

واقع تعرض الطلبة للبرامج التلفزيونية الرياضية: دراسة ميدانية بجامعة المسيلة

The reality of students' exposure to sports television programmes: a field study at the University of M'sila

بوحيلة رضوان*

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل bouhila.redouane@gmail.com

بلعباس عبد الحميد

جامعة محمد بوضياف المسيلة abdelhamid.belabas@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام 2023/04/29 تاريخ القبول 2023/05/31

ملخص :

هدفت هذه الدراسة للتعرف على واقع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج التلفزيونية الرياضية من خلال الكشف عن عادات وأنماط المشاهدة ومستويات التفضيل ونماذج الإهتمام حول مختلف المضامين المقدمة وأهم دوافع المشاهدة، وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي باستخدام إستمارة استبيان على عينة قصدية من الطلبة قوامها 30 مفردة 17 ذكر و 13 أنثى من جامعة المسيلة من مختلف التخصصات خلال أكتوبر 2022، وخلصت الدراسة إلى أن معظم أفراد العينة (75%) يفضلون متابعة البرامج الرياضية في المنزل وخلال الفترة المسائية والليلية، وبلغ المتوسط الحسابي لمدة المشاهدة ساعة وربع يوميا، ويفضل 72% من المبحوثين متابعة قنوات باقة Beinsports خصوصا برامج بث وتحليل منافسات كرة القدم الأوروبية وبتعليق الإعلامي حفيظ دراجي، فيما كان مستوى تلبية هاته الباقة لأهم دوافع المشاهدة (المعرفية والترفيهية) جيدا لأغلبية أفراد العينة (87%).

الكلمات المفتاحية: البرامج التلفزيونية الرياضية، حجم التعرض، إهتمامات الطلبة، دوافع المشاهدة، الإشباع.

Abstract :

This study aimed to identify the reality of M'sila University students' exposure to sports television programs by revealing viewing habits and patterns, levels of preference and interest models about the various contents presented and the most

important motives for watching. A male and 13 females from the University of M'sila from various disciplines during October 2022 , so the study concluded that the most sample's members (75%) prefer follow-up to the sporting programs at home during evening and night, the arithmetic average of viewing duration was one hour and quarter daily, and they were 72% from sample prefer following BeinSports, especially programs broadcast interviews and analysis the football matches of European competitions, and they prefer the sporting comment of Derraggi Hafid, and finally the satisfaction level of this package to important viewing motives(cognitive and entertaining)was high on the most sample(87%) .

Keywords: Sporting television programs, Exposure volume, Students interesting, Viewing motives, Gratifications.

*المؤلف المراسل

مقدمة:

بعد أن أصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطا معقدا وواسعا ومتنوعا، أصبحت وسائل الإعلام تولي عناية خاصة بالمضمون الرياضي مع تزايد حجم الجمهور المتعرض له¹، خصوصا رياضة المحترفين التي تدخل فيها أموال كثيرة مثل كرة القدم التي تتمتع بجمهور عريض²، لذلك ازدادت أهمية التطوير والعناية بالمؤسسات الإعلامية الرياضية المتخصصة، والاهتمام بالمواضيع والبرامج أو المضامين الرياضية، لتمكين الجماهير من الاستفادة من المعرفة الرياضية السليمة لبناء إنسان قوي وقادر على العمل والإنتاج وإتخاذ القرارات السليمة في مواجهة تحديات العصر³.

إن للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على إختلاف سياساتها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية، وتوجهها نحو أهدافها الداخلية، من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور، و زيادة وعيهم الرياضي، و تعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة، وإستخدامها أيضا للوصول إلى أهدافها الخارجية، من خلال الرقي بحضارة شعوبها الرياضية، والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتي المجالات، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي، برزت أهمية الإعلام الرياضي من خلال ضرورة إحاطة الفرد بالمجتمع، وبكل ما يدور حوله من أحداث وتطورات في هذا المجال⁴ ، فلذا أعتبر الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب والثقافة، بل وحتى التعليمية بمراحلها المختلفة، وتتجاوز لتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره من خبرات تعدل من سلوكهم كباراً أو صغاراً، بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة، وأصبحت الدول تتسابق في توفير مختلف الفرص التربوية التي تهدف إلى تنمية الفرد طفلا

كان أم شابا أم كهلا، بما يحقق له النمو الجسمي الصحيح والتوافق النفسي السليم والسلوك الخلقى القويم، ولا يكتمل تحقيق هذه القيم إلا بممارسة الأنشطة الرياضية في مناخ تربوي عملي تتوفر فيه الإمكانيات المناسبة⁵.

كما أصبح من الضروري دراسة تأثير مضمون الإتصال على الجماهير الذي يعتبر الهدف النهائي من العمليات الإتصالية، فذلك يتضمن الإعلام الرياضي المضامين والبرامج الرياضية التي تتميز بإحتوائها على عناصر الحركة والمفاجأة والصراع بالإضافة إلى العنصر الإنساني، ما يجعلها مثيرة للمتعرض، ومن ثم أصبحنا نرى موارد رياضية متخصصة في الصحف والراديو والتلفزيون من أجل خدمة التنمية الرياضية للفرد⁶:

الإشكالية

لقد فرضت وسائل الإعلام وجودها في حياة الإنسان بعدما بلغت أوج قوتها وتطورها بفضل التقدم العلمي الكبير والثورة التكنولوجية الهائلة التي نشهدها في وقتنا الحالي وقد إستطاعت هذه الوسائل أن تحدث تغيرات في كل المجتمعات على سلوكيات الأفراد والعلاقات الإجتماعية فلم يعد بمقدور الإنسان أن يتجاهل هذه الوسائل، فهي تلاحقه في كل مكان لتنقل له الخبر وتفسر له الحدث وتنمي عقله وتربي عواطفه وتزيد خبراته.

أدى تطور وسائل الإعلام إلى تطور الإعلام الرياضي وذلك عبر أغلب بلدان العالم حيث أن هذه التطورات والتغيرات أدت إلى تزايد الإهتمام بالرياضة وتوسع دائرة الجماهير المهمة بها، كلها أمور إنعكست على فئة الشباب وعلى المنظومة الإعلامية ككل، وذلك من خلال تغطيتها لوقائع الأحداث والتظاهرات الرياضية الكبرى وبتنوعها لأنواع من البرامج الرياضية والنشرات المختلفة، ومنه فإن الشباب أصبح يعرف جيداً ما يختار من بين آلاف البرامج التي تبث يوميا على شاشة التلفاز، خصوصا إذا تعلق الأمر بالطالب الجامعي وبما يملكه من مستوى علمي وثقافي له إعتباره بين مختلف الفئات الشبابية الأخرى والتي تشكل أكثر من الثلثين في تركيبة المجتمع الجزائري.

ومن هنا فقد جاءت هذا البحث لدراسة حجم ونوعية تعرض الطالب الجزائري للبرامج التلفزيونية الرياضية في مختلف القنوات الفضائية العربية من خلال التعرف عن عاداته وأنماطه في مشاهدة مختلف البرامج الرياضية المقدمة وأهم نماذج الإهتمام ومستويات التفضيل حول المضامين والمواضيع الرياضية بالإضافة إلى التعرف على الدوافع الأساسية لمتابعة هذه البرامج وآراء الطلبة حول مستوى الخدمة الإعلامية المقدمة من طرف هذه القنوات.

تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة المسيلة للبرامج التلفزيونية الرياضية؟

- ما أهم مستويات التفضيل ونماذج الإهتمام لهذا الجمهور حول هذه البرامج؟
- ما هي الدوافع الأساسية لمتابعتهم البرامج الرياضية التلفزيونية؟
- ما مستوى تلبية هذه البرامج لمختلف الحاجات الإعلامية والنفسية لهذا الجمهور؟

أهداف الدراسة:

- نهـد من خلال بحثنا في هذا الموضوع إلى إبراز النقاط التالية:
- التعرف على حجم ونوع تعرض الطلبة للبرامج الرياضية التلفزيونية.
- معرفة أهم إهتمامات جمهور الطلبة بهذه البرامج شكلا ومحتوى.
- معرفة أهم دوافع التعرض للبرامج الرياضية التلفزيونية.
- الكشف عن مستوى الخدمة الإعلامية للقنوات الفضائية الرياضية حسب آراء المبحوثين.

أهمية الدراسة:

بالرغم من أن التلفزيون من آخر وسائل الإعلام من حيث النشأة فقد إستطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدما ملحوظا على وسائل الإعلام الأخرى حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهدا أشبه بشاشة العرض السينمائي وتقترب من ناحية أخرى من الراديو بما أنها موجودة في بيت المشاهد الذي لا يكلف نفسه عناء المغادرة، كما أن أهمية التلفزيون الإعلامية قد تضاعفت عبر العالم خاصة أنه أصبح من خلال فكرة التسلية وشغل أوقات الفراغ أن يتطرق إلى الوعاء اللاشعوري خالقا قوة إيجابية في تقوية الدفع نحو عملية التغيير السلوكي أي تنمية المقدرة على التحسن الوجداني اللازم لتطوير المجتمع⁷ لذا يتناول هذا البحث أحد أهم المواضيع التي تهتم المختصين في مجال الإعلام الرياضي وهو البرامج الرياضية التلفزيونية، حيث أن المضمون التلفزيوني يعد أكبر وأخصب مجال لمختلف البحوث التحليلية والميدانية للعديد من نظريات ونماذج الإتصال القديمة والحديثة، وبالنظر إلى التطور الذي عرفته وسائل الإعلام المختصة، نجد أن الإعلام الرياضي التلفزيوني أخذ نصيبا كبيرا من هذا التطور خاصة من ناحية نوعية والبرامج والحصص المقدمة والإحترافية العالية في تقديم الأخبار ذلك عبر مختلف القنوات الرياضية المختصة على غرار Beinsport القطرية والتي إستقطبت شرائح كبيرة ومتعددة من المشاهدين مقدرة بالملايين.

ومن جهة أخرى تتبين أهمية الدراسة أيضا من أهمية الفئة المستهدفة بالبحث من خلال فئة الشباب المكون الأكبر للتركيبة المجتمعية للجزائر وحتى الوطن العربي وكون هذا الجمهور أكبر الجماهير الإعلامية المتخصصة ضمن جماهير الإتصال الجماهيري الحديث خصوصا إذا أضفنا متغير المستوى العلمي في فئة عينة البحث المتمثلة في الطلبة الجامعيين الذي يقدر عددهم في الجزائر بحوالي

مليون ونصف المليون، وما تكتسيه هاته الفئة من أهمية بالغة في تشكيل وتحديد مسار ومستقبل الوطن في جميع المجالات.

مفاهيم الدراسة:

عادات وأنماط المشاهدة:

العادة في علم النفس هي سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم وتثبيته مواقف محددة⁸، أما النمط في علم الاجتماع هو جزء من السلوك التفاعلي يتكرر بشكل غالب يتضمن نوع من الترابط والتنسيق والتوقيت بين النشاطات الخاصة⁹، أما عادات وأنماط المشاهدة المعنية في الدراسة فهي وتيرة المشاهدة، الأيام المفضلة للمشاهدة، الفترة الزمنية المفضلة للمشاهدة، المكان المفضل للمشاهدة، القنوات المفضلة، الوقت المفضل للمشاهدة.

دوافع القراءة:

الدوافع جمع دافع وهو في علم النفس عملية استثارة وتحريك السلوك أو العمل وتعزيد النشاط وتنظيمه وتوجيهه نحو هدف معين يفضل البعض وصفه بأنه حالة من التوتر تثير السلوك وتواصله حتى يخف التوتر أو يزول ويستعيد الفرد إترانه¹⁰، وبالتالي فدافع القراءة هو توتر داخلي يستثير ويحرك الفرد للقراءة والتزود بالأخبار والمعلومات لإعادة الاتزان وإشباع حاجة الفرد الإعلامية، أما الدوافع في هذه الدراسة فتعني الأسباب الأساسية التي تدفع الطالب لمشاهدة البرامج التلفزيونية الرياضية.

الإعلام الرياضي:

عرف كل من خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم الإعلام الرياضي على أنه: "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي"¹¹.

البرامج التلفزيونية الرياضية: إصطلاح عام يقصد به المضمون الرياضي المقدم في التلفزيون باستخدام مختلف الأنواع الصحفية كالأخبار الرياضية والتقارير والروبورتاجات الرياضية إلخ بالإضافة إلى نقل المباريات ومختلف الأنشطة والمنافسات والمهرجانات الرياضية والإعلانات الرياضية وكل ما يتصل بالحياة الرياضية ممارسة وإدارة وتحكيما وتدريباً وتمويلاً وحياة خاصة وغير ذلك.

الطالب الجامعي: وهي فئة عمرية وتعليمية في مرحلة التعليم العالي، تبدأ من سن 18 هي سن دخول الجامعة وتمتد إلى نهاية عقد العشرينات على العموم، حيث يتسم الفرد في هاته المرحلة بنوع من الحماس والقدرة على الإدراك والتفكير ومستوى من الوعي وغيره من العوامل التي تساهم في إكتسابه للمعارف والمهارات والإستفادة النوعية في مختلف المجالات.

الدراسات السابقة:

1- بناء إستراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري¹².

هذه الدراسة هي أطروحة دكتوراه استهدف الباحث من خلالها إلى دراسة الوضع الراهن للبرامج الرياضية بالتلفزيون لوضع إستراتيجية لها من خلال التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في البرامج الرياضية وإتجاهات الجمهور نحوها وتحليل طبيعة هذه البرامج، وكانت عينة البحث مشكلة من 30 مبحوثا من القائمين بالاتصال، 1500 مبحوثا من الجمهور، واستخدم دراسة تحليلية لمضمون البرامج الرياضية بالقناة الأولى والثانية والثالثة، وكانت أهم النتائج:

- عدم تخصص العاملين في البرامج الرياضية.
- مستوى التخطيط لهذه البرامج متوسط.
- يمارس الجمهور عينة الدراسة الرياضة بنسبة كبيرة.
- كانت أكثر الدوافع لمشاهدة البرامج الرياضية هو التمتع بمتابعة المباريات والمسابقات، وجاءت القناة الثالثة كأكثر القنوات التي يفضلها متابعوا البرامج الرياضية.

2- خطة مقترحة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي¹³

الإشكالية: الدراسة محاولة لوضع خطة مقترحة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الراهن وإيجابياته وسلبياته على ضوء الأهداف الموضوعية والاحتياجات القائمة.

الأهداف:

- تحليل مضمون البرامج الرياضية التي تقدم في مصر ومدى إشباعها لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور.
- استطلاع رأي الجمهور للتعرف على احتياجات المشاهدين واللاعبين واتجاهاتهم نحو برامج التلفزيون.
- استفتاء الخبراء حول الأهداف المقترحة لبرامج التلفزيون الرياضية الناجحة.
- استفتاء بعض الدول الأخرى حول برامج التلفزيون لديهم.

إجراءات الدراسة:

المنهج: تم استخدام المنهج الوصفي المسحي.

عينة الدراسة:

أختيرت عينة من الجمهور مقدارها (1500) مبحوث بالإضافة إلى استفتاء 100 خبير من الأساتذة والأساتذة المساعدين بكلية التربية الرياضية والأشخاص ذوي المناصب العليا في مجال الرياضة التليفزيون.

واقع تعرض الطلبة للبرامج التلفزيونية الرياضية _____ د بوحيلة رضوان / د بلعباس عبد الحميد

تم إختيار التلفزيون دون وسائل الإعلام الأخرى في مصر فيما يختص بالبرامج الرياضية وأيضا الموضوعات الرياضية التي تعرض خارج نطاق البرامج الرياضية.

- **الفترة الزمنية:** تم اختيار الفترة الزمنية للعينة مدة شهر فيفري 1979 بكامله.

المضمون: اختير المضمون الرياضي فقط المتمثل في البرامج الرياضية التي عرضت جميعها في الفترة المحددة، حيث كان يعرض ثلاثة برامج أسبوعيا وعلى ذلك كان إجمالي البرامج اثني عشرة برنامجا بجانب نقل المباريات التي بموعد ثابت إضافة إلى التي تنقل بدون مواعيد ثابتة.

النتائج:

من جهة أهداف البرامج: اتضح قلة الفترة الزمنية المخصصة لتنمية الوعي الرياضي والتي تتمثل في توضيح هدف وأغراض وأهمية التربية الرياضية وتنمية المعارف والمعلومات الرياضية حول قوانين الألعاب الرياضية والمعلومات الصحية على ممارسة الألعاب الرياضية.

من جهة أسلوب التقديم: كان أسلوب تقديم البرامج الرياضية فترة " العينة " لا يساعد على جذب المشاهد لمتابعة تلك البرامج، حيث يعتمد على الحوار بين مقدم البرامج والضيف.

نوعية الموضوعات: عدم الاهتمام بتقديم برامج متنوعة لباقي فئات الجمهور

من جهة نقل المباريات: اتضح أن هناك تركيز على نقل مباريات كرة القدم بالمقارنة بباقي الألعاب وأن ذلك لا يتماشى مع أداء الجمهور الذي يفضل مشاهدة المباريات بجميع الألعاب المحلية والدولية يليها مباريات كرة القدم.

النتيجة العامة: هناك تركيز على البرامج الرياضية التي تدور حول البطولات الرياضية مع قلة الاهتمام بباقي نوعيات البرامج الرياضية للأطفال - المرأة - الكبار - المعاقين - البرامج التعليمية - التربية الصحية والبدنية - ما يدل على عدم تنوع موضوعات البرامج بما يتناسب مع فئات الجمهور المختلفة.

3- تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي¹⁴.

الإشكالية: الدراسة محاولة للتعرف على دور التلفزيون وبرامجه الرياضية في نشر الوعي الرياضي من خلال تحليل برامج التلفزيون وأثرها في نشر الوعي الرياضي للمرحلة العمرية من 12 - 15 سنة.

هدف الدراسة: تحليل برامج التلفزيون الرياضية ومعرفة أثرها على نشر الوعي الرياضي لأفراد المرحلة العمرية من 12 - 15 سنة.

المنهج: استخدم المنهج الوصفي المسحي.

مجتمع البحث:

- تلاميذ المرحلة العمرية من 12-15 سنة (المرحلة الإعدادية): حيث تم حصر الإدارات والمناطق التعليمية بمحافظة الغربية وكان عددها 10 إدارات تم حصر المدارس الحكومية التي تقع بكل إدارة تعليمية وقد بلغ العدد الإجمالي للمدارس الإعدادية بالمحافظة 340 مدرسة وقد بلغ عدد التلاميذ هذه المرحلة والمقيدين بهذه المدارس 233409.

- خبراء الإعلام والرياضة: تم اختيار خبراء الإعلام من كليات الإعلام وكليات التربية الرياضية وأيضا العاملين في مجال الإعلام الرياضي بتلفزيون مصر.

عينة الدراسة: تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية الطبقية، وقد اشتملت على:

تم اختيار مدرستين ممثلتين لكل إدارة تعليمية من الإدارات: شرق طنطا - غرب طنطا - شرق المحلة - كفر الزيات، بحيث إحداهما للبنين والأخرى للبنات، وكان عددها 10 مدارس ثم تم اختيار فصل من صف دراسي وبلغ عدد تلاميذ هذه الفصول 1680 تلميذ وتلميذة، وقد أستبعد 210 تلميذ وتلميذة حيث بلغت العينة الأساسية 1470 مفردة كانت لأسباب إما غياب التلاميذ أثناء توزيع الاستمارات وإما لوجود تلاميذ أكبر من 15 سنة بسبب الرسوب أما من جهة الخبراء فقد تم إختيار 100 مفردة.

أداة جمع البيانات: تم استخدام استمارة الاستبيان وتحليل المضمون.

المعالجة الإحصائية: تم استخدام النسبة المئوية -الوزن النسبي -الأهمية النسبية ومعامل ارتباط الرتب ي وكا²

النتائج:

- لا يوجد تنسيق في مواعيد إذاعة البرامج الرياضية مع ملاحظة تشابه أسماء البرامج بالرغم من اختلاف المضامين، وكانت الفترة المسائية هي الأنسب لهذه المرحلة العمرية (بعد الخروج من المدرسة).

- لا تراعي البرامج الرياضية الاحتياجات والمتطلبات الخاصة بمراحل العمر المختلفة والمرحلة العمرية المدروسة خاصة.

- لا يساعد أسلوب تقديم البرامج الرياضية على جذب الجمهور المشاهد ومتابعة البرامج.

- لا تلقى البرامج الرياضية النقد البناء والكافي من خبراء الإعلام والرياضة.

- من بين أساليب النهوض بالبرامج الرياضية لمختلف الفئات العمرية هي المتابعة المستمرة لدراسة آراء جماهير مختلف الفئات العمرية وتلبيها إحتياجاتها، وبالعمل عل متابعة البرامج ونقدها نقدا بناء ووضع خطط محددة وواضحة للبرامج الرياضية باستخدام الوسائل الحديثة وإسهام الخبراء في هذا المجال متابعة وتقييما وتقويما.

النتيجة العامة: قصور البرامج الرياضية بتلفزيون مصر في تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور المشاهد للفئة المدروسة خاصة ومختلف الفئات عامة.

4-التعرض لوسائل الإعلام الرياضية وسمات الأنشطة الرياضية بين مجموعة متنوعة من المراهقين الرياضيين¹⁵:

قام "هوفستر" بهذه الدراسة، وتم استطلاع رأي حول المشاركة في الأنشطة الرياضية والتعرض لوسائل الإعلام الرياضية، على عينة من طلبة الصف التاسع حتى الصف الحادي عشر، من الطبقة الأولى، المتوسطة من طلاب مدارس الثانوي على الساحل الغربي لبريطانيا والدراسة محاولة لتقديم دعم للتفسير الخاص بالمشاركة الإجتماعية، وكانت النتيجة على أن المراهقين تجاوزوا أكثر مع وسائل الإعلام في أنشطة رياضية، تم تصحيحها لتشجيع النشاط البدني للمراهقين¹⁶

5-تأثير وسائل الإعلام الرياضية على مشاركة الطلاب المراهقين في الرياضات¹⁷:

قام شين تي بهذه الدراسة عبر إجراء استفتاء، قام خلاله الباحث بدراسة طلاب مدارس المتوسطة الذين تبلغ أعمارهم ما بين 12-17 سنة حول مدى اشتراكهم في فصول التربية الرياضية وإنجازاتهم، كي يتم بعد ذلك تحليل دافعية الإنجاز الرياضي وتصحيح النظرة عن القيم الرياضية¹⁸.

منهج البحث وأدواته:

يعرف المنهج أنه الطريق الواضح الذي يسلكه الدارس في دراسته¹⁹، كما يعرف بأنه: ((فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها))²⁰، ويعرف أيضا بأنه: ((الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة قصد إكتشاف الحقيقة))²¹، وتختلف مناهج البحث في الدراسات الإعلامية تبعا لطبيعة الدراسة والمشكلة التي تدرس والنتائج المتوخاة وغيرها من العوامل التي تدفع الباحث إلى اختيار منهج دون غيره²².

إستخدمت هذه الدراسة المنهج لوصفي المسحي لكونه أنسب الأساليب العلمية ملائمة للدراسات التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة ذلك أن هذا المنهج يستهدف وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنضمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها²³.

وقد إعتمدت الدراسة أسلوب الاستقصاء بسبب أنه يتصدر أساليب جمع البيانات في البحوث الإعلامية نظرا لما يتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من الأساليب وتتفق مع طبيعة الظاهرة الإعلامية، كما أن جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت بالإضافة إلى عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء يوفر درجة كبيرة من الموضوعية والصدق

الداخلي وقد إعتمدت الدراسة أداة الاستمارة في جمع المعلومات وهي قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع يكونون العينة الممثلة للحصول على حقائق وبيانات تتعلق بالظروف الاجتماعية القائمة بالفعل أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة²⁴، وقد تضمنت الإستمارة أربعة محاو وفق مايلي:

أولاً: بيانات أولية:الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي.

ثانياً: عادات وأنماط المشاهدة: هل أنت تتابع البرامج الرياضية؟ - ما هو مكانك المفضل للمشاهدة؟ - ما هو وقتك المفضل لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية؟ - ما معدل الوقت الذي تقضيه في اليوم في مشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية؟ - كيف تفضل مشاهدة هذه البرامج؟ - ما هي القنوات الرياضية المفضلة لديك؟

- ما هي البرامج الرياضية التي تتابعها بقنواتك المفضلة؟

ثالثاً: نماذج الاهتمام ومستويات التفضيل:

- بالنسبة لما يقدمه برنامجك المفضل؟ - بالنسبة لما يقدمه برنامجك المفضل هل:

- هل تستخدم مصادر أخرى للإطلاع على الأخبار الرياضية إضافة للبرامج التلفزيونية؟

: إذا كانت الإجابة بـ "نعم" رتبها إذا كانت أكثر من مصدر واحد:

- ما هو البرنامج الرياضي المفضل لديك؟ - من هو المقدم المفضل لديك-ما هي أسباب تفضيلك له؟

- رتب بالأرقام الأحداث الرياضية حسب تفضيلك لموقعك الجغرافي-رتب بالأرقام أربع ألعاب رياضية

حسب تفضيلك لها؟ - رتب بالأرقام حسب إهتمامك بالأشكال الصحفية التالية؟

- ضع علامة (x) أمام الإجابة التي تمثل رأيك في الجوانب الفنية للبرامج الرياضية التلفزيونية.

رابعاً: دوافع القراءة:

- ما الذي يدفعك لمشاهدة البرامج الرياضية؟ اختر خمسة دوافع ممايلي-ما مدى تلبية البرامج

الرياضية المفضلة لما تريده منها؟ - هل تبعث بمقترحات أو مراسلة لبرنامجك الرياضي أو قنواتك

المفضلة؟ - إذا كانت إجابتك "نعم" عن طريق ماذا؟ - إذا كانت الإجابة بـ "لا"، لماذا؟

مجتمع البحث:

يعرف على أنه المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، و يمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث²⁵، والمجتمع المستهدف هو الطلبة الجامعيين الجزائريين ويكون المجتمع المتاح للدراسة هو طلبة جامعة المسيلة.

الإطار المكاني والزمني للبحث:

يتمثل الإطار المكاني للبحث في مدينة المسيلة حيث تم توزيع إستمارات الإستبيان في مقر الجامعة السابق، على تخصصات الإعلام والاتصال والتاريخ والأدب العربي وعلم الإجتماع وأيضا في المقر الجديد (القطب الجامعي سابقا) لطلبة تخصص التربية البدنية والرياضية، وتم توزيع وإسترجاع الإستمارات وتفريغها بياناتها وتحليلها وتفسيرها وإستخلاص نتائجها خلال شهر أكتوبر 2022.

عينة البحث: ترتبط بحوث المنهج الوصفي المسحي بنظام العينات وحتى إن الكثير من الباحثين يطلقون عليه المسح بالعينة، فنظام العينات يسمح للباحث بإستنتاج خصائص عدد كبير جدا من المفردات خلال الإتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها يسمى العينة، التي يجب أن تختار بعناية شديدة بحيث تكون ممثلة في خصائصها لمجموع المفردات إلى مدى بعيد،²⁶ ونظرا لعدم توفر البيانات والإحصائيات الدقيقة لمجتمع البحث، ولكون الدراسة معنية بجمهور كبير خاص بوسيلة إعلامية متخصصة، فقد تم إعتقاد العينة القصدية وتمثل وحدة عينة الدراسة في الشاب الطالب سواء ذكرا أو أنثى الذي يدرس بجامعة المسيلة ويتابع البرامج التلفزيونية الرياضية، وتم تحديد قوامها ب30 مفردة وزعت حسب الجداول الإحصائية التالية:

الجدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة وفقا للجنس:

الجنس	ك	%
ذكر	17	57%
أنثى	13	43%
المجموع	30	100%

الجدول رقم 02: توزيع عينة الدراسة وفقا للفئة العمرية.

الفئة العمرية	ك	%
20 - 18	02	06,66%
23 - 21	20	66,66%
26 - 24	06	20%
من 27 فأكثر	02	06,66%
المجموع	30	100%

الجدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ك	%
ليسانس سنة أولى	05	16,66%
ليسانس سنة ثانية	04	13,33%
ليسانس سنة ثالثة	18	60%
ماستر 01	03	10%
ماستر 02	00	00%
دكتوراه	00	00%
المجموع	30	100%

الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة وفقا للتخصص.

التخصص الدراسي	ك	%
تربية بدنية ورياضية	12	40%
إعلام واتصال	08	26,66%
تاريخ	05	16,66%
أدب	02	6,66%
علم اجتماع	03	10%
المجموع	30	100%

المعالجة الإحصائية المستخدمة:

النسبة المئوية، المتوسط الحسابي.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

من خلال التحليلات والإستنتاجات السابقة تم التوصل إلى النتائج التالية حسب محاور الدراسة:

عادات وأنماط المشاهدة:

1 - بلغت نسبة المتابعين الدائمين للبرامج الرياضية التلفزيونية 65% من مجموع أفراد العينة أما النسبة المتبقية فكانت للمتابعين غالبا أو أحيانا أي أن أغلبية المبحوثين من هواة البرامج الرياضية مما يزيد في صدق ودقة الإجابات.

2 -أجاب 75% من جملة أفراد العينة أن المنزل هو المكان المفضل لمشاهدة البرامج الرياضية التلفزيونية، فمن خلال هذه البيانات نجد أن أفراد العينة على العموم حريصين على استخدام الأماكن المناسبة للمشاهدة و المتابعة بارتياح وذلك ما يبدو جليا من خلال نسبة 70% الذين يفضلون المنزل لمشاهدة البرامج الرياضية لأن الإشباعات التي تحققها المشاهدة داخل المنزل ليست مثل الإشباعات التي تحققها خارج المنزل وذلك نظرا للراحة التي تحققها المتابعة داخل المنزل، ما يبين أن أفراد العينة تفضل متابعة البرامج في جو هادئ وتركيز أفضل.

3 - إحتلت الفترة المسائية وفترة السهرة النسبة الأكبر من حيث الوقت المفضل لمشاهدة البرامج حيث بلغت معا 65 %، في لم يفضل ولا أحد من أفراد العينة الفترة الصباحية، وقد يفسر ذلك أن معظم الانشغالات والواجبات تتم في الفترة النهارية وخصوصا الصباحية. إن تفضيل الفترة المسائية والسهرة يتماشى مع عرض البرامج الرياضية المختلفة على قنواتهم المفضلة خصوصا الدوريات الأوروبية لكرة القدم في فترة السهرة وتكون مناسبة كذلك لكون الفرد قد انتهى من دوامه في العمل وبالتالي فإنها فترة راحة أما بالنسبة لفترة الظهيرة فالإقبال على المشاهدة يكون ضئيل، أما عدم تفضيل الفترة الصباحية قد يعود لكون أن البرامج يعاد بثها أو لكون أفراد العينة منشغلة بالدراسة أو بأعمال صباحية سواء خارج المنزل أو داخله.

4 - بلغ معدل الوقت التي يقضيه 75% من أفراد العينة في مشاهدة البرامج الرياضية يوميا بين ساعة واحدة وساعة ونصف، أي بمتوسط حسابي بساعة وربع.

5- تبين من خلال الدراسة أن حوالي 12 % فقط من المبحوثين يفضلون المتابعة للبرامج الرياضية التلفزيونية مع الأصدقاء، وهذا يتوافق مع النتيجة السابقة التي مفادها أن أغلبية المبحوثين يعتبرون المنزل المكان المفضل للمشاهدة.

6 - تبين أن القناة الفضائية الرياضية هي باقة "BeinSport" المفضلة لدى غالبية أفراد العينة بنسبة 72٪، و من خلال هذه البيانات يتبين أن اغلب أفراد العينة يتابعون قناة BienSport على حساب القنوات الأخرى وهذا يتوافق مع التطور الذي شهدته هذه القناة عبر مختلف طرق ومستويات العمل الإحترافي والهيمنة الكبيرة التي فرضتها على التغطية العربية للأحداث الرياضية على مختلف الأصعدة. بكثرة قنواتها ومستوى تقديمها وتنوعها للبرامج الرياضية من أخبار و برامج متخصصة في مختلف الرياضات والدوريات، أما باقي القنوات الأخرى فنسبها ضئيلة جدا مما يؤثر على استحواذ Biensport على إهتمام فئات عريضة وعلى مختلف الفئات الجماهيرية المهمة بالرياضة.

7 - كشفت الدراسة أن نصف المبحوثين يفضلون برامج بث المقابلات وتحليلاتها، وفي مقدمتها الدوريات الأوروبية بمختلف مستوياتها عبر باقة Biensport.

نماذج الاهتمام ومستويات التفضيل:

1 - أجاب ما نسبته 60٪ من جملة أفراد العينة أن قنوات باقة "BeinSport" تقدم كل ما يهمهم في المواضيع الرياضية المتناولة ويثقون في مصداقية ما تقدمه لهم، حيث لا يلجؤوا إلا حوالي 20٪ من أفراد العينة إلى المصادر الإعلامية الأخرى للتأكد من صحة المعلومات، والذي يدل أيضا على أن مستوى الخدمة الإعلامية لهذه الباقة جيد جدا، بالإضافة إلى أن أكبر عدد من المشاهدين يرون أن البرامج الرياضية التلفزيونية لقنوات باقة "BeinSport" تلبى كل إهتماماتهم والأغلبية منهم يثقون فيما تقدمه هذه البرامج من معلومات.

2- كشفت الدراسة أن حوالي 66٪ من أفراد العينة يفضلون صوت المقدم على الإعتبارات الأخرى بينما ربع أفراد العينة يفضلون طريقة التقديم، وتبين أن الوجه الإعلامي المفضل هو حفيظ دراجي بنسبة 40٪ يليه لخضر بريش بحوالي 22٪ وهذا بغض النظر أن كل المبحوثين جزائريين، إلا أن ذلك يؤكد كفاءة الكثير من الإعلاميين الجزائريين والمغاربة بصفة عامة وبروزهم في الحقل الإعلامي الرياضي العربي في العقد الأخير.

3- لوحظ أن المستوى الدولي للأحداث الرياضية إحتل أكبر نسبة في درجة إهتمام أفراد العينة وذلك بنسبة 75٪، وجاء المستوى الوطني في الدرجة الثانية بنسبة قاربت 22٪ ويتوافق مع الفروق الواضحة بين المستوى المحلي مع المستوى الدولي سواء على المستوى الإعلامي أو الرياضي.

4- جاء تفضيل أغلبية المشاهدين بنسبة 86٪ من جملة أفراد العينة للعبة كرة القدم وهذا يتناسب مع الشعبية العالمية لهذه اللعبة كرة القدم، ثم جاءت لعبة الكرة الطائرة في المقام الثاني ثم لعبة كرة اليد ثم ولعبة كرة المضرب (التنس) بنسب متفاوتة.

واقع تعرض الطلبة للبرامج التلفزيونية الرياضية _____ د بوحيلة رضوان / د بلعباس عبد الحميد

5- تبين أن الشكل الصحفي الرياضي المختص في تفصيل نقل ووصف الأحداث الرياضي (التقرير الصحفي الرياضي) جاء في المقام الأول لدى إهتمامات 58 % أفراد العينة وهذا، فيما جاءت بقية الأشكال الصحفية الأخرى بنسب متقاربة.

6- كان الانطباع العام حول الجوانب الفنية للبرامج الرياضية في القنوات المفضلة لدى غالبية أفراد العينة جيدا بالنسبة إلى جودة الصورة وحجم الأستوديو والإضاءة، وهذا يتوافق مع ما ذكر سلفا من التطور الفني والمهني الذي شهدته باقة قنوات "BeinSport" القطرية في مختلف جوانب العمل الإعلامي.

دوافع القراءة:

1- كشفت الدراسة أن الدوافع الأساسية لمشاهدة البرامج الرياضية لدى غالبية المبحوثين كانت حول فهم ما يجري في الساحة الرياضية وكانت الدوافع الفرعية الأخرى تدور حول التزود بمختلف الأخبار والمعلومات الرياضية وإرضاء للفضول وكذلك التخفيف من روتين الحياة اليومية، مما يدل أن الدوافع الأساسية لمشاهدة البرامج الرياضية هي دوافع معرفية في المقام الأول ثم تليها الدوافع النفسية.

2- أجاب 87% من مجموع أفراد العينة أن مستوى تلبية البرامج الرياضية التلفزيونية من القناة المفضلة «BeinSport» لاحتياجاتهم الإعلامية بين جيد وجيد جدا، أي أن درجة الإشباع عالية لدى غالبية المبحوثين.

رجع الصدى

تبين من خلال الدراسة أن غالبية المبحوثين لم يسبق لهم أن قاموا بمراسلة القنوات الرياضية المفضلة لديهم بنسبة قاربت 72% وكانت في مقدمة أسباب ذلك عدم القدرة على الاقتراح والنقد ب 46 % تليها سبب عدم إعطاء الأهمية لذلك بنسبة 31%، أما النسبة المتبقية ب 23 % لم تفكر في الأمر أصلا، وهذا كله يدل على قلة وعي المشاهد بالأهمية والفائدة من التواصل مع القنوات الإعلامية المفضلة.

خاتمة:

أصبحت الرياضة سياسة وثقافة وإقتصاداً وتربية وصحة وذوقاً وأخلاقاً، وأصبح لها تراثاً نظرياً غنياً وأصبحت لها نظريات ومدارس وأدبيات كأى علم من العلوم، والجمهور الرياضي أيضاً لم يعد تلك الحفنة المحدودة العدد من الشبيبة المراهقة الباحثة عن التسلية والترفيه وكانت هذه الحقيقة أيضاً من الأسس الهامة التي انطلق منها الإعلام الرياضي المعاصر، بل اتسع وتنوع وكان ذلك منطلقاً لظهور الإعلام الرياضي ودافعا قويا لتطوره.

شكلت المعرفة الرياضية السليمة الطريق الصحيح لممارسة رياضية مفيدة في بناء إنسان عصري قوي معنويا وبدنيا، قادر على النجاح واتخاذ القرارات السليمة، ومواجهة مختلف التحديات باعتبار أن العقل السليم في الجسم السليم، وفي ظل ترغيب الدين والعلم على ممارسة الرياضة، وفي ضوء ما نعيشه من موجات متتالية من التحديات المعرفية والعلمية والتكنولوجية والصحية والعسكرية والرياضية وغيرها، يكون لزاما علينا جميعا أن نعمل على تقوية أنفسنا و أولادنا لمواجهة الحاضر الصعب وكسب رهانات المستقبل الغامض في مختلف المجالات و منها المجالات الرياضية، تربية وممارسة وتنظيمها وإعلامها وترويحها، والتي تعمل على حماية وتقوية الصحة النفسية والعقلية والبدنية للفرد المعاصر وبالتالي المساهمة في زيادة الفاعلية والقدرة على التعلم والعمل والمواجهة .

يتفق معظم الخبراء والمفكرين على أن الإعلام الرياضي وفي مقدمته الإعلام الرياضي المرئي الذي يمتلك خصوصية تكنولوجية متطورة، ولغة تعبيرية متميزة، وآليات إتصال وإقناع وتأثير كبيرة، وجماهير واسعة وذات نوعية، أصبح على رأس الوسائل والأدوات التي يمكن من خلالها إحداث نهضة عامة في المعرفة والوعي والممارسة الرياضية بشكل جماهيري سليم وجذاب، لإحداث تحسين في الصحة العامة وإشاعة الروح الرياضية وثقافة الحوار والسلم بين المواطنين والدول.

هوامش الدراسة:

¹ علي طاهر مبارك: (البرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون المصري كوسيلة لنشر المعرفة الرياضية السليمة)، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ع177، يناير2005، ص35.

² جون هوهنبورغ: الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990، ص391.

علي طاهر مبارك: المرجع السابق، ص35.

⁴ أديب خضور: الإعلام الرياضي، دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق: 1994، ص5.

⁵ علي طاهر مبارك: (أهمية الرياضة والقنوات الرياضية العربية والدولية)، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ع179، يوليو، 2005، ص37.

⁶ علي طاهر مبارك: (المعرفة الرياضية في الدراسات الإعلامية الصحفية)، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، ع158، يوليو1999، ص140.

عيسى الهادي: البرامج الرياضية التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007.

⁸ الكريم عثمان: الدراسات النفسية عند المسلمين والغزالي بوجه خاص، ط3، القاهرة: دار غريب للطباعة، 1981، ص122.

- ⁹ المرجع السابق، ص 217.
- ¹⁰ عمر لعويرة: علم النفس التربوي، عين مليلة: دار الهدى، 2004، ص 34.
- ¹¹ خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 1998، ج1، ص52.
- أشرف منير صبري: بناء إستراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري، أطروحة دكتوراه، القاهرة: كلية التربية الرياضية للبنات، 1992. ¹²
- ¹³ أميمة حامد أبو الخير: خطة مقترحة لبرامج التلفزيون الرياضية كوسيلة إعلامية لنشر الوعي الرياضي، أطروحة دكتوراه، جامعة حلوان، كلية التربية البدنية للبنات، 1979.
- ¹⁴ أيمن محمد الهنداوي: تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي، رسالة ماجستير، جامعة طنطا، كلية التربية الرياضية، 2001.
- ¹⁵ سي هوفستير: التعرض لوسائل الإعلام الرياضية وسمات الأنشطة الرياضية بين مجموعة متنوعة من المراهقين الرياضيين، الجريدة الشعب والتمرينات الرياضية والتغذية الصحية، المجلد 4، العدد4، جامعة كامبريدج، 1995، ص234-242.
- ¹⁶ علي طاهر مبارك: الإذاعة والتلفزيون والمعرفة الرياضية في عصر التحديات، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007، ص 36.
- ¹⁷ شين تي: تأثير وسائل الإعلام الرياضية على مشاركة الطلاب المراهقين في الرياضات، جريدة التربية الرياضية، المجلد 2، العدد1، شنغهاي 1996، ص86.
- ¹⁸ علي طاهر مبارك: المرجع السابق ص37.
- ¹⁹ إميل يعقوب: كيف تكتب بحثاً أو رسالة جامعية، لبنان: جروس برس، دت، ص 10.
- ²⁰ محمد زيان عمر: البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1987، ص48.
- ²¹ محمد الغريب عبد الكريم: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990، ص19.
- ²² إجلال خليفة: إتجاهات حديثة في التحرير الصحفي، مصر: دار الهنا للطباعة، 1972، ص 144.
- ²³ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1993، ص122.
- ²⁴ حسن السعاتي: تصميم البحوث الاجتماعية، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1982، ص 182.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص130. ²⁵
- ²⁶ حسن السعاتي: المرجع السابق، ص132.