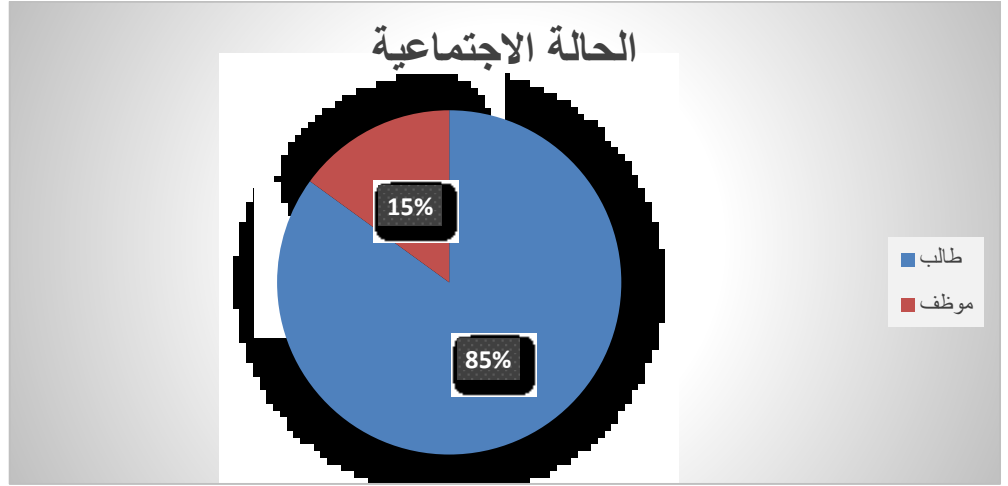


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن المشاركين في الاستمارة أغلبهم من السنوات الأخيرة على غرار الثالثة والماستر.

الجدول رقم 05: يمثل الحالة الاجتماعية من المحور الأول البيانات الشخصية

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
85	17	طالب
15	03	موظف

الشكل رقم 05: يمثل الحالة الاجتماعية من المحور الأول البيانات الشخصية

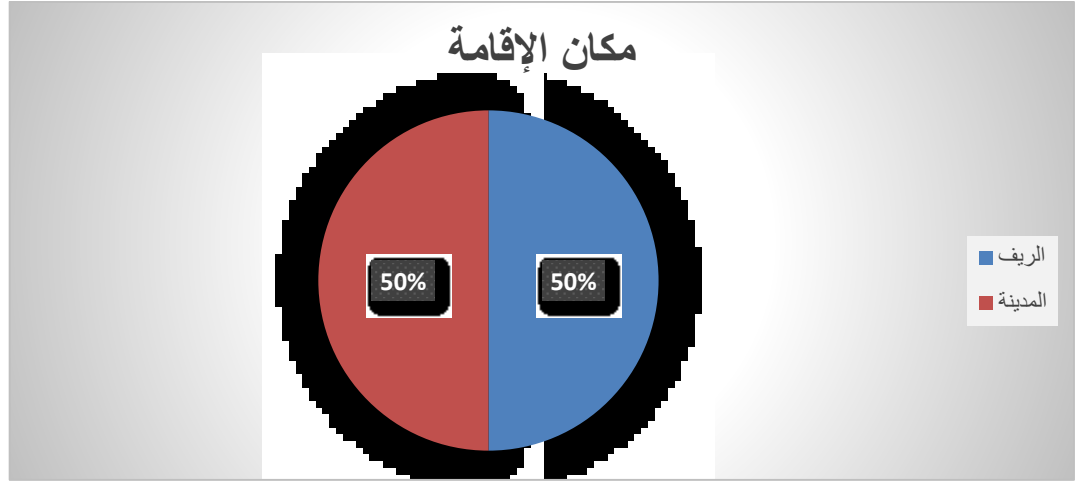


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن المشاركين في الاستمارة أغلبهم من الطلبة بنسبة 85 % على غرار الموظفين الذين يمثلون نسبة 15 %.

الجدول رقم 06: يمثل مكان الإقامة من المحور الأول البيانات الشخصية

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
50	10	الريف
50	10	المدينة

الشكل رقم 06: يمثل مكان الإقامة من المحور الأول البيانات الشخصية



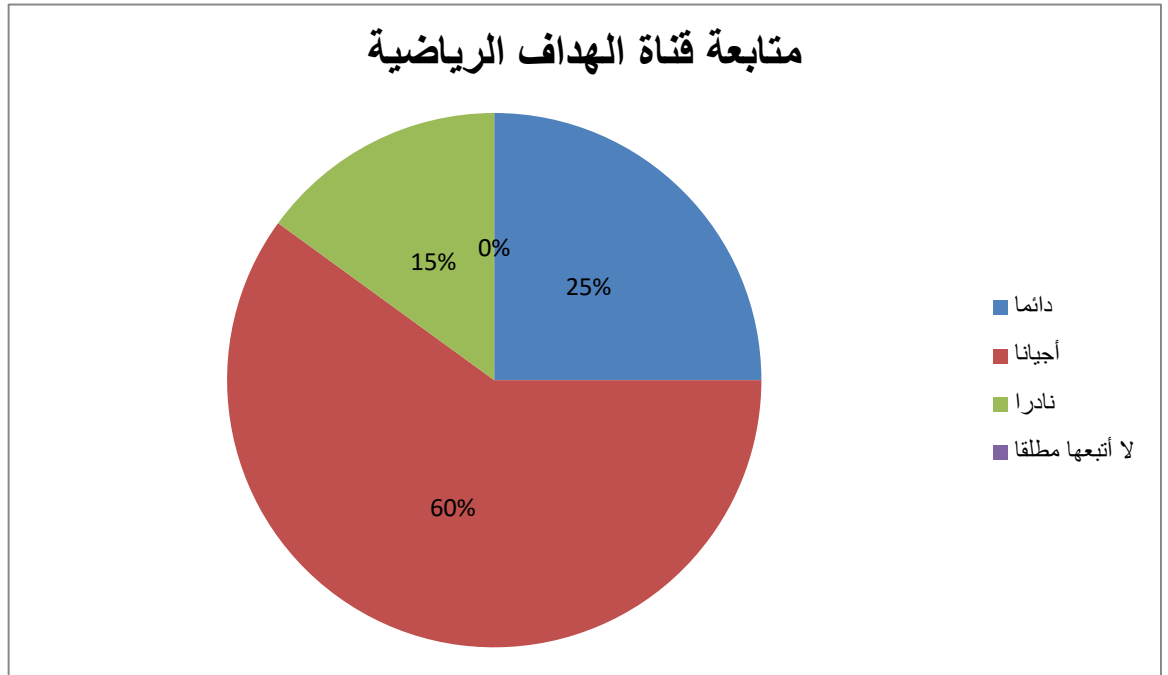
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن المشاركين في الاستمارة يتقاسمون النسبة من الجانبين الريف والمدينة ومنه نستنتج أن معيار الريف والمدينة ليس معيار لقياس درجة المتابعة.

المحور الثاني: وتيرة و أنماط متابعة برامج قناة الهدف الرياضية .

الجدول رقم 07: يمثل نسبة متابعة قناة الهدف الرياضية

النسبة %	التكرار	متابعة برامج قناة الهدف
25	05	دائماً
60	12	أحياناً
15	03	نادراً
0	0	لا أتابعها مطلقاً

الشكل رقم 07 يمثل نسبة متابعة قناة الهدف الرياضي



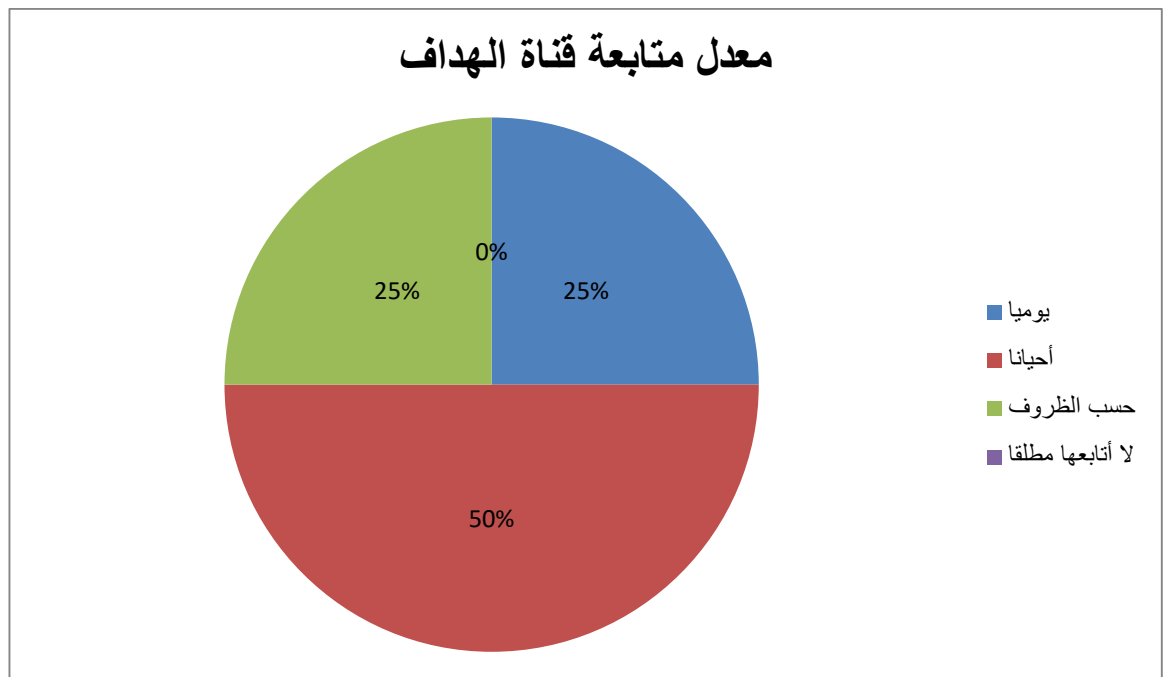
التفسير و التحليل: من خلال الجدول و الشكل أعلاه أقرت أغلب أفراد العينة بأنها تتابع قناة الهدف أحيانا بنسبة قدرت ب 60% ، في حين أقرت فئة أخرى بأنها تتابع قناة الهدف دائما بنسبة قدرت ب 25% ، في المقابل أقرت فئة أخرى بأنها تتابع قناة الهدف نادرا بنسبة قدرت ب 15% .

نلاحظ من النتائج أن متابعة أفراد العينة لقناة الهدف أحيانا يعود لقلة اهتمامهم بالقناة و متابعتهم لقنوات رياضية أخرى متابعة القناة للاطلاع على الأخبار فقط ، أما بخصوص متابعتهم نادرا لقناة الهدف فهو يرجع لقلة اهتمامهم بالقنوات الرياضية و متابعتهم لاختصاصات أخرى ، و بخصوص متابعتهم للقناة دائما فهو يرجع لنوعية البرامج المتنوعة و الاستوديوهات .

الجدول رقم 08: معدل متابعة قناة الهدف .

النسبة %	التكرار	معدل متابعة قناة الهدف
25	05	يومية
50	10	أحيانا
25	05	حسب الظروف
0	0	لا أتابعها مطلقا

الشكل رقم 08: يمثل معدل متابعة قناة الهدف.



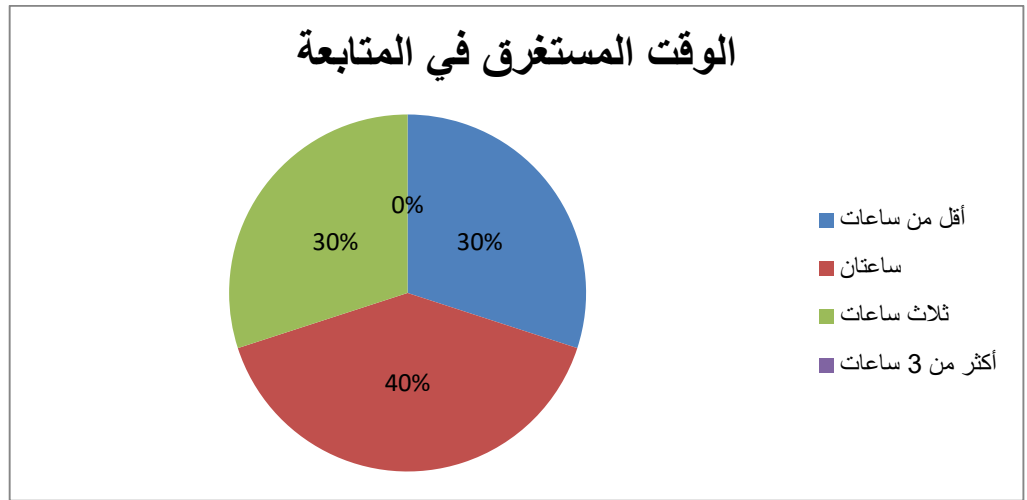
التفسير والتحليل: انطلاقا من الجدول والشكل أعلاه يبين لنا أن معدل متابعة أفراد العينة أحيانا بنسبة قدرت ب 50% في المقابل فئة أخرى من المبحوثين أقرت بمتابعتها لقناة الهدف يوميا بنسبة قدرت ب 25% في حين أقرت فئة من المبحوثين بمتابعتهم لقناة الهدف حسب الظروف بنسبة قدرت ب 25%.

-انطلاقا من هذه النسب نلاحظ أن معدل متابعة المبحوثين لقناة الهدف أحيانا لتوفر العديد من القنوات الرياضية التي تقوم ببث المباريات، و بما يخص متابعتهم للقناة يوميا فهذا راجع لعدم قدرتهم على متابعة القنوات الرياضية المشفرة و نوعية البرامج المتنوعة ، أما بخصوص متابعتهم للقناة حسب الظروف فهذا يرجع إلى الظروف المادية و الاجتماعية للأفراد.

الجدول رقم 09: يمثل الوقت المستغرق في متابعة قناة الهدف .

النسبة %	التكرار	الوقت المستغرق في متابعة قناة الهدف
30	06	أقل من ساعة
40	08	ساعتان
30	06	ثلاث ساعات
0	0	أكثر من 03 ساعات

الشكل رقم 09: يمثل الوقت المستغرق في متابعة قناة الهدف



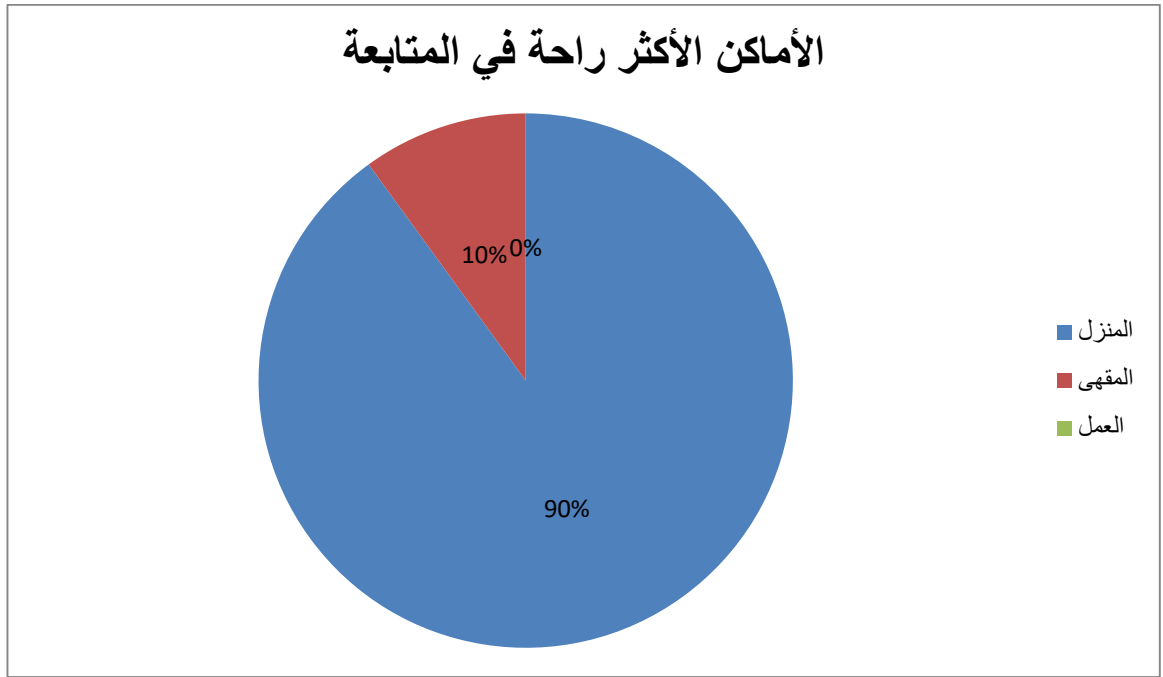
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن متابعة أفراد العينة لقناة الهدف لمدة ساعتان قدرت بنسبة 40 %، في حين فئة أخرى من المبحوثين اقرؤا بمتابعتهم لقناة الهدف لمدة ثلاث ساعات قدرت بنسبة 30%، في المقابل أقرت فئة من أفراد العينة أن مدة متابعتهم لقناة الهدف لأقل من ساعة بنسبة قدرت ب 30 %، في حين لا يوجد من يتابع قناة الهدف لأكثر من ثلاث ساعات.

انطلاقاً من هذه النسب أن مدة متابعة المبحوثين لقناة الهدف لمدة ساعتان يرجع ربما لاطلاعهم فقط على الأخبار ومتابعتهم لبرنامج معين، في حين الفئة التي تتابع قناة الهدف لمدة ثلاث ساعات يرجع ربما لمتابعتهم لجميع البرامج والأخبار، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يتابعون قناة الهدف لأقل من ساعة فهو يرجع ربما لمتابعتهم لقنوات رياضية أخرى واطلاعهم على الأخبار فقط.

الجدول رقم 10: يمثل الأماكن الأكثر ارياحية في متابعة قناة الهدف

النسبة %	التكرار	الأماكن الأكثر راحة في المتابعة
90	18	المنزل
10	02	المقهى
0	0	العمل

الشكل رقم 10: يمثل الأماكن الأكثر ارياحية لمتابعة قناة الهدف



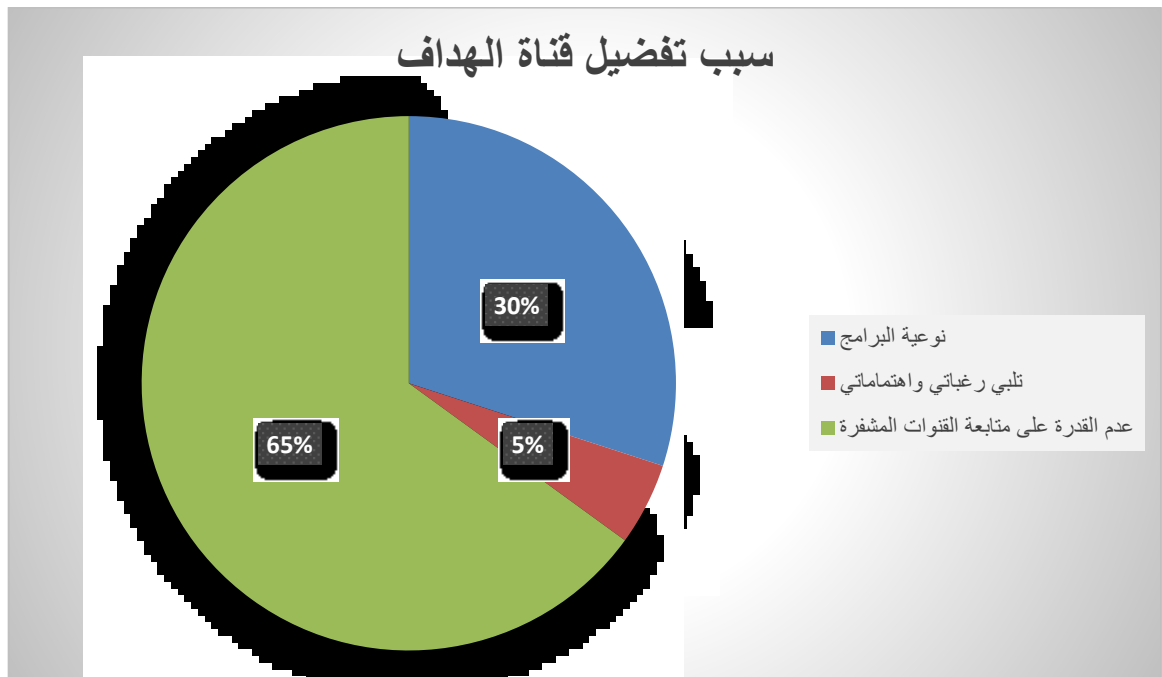
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن اغلب أفراد العينة يتابعون قناة الهدف في المنزل بنسبة قدرت ب 90 %، في حين فئة قليلة من المبحوثين أقرت بمتابعتها لقناة الهدف في المقهى بنسبة قدرت ب 10 %، أما بخصوص متابعتهم في العمل فلا يوجد من يتابع القناة في العمل.

انطلاقاً من هذه النسب نلاحظ أن اغلب أفراد العينة يتابعون قناة الهدف في المنزل ربما لتفرغهم وعدم انشغالهم ويجدون في المنزل أكثر ارياحية للمتابعة، في حين متابعة الأفراد بقناة الهدف في المقهى يرجع ربما لقضاء أغلبية وقتهم في المقهى والجلوس مع الأصدقاء والتحاور ومشاهدة البرامج.

الجدول رقم 11: يمثل سبب تفضيل قناة الهدف

سبب تفضيل قناة الهدف	التكرار	النسبة %
نوعية البرامج	06	30
تلبية الرغبات والاهتمامات	01	5
عدم القدرة على متابعة القنوات المشفرة	13	65

الشكل رقم 11: يمثل سبب تفضيل قناة الهدف



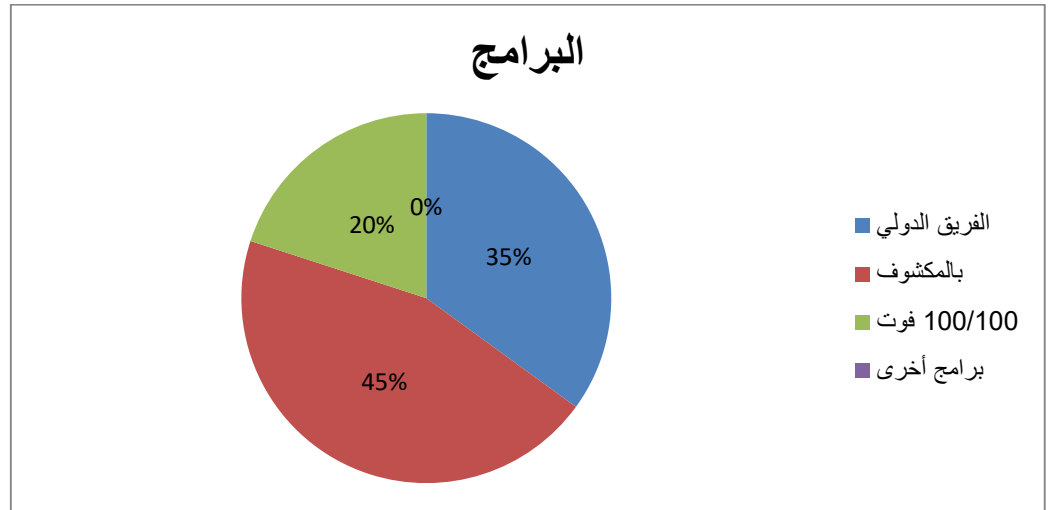
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن اغلب أفراد العينة يفضلون قناة الهدف لعدم قدرتهم على متابعة القنوات الرياضية الأخرى بنسبة قدرت ب 65% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة اقرروا بتفضيلهم لقناة الهدف هو لنوعية البرامج بنسبة قدرت ب 30%، في المقابل أقرت فئة من أفراد العينة بتفضيلهم لقناة الهدف هو لتلبية رغباتهم واهتماماتهم بنسبة قدرت ب 5% .

نلاحظ من خلال النتائج أن سبب تفضيل أفراد العينة لقناة الهدف هو لعدم قدرتهم على متابعة قنوات رياضية مشفرة ووجوب متابعة هذه القنوات بالاشتراكات السنوية، أما فيما يخص تفضيل فئة من أفراد العينة لنوعية البرامج يرجع ربما لتنوع هذه البرامج وجلبهم لشخصيات رياضية معروفة.

الجدول رقم 12 : يمثل ترتيب البرامج حسب الأفضلية

ترتيب البرامج حسب الأفضلية	التكرار	النسبة %
الفريق الدولي	07	35
بالمكشوف	09	45
100/100 فوت	04	20
برامج أخرى	0	

الشكل رقم 12: يمثل ترتيب البرامج حسب الأفضلية



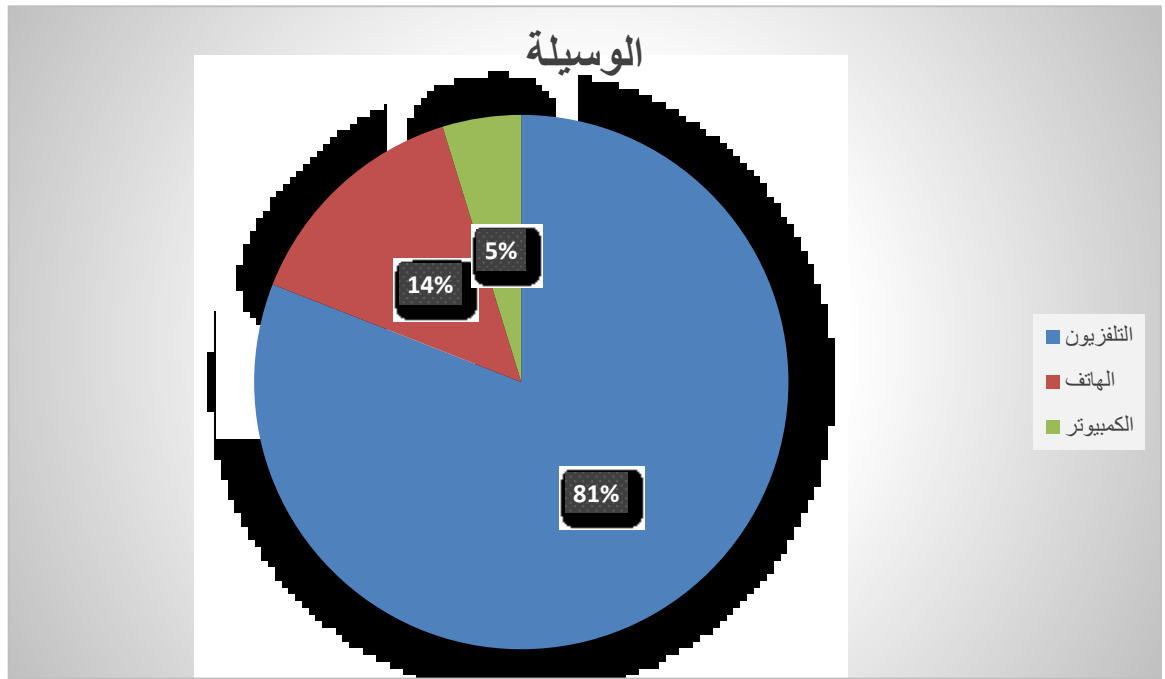
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يتابعون برنامج بالمكشوف بنسبة قدرت ب 45% ، في المقابل أقرت فئة أخرى من أفراد العينة أنهم يتابعون برنامج الفريق الدولي بنسبة قدرت ب 35% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة أقرت بمتابعتها لبرنامج 100/100 فوت بنسبة قدرت ب 20% .

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل إليها أن أغلبية أفراد العينة تتابع برنامج بالمكشوف يرجع ربما لأن هذا البرنامج يتناول مواضيع مهمة و متنوعة و كذلك استضافتهم لشخصيات رياضية معروفة ، فيما يخص متابعة أفراد العينة لبرنامج الفريق الدولي يرجع ذلك لأنه يقوم بالحديث عن كافة الأحداث الرياضية الوطنية العربية و الدولية و يقوم باستضافة بعض محلي البرامج ، وجاءت متابعة أفراد العينة لبرنامج 100/100 فوت يرجع ذلك لأنه يقوم بعرض الأخبار و الأحداث في ذلك الأسبوع.

الجدول رقم 13: يمثل الوسيلة التي يتم من خلالها متابعة قناة الهدف

الوسيلة	التكرار	النسبة%
التلفزيون	17	85
الهاتف	03	15
الكمبيوتر	01	0

الشكل رقم 13: يمثل الوسيلة التي من خلالها يتم متابعة قناة الهدف



التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة قناة الهدف عبر التلفزيون بنسبة قدرت ب 85% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة تفضل متابعة قناة الهدف عبر الهاتف بنسبة قدرت 15% ، في حين لا يوجد من يتابع قناة الهدف عبر الكمبيوتر.

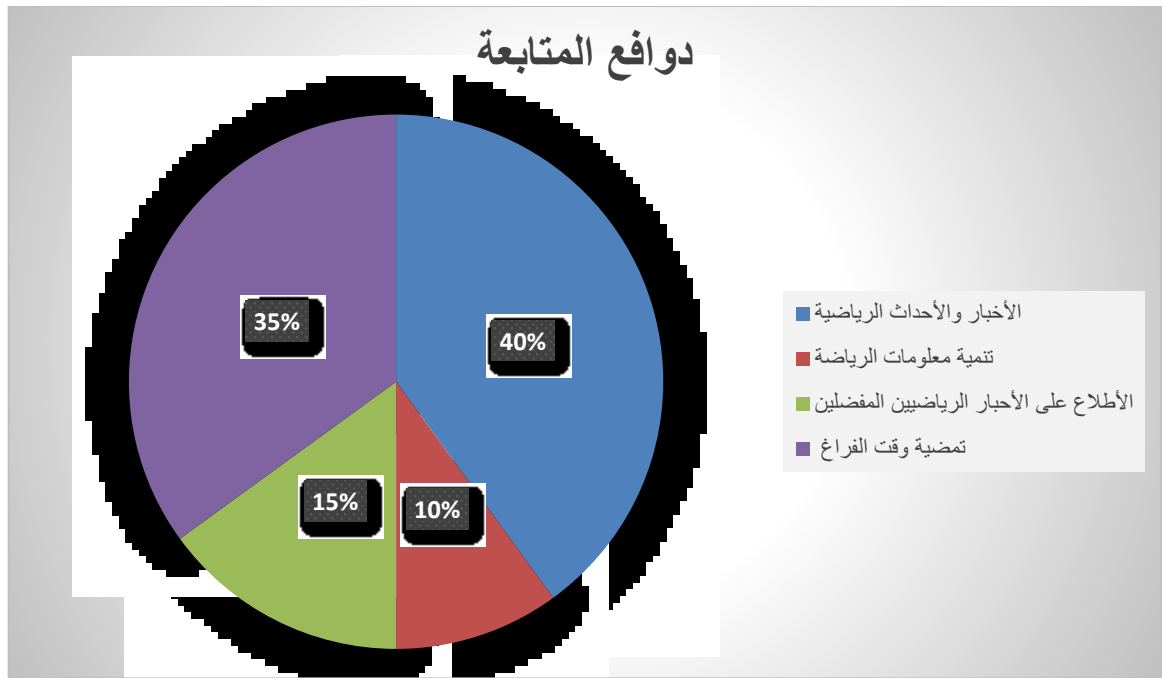
من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أقرروا بأنهم يتابعون قناة الهدف عبر التلفزيون ربما لي لتوفره عند معظم الأفراد وسهولة استخدامه، في حين يفضل الآخرون استخدام الهاتف الذكي لمتابعة القناة لتوفره على الانترنت وإمكانية استخدامه في أوقات الفراغ و المتابعة من أي مكان.

المحور الثالث: مساهمة برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب الجامعي .

الجدول رقم 14: يمثل دوافع متابعة برامج قناة الهدف

النسبة %	التكرار	دوافع المتابعة
40	08	الأخبار والأحداث الرياضية
10	02	تنمية معلومات الرياضة
15	03	الاطلاع على الأخبار الرياضيين المفضلين
35	07	تمضية وقت الفراغ

الشكل رقم 14: يمثل دوافع متابعة برامج قناة الهدف

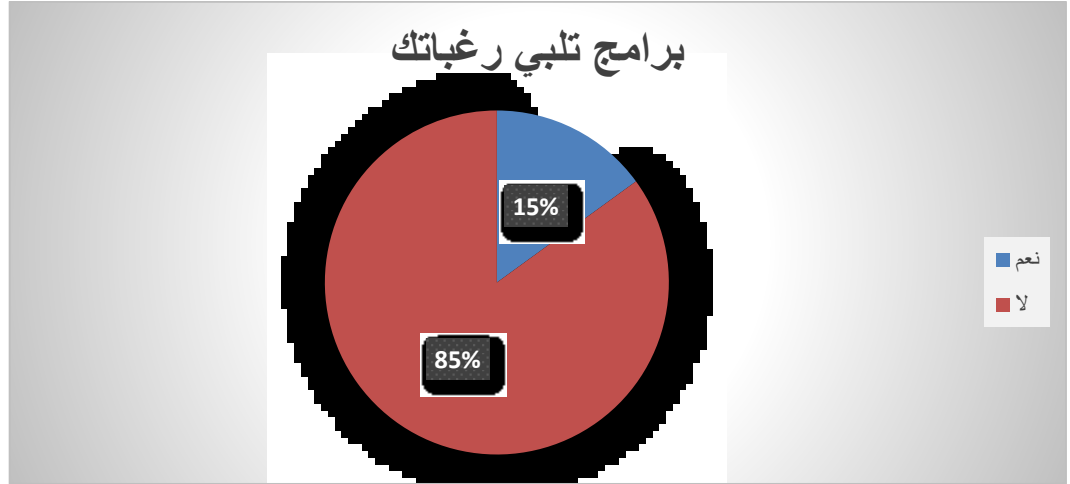


التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة أقرروا بأن دافع متابعتهم لبرامج قناة الهدف هو متابعة الأخبار و الأحداث الرياضية بنسبة قدرت ب 40 % في المقابل أقرت فئة أخرى أقرت بأن القضايا التي يتابعونها و دافع متابعتهم لها هي لتمضية الوقت بنسبة قدرت ب 35 % في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة أن دافع متابعتها لقناة الهدف هو الإطلاع على أخبار الرياضيين المفضلين لديهم قدرت بنسبة 15 % ، أما الفئة الأخيرة فقد أقرت أن دافع متابعتها للقناة هو لتنمية معلوماتهم الرياضية بنسبة قدرت ب 10%.

الجدول رقم 15: يمثل تلبية برامج قناة الهدف اشباعتك دون اللجوء إلى متابعة قنوات رياضية أخرى

البرامج تلبي رغباتك	التكرار	النسبة %
نعم	03	15
لا	17	85

الشكل رقم 15: يمثل تلبية برامج قناة الهدف اشباعتك دون اللجوء إلى متابعة قنوات رياضية أخرى



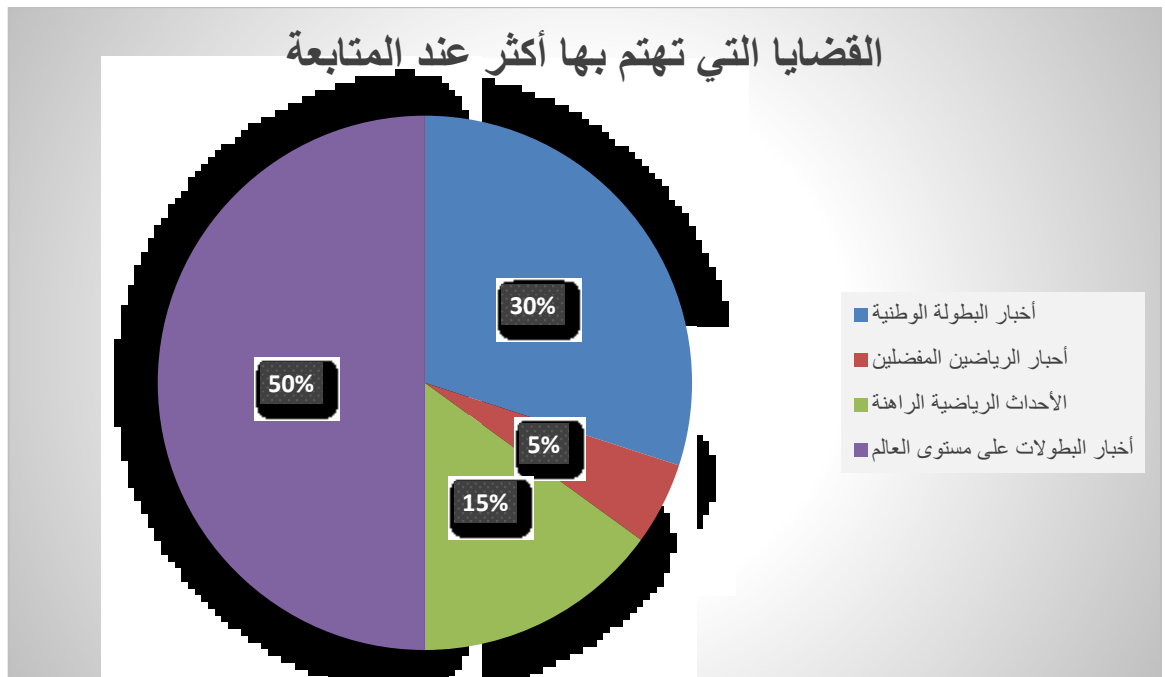
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرروا بأن برامج قناة الهدف لا تلبي اشباعتهم بنسبة قدرت ب 85% ، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة أن برامج قناة الهدف تلبي اشباعتهم بنسبة قدرت ب 15% .

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن برامج قناة الهدف لا تلبي اشباعات أفراد العينة، يرجع ربما أن قناة الهدف لا تقوم بنقل المباريات و تنوع في الحصص الرياضية، أما فيما يخص أن برامج قناة الهدف تلبي اشباعات المشاهدين يرجع ربما لتنوع برامج قناة الهدف من حصص رياضية و أن قناة الهدف هي القناة الرياضية الوحيدة في الجزائر التي تلبي اشباعات المشاهدين.

الجدول رقم 16: يمثل القضايا التي تهتم بها أكثر عند متابعتك لقناة الهدف

النسبة %	التكرار	القضايا التي تهتم بها عند المتابعة
30	06	أخبار البطولة الوطنية
5	01	أخبار الرياضيين المفضلين
15	03	الأحداث الرياضية الراهنة
50	10	أخبار البطولات على مستوى العالم

الشكل رقم 16: يمثل القضايا التي تهتم بها أكثر عند متابعتك لقناة الهدف



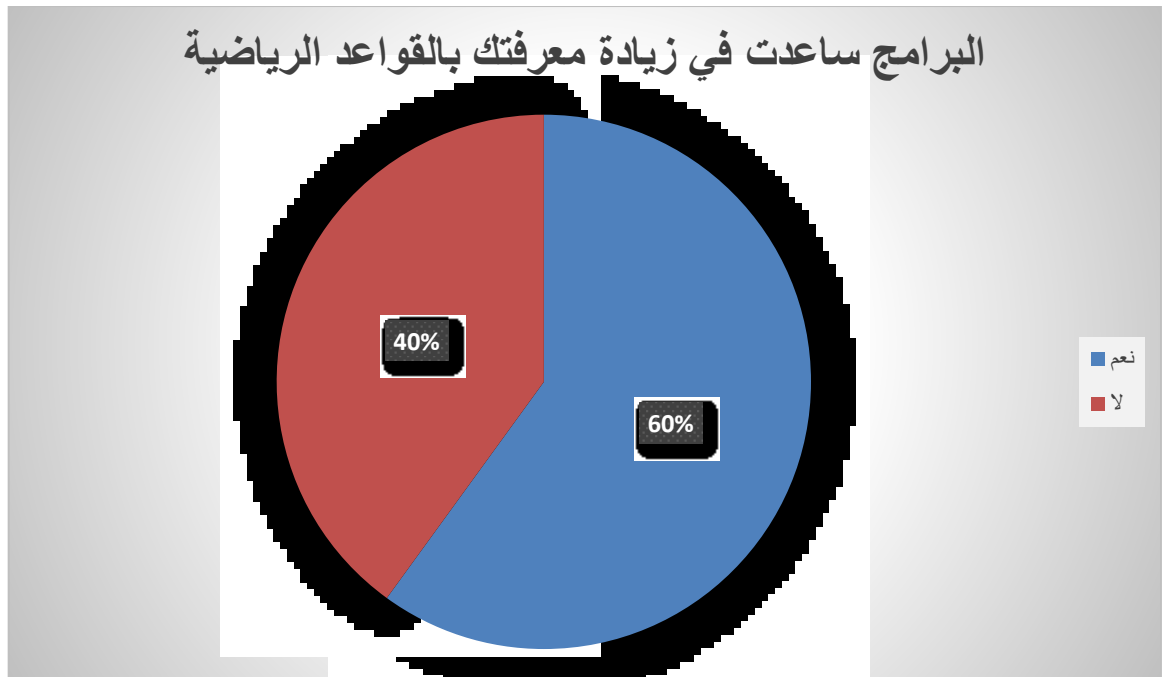
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة أقرت بأن القضايا التي يهتمون بها عند متابعتهم قناة الهدف هي أخبار البطولات على مستوى العالم بنسبة قدرت ب 50 % ، في حين أقرت فئة أخرى بأن القضايا التي يهتمون بها هي أخبار البطولة الوطنية بنسبة قدرت ب 30 % ، في المقابل أقرت فئة بمتابعتها للأحداث الرياضية الراهنة بنسبة قدرت ب 15 % ، أما الفئة الأخيرة فأقرت بمتابعتها لأخبار الرياضيين المفضلين لديهم بنسبة قدرت ب 5 % .

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن القضايا التي يهتمون بها عند متابعتها لقناة الهدف هي أخبار البطولات عبر العالم يرجع ربما لمتابعة المشاهد كل نتائج الجولات من بداية الموسم إلى نهايته.

الجدول رقم 17: الجدول يمثل البرامج التي على قناة الهدف ساهمت في زيادة معرفتك بالقواعد الرياضية المنظمة.

النسبة %	التكرار	البرامج ساعدت في زيادة معرفتك بالقواعد الرياضية
60	12	نعم
40	08	لا

الشكل رقم 17: يمثل البرامج التي على قناة الهدف ساهمت في زيادة معرفتك بالقواعد الرياضية المنظمة.



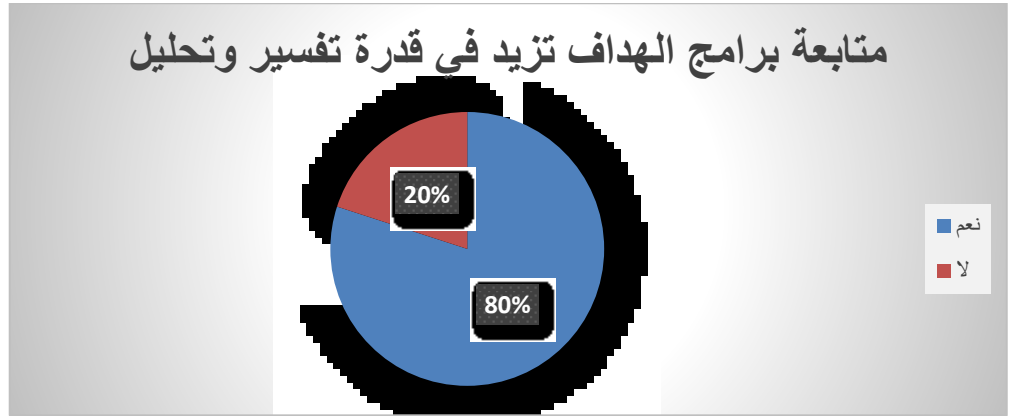
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة اقرروا بأن البرامج التي يتابعونها ساعدتهم في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية بنسبة قدرت ب 60% ، في حين فئة أخرى أقرت بأن البرامج الرياضية لا تساعدهم على التفسير و التحليل بنسبة قدرت ب 40%.

نستنتج من خلال النتائج أن البرامج تساعد في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية.

الجدول رقم 18: يمثل متابعة برامج قناة الهدف يساهم في زيادة على التفسير و التحليل للأحداث الرياضية.

النسبة %	التكرار	متابعة برامج الهدف تزيد في قدرة تفسير وتحليل
80	16	نعم
20	04	لا

الشكل رقم 18: يمثل متابعة برامج قناة الهدف يساهم في زيادة على التفسير والتحليل للأحداث الرياضية.

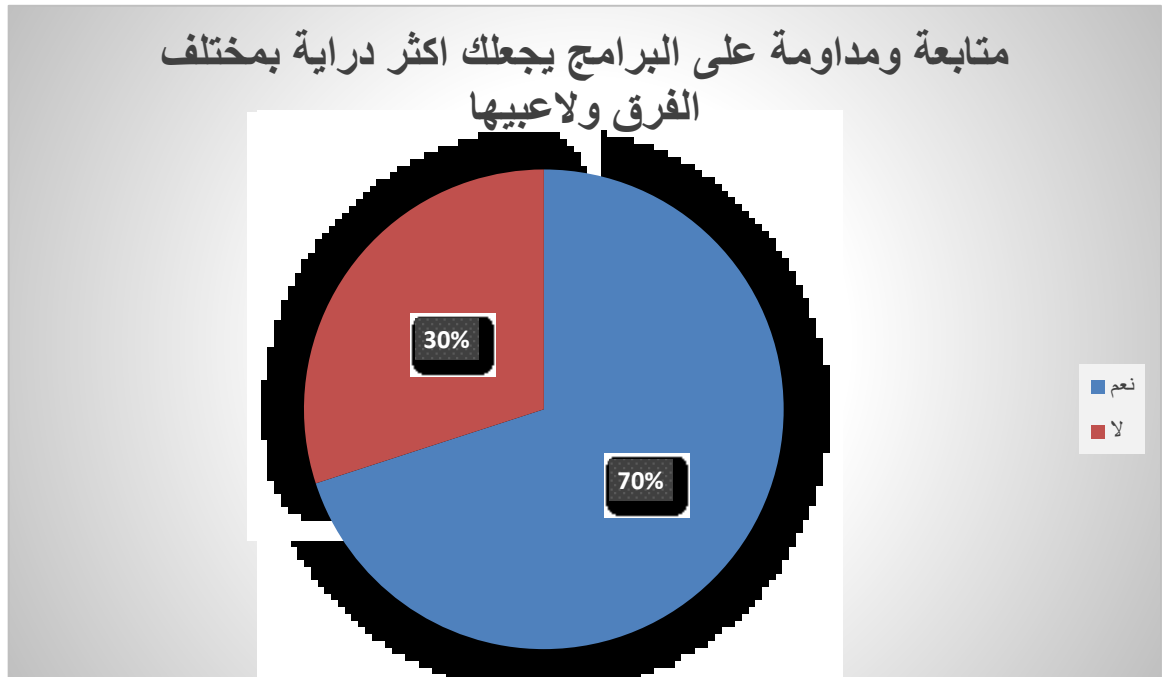


التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقروا بأن برامج قناة الهدف لا تزيد القدرة على التحليل و التفسير بنسبة قدرت 80% ، في حين أن فئة أخرى من أفراد العينة أقرت بأن قناة الهدف تزيد في قدرتهم على التفسير و تحليل بنسبة قدرت ب 20% . نستنتج من خلال النتائج أن متابعة قناة الهدف لا يزيد من القدرة على التحليل والتفسير .

الجدول رقم 19: يمثل متابعة و مداومة على البرامج يجعلك أكثر دراية بمختلف الفرق و لاعبيها

النسبة %	التكرار	متابعة ومداومة على البرامج يجعلك أكثر دراية بمختلف الفرق ولاعبها
70	14	نعم
30	06	لا

الشكل رقم 19: يمثل متابعة و مداومة على البرامج يجعلك أكثر دراية بمختلف الفرق و لاعبيها



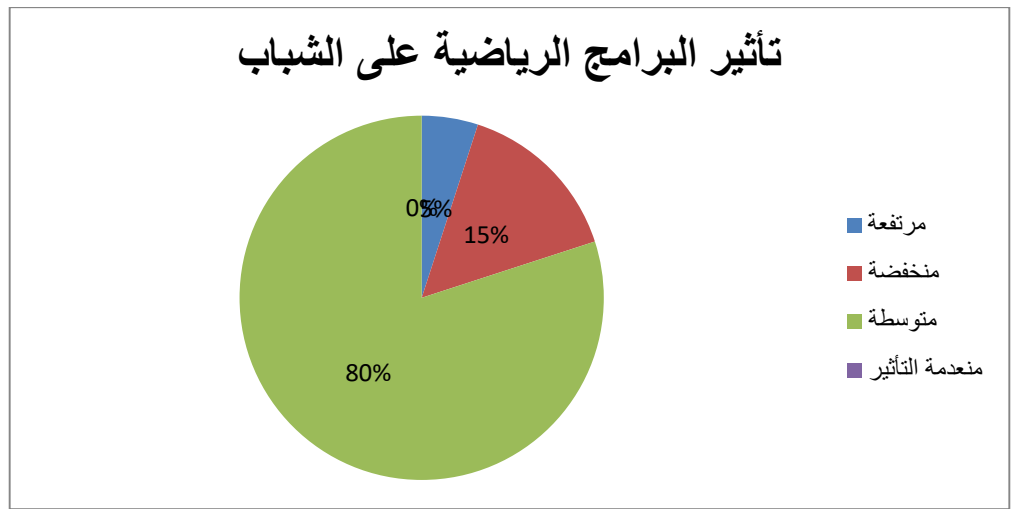
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرّوا بأن متابعة و مداومة على البرامج الرياضية يجعلهم أكثر دراية بمختلف الفرق و لاعبيها بنسبة قدرت 70%، في حين أقرت فئة أخرى بأن قناة الهدف من خلال متابعتها لا يجعلهم أكثر دراية بمختلف الفرق و لاعبيها بنسبة قدرت ب 30%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن قناة الهدف من خلال متابعتها تجعلك أكثر دراية بالفرق و لاعبيها يرجع ربما لنقل أخبار اللاعبين و الأندية.

الجدول رقم 20: يمثل تأثير البرامج على الشباب للقواعد الرياضية.

النسبة %	التكرار	تأثير البرامج الرياضية على الشباب
5	01	مرتفعة
15	03	منخفضة
80	16	متوسطة
0	0	منعدمة التأثير

الشكل رقم 20: يمثل تأثير البرامج على الشباب للقواعد الرياضية.



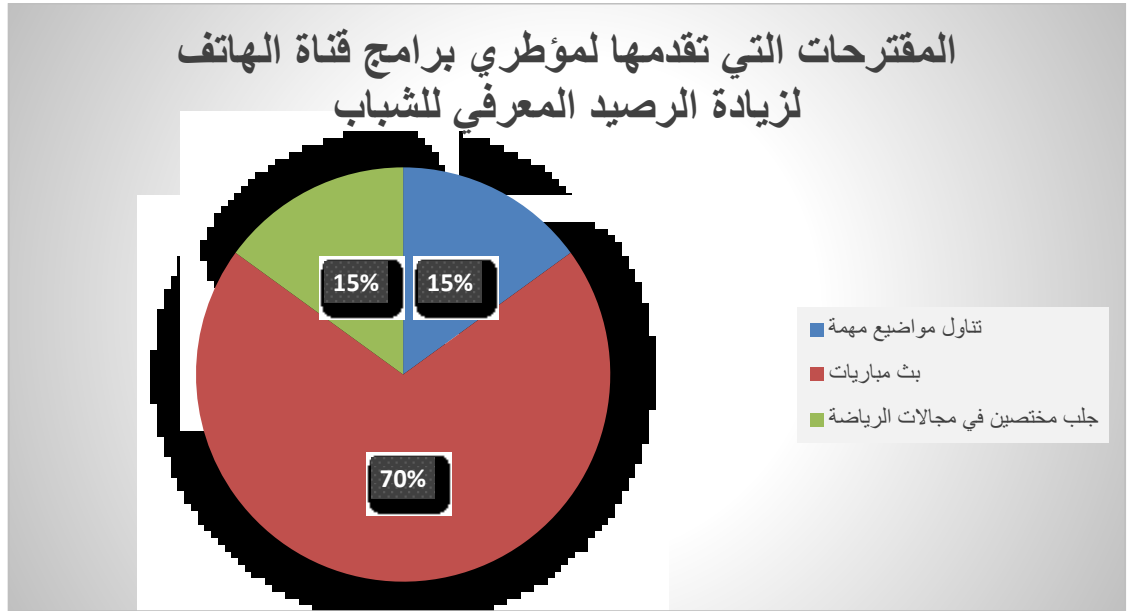
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرّوا بأن درجة تأثير البرامج الرياضية على معرفة الشباب للقواعد الرياضية على أنها منعدمة التأثير بنسبة قدرت ب 80% في حين فئة أخرى أقرت بأن تأثير البرامج الرياضية مرتفعة بنسبة 15%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن البرامج الرياضية تؤثر على معرفة الشباب للقواعد الرياضية كالتحكيم ، قواعد الألعاب.

الجدول رقم 21: يمثل المقترحات التي تقدمها لمؤطري برامج قناة الهدف لزيادة الرصيد المعرفي للشباب.

النسبة %	التكرار	المقترحات التي تقدمها لمؤطري برامج قناة الهاتف لزيادة الرصيد المعرفي للشباب
15	03	تناول مواضيع مهمة
70	14	بث مباريات
15	03	جلب مختصين في مجالات الرياضة

الشكل رقم 21: يمثل المقترحات التي تقدمها لمؤطري برامج قناة الهدف لزيادة الرصيد المعرفي للشباب.



التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقروا بأن اقتراحهم لمؤطري قناة الهدف على بث مباريات بنسبة قدرت 70 % ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة أقرت بأن مقترحها لمؤطري قناة الهدف هو جلب مختصين في مجالات الرياضة بنسبة قدرت ب 15 %، أما بقية أفراد العينة فقد أقروا بمقترحهم لمؤطري القناة هو تناول مواضيع مهمة و متنوعة بنسبة قدرت ب 15%.

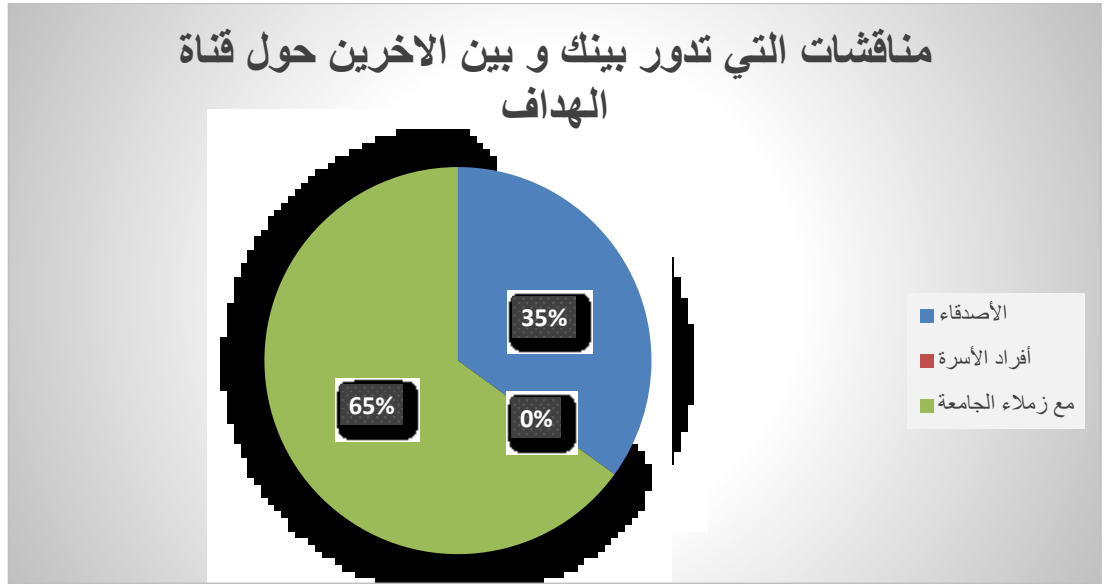
نستنتج من خلال نتائج المتوصل إليها أن أهم الاقتراحات المقدمة من طرف أفراد العينة لمؤطري قناة لهدف هو بث مباريات يرجع ربما لحب هذه الفئة من الشباب مباريات كرة القدم سواء كانت محلية أو عالمية.

المحور الرابع : مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب.

الجدول رقم 22: يمثل الجدول المناقشات التي تدور بينك و بين الآخرين حول قناة الهدف

النسبة %	التكرار	المناقشات التي تدور بينك و بين الآخرين حول قناة الهدف
35	07	الأصدقاء
0	0	أفراد الأسرة
65	13	مع زملاء الجامعة

الشكل رقم 22: يمثل الجدول المناقشات التي تدور بينك و بين الآخرين حول قناة الهدف



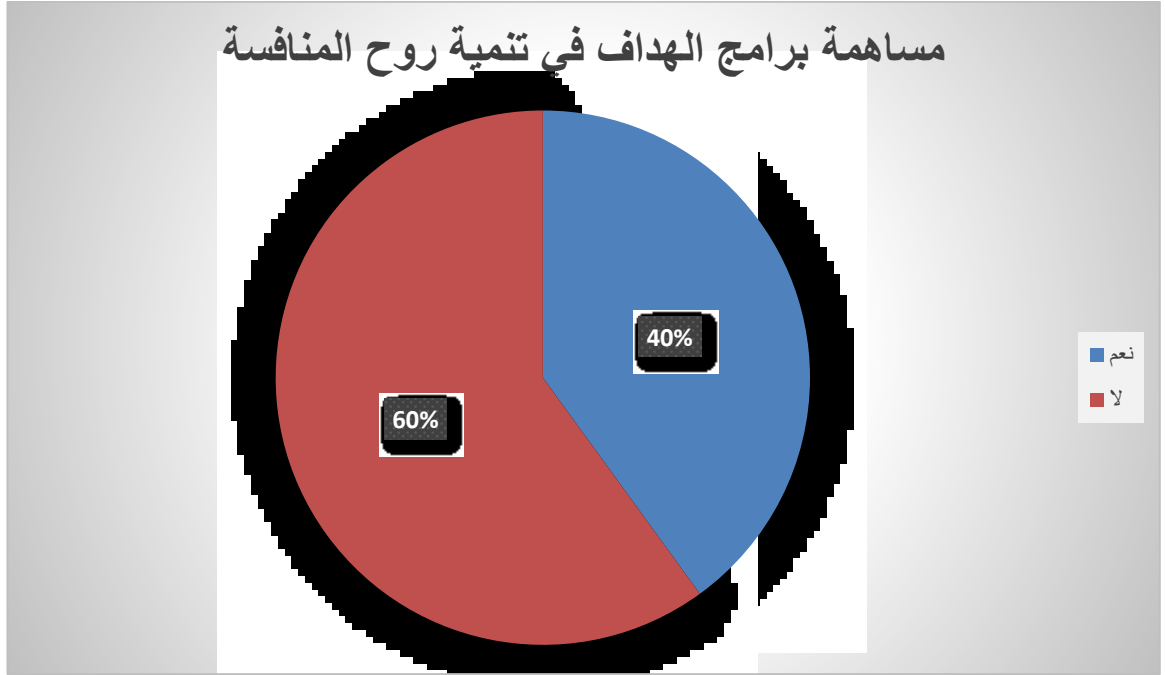
التحليل والتفسير: انطلاقا من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن اغلب أفراد العينة اقروا بان المناقشات التي تكون مع زملاء الجامعة حول قناة الهدف قدرت بنسبة 65%، في حين فئة أخرى من أفراد العينة أقرت بأن المناقشات تكون مع الأصدقاء حول قناة الهدف بنسبة قدرت ب 35%، في حين لا تكون المناقشات مع أفراد العائلة.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن المناقشات التي تدور حول قناة الهدف مع زملاء الجامعة ترجع ربما لتمضية أكبر وقت معا داخل الجامعة، أما فيما يخص المناقشات التي تكون مع الأصدقاء ترجع ربما لحديثهم عن القناة في الحي.

الجدول رقم 23: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة لديك.

النسبة %	التكرار	مساهمة برامج الهدف في تنمية روح المنافسة
40	08	نعم
60	12	لا

الشكل رقم 23: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة لديك.



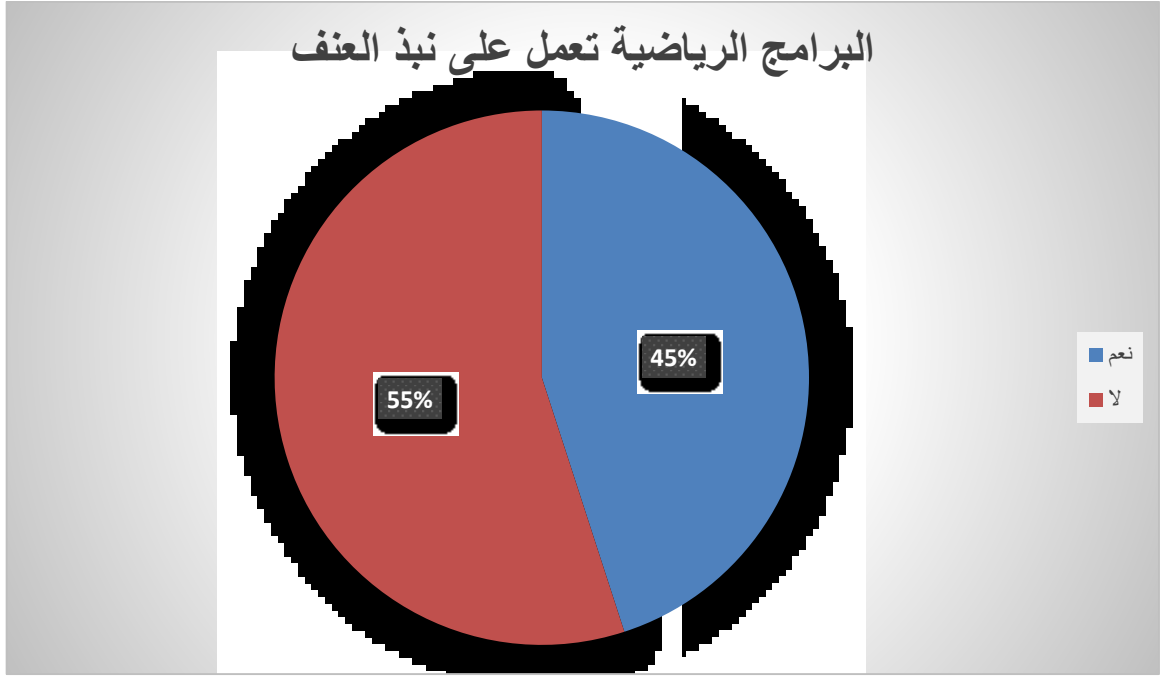
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة أقرروا بعدم مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة لديهم بنسبة قدرت بـ 60% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة أقرروا بأن برامج قناة الهدف تساهم في تنمية روح المنافسة لديهم بنسبة قدرت بـ 40% .

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن برامج قناة الهدف لا تساهم في تنمية روح المنافسة برجع ربما لنوعية البرامج والحصص الرياضية التي تنطرق فقط للأخبار والأحداث، أما فيما يخص مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة يرجع ربما لتطرق بعض الحصص الرياضية للتنافس بين اللاعبين و الأندية و زرع ثقافة المنافسة لديهم.

الجدول رقم 24: يمثل البرامج الرياضية التي تعمل على نبذ العنف لديك.

النسبة%	التكرار	البرامج الرياضية تعمل على نبذ العنف
45	09	نعم
55	11	لا

الشكل رقم 24: يمثل البرامج الرياضية التي تعمل على نبذ العنف لديك.



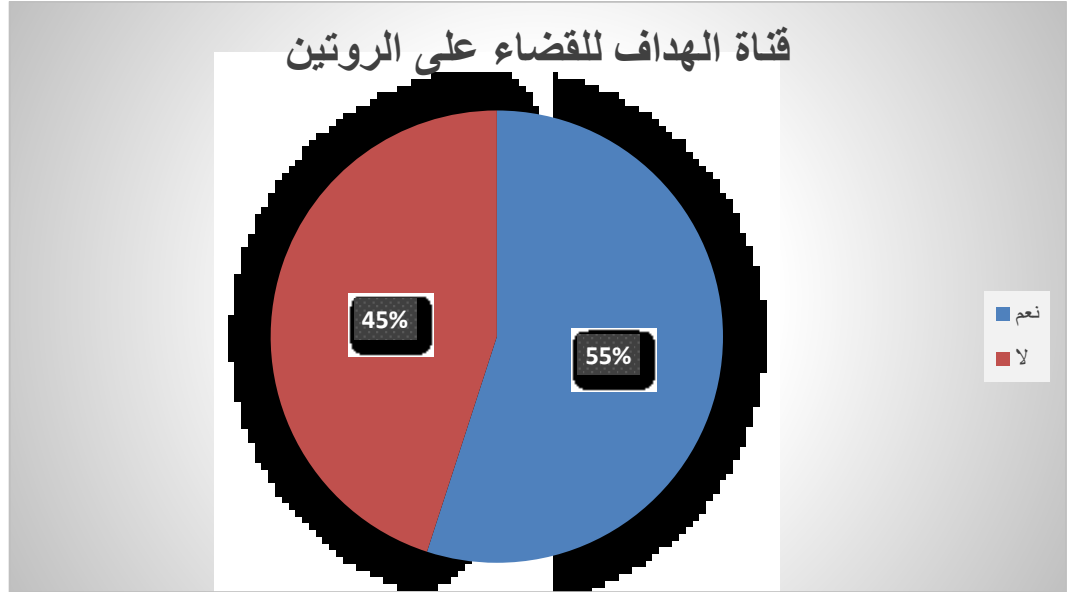
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرّوا بأن برامج قناة الهدف لا تساهم في تنمية نبذ العنف لديهم بنسبة قدرت بـ 55% ، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة بأن برامج قناة الهدف تساهم في نبذ العنف لديهم بنسبة قدرت بـ 45%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن قناة الهدف لا تساهم في تنمية نبذ العنف لديهم يرجع ربما لأن قناة الهدف لا تتحدث و لا تتطرق للأحداث من شغب الملاعب، أما فيما يخص مساهمة قناة الهدف في تنمية نبذ العنف يرجع ربما لتسليطها الضوء على مخلفات العنف داخل الملاعب من خسائر مادية و بشرية .

الجدول رقم 25: يمثل مساهمة قناة الهدف للقضاء على الروتين و الترفيه.

النسبة %	التكرار	قناة الهدف للقضاء على الروتين
55	11	نعم
45	09	لا

الشكل رقم 25: يمثل مساهمة قناة الهدف للقضاء على الروتين و الترفيه.



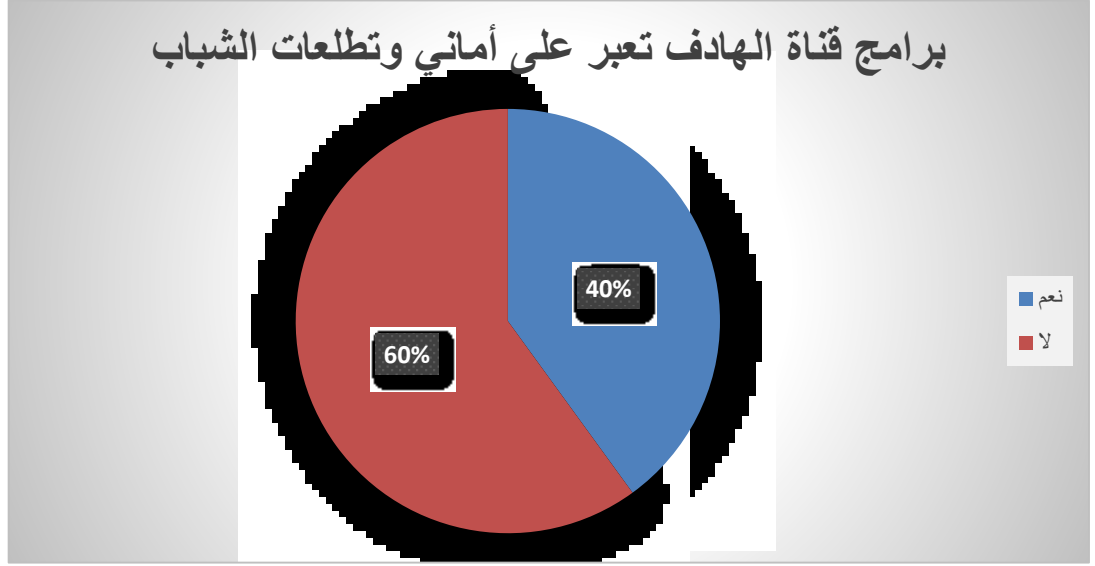
التفسير والتحليل: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة أقرروا بأن قناة الهدف تساهم في القضاء على الروتين لديهم بنسبة قدرت ب 55 %، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة أن قناة الهدف لا تساهم في القضاء على الروتين بنسبة قدرت ب 45%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل أن قناة الهدف تساهم في القضاء على الروتين ، يرجع ربما لنوعية الحصص التي تقوم بجلب محللين و لاعبين قدامى و تنويعها للبرامج الرياضية، أما فيما يخص عدم المساهمة قناة الهدف في القضاء على الروتين ، فيرجع ربما لنوعية البرامج المملة و المتكررة وعدم التطرق للأحداث الرياضية الجديدة.

الجدول رقم 26: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف تعبيراً على الأمانى و التطلعات.

النسبة %	التكرار	برامج قناة الهدف تعبر على أمانى وتطلعات الشباب
40	08	نعم
60	12	لا

الشكل رقم 26: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف تعبيراً على الأمانى و التطلعات.



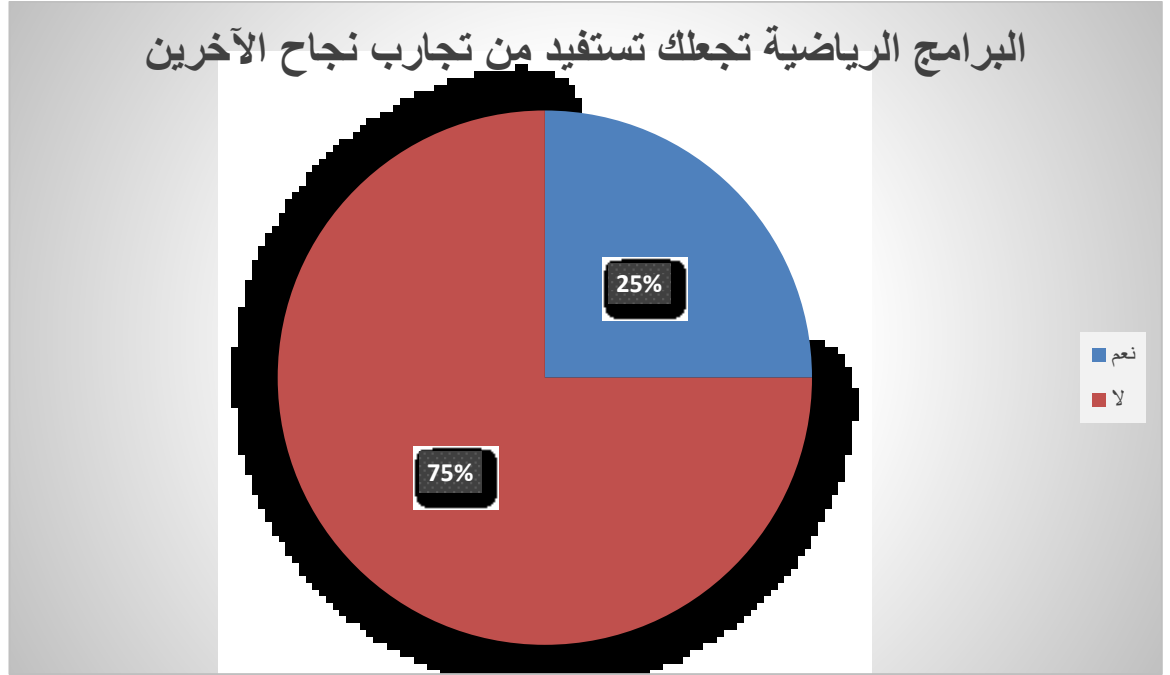
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرروا بأن قناة الهدف لا تساهم في التعبير عن الأمانى و التطلعات بنسبة قدرت ب 60% ، في حين فئة أخرى من المبحوثين أقرروا بأن قناة الهدف تساهم في التعبير عن الأمانى و التطلعات بنسبة قدرت ب 40%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن قناة الهدف لا تساهم في التعبير على الأمانى و التطلعات ، يرجع ربما أن قناة الهدف من خلال برامجها لا تعبر عن تطلعات الشباب لأنها قناة رياضية تنطرق إلى الأحداث و الأخبار الرياضية، أما فيما يخص مساهمة قناة الهدف في التعبير عن التطلعات و الأمانى يرجع ربما لتطرق الحصص الرياضية لتطلعات الشباب و حل مشاكلهم.

الجدول رقم 27: يمثل مساهمة البرامج الرياضية في الاستفادة من تجارب نجاح الآخرين

النسبة %	التكرار	البرامج الرياضية تجعلك تستفيد من تجارب نجاح الآخرين
25	05	نعم
75	15	لا

الشكل رقم 27: يمثل مساهمة البرامج الرياضية في الاستفادة من تجارب نجاح الآخرين



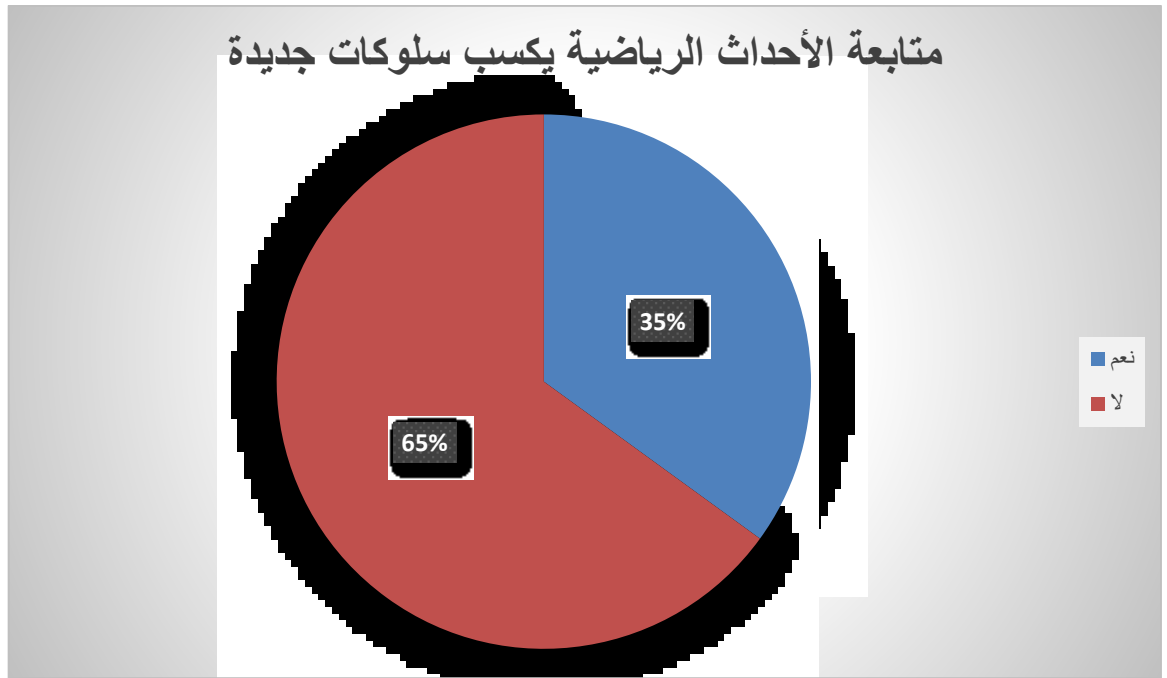
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة لا يرون أن برامج قناة الهدف تساهم في استفادة من تجارب نجاح الآخرين بنسبة قدرت ب 75% ، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة بأن برامج قناة الهدف تساهم في الاستفادة من تجارب نجاح الآخرين بنسبة قدرت ب 25% .

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن البرامج الرياضية تجعلك تستفيد من تجارب نجاح آخرين يرجع ربما لتطرق القناة لتجارب نجاح بعض اللاعبين أي كيف كانوا و كيف أصبحوا نجومًا ، أما فيما يخص أن البرامج الرياضية لا تجعلك لا تستفيد من تجارب نجاح الآخرين يرجع ربما لعدم تطرق برامج لناجحات و إنجازات بعض اللاعبين.

الجدول رقم 28: يمثل متابعة الأحداث الرياضية يكسبك سلوكات جديدة .

متابعة الأحداث الرياضية يكسب سلوكات جديدة	التكرار	النسبة %
نعم	07	35
لا	13	65

الشكل رقم 28: يمثل متابعة الأحداث الرياضية يكسبك سلوكات جديدة.



التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرروا بأن متابعة الأحداث الرياضية و الإطلاع على نمط عيش الآخرين لا يكسبهم سلوكات جديدة بنسبة قدرت ب 65% ، في حين أن فئة أخرى من أفراد العينة أقرروا بأن متابعة الأحداث الرياضية و الإطلاع على نمط عيش الآخرين بنسبة قدرت ب 35% .

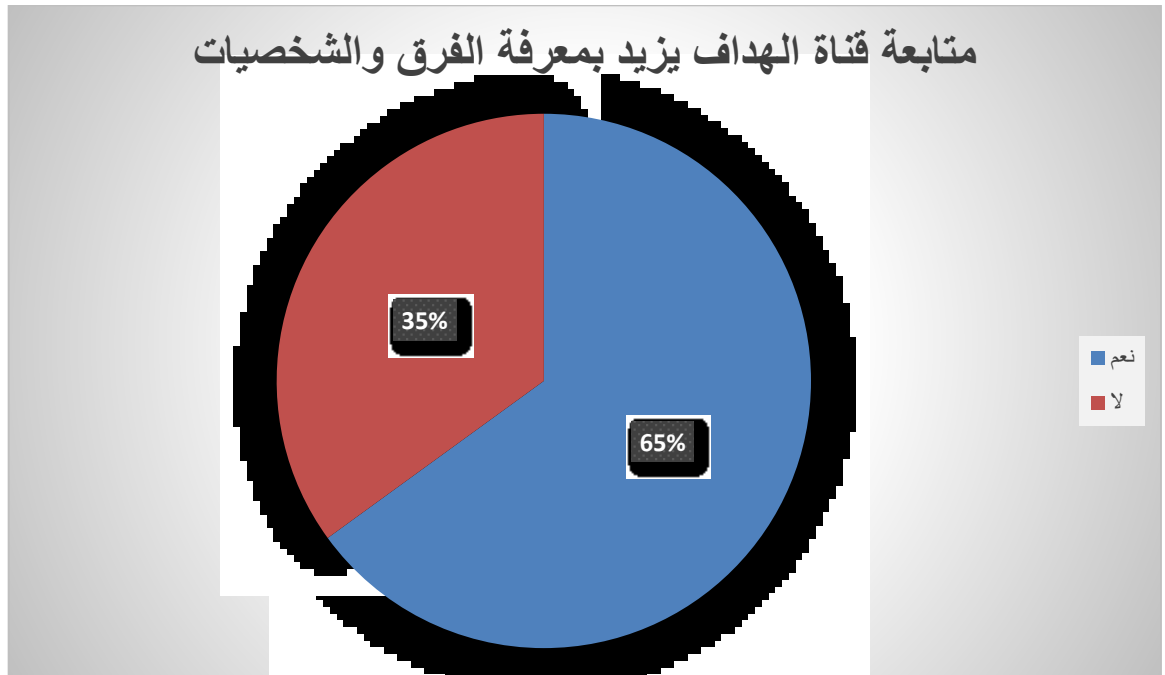
نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن متابعة الأحداث الرياضية يكسبك سلوكات جديدة، يرجع ربما من خلال المشاهدة الأحداث الرياضية من مباريات و تظاهرات أن يكسب بعض السلوكات كتقبل الهزيمة و التحاور ، أما فيما يخص متابعة الأحداث الرياضية لا يكسب سلوكات جديدة يرجع ربما من خلال متابعة الأحداث و مباريات أن المشاهد يتابعها سطحياً.

المحور الخامس : مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب.

الجدول رقم 29: يمثل متابعة قناة الهدف يزيد معرفتك بالفرق و الشخصيات الوطنية .

النسبة %	التكرار	متابعة قناة الهدف يزيد بمعرفة الفرق والشخصيات
65	13	نعم
35	7	لا

الشكل رقم 29: يمثل متابعة قناة الهدف يزيد معرفتك بالفرق و الشخصيات الوطنية .



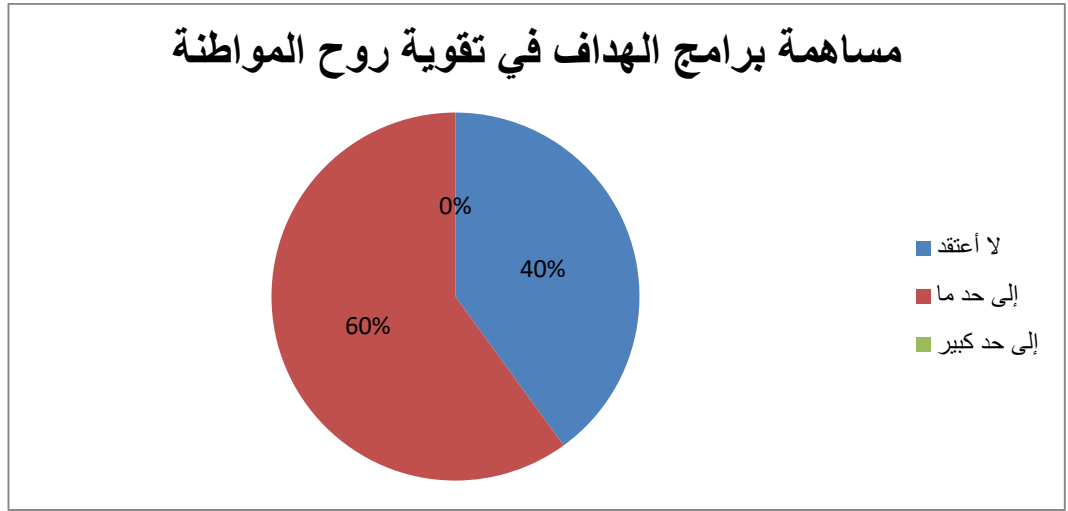
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرت بأن قناة الهدف تزيد من معرفتهم بالفرق و الشخصيات الوطنية بنسبة قدرت 65% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة أقرت بأن قناة الهدف لا تزيد من معرفتهم بالفرق و الشخصيات الوطنية بنسبة ب 35%.

نلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها متابعة أفراد العينة لبرامج قناة الهدف يزيد من معرفتهم بالفرق و الشخصيات الوطنية يرجع ربما لنوعية البرامج التي تتناول أخبار اللاعبين و الشخصيات الرياضية و كذا التطرق إلى ترتيب الفرق ، أما فيما يخص عدم مساهمة برامج قناة الهدف في زيادة معرفة أفراد العينة بالشخصيات و الفرق الوطنية يرجع ربما لعدم تطرق بعض البرامج للفرق الوطنية و الشخصيات وأخبار اللاعبين وتطرقها فقط للأحداث الرياضية.

الجدول رقم 30: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديك.

النسبة %	التكرار	مساهمة برامج الهدف في تقوية روح المواطنة
40	8	لا أعتقد
60	12	إلى حد ما
0	0	إلى حد كبير

الشكل رقم 30: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديك.



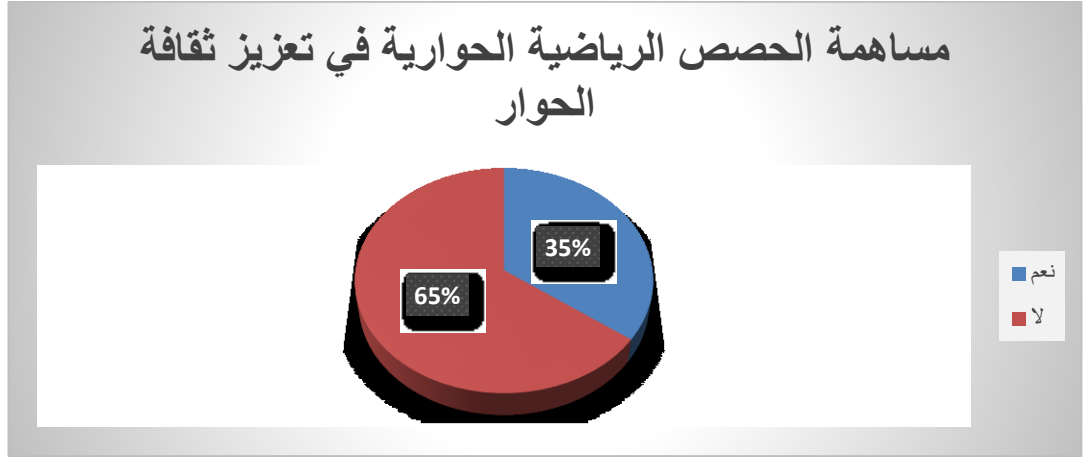
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بأن مساهمة قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديهم الى حد ما بنسبة قدرت 60% ، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة بأنها لا تعتقد بأن قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديهم بنسبة قدرت ب 40%.

انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها أن مساهمة برامج قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لدى أفراد العينة إلى حد ما يرجع ربما لنوعية البرامج التي تتطرق إلى انجازات المنتخب ، أما بخصوص عدم اعتقاد أفراد العينة بمساهمة قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديهم يرجع ربما لعدم بثهم لبرامج تتطرق فيها إلى الوطنية و حبهم للوطن.

الجدول رقم 31: يمثل مساهمة الحصص الرياضية الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار لديك.

النسبة %	التكرار	مساهمة الحصص الرياضية الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار
35	07	نعم
65	13	لا

الشكل رقم 31: يمثل مساهمة الحصص الرياضية الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار لديك.



التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة اقروا بمساهمة الحصص

الرياضية الحوارية تعزيز ثقافة الحوار لديهم بنسبة قدرت بـ 35% ، في حين أقرت اغلب أفراد العينة بان

الحصص الحوارية لا تساهم في تعزيز ثقافة الحوار لديهم بنسبة قدرت بـ 65% .

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن مساهمة الحصص الحوارية تزيد من ثقافة الحوار ، يرجع ربما

لمشاهدة المتابعة للحصص الحوارية و طريقة التحوار بين الصحفي و المحلل حول موضوع معين ، أما

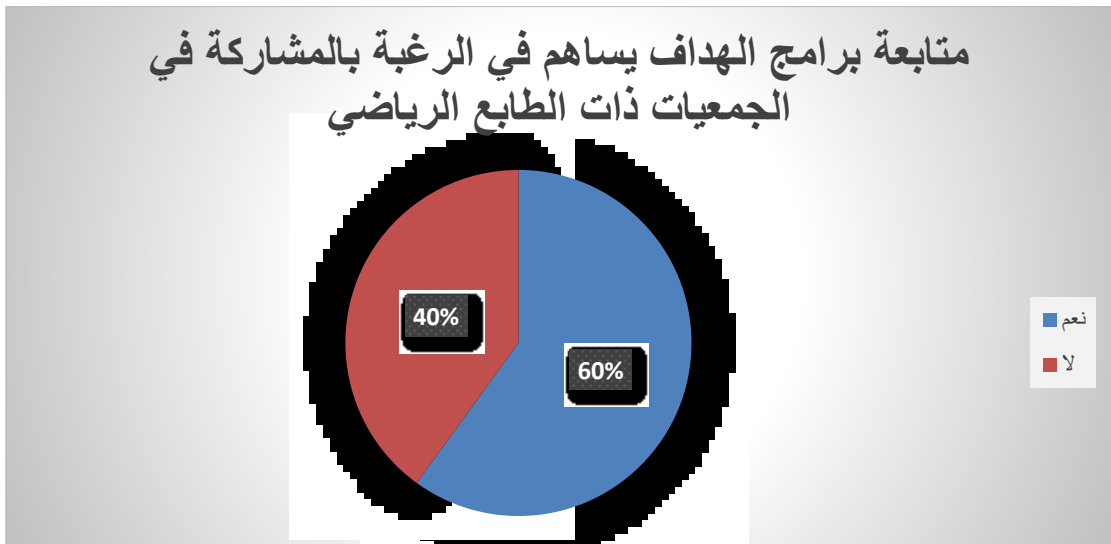
فيما يخص عدم مساهمة الحصص الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار يرجع ربما لعدم وجود حصص حوارية

بين المشاهدة و مؤطري القناة و إعطائه الحق في إبداء الرأي.

الجدول رقم 32: يمثل متابعة برامج قناة الهدف يساهم في الرغبة بالمشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي.

النسبة %	التكرار	متابعة برامج الهدف يساهم في الرغبة بالمشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي
60	12	نعم
40	08	لا

الشكل رقم 32: يمثل متابعة برامج قناة الهدف يساهم في الرغبة بالمشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي.



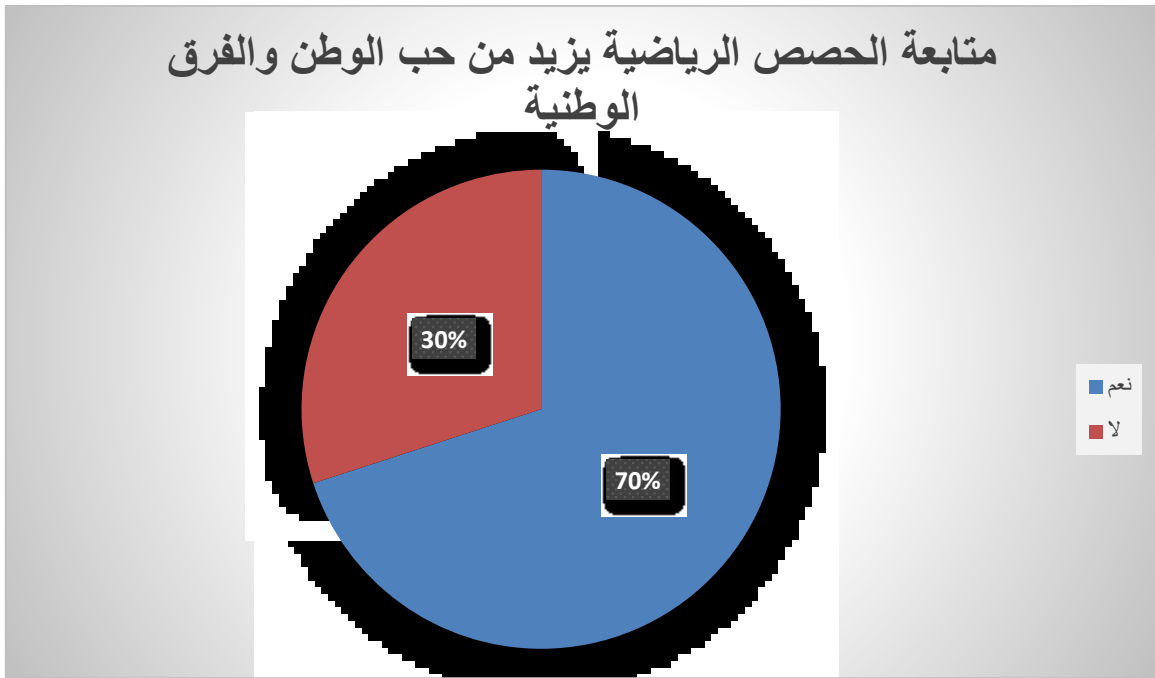
التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة اقروا بان متابعة قناة الهدف يساهم في الرغبة في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي بنسبة قدرت ب 60% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة متابعة قناة الهدف لا يساهم في الرغبة في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي بنسبة قدرت ب 40%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن متابعة برامج قناة الهدف يساهم في الرغبة بالمشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي ، يرجع ربما لتطرق قناة الهدف من خلال برامجها لمجموعة من النشاطات و التظاهرات التي تقوم بها الجمعيات الرياضية ، فيما يخص عدم مساهمتها يرجع ربما لوجود جمعيات محدودة ذات طابع رياضي.

الجدول رقم 33: يمثل متابعة الحصة الرياضية يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية.

النسبة %	التكرار	متابعة الحصة الرياضية يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية
70	14	نعم
30	06	لا

الشكل رقم 33: يمثل متابعة الحصة الرياضية يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية.



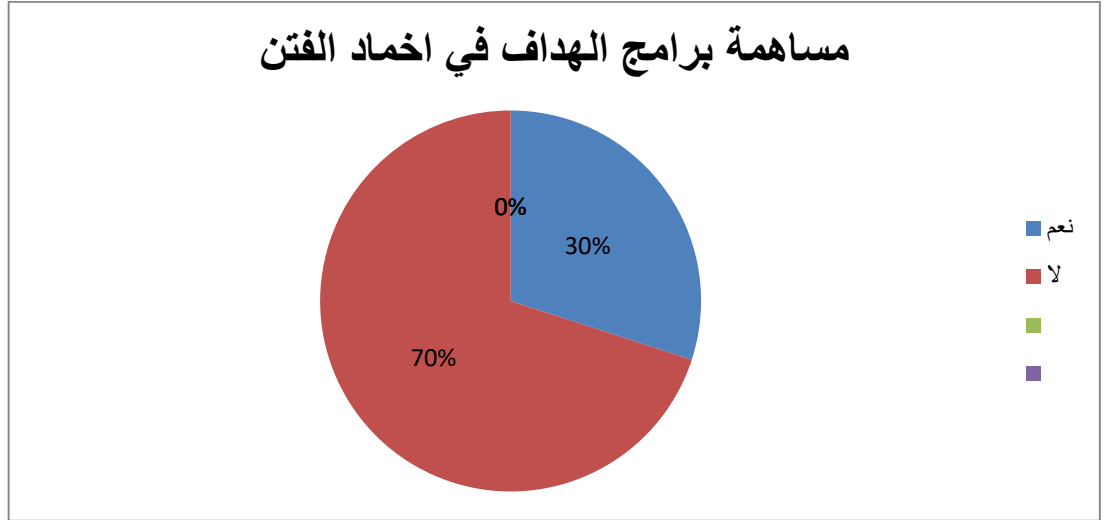
التحليل والتفسير: انطلاقا من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرت بأن متابعة الحصة الرياضية يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية بنسبة قدرت ب 70% ، في حين فئة أخرى من أفراد العينة بأن متابعة الحصة الرياضية لا يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية بنسبة قدرت ب 30%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن متابعة الحصة الرياضية يزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية يرجع ربما لتطرق الحصة الرياضية لأخبار المنتخب و الأندية الجزائرية و لاعبيها و إعطاء أكبر مدة زمنية الحديث عليهم ، أما في ما يخص الحصة الرياضية لا تزيد من حب الوطن و الفرق الوطنية يرجع ربما أن المشاهد يكون عاشقا للمنتخب و الفرق الوطنية و تطرق الحصة الرياضية للمنتخب و الأندية لا يزيد من حبهم لهم.

الجدول رقم 34: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في إخماد الفتن و المشاحنات بين الجماهير.

النسبة %	التكرار	مساهمة برامج الهدف في إخماد الفتن
30	06	نعم
70	14	لا

الشكل رقم 34: يمثل مساهمة برامج قناة الهدف في إخماد الفتن و المشاحنات بين الجماهير .



التحليل والتفسير: انطلاقاً من الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أقرّوا بأن برامج قناة الهدف لا تساهم في إخماد الفتن بين الجماهير بنسبة قدرت 70% ، في المقابل أقرت فئة أخرى من المبحوثين بأن برامج قناة الهدف تساهم في إخماد الفتن بين الجماهير بنسبة قدرت ب 30%.

نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها أن قناة الهدف لا تساهم في إخماد الفتن و المشاحنات بين الجماهير أثناء الأحداث الرياضية يرجع ربما لعدم تطرق قناة الهدف لأعمال الشغب و المشاحنات التي تكون بين الجماهير عبر البرامج و عدم تسليط الضوء عليه ، أما بالنسبة للفئة التي ترى أن قناة الهدف تساهم في إخماد الفتن بين الجماهير يرجع ربما لتطرق قناة الهدف لأعمال الشغب بين الجماهير خلال المباريات.

النتائج المتوصل إليها :

السؤال الفرعي الأول الذي طرحته الدراسة: ما هي وتيرة و أنماط برامج قناة الهدف؟

- فبخصوص هذا السؤال توصلت الدراسة إلى النتائج العامة:

1- أقرت النتائج أن نسبة متابعي قناة الهدف كانت متقاربة حيث أقر عدد معتبر من أفراد العينة على أنهم يتابعون قناة الهدف أحيانا بنسبة قدرت ب 60 % ، و فئة أخرى أقرت بمتابعتها قناة الهدف دائما بنسبة قدرت ب 25%، في حين أقرت فئة أخرى على أنها نادرا لا تتابع قناة الهدف بنسبة قدرت ب 15%.

2- فيما يتعلق بمعدل متابعة قناة الهدف جاءت آراء أغلبية أفراد العينة بمتابعتهم أحيانا لقناة الهدف بنسبة تقدر ب 50% ، في حين جاءت نسبة 25% بمتابعتهم يوميا لقناة الهدف ، في حين أن اقتراح عدم متابعتهم لقناة الهدف قدر بنسبة 25%.

3- فيما يتعلق بكم من الوقت الذي يستغرق في متابعة قناة الهدف من طرف أفراد العينة ، حيث أقر عدد من المبحوثين على أنهم يتابعون قناة الهدف لمدة أقل من ساعة بنسبة قدرت ب 30% ، أما في المقابل أقرت فئة أخرى أنها تتابع قناة الهدف لمدة ثلاثة ساعات بنسبة قدرت ب 30% ، في حين فئة من أفراد العينة أقرت بأنها تتابع قناة الهدف لمدة ساعتان بنسبة قدرت ب 40%.

4- بخصوص رأي أفراد العينة حول الأماكن التي يجدها أكثر ارياحية عند متابعة قناة الهدف أن أفراد العينة يتابعون في المنزل بنسبة قدرت ب 90% ، في حين أقرت فئة أخرى أنها تتابع قناة الهدف في المقهى بنسبة قدرت ب 10%.

5- فيما يتعلق في رأي أفراد العينة عن سبب تفضيلهم قناة الهدف ، حيث جاءت آراء أفراد العينة لتؤكد أن سبب تفضيلهم لقناة الهدف هو لعدم قدرتهم على متابعة القنوات الرياضية المشفرة بنسبة قدرت ب 65% ، في حين أقرت فئة أخرى من أفراد العينة أن سبب تفضيلهم لقناة الهدف هو لنوعية البرامج بنسبة قدرت ب 30% ، أما النسبة المتبقية من أفراد العينة و الذين أقروا أن سبب متابعتهم لقناة الهدف هو لأنها تلبي الرغبات و الاهتمامات بنسبة قدرت ب 5%.

6- فيما يخص ترتيب البرامج حسب الأفضلية للمبحوثين ، جاءت آراء المبحوثين على أنهم يتابعون برنامج بالمكشوف بنسبة قدرت ب 45%، تليه في المرتبة الثانية برنامج الفريق الدولي بنسبة قدرت ب 35% ، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب برنامج 100/100 فوت بنسبة قدرت ب 20%.

7- فبخصوص الوسائل الإعلامية الأكثر تداولاً لمتابعة برامج قناة الهدف من طرف أفراد العينة ، فقد أقر معظم المبحوثين على متابعتهم لقناة الهدف عبر التلفزيون بنسبة قدرت ب 85%، في المقابل أقر عدد معتبر من أفراد العينة على متابعتهم لقناة الهدف عبر الهاتف بنسبة قدرت ب 15% ، في حين لا يوجد من يتابع قناة الهدف عبر الكمبيوتر من أفراد العينة.

8- فيما يتعلق بتلبية برامج قناة الهدف اشباعاًك دون اللجوء إلى متابعة قنوات رياضية أخرى ، جاءت آراء أغلبية أفراد العينة لتأكد على أن قناة الهدف لا تلبى اشباعاتهم بنسبة قدرت ب 85%، في حين ترى فئة أخرى من أفراد العينة أن قناة الهدف تلبى اشباعاتهم دون اللجوء إلى متابعة قنوات رياضية أخرى بنسبة قدرت ب 15% .

-من خلال ما تقدم تشير النتائج العامة للسؤال الفرعي الأول : تحظى قناة الهدف بنسبة مشاهدة عالية لدى الشباب الجامعي بالرغم من عجزها على تلبية اشباعاتهم و هذا بالنظر لتعذر متابعة القنوات الرياضية المشفرة لدى أغليبيتهم.

-فيما يتعلق بالسؤال الفرعي الثاني: الذي أثارته الدراسة وهو أهل تساهم برامج قناة الهدف في زيارة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب الجامعي؟

1-بينت المعطيات الإحصائية أن دوافع متابعة برامج قناة الهدف للمبحوثين، حيث وجدنا نسبة معتبرة من أفراد العينة الذين يرون أن متابعتهم لبرامج قناة الهدف لسبب اطلاعهم على الأخبار والأحداث الرياضية بنسبة تقدر ب (40%)، في حين فئة أخرى ترى أن سبب متابعتهم لبرامج قناة الهدف هو الاطلاع على أخبار الرياضيين المفضلين لديهم بنسبة تقدر ب (15%)، أما الفئة الأخيرة

من المبحوثين فهم يرون أن سبب متابعتهم لقناة الهدف هي لتنمية معلوماتهم الرياضية بنسبة تقدر بـ(10%).

3- أما بالنسبة للقضايا التي تهتم بها عند متابعتك لقناة الهدف، حيث أشارت النتائج أن نسبة(50%)، من أفراد العينة يتابعون قناة الهدف للاطلاع على أخبار البطولات على مستوى العالم، في حين فئة أخرى من المبحوثين الذين يتابعون قناة الهدف لمشاهدة الأخبار الرياضية الوطنية وقد قدرت نسبتهم بت (30%)، ثم نجد نسبة (10%) من المبحوثين الذين يتابعون قناة الهدف لمشاهدة القضايا الرياضية الراهنة، أما الفئة الأخيرة من المبحوثين الذين أن سبب متابعتهم لقناة الهدف هو لمشاهدة أخبار الرياضيين المفضلين لديهم بنسبة تقدر بـ(5%).

4- فيما يتعلق في مدى مساهمة برامج قناة الهدف في زيادة معرفتك بالقواعد الرياضية المنظمة لمختلف الرياضيات، وجدنا أن نسبة معتبرة من أفراد العينة تقدر بـ (40%)، يرون أن قناة الهدف لا تساهم في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية، في حين فئة أخرى من المبحوثين أقرروا بأن قناة الهدف تساهم في زيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية بنسبة تقدر بـ (60%).

5- وبخصوص متابعة برامج قناة الهدف ومساهمتها في القدرة على التحليل والتفسير، فقد كانت آراء المبحوثين وأغليبتهم الذين يرون أن قناة الهدف لا تزيد في القدرة على التفسير والتحليل وبنسبة تقدر بـ (80%)، في حين فئة قليلة من المبحوثين الذين يرون أن قناة الهدف تزيد في القدرة على التحليل والتفسير وقدرت بنسبة (20%).

-فيما يتعلق في متابعة ومداومة على البرامج يجعلك أكثر دراية بمختلف الفرق ولا عبيها، أقر أغلب أفراد العينة على أن برامج قناة الهدف تساهم في معرفة المشاهدون للفرق ولاعبيها وقدرة بنسبة (70%)، في المقابل يرى أفراد العينة أن قناة الهدف لا تساهم في معرفة المشاهدون للفرق ولاعبيها بنسبة تقدر بـ (30%).

7-بينت المعطيات الإحصائية أن متابعة البرامج الرياضية لها تأثير على معرفة الشباب للقواعد الرياضية وما مدى تأثيرها حيث أشارت النتائج أن نسبة (80%) من المبحوثين يرون أن درجة تأثير برامج قناة الهدف على معرفتهم القواعد الرياضية هي متوسط، في حين ترى فئة أخرى من المبحوثين وتقدر نسبتهم بـ (15%)، بأن قناة الهدف تؤثر على معرفتهم بالقواعد الرياضية بدرجة منخفضة، وفي المقابل يرى آخرون أن تأثير قناة الهدف لمعرفتهم بالقواعد الرياضية مرتفعة وقدرت نسبتهم بـ (5%).

8-أما بخصوص المقترحات التي تقدمها المؤطري برامج قناة الهدف لزيادة الرصيد المعرفي للسباب، فقد أقر معظم المبحوثين أنهم يقترحون بث مباريات بنسبة قدرت بـ (7%)، في المقابل تقترح فئة من المبحوثين أنهم لو يتناولون مواضيع مهمة بنسبة قدرت بـ (15%)، أما الفئة الأخيرة فهي تقترح أن يقوموا بجلب مختصين في مجالات الرياضة بنسبة قدرت بـ (15%).

-من خلال ما تقدم تشير النتائج العامة لسؤال الفرعي الثاني أظهرت مساهمة برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب الجامعي من خلال الاطلاع على الأخبار الرياضية وزيادة معرفتهم بالقواعد الرياضية والتعرف على الفرق الرياضية واللاعبين.

-أما بالنسبة للسؤال الفرعي الثالث الذي طرحته الدراسة هو:

كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب؟

1-فقد توصلت الدراسة بخصوص ذلك على:

-فيما يتعلق في المناقشات بينك وبين الآخرين حول قناة الهدف فقد كانت آراء المبحوثين على أنهم يتناقشون أطراف الحديث حول قناة الهدف مع زملاء الجامعة بنسبة قدرت بـ(65%)، في المقابل الفئة الأخرى من المبحوثين فقد أفروا بأنهم يتناقشون فيما بينهم مع الأصدقاء بنسبة قدرت بـ(35%)، أما المناقشات الذي تدور داخل الأسرة قناة الهدف فقد كانت بنسبة (0%).

2-وبخصوص مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة فقد أقر أغلب المبحوثين على أن برامج قناة الهدف لا تساهم في تنمية روح المنافسة بنسبة قدرت بـ(60%)، في المقابل يرى فئة أخرى من المبحوثين أن قناة الهدف تساهم في تنمية روح المنافسة لديهم بنسبة قدرت بـ(40%).

3-فيما يخص هل تعمل برامج قناة الهدف على نبذ العنف لديك، فقد جاءت نتائج المبحوثين على أن برامج قناة الهدف لا تعمل على بند العنف لديهم بنسبة قدرت بـ(55%)، في المقابل فقد أقرت فئة أخرى على أن قناة الهدف تعمل على بند العنف بنسبة قدرت بـ(45%).

4-وبخصوص مساهمة قناة الهدف ودورها في القضاء على الروتين والترقية والتسلية، فقد جاءت آراء المبحوثين بأن قناة الهدف تقضي على الروتين والترفيه والتسلية لديهم بنسبة قدرت بـ(55%)، وفي المقابل الفئة الأخرى من المبحوثين فهي ترى أن قناة الهدف لا تعمل على القضاء على الروتين والتسلية والترفيه بنسبة قدرت بـ(45%).

5- فيما يتعلق هل نجد في قناة الهدف تعبيراً عن أمانيك وطموحاتك كشباب، فقد أقر أغلب

المبحوثين على أن قناة الهدف لا تعبر عن الأمانى والطموحات بنسبة قدرت بـ (60%)، في حين

فئة أخرى من المبحوثين فقد أقروا بأن قناة الهدف تعبر عن الأمانى والطموحات بنسبة قدرت بـ

(40%).

6- أما بخصوص أن البرامج الرياضية تجعلك تستفيد من تجارب نجاح الآخرين، فقد أقر أغلب

المبحوثين على أن البرامج الرياضية لا تجعلك تستفيد من نجاح الآخرين بنسبة قدرت بـ (70%)،

في المقابل فئة أخرى من المبحوثين أقروا بأن البرامج الرياضية تجعلك تستفيد من تجارب نجاح

الآخرين بنسبة قدرت بـ (30%).

7- فيما يتعلق بمتابعتك للأحداث الرياضية والاطلاع على نمط عيش الآخرين أكسبك سلوكيات

جديدة، فقد جاءت أغلبية آراء المبحوثين حول أنهم لا يكتسبون سلوكيات جديدة من خلال متابعتهم

للأحداث الرياضية بنسبة بـ (65%)، في المقابل هناك فئة من المبحوثين ترى أن من خلال متابعتهم

للبرامج والأحداث الرياضية أكسبهم سلوكيات جديدة بنسبة قدرت بـ (35%).

من خلال ما تقدم تسير النتائج العامة للسؤال الفرعي الثالث أن برامج قناة الهدف لا تساهم في تنمية

المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

أما بالنسبة للسؤال الفرعي الرابع الذي طرحته الدراسة وهو:

كيف تسهم برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب الجامعي؟

- فقد توصلت الدراسة بخصوص ذلك على:

- 1- بخصوص متابعتك للبرامج قناة الهدف يزيد من معرفتك بالشخصيات والفرق الرياضية الوطنية، فقد جاءت أغلب آراء المبحوثين على أن برامج قناة الهدف تزيد من معرفتك بالشخصيات والفرق الوطنية بنسبة قدرت بـ (65%)، في المقابل فئة أخرى من المبحوثين فهي ترى أن برامج قناة الهدف لا تزيد من معرفتهم بالشخصيات والفرق الوطنية بنسبة قدر بـ (35%).
- 2- فيما يتعلق بمساهمة برامج قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديك، فقد جاءت أغلبية آراء المبحوثين على أن مساهمة برامج قناة الهدف في تقوية روح المواطنة لديهم إلى حد ما نسبة قدرت بـ (60%)، في المقابل فئة أخرى لا أعتقد أن برامج قناة الهدف تساهم في تقوية روح المواطنة لديهم بنسبة قدرت بـ (40%)، أما أنها تؤثر إلى حد كبير و قدرت نسبتها بـ (00%).
- 3- أما بخصوص مساهمة الحصص الرياضية الحوارية في تعزيز ثقافة الحوار، فقد كانت آراء المبحوثين متباينة فهناك فئة أقرت أن الحصص الحوارية الرياضية تساهم في تعزيز الحوار لديهم بنسبة قدرت بـ (60%)، وفي المقابل فئة أخرى أقرت بأن الحصص الحوارية لا تساهم في تعزيز ثقافة الحوار ثقافة الحوار لديهم بنسبة قدرت بـ (40%).
- 4- فيما يتعلق بمتابعة برامج قناة الهدف يساهم في الرغبة بالمشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي، فقد أقر المبحوثين على رغبتهم في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي بنسبة قرت بـ (60%)، في المقابل فإن الفئة الأخرى من المبحوثين فقد أقروا بعدم رغبتهم في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي بنسبة قدرت بـ (40%).
- 5- بخصوص متابعة الحصص الرياضية يزيد من حب الوطن والفرق الوطنية، فقد كانت آراء المبحوثين على أن متابعة الحصص الرياضية يزيد من حب الوطن والفرق الوطنية بنسبة قدرا بـ (70%)، في المقابل هناك فئة من المبحوثين ترى أن الحصص الرياضية لا تزيد من الوطن والفرق الوطنية بنسبة قدرت بـ (30%).
- 6- فيما يتعلق في مساهمة البرامج في إخماد الفتن والمشاحنات بين الجماهير فقد جاءت آراء أغلبية المبحوثين على أن برامج قناة الهدف لا تساهم في إخماد الفتن بنسبة قدرت بـ (70%)، في المقابل فئة أخرى من المبحوثين نرى أن برامج قناة الهدف تساهم في إخماد الفتن بين الجماهير بنسبة قدرت بـ (30%).

-من خلال ما تقدم تشير النتائج المتوصل إليها للسؤال الفرعي الرابع أن برامج قناة الهدف لا تساهم في بند العنق بين الجماهير ولا تزرع في نفوسهم ثقافة السلم، وعليه فهي لا تساهم في تعزيز روح المواطنة لدى الشباب الجامعي.

خاتمة

خاتمة

لقد قطع الإعلام الرياضي أشواطاً كبيرة من التطور نظراً لتعدد القنوات الفضائية المتخصصة في المجال الرياضي والمواكبة لكل ما هو حصري في الشأن الرياضي التي تلقى اهتماماً وإقبالاً واسعاً خاصة من قبل الشباب الجامعي الذين يرون فيها مهرباً وملجأً لتنفيس عن مشاكل الحياة الجامعية التي يعيشونها، كما يساعد على اتخاذ القرارات وتشكيل اتجاهات حول الأحداث الرياضية والبرامج التي يتابعونها في مختلف القنوات الفضائية وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة تتجلى أهمية القنوات الرياضية في التأثير على الشباب الجامعي وانطلاقاً من الأهمية التي يكتسبها شريحة الشباب في المجتمع كونها تشكل عماد المستقبل وفاعل أساسي في تحقيق التنمية الشاملة فإنه من الضروري الاهتمام أكثر بالقنوات الرياضية وتحسين وترقية برامجها حتى تستقطب أكثر شريحة الشباب وبالتالي تتحول إلى وسيلة هامة للتأطير والتنشئة والمرافقة لفئة الشباب.

وفي هذا الإطار تقترح بعض التوصيات لمؤطري قناة الهدف -تقديم برامج تلائم كل الفئات والتخصصات.

-التنوع في محتوى البرامج والحصص الرياضية.

-تناول مواضيع مهمة وقضايا رياضية تساهم في تنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور والشباب الجامعي خاصة.

-ضرورة إحاطة أفراد المجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات رياضية.

-محاولة الاستفادة من التجارب والخبرات للقنوات العالمية.

-اختيار الأوقات المناسبة للبرامج الرياضية (وقت الضرورة).

-تكوين مختصين إعلاميين في الإعلام الرياضي.

-يجب على مؤطري قناة لهدف القيام ببيت مباريات محلية وعالمية.

-عدم التحيز والميول إلى أندية معينة على أخرى.

-مواكبة القنوات العالمية في السرعة في نقل لأخبار.

-التنسيق في أوقات بث البرامج والأخبار والحصص.

خاتمة

-منح المشاهدين إبداء الرأي إما بالنقد أو المدح للقناة من خلال موقع القناة.
-جلب مخصصين ومحللين ولأعبين عالمين في الأستوديو هات للاستفادة من الخبرات وجلب الجمهور .

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: الكتب

- 1- أبو الحسن عبد الوجود إبراهيم، العمل مع الشباب، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 2014.
- 2- أبو حطب فؤاد وصادق أمال، مناهج وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001.
- 3- أمين عيساتي، تبسيط البحث العلمي، الطبعة الأولى، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، حدة السعودية، 1991.
- 4- إبراهيم شريف عبد العزيز شريف، التواصل الاجتماعي والممارسة السياسية للشباب، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 2004.
- 5- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، الطبعة 14، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 1995.
- 6- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، الطبعة الأولى، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
- 7- جبران مسعود، الرائد، الطبقة الثالثة، دار العلم للملايين للنشر والتوزيع، بيروت لبنان 2005.
- 8- حسن عماد مكاوي وليلي حسن السيد، الاتصال ونظريته المعاصرة، د ط، دار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2007.
- 9- خالد محمد الحشوش، علم الاجتماع الرياضي، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013.
- 10- خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي الطبعة الأولى، مركز الكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 1995.
- 11- خالد محمد الجابر الخطيب، الإعلام الرياضي وإدارة الأزمات، الطبعة الأولى، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، أسيوط مصر، 2016.

- 12- خالد أونيسي، الإعلام الرياضي ودوره في تنمية قيم المواطنة، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2017.
- 13- رجاء علي عبد العاطي العثماوي، العلاقات الاجتماعية للسباب بين الدردشة الانترنت والفيس بوك، د ط، دار المعرفة الجامعية لنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 1995.
- 14- رجاء وحيد دودي، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 2002.
- 15- عبد الناصر جندلي، تقنيات ومناهج البحث في العلم الاجتماعية والإنسانية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008.
- 16- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، دار النصير للنشر والتوزيع، دمشق سوريا، 2002.
- 17- علي عيد الفتاح كنعان، الإعلام الرياضي، الطبعة العربية 33، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013.
- 18- عبد الرحيم فهمي، سيولوجيا الشباب المغربي، دار طويس للنشر والتوزيع، الرباط المغرب، 2004.
- 19- عيسى الهادي، الإعلام الرياضي والمنظومة الإعلامية الرياضية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الجزائر 2015.
- 20- غسان عبد الوهاب، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2012.
- 21- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، الفجر للنشر والتوزيع دمشق سوريا، 2004.
- 22- محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي والهوية الثقافية، د ط، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 2012.
- 23- محمد علي محمد، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، دار النهضة العربية لنشر والتوزيع، بيروت سوريا، 1985.

- 24- محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006.
- 25- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012.
- 26- محمد الحمحامي وأحمد سعيد، الإعلام التربوي في مجالات الرياضية واستثمار أوقات الفراغ، الطبعة الأولى، مركز الكتاب لنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2006.
- 27- مجموعة مؤلفين، شغب الملاعب وأساليب مواجهته، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014.
- 28- محمد الحجازي، الإنسان المهودور، الطبعة الثانية، المركز الثقافي العربي للنشر والتوزيع، الدار البيضاء المغرب، 2006.
- 29- نبيل عيسى جبريل موسى، الانعكاسات الاجتماعية لشبكة الانترنت، مؤسسة الثقافة الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة بنغازي ليبيا، 2004.
- 30- ياسر نعيم عبد الله، استخدام شبكات العوامل الاجتماعي وعلاقتها بالاقتراب السياسي لدى الشباب في المجتمعات الفلسطينية، الطبعة الأولى، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2017.
- ثانيا: مجلدات وقواميس**
- 31- المجلد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، الطبعة الثانية، بيروت لبنان، 2001.
- 32- المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية للنشر والتوزيع الطبعة الرابعة، القاهرة مصر، 2005.
- 33- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، دار الصادر، بيروت، د ط، د ن.
- 34- تعريف ومعنى تأثير في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، قاموس عربي عربي
- ثالثا: الرسائل الجامعية**
- 35- أحمد حمزة، دور الصحافة الإلكترونية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي تخصص إعلام واتصال سمعي بصري، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016/2017.

36-أكرم عيساوي، اعتماد الشباب الجزائري على شبكة التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال، جامعة العربي التبسي وهران، 2016/2015.

37-الزواوي أحمد المهدين الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهورية حصة من الملاعب، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في منهجية التربية البدنية والرياضية فرع الإعلام الرياضي التربوي معهد التربية والرياضية، جامعة الجزائر 2009/2008.

38-جعفر فارس العرجان، الأدوار السلبية والإيجابية لوسائل الإعلام الرياضي، الحصيلة المعرفية في مجال الإحصاء التحليلي للباحثين في التربية البدنية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة البلقاء الأردن.

39-حنان سهايلية، البرامج الثقافية في الفضائيات العربية، مذكرة لنيل شهادة الماستر د.م.د في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي الجزائر، 2016/2015.

40-راجحي صابر، تأثير الإعلام الرياضي المرئي في تنمية الثقافة الرياضية لدى التلاميذ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية، جامعة محمد حيضر بسكرة، 2012/2011.

41-طيباوي أمنة، جمهور قناة الهدف الرياضية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017.

42-عروي عبلة، دور الإعلام الرياضي الفكري لقناة الجزائرية الأولى في نشر الثقافة الرياضية، مذكرة لنيل شهادة المستر في العلوم والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014/2013.

43-عمرون مفتاح، اتجاهات طلبة معهد التربية البدنية والرياضية نحو أستوديو الكرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة الجزائر معهد التربية البدنية والرياضية، 2009/2008.

44-عبد الحق بورعدة، دور البرامج الرياضية عبر القنوات الخاصة في نشر الثقافة الرياضية لدى المشاهد الجزائريين مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم والاتصال، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، 2018/2017.

45-غربال سميحة، تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016/2015.

46-محمد زكريا خيف، دور الإعلام الرياضي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري،
مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،
2017/2016.

47-منير طبي، دور البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة لدى الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة
الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011.

48-ناصر سيد أحمد يوسف الحضري، العلاقة بين البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية وظاهرة
العنف لدى الشباب المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام جامعة
القاهرة كلية الإعلام مصر، 2013/2012.

رابعاً: الرسائل الجامعية

49-بورغداد عقبة، دور الإعلام الرياضي المسموح في نشر الثقافة الرياضية، دراسة على عينة قسم
التربية البدنية والرياضية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في التربية البدنية والرياضية، جامعة محمد
خيزر بسكرة، 2013/2012.

50-رغدي منيرة وبرجاق نورة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج قناة الهدف الرياضية، دراسة
على عينة من طلبة جامعة العربي بين مهيدي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام
والاتصال تخصص صافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2015.

51-عيساوي أم الخير وطيباوي أمينة، جمهوري برامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية، دراسة على
عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم والاتصال،
جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر 2018/2017.

52-عماد الدين بومرداس وسعيد بوكولة، تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي، دراسة على
عينة من الشباب الجامعي، مذكرة كاملة لنيل شهادة الماستر تخصص سمعي بصري، جامعة
العربي بن مهيدي أم البواقي الجزائر 2017/2016.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: العلوم الاجتماعية



إستمارة إستبيان بعنوان:

تأثير برامج قناة الهدف على تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على شباب جامعة الشاذلي بن جديد "فرع علم الاجتماع"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اتصال

تحت إشراف الدكتور:

د- تريدي حسان

إعداد الطالب :

*كرفس محمد

الرجاء منكم الإجابة عليها بكل اهتمام وصدق مع التأكد على أن هذه المعلومات لا تستعمل

إلا لأغراض البحث العلمي.

وشكرا على تجاوبكم وتعاونكم

السنة الجامعية: 2020/2019م

المحور الأول:

البيانات الشخصية: - الجنس: .

الذكر أنثى
2- السن: 18 20 23 25

3- الحالة العائلية:

أعزب متزوج

4- المستوى الجامعي:

أولى ثانية ثالثة ماجستير

5- الحالة الاجتماعية:

طالب موظف

6- مكان الإقامة:

الريف المدينة

المحور الثاني: وتيرة وأنماط متابعة برامج قناة الهدف الرياضية

7- هل تتابع برامج قناة الهدف الرياضية

دائما أحيانا نادرا لا أتابعها مطلقا

8- ما هو معدل متابعة لقناة الهدف.

يوميًا أحيانا حسب الظروف لا أتابعها مطلقا

9- كم من الوقت تستغرق في متابعة قناة الهدف

أقل من ساعة ساعتان ثلاث ساعات أكثر من 3 ساعات

10- حسب رأيك أي الأماكن التي تجدها أكثر إيجابية لمتابعة برامج قناة الهدف في:

المنزل المقهى العمل

11- ما هو سبب تفضيلك لقناة الهدف

- نوعية البرامج برامج تلبي رغباتك واهتماماتك عدم القدرة على متابعة القنوات الرياضية المشفرة

12- رتب الحصص التي تستهويك في قناة الهدف.

- برامج الفريق الدولي
 - برنامج بالمكشوف
 - برنامج 100% فوت
 - برامج أخرى

13- اختر الوسائل الإعلامية الأكثر تداولاً لمتابعة البرامج الرياضية من طرفك عبر:

- التلفزيون الهاتف الكمبيوتر

المحور الثالث: مساهمة برامج قناة الهدف في زيادة الرصيد المعرفي في مجال الرياضة لدى الشباب.

14- ما هي دوافع متابعتك لبرامج قناة الهدف.

- متابعة الأخبار والأحداث الرياضية
 - تنمية معلوماتك الرياضية
 - الإطلاع على أخبار الرياضيين المفضلين
 - تمنية وقت الفراغ

15- هل تلبي برامج قناة الهدف إشباعاً لك دون اللجوء إلى متابعة قنوات رياضية أخرى.

- نعم لا

16- ما هي القضايا التي تهتم بها أكثر عند متابعتك لقناة للهدف.

- أخبار البطولة الوطنية
 - أخبار الرياضيين المفضلين لديك
 - الأحداث الرياضية الراهنة
 - أخبار البطولات على مستوى العالم

17- هل البرامج التي تتابعها على قناة الهدف ساهمت في زيادة معرفتك بالقواعد الرياضية المنظمة لمختلف الرياضات.

نعم لا

18- هل بمتابعتك لبرامج قناة الهدف تزداد قدرتك على تفسير وتحليل الأحداث الرياضية.

نعم لا

19- هل مداومتك على متابعة برامج قناة الهدف يجعلك أكثر دراية بمختلف الفرق ولاعبها

نعم لا

20- أن متابعة البرامج الرياضية لها تأثير على معرفة الشباب لقواعد الرياضية، حسب رأيك ما هي درجة هذا التأثير

- مرتفعة
- متوسطة
- منخفضة
- منعدمة التأثير

21- ما هي المقترحات التي تقدمها لمؤطري برامج "قناة الهدف لزيادة الرصيد المعرفي للشباب."

- تناول مواضيع مهمة ومتنوعة
- بث مباريات
- جلب مختصين في مجالات الرياضية

المحور الرابع: مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية المشاركة الاجتماعية لدى الشباب.

22- هل تدور مناقشات بينك وبين الآخرين حول قناة الهدف

- مع الأصدقاء
- مع زملاء الجامعة
- أفراد الأسرة

أخرى أذكر.....

23- هل ساهمت برامج قناة الهدف في تنمية روح المنافسة لديك وتزيد من سيطرتك على المشاعر الشخصية

نعم لا

24- هل البرامج الرياضية التي تتابعها على قناة الهدف تنمية نبذ العنق لديك

نعم لا

25- هل تشكل قناة الهدف بالنسبة لك ملاذا للقضاء على الروتين والترفيه والتسلية.

نعم لا

26- هل تجد في برامج قناة الهدف تعبيراً عن أمانيك وطموحاتك وتطلعاتك كشباب.

نعم لا

27- هل البرامج الرياضية تجعلك تستفيد من تجارب نجاح الآخرين وتزيد من إصرارك على بلوغ الأهداف.

نعم لا

28- هل بمتابعتك للأحداث الرياضية والإطلاع على نمط عيش الشعوب الأخرى أكسبك سلوكيات جديدة.

نعم لا

في حالة الإجابة بنعم ما هي.....

المحور الخامس: مساهمة برامج قناة الهدف في تنمية الروح الوطنية لدى الشباب.

29- هل بمتابعتك لقناة الهدف يزيد معرفتك بالفرق والشخصيات الرياضية الوطنية.

نعم لا

30- هل برامج قناة الهدف تساهم في تقوية روح المواطنة لديك

لا أعتقد إلى حد ما إلى حد كبير

31- هل تساهم الحصص الرياضية الحوارية التي تتابعها على قناة الهدف في تعزيز ثقافة الحوار وتقبل الاختلاف لديك.

نعم لا

32- هل بمتابعتك للحصص الرياضية على قناة الهدف يزيد من تشجيعه للفرق الوطنية وتنمية حس الوطني.

نعم لا

33- هل بمتابعتك برامج قناة الهدف يساهم في زيادة رغبتك في المشاركة في الجمعيات ذات الطابع الرياضي.

نعم لا

34- هل البرامج الرياضية تساهم في إخماد الفتن والمشاحنات بين الجماهير أثناء الأحداث الرياضية الحاسمة.

نعم لا