

جامعة الجزائر (3)  
كلية علوم السياسية و الإعلام  
قسم الإعلام و الاتصال

# إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المحققة دراسة حالة مدينة الجزائر العاصمة

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال  
تخصص : إتصال إستراتيجي

إشراف الاستاذ الدكتور  
عبد السلام بن زاوي

إعداد الطالبة :  
أسماء شاوش

## لجنة المناقشة:

1. د. أحمد حمدي رئيسا
1. د عبد السلام بن زاوي مشرفا ومقررا
1. د فتيحة معتوق عضوا
1. أمال عميرات عضوا

جوان 2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الإهداء

\*\*إلى أغلى ما املك في هذا الوجود والدتي التي سهرت على تربيتي\*\*  
إلى من تعجز الكلمات على الوفاء بحقها و الإشادة بفضلها  
إلى من قال فيها الرسول الكريم إن الجنة تحت أقدام الامهات .. ماما الغالية

\*\*إلى الذي لم يدخر جهدا حتى وصلت الى هذه الدرجة من العلم\*\*  
إلى من حثني على اخذ العلم من منبعه و مجراه وشجعني على العمل دائما  
إلى من أعترف بفضله و اقف عاجزة امام جميله...والدي الغالي حفظه الله

\*إلى حبه الذي .. غير حالي .. إلى شريك حياتي.. وزوجي..زيد مصطفى\*\*  
\*إلى الغاليين على قلبي اخوتي .... عماد و ميدو  
إلى من غمروني بعطفهم و حناهم و دعواتهم .....جدي و جدتي  
إلى عائلتي الثانية عائلة زوجي عائلة آل مصطفى  
إلى روح والدي الثاني محمد مصطفى الذي غرس فينا التفاؤل و الإصرار  
إلى ماما فاطمة والدة زوجي التي احتوتني كواحدة من بناتها  
إلى كل من جمعني بهم الأقدار ، إلى الزملاء و الزميلات  
إلى من احتواهم قلبي و لفظهم لساني ولم تنساهم ذاكرتي إيمان،نسرين، تيزيري  
إلى كل من حمل العلم شعاره و من الفشل بداية نجاحه  
اهدي عملي هذا إلى كل من عرفت منه الإخلاص و التفاني

الى كل من عرف أسماء

# شكر و تقدير

أسجد لله العلي العظيم شكراً و عرفاناً على نعمته العظيمة علي  
و لتوفيقتي لإنجاز هذه الدراسة.

أتقدم بأسمى آيات الشكر و العرفان إلى الأستاذ الدكتور محمد السلام  
بن زاوي لإشرافه على هذه الدراسة و الذي لم يبخل علي بالنصح  
والتوجيه وتواضع لحدود له، مما يعبر عن أخلاق العلماء الرفيعة في  
عصر عزت فيها، أطال الله عمره .

كما أشكر تلك العقول النيرة أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال  
الذين تشرفت بالتلمذ على أياديهم .  
و أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم و سجعني من بعيد أو من  
قريب في إنجاز رسالة الماجستير .  
إلى كل من دعى لي بالتوفيق و النجاح.

## الخطوة

مقدمة

### الفصل الأول: الجانب المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. تساؤلات و فروض الدراسة
4. تحديد المفاهيم
5. نوع الدراسة
6. منهج الدراسة
7. عينة الدراسة
8. الإطار الزمني و المكاني
9. أدوات الدراسة
10. الصعوبات التي واجهت الباحث
11. الدراسات السابقة
12. التعليق على الدراسات السابقة

### الفصل الثاني الجانب النظري للدراسة

#### المبحث الأول: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

1. خلفية نظرية
2. مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
3. ركائز النظرية
4. الأسس النظرية لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام
5. أساسيات نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام
6. إسهامات نموذج التفاعل التبادلي الرمزي
7. آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
8. تقييم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

#### المبحث الثاني: نظرية الاستخدامات و الاشباع

1. مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباع

2. بداية النظرية و تطورها
3. فرضيات النظرية
4. أهداف منظور الاستخدامات و الاشباعات
5. عناصر النموذج
6. وظائف النموذج
7. الإنتقادات الموجه للنظرية
8. التباين بين مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام و مدخل الإستخدامات و الإشباعات
9. التعليق على استخدام المدخلين في الدراسة

## الفصل الثالث: مفهوم الرياضة و تطورها التاريخي و أهميتها

### مقدمة

#### المبحث الأول: ماهية الرياضة وتاريخها

المطلب الأول: مفهوم الرياضة

المطلب الثاني: مدارس الرياضة

المطلب الثالث: التطور التاريخي للرياضة

المطلب الرابع: أنواع الرياضات

#### المبحث الثاني : أهمية الرياضة و المعرفة الرياضية

المطلب الأول: أهمية الرياضة

المطلب الثاني: العلاقة بين المعرفة و الرياضة

المطلب الثالث: أهمية المعرفة الرياضية

خلاصة

## الفصل الرابع: البرامج الرياضية في التلفزيون و دورها في المعرفة الرياضية

### مقدمة

#### المبحث الأول: ماهية الإعلام الرياضي

المطلب الأول: تعريف الإعلام وخصائص الإعلام الرياضي

الفرع الأول: تعريف الاعلام ووسائل الاعلام

الفرع الثاني: تعريف الإعلام الرياضي

المطلب الثاني: عناصر الاعلام الرياضي

المطلب الثالث: أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

الفرع الاول : أهمية الاعلام الرياضي

الفرع الثاني أهداف الاعلام الرياضي

المطلب الرابع : خصائص الإعلام الرياضي

المبحث الثاني: دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية

المطلب الاول: الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر

المطلب الثاني: أبرز القنوات الرياضية العربية

المطلب الثالث: أبرز القنوات الرياضية العالمية

المطلب الرابع : دور التلفزيون في البناء الثقافي و المعرفي الرياضي

المطلب الخامس : العوامل المؤثرة في تكوين الوعي و المعرفة الثقافية

المطلب السادس : دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية

خلاصة

الفصل الخامس : إجراءات و نتائج الدراسة الميدانية

مقدمة

المبحث الأول : إجراءات الدراسة الميدانية

1. تحديد العينة
2. إعداد صحيفة الاستبيان
3. تصميم صحيفة الاستبيان
4. اختبار الصدق لصحيفة الاستبيان
5. المجال الزمني للدراسة
6. أسلوب جمع البيانات

المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة

1. نتائج التساؤلات المتعلقة بالبرامج الرياضية في التلفزيون
2. نتائج التساؤلات المتعلقة بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين
3. نتائج إختبارات الفروض
4. الإستنتاجات
5. المقترحات

خاتمة

## مقدمة:

أصبح الإعلام الشيء الرئيسي المشترك في حياتنا ، تعودنا أن نتعرض لوسائله بشكل يومي ونتعامل معها وكأنها مكون أساسي لا يمكن الإستغناء عنه ، وإنتشرت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة إنتشاراً كبيراً في كل المجتمعات ، وتزايد متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل وأصبح يعرض نفسه لها بشكل تلقائي كالهواء الذي يتنفسه و الماء الذي يشربه ، و الغذاء الذي يأكله (1) ، ولقد زاد دور وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة ،في كل مكان من أنحاء العالم ، ونما التعرض التلفزيوني بشكل كبير و أصبح إنتشار وسائل الإعلام ملحوظاً (2) لقد أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية واحدة من أهم أدوات الإتصال و أكثرها تأثيراً في عصرنا الحديث حتى يمكن القول : أن إستقلالية الدول أصبحت مرتبطة إلى حد بعيد بمدى ملكيتها لهذه الوسائل ومدى تطورها و قدرتها ، ولقد أدركت الحكومات المختلفة منذ زمن بعيد أهمية تلك الوسائل فدعمت خدماتها الإعلامية لمخاطبة الجماهير على إختلاف مستوياتها بغرض تحقيق أهداف وفرض سياستها (3).

وكان من نتيجة تعاظم دور وسائل الاتصال الجماهيرية في حياة الجماهير ، قيام المسؤولين عنها ، خاصة في مجال التلفزيون بتوظيف هذه الوسائل في إتجاهات عديدة ترتبط بإهتمامات الجمهور و إشباعاته و دوافعه ، حيث يتم تقديم برامج متنوعة سياسية ، واقتصادية وثقافية ودينية ورياضية ، وإجتماعية ، وغيرها من برامج تقوم بتقديمها أثناء الليل وأطراف النهار ، مختلف محطات التلفزيون المحلية ، أو التي تبث إرسالها عبر الفضاء حسب إمكانيات المحطة أو توجيهات المسؤولين عنها ، ذلك لأنه يعتمد تقديم نظم الإتصال في أي مجتمع على مدى التقدم الذي أحرزه المجتمع في مختلف النواحي الأخرى ، كذلك فإن وسائل الإعلام هي إنعكاس للنظم السائدة في الدول سواء كانت اقتصادية أو إجتماعية أو سياسية (4) .-

---

(1) عاطف العبد ، مدخل إلى الإتصال و الرأي العام والأسس النظرية و الإسهامات ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1997) ص 5

(2) محمد علي العويني ، الإعلام العربي الدولي ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، الطبعة الأولى 1984 ) ص 11

(3) عدلي سيد رضا ، سامي الشريف ، علاقة المستمع المصري بالإذاعات العربية و الدولية الموجهة ، القاهرة : دار الفكر العربي 1980 ص 11 .

(4) عدلي سيد رضا ، سامي الشريف ، الصحافة و التلفزيون في دولة الإمارات العربية المتحدة ، (القاهرة : دار الفكر العربي بدون تاريخ نشر) ص 1 .



وقد أدى إنتشار وسائل الإتصال الجماهيرية على نطاق واسع في القرن العشرين إلى تساؤل الكثيرين عن الدور الفعلي الذي تلعبه وسائل الإتصال في الحياة الإجتماعية ، ومدى تأثيرها على الأفكار و الإتجاهات و السلوك (1) ، ومن ثم أصبح من الضروري دراسة تأثير مضمون الإتصال على الجمهور الذي يعتبر الهدف النهائي من العمليات الإتصالية ، خاصة المضمون الرياضي و البرامج الرياضية التي تتميز باحتوائها على عناصر الحركة و المفاجأة والصراع ، بالإضافة إلى العنصر الإنساني ، وهو ما يجعلها مثيرة للمتعرض ، ومن ثم أصبحنا نرى مواد رياضية متخصصة في الصحف و في التلفزيون ، و صحفاً وقنوات إذاعية متخصصة للمضمون الرياضي ، ويجب أن توظف لخدمة التنمية الرياضية للجمهور ، نقول ذلك بعد أن أصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطاً معقداً وواسعاً و متنوعاً ، وبعد أن صارت الرياضة واحدة من الساحات و الفعليات الهامة التي تعكس وتجسد مجمل الخصائص النفسية و الفكرية للمجتمع (2) .

وفي هذا الإطار أصبحت وسائل الإعلام تولي إهتماماً يعرض الأنشطة المختلفة سواء في النواحي الإخبارية المرتبطة بمختلف اللعاب ، أو في التعريف بالرياضة و أهميتها في بناء الإنسان ، وهو ما يزيد يوماً بعد يوم ، طبقاً لنتائج البحوث ، من إقبال الجمهور على متابعة المواد الرياضية في مختلف وسائل الإعلام ، مما يجعلها شكلاً و مضموناً مهمة في حياة المواطنين ، ومن هنا لا بد من أن نحسن استغلال هذا الشكل في نشر المعرفة الرياضية لدى الجماهير للإستفادة بها في حياتهم و المحافظة على صحتهم . وتجدر الإشارة أيضا إلى أن البرامج الرياضية في التلفزيون و وفقاً لما أشارت له العديد من الدراسات يجب أن تقوم في إطار التنمية الرياضية للمواطن ببيت كل ما من شأنه الحث على ممارسة الرياضة ، وذلك من خلال رفع مستوى المعرفة الرياضية ، كمطلب أولي ، لأنه في العصر الحديث بدأت أجراس الخطر تدق لتعلق على الأحداث الناتجة عن تقلص حركة الإنسان حيث أطلق على هذا العصر - عصر الإنسان الجالس - كأحد المسميات العديدة لهذا العصر (1) . فضلاً عن أهمية نشر كل من المعرفة و الممارسة الرياضية في الجزائر ، و بلادنا العربية ، في ضوء التحديات الفكرية و الحضارية والعسكرية و الإقتصادية المتلاحقة .

---

(1) جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ( القاهرة : دار الفكر العربي ، 1987 ) ص 565 .

(2) أديب خضور ، الإعلام الرياضي : دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة و الإذاعة و التلفزيون ، (دمشق : المكتبة الإعلامية - العدد رقم 9 - الطبعة الأولى ، 1994 ) ص 4 .

## الفصل الأول: الجانب المنهجي

### الفصل الأول: الجانب المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. تساؤلات و فروض الدراسة
4. تحديد المفاهيم الاجرائية
5. نوع الدراسة
6. منهج الدراسة
7. عينة الدراسة
8. الإطار الزمني و المكاني
9. أدوات الدراسة
10. الصعوبات التي واجهت الباحث
11. الدراسات السابقة
12. التعليق على الدراسات السابقة

## 1. إشكالية البحث :

تعتبر المعرفة الرياضية من أهم عوامل النهضة الرياضية لأي مجتمع بشرط أن تكون هذه المعرفة علمية و سليمة و تقدم بشكل جذاب ، كذلك تعتبر ممارسة الأنشطة الرياضية بطريقة منتظمة و مستمرة ، و التفوق فيها ، خاصة في المجتمعات النامية بمثابة نشاط سلوكي هام ، يقوم بدور رئيسي في تحقيق التوافق النفسي للفرد ، و تكوين شخصية صحية قادرة على التصرف في مواقف الحياة هي جزء من عملية أكبر ، و نعني بذلك قدرته على التوافق النفسي مع نفسه من جهة ومع المجتمع من جهة أخرى(2) ، و بذلك يمكن القول : أن الإشتراك و الممارسة لمختلف الأنشطة الرياضية ، يعتبر من أهم المؤثرات البدنية التي تساهم في تحقيق التوافق النفسي ، عن طريق الخبرات التي يتعرض لها الفرد أثناء إنغماسه في ممارسة هذه الأنشطة(3).

و في إطار ذلك أصبحت غالبية دول العالم تولي عناية خاصة بالرياضة ، في العصر الحديث باعتبارها أحد الأنشطة الإنسانية المهمة التي لا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات الإنسانية بشكل من أشكال الرياضة ، بغض النظر عن درجة تقدم أو تخلف هذا المجتمع (4)

ومن خلال إهتمام الجزائر و أجهزتها الإعلامية بالرياضة ، تقوم غالبية محطات الراديو والتلفزيون في الجزائر المضمون الرياضي ، حيث تعني بتقديم البرامج الرياضية و نقل الاخبار الرياضية و التعليقات و المباريات .

وإذا أضفنا إلى ذلك مايبث في القنوات العربية والأجنبية العامة و المتخصصة في المضمون الرياضي ، و التي تنمو يوماً بعد يوم ، يكون من المهم التعرف على مدى إستفادة الجمهور الجزائري من هذه البرامج في ناحية المعرفة الرياضية و مستويات الثقافة الرياضية و الممارسة الرياضية .

- 
- (1) نيل حافظ عبد الباري ، تقويم النشاط الرياضي بالوحدات التعليمية بأكاديمية الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة ،( القاهرة : جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية للبنين ، 1992 ) ص 18 .
  - (2) محمد محمد الحماصي ، اصول اللعب و التربية الرياضية ، مكة المكرمة : مكتبة الطالب الجامعي ،1985م ، ص 76 .
  - (3) ثناء فؤاد امين ، تهاني احمد جرانة، بحوث المؤتمر الدولي، الرياضة للجميع في الدول النامية، يناير 1985م،المجلد رقم 1، ص7.
  - (4) أمين انور الخولي ، الرياضة و المجتمع ، عدد 216 سلسلة عالم المعرفة ، القاهرة ، 1996م ، ص7

أهمها باقية الجزيرة الرياضية المشفرة و غير مشفرة وهي متاحة للجميع و يمكن مشاهدتها بالإشتراك وكلها تغطي الأحداث الرياضية المحلية و العربية و الدولية (1)

و لما كانت البرامج الرياضية تقوم بدور مهم في حياة المشاهدين و تزودهم بالأخبار و المعلومات الرياضية فإن هذا البحث يحاول أن يدرس إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية أي مدى تعرضه للبرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة ، و على هذا الاساس تحدد الإشكالية في هذه الدراسة و التي تتمثل في استخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة؟.

## 2. أهمية الدراسة :

ترجع أهمية هذه الدراسة للأسباب التالية :

1. ندرة الدراسات المتخصصة حول مضمون و البرامج الرياضية في التلفزيون ، وخاصة في مجال الدراسات المتعلقة بإستخدامات الجمهور للبرامج الرياضية .
2. أهمية دراسة جمهور وسائل الاتصال ، للاستفادة من ذلك في التخطيط و التنفيذ و التقديم لهذه الوسائل ، و معرفة أنسب إستراتيجيات العمل حسب تغير ظروف المجتمع ، و ذلك تماشيًا مع الأهداف الإستراتيجية للقنوات الرياضية في الجزائر. و التي يشير الهدفان الأول و الثاني فيهما إلى التطوير المستمر و الدائم لقدرات الإعلام الرياضي و إمكاناته ، و الإرتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية من حيث الشكل و المضمون بما يحقق فاعليتها و وصولها إلى الجماهير و تجاوب تلك الجماهير معها في الداخل و الخارج و وجودها المؤثر بعصر الفضاء.
3. التعرف على حجم تعرض الجمهور الجزائري الرياضية ومدى إعتماده عليها للحصول على المعرفة الرياضية.
4. التعرف على دوافع الجمهور الجزائري للتعرض الى البرامج الرياضية و القنوات الرياضية.

---

(1) مقابلة مع رئيس القسم الرياضي بالجزيرة العربية السيد: حيدر عبد الحق بتاريخ 2011/10/26

5. التعرف على مدى التوازن الذي تقوم به البرامج الرياضية في تقديم المعلومات و المعارف الرياضية ومدى إهتمامها بتشجيع الممارسة الرياضية مثل إهتمامها بنقل المباريات وتركيزها على المنشآت الرياضية .

6. التعرف على نوع الإستفادة الحاصلة للجمهور الجزائري من البرامج الرياضية في التلفزيون ومدى إتفاق ذلك مع الأهداف المعلنة لهذه البرامج من أنها تضيع دائما في مقدمتها التثقيف الرياضي و السعي لإزكاء الروح الرياضية .

7. التعرف على أكثر المحطات و القنوات التي تفيد في زيادة معلومات و معارف الجمهور الرياضي

8. التعرف على مدى ممارسة الجمهور للألعاب الرياضية المختلفة ، ومدى الإستفادة من البرامج الرياضية في ذلك .

9. معرفة المقترحات التي يقدمها الجمهور لتطوير البرامج الرياضية ، و الإنتقادات المقدمة من جانبه لهذه البرامج حتى تقدم للمسؤولين عن هذه البرامج لتكون أمام أعينهم عند الإعداد و التنفيذ لبرامج جديدة .

### 3. تساؤلات و فروض الدراسة :

#### اولا : التساؤلات :

يسعى هذا البحث للاجابة على عدد من التساؤلات حول البرامج الرياضية في التلفزيون و القنوات الرياضية ومن أهمها ما يلي:

- ما مدى إنتظام الجمهور في التعرض للقنوات و البرامج الرياضية ؟
- ماهي المحطات و القنوات التلفزيونية التي يفضلها جمهور البرامج الرياضية ؟
- ما معدل التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون ؟
- ما أهم الفقرات و البرامج الرياضية التي يفضل الجمهور مشاهدتها ؟
- ماهي المجالات التي تركز عليها البرامج الرياضية ؟
- ما أسباب إستخدام الجمهور للقنوات و البرامج الرياضية ؟
- مانوع و مدى الإستفادة الحاصلة للجمهور من استخداماته للبرامج و القنوات الرياضية ؟

- ما درجة الإعتماد على القنوات و البرامج الرياضية للحصول على المعلومات؟
- ما مجالات الإعتماد على القنوات و البرامج الرياضية ؟
- ماهي أكثر المحطات المفيدة في تقديم البرامج الرياضية ؟
- ما دوافع الجمهور للاستخدام القنوات و البرامج الرياضية ؟
- ما مدى وجود إهتمام متساو من البرامج الرياضية في تقديم اللعيات و الرياضات المختلفة ؟
- ما مدى الإستفادة من القنوات و البرامج الرياضية في ممارسة لعبة معينة ؟
- ما هي أسباب عدم الإستفادة من القنوات و البرامج الرياضية أو عدم استخدامها ؟
- ماهي مقترحات الجمهور لتطوير البرامج الرياضية ؟
- ماهو مستوى المعرفة الرياضية لدى الجمهور الجزائري ؟
- ماهو مستوى إستخدام الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية ؟
- ماهي الإشباعات المتحققة لدى الجمهور الجزائري من إستخداماته للقنوات و البرامج

الرياضية ؟

## ثانيا : فروض الدراسة

قمنا بتقسيم فروض هذه الدراسة إلى قسمين كما يلي :

ا - فروض خاصة بإستخدام القنوات و البرامج الرياضية

ب- فروض خاصة بمستوى الإشباعات المتحققة للمبجوثين و علاقتها بالنوع و السن

و المستوى الإقتصادي و الإجتماعي لهم

وتفصيلها كما يلي :

### ا.الفروض الخاصة بإستخدامات القنوات و البرامج الرياضية

1. توجد علاقة إرتباطية بين استخدام القنوات و البرامج الرياضية و دوافع المبجوثين الطقوسية و النفعية لهذه البرامج.
2. توجد علاقة إرتباطية بين إعتماد المبجوثين على القنوات و البرامج الرياضييه و دوافعهم الطقوسية و النفعية للتعرض لها .

3. توجد علاقة ارتباطية بين استخدام القنوات و البرامج الرياضية ومستويات المعرفة.
4. توجد علاقة ارتباطية بين درجة إعتامد المبحوثين على القنوات و البرامج الرياضية ومستوى معرفتهم الرياضية .
5. توجد علاقة ارتباطية بين دوافع المبحوثين الطقوسية و النفعية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية و مستوى معرفتهم الرياضية
6. هناك فروق إحصائياً بين الذكور و الإناث فيما يلي :
  - إستخدامهم للقنوات و البرامج الرياضية
  - دوافعهم الطقوسية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - دوافعهم النفعية لإستخدامات القنوات و البرامج الرياضية
  - درجة إعتامدهم على القنوات و البرامج الرياضية
7. توجد فروق بين المبحوثين من المستويات الإجتماعية أو الإقتصادية المختلفة :
  - مستويات إستخدامات القنوات و البرامج الرياضية
  - مستويات دوافعهم الطقوسية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - مستويات دوافعهم النفعية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - مستويات إعتامدهم على القنوات و البرامج الرياضية
8. توجد فروق بين المستويات العمرية المختلفة للمبحوثين في :
  - مستويات إستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - دوافعهم الطقوسية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - دوافعهم النفعية لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
  - مستويات اعتمادهم على القنوات و البرامج الرياضية

## **ب-الفروض الخاصة بمستوى الإشباع المتحققة لدى المبحوثين و علاقتها بالانواع والسن و المستوى الإجتماعي و الإقتصادي**

1. هناك فرق بين الذكور و الإناث في مستوى معرفتهم الرياضية
2. هناك فرق بين الذكور و الإناث في مستوى الإشباع المتحققة
3. توجد فرق بين المبحوثين من المستويات الإجتماعية و الإقتصادية المختلفة و مستوى الاشباع المتحققة

4. توجد فروق دالة إحصائية بين المستويات العمرية المختلفة للمبشرين في مستويات الإشباع المتحققة .

#### 4.تحديد المفاهيم :

- 1 - البرامج الرياضية : إصطلاح عام يقصد به المضمون الرياضي ، المقدم في التلفزيون أو الراديو سواء كان ذلك أخبارًا أو نقلًا للمباريات أو المهرجانات أو الإعلانات الرياضية وغيرها وكذلك مايتصل بالأنشطة و الممارسات الرياضية ، وكل ما يتعلق بنجوم الرياضة و اللاعبين(1) .
- 2- المعرفة الرياضية : هي جملة من المعلومات و البيانات و المعارف و الثقافة الرياضية لدى الجمهور حول الالعاب و الأنشطة الرياضية المختلفة و اللاعبين و البطولات الرياضية ، والقوانين الرياضية و المنظمات و الأجهزة الرياضية ، و المسؤولين الرياضيين .
- 3 – الممارسة الرياضية: هي القيام بنشاط بدني و حركي يقوم فيه الفرد بتنفيذ عملي لرياضة ما أو تمرين ما ، أو نشاط رياضي ما ، بما في ذلك مجالات التعليم و التحكيم الرياضي .
- 4 –الإشباع المتحققة أو المكتسبة: وهي تلك الإشباعات التي يكتسبها الأفراد، ويحصلون عليها، وتتحقق لهم بالفعل من خلال إستخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري، وتعرضهم لمحتوى رسائلها، والمتمثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها، أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، أو تتمتع بها خصائص الوسيلة وسماتها، وتحقق إشباعاً حقيقياً لحاجات الأفراد، ودوافعهم (2)
- 5 - الأحداث الرياضية غير نمطية: وهي الأحداث التي تحدث في وقت ما ولا تتكرر كثيراً مثل التصفيات في الدورات الرياضية المحلية و الإقليمية و الدولية و لها صفة الجذب مثل مباريات كأس العالم .

---

(1) المعجم العربي الاساسي ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، توزيع لاروس

<http://www.minshawi.com/vb/t1343.html>

(2) موقع على شبكة الانترنت



6- **الإستخدامات** : تعرض الجمهور للقنوات الرياضية و البرامج الرياضية و تختلف الإستخدامات من شخص لآخر ومن جمهور لآخر وذلك بسبب إختلاف الهدف سواء لغرض التثقيف أو الترفيه و التسلية أو التعليم و الإعلام و كذلك حسب الشكل و المضمون أي ماتحملة البرامج من قيم وأفكار ومن أخبار أو مقابلات أو تعليقات أو تحليلات وكما تختلف الإستخدامات حسب الجمهور أي الجمهور العام أو الجمهور الشباب أو المرأة أو الطفل.

7- **الأنشطة الرياضية**: هي الألعاب و المسابقات و الممارسات و التمرينات الرياضية التي يمكن أن تساهم في رياضة النفس و الذهن و الجسم.

8- **الجمهور** : يمثل جمهور القنوات و البرامج الرياضية الذي تسعى القنوات في الوصول إليه لتحقيق معدلات تعرض مرتفعة للتأثير عليه و تسعى الدراسة الحالية إلى الوقوف على موقع رغبات و إحتياجات الجمهور و إستخداماته للبرامج و القنوات .

وتأتي أهمية رغبات الجمهور لما توصلت إليه نتائج عديدة من الدراسات السابقة (1) عن تفضيلات تعرض الجمهور لبرامج التلفزيون حيث أشارت النتائج إلى أن قرارات الأفراد عند مشاهدتهم للتلفزيون تؤثر على تخطيط البرامج التلفزيونية لما لها من تأثير على العائد الإعلاني وسنقوم في دراستنا بدراسة درجة إهتمام الجمهور بالبرامج و القنوات الرياضية.

---

(1) حميد جاعد . التخطيط الاعلامي المفاهيم و الاطار العام ، ط1 ، القاهرة دار الشروق 1998

## 5.نوع الدراسة :

يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية و يسعى إلى التعرف على إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة أو بمعنى آخر التعرف على العلاقة بين التعرض للأخبار و البرامج الرياضية و الإستفادة التي يحققها الجمهور الجزائري ، و يهدف إلى التعرف على معدل إستخدام البرامج و القنوات الرياضية والفروق في الإشباعات المختلفة بين الذكور والإناث، والتطرق إلى متغيرات الجمهور التي تتحدد على أساسها الاستخدامات والإشباعات المتحققة ، بالإضافة إلى مقترحات الجمهور الجزائري لتطوير و تنمية القنوات والبرامج الرياضية .

## 6.منهج البحث :

نعتمد في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة و ذلك لصعوبة المسح الشامل و ذلك بهدف توضيح إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة وستجرى هذه الرسالة على أهم المناطق في مدينة الجزائر العاصمة بحكم أن العاصمة أكبر تجمع سكاني وأغرق الأحياء في مدينة الجزائر العاصمة.

علما أنها تقع في شمال وسط البلاد مطلة على الجانب الغربي لخليج البحر الأبيض المتوسط وتتركب المدينة من جزأين: جزء قديم والذي يتمثل في القصبه والتي توجد على حافة تلة شديدة الإنحدار (122 متر فوق سطح البحر) خلف المدينة الحديثة. وجزء حديث يتواجد على مستوى ساحل القريب من البحر (1).

ووفقاً لمعجم العالم الجغرافي بلغ عدد سكان المدينة 5 ملايين نسمة وفقاً لتعداد عام 2011 وبذلك تصبح مدينة الجزائر العاصمة أكبر مدينة في المغرب العربي من حيث عدد السكان كما تعتبر مدينة الجزائر المركز الإقتصادي والإجتماعي الرئيسي في البلاد.

## 7. عينة الدراسة :

تمثل العينة في دراستنا المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي. وتعرف العينة بأنها جزء ممثل لمجتمع البحث الأصلي.

نعتمد في البحث على عينة عشوائية بسيطة ، تم إختيارها بواقع 400 مفردة من الأحياء الكبرى لمدينة الجزائر : بئر مراد رايس ، الأبيار، حسين داي، الحراش باب الواد، الدار البيضاء. كما أن عدد السكان بمدينة الجزائر هو 5 ملايين نسمة وفقاً لتعداد عام 2011 وتم تطبيق الدراسة على فئة الشباب مافوق 18 سنة من المناطق السابقة الذكر .

## 8. الإطار الزماني و المكاني للدراسة :

- **الإطار الزماني :** دامت الدراسة أكثر من سنتين بداية بجمع البيانات المكتبية الأولية وتحضير الجانب النظري للدراسة ، أي منذ الحصول على الإشعار بموضوع الماجستير من مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني وذلك بتاريخ 25 افريل 2012. أما الدراسة الميدانية فدامت حوالي 200 يوم، منذ جوان 2013 إلى غاية فيفري 2014.
- **الإطار المكاني :** تقتصر هذه الدراسة لى مدينة الجزائر ، وبالتحديد على الأحياء الأكثر كثافة سكانية مع إختلاف في المستويات الإجتماعية و الإقتصادية وشملت كل من : بئر مراد رايس ، الأبيار، حسين داي، الحراش باب الواد، الدار البيضاء، الجزائر الوسطى.

## 9. أدوات الدراسة :

قمنا بإستخدام الإستبيان أو صحيفة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين و هو مايناسب عينة البحث الذين تبلغ أعمارهم 20 عامًا فما فوق .

كذلك إستخدام المقابلة الشخصية في تطبيق إستمارة الإستبيان لضمان إجابات المبحوث بنفسه على الأسئلة و توضيح ما يريده من إستفسارات أو ما يتعرض له من مشكلات أثناء عرض الاسئلة عليه كما أن ملاحظتنا الشخصية للمبحوثين وحماسهم أو ضعفه أفادت كثيرًا في الحصول على نتائج هذا البحث .

## 10.الصعوبات التي واجهت الباحث

- صعوبة تقبل الجمهور لملء إستمارة الإستبيان سواء في المنازل أو في الشوارع أو حتى في الأماكن العامة ، في ظل متغيرات عدم تقبل الغرباء بسهولة وعدم إقتناع الكثيرين بالبحوث و أهميتها أو لضيق الوقت .
- تناقضات بعض المبحوثين في إجاباتهم و ردودهم على الأسئلة
- ندرة الدراسات الجزائرية و العربية في مجال الإعلام الرياضي في التلفزيون
- قلة المراجع و الكتب العربية و الأجنبية في موضوع الدراسة
- تأخير في إنجاز البحث و ذلك بسبب إجراءات تحويل الملفات من القاهرة وقبولها في جامعة الجزائر بسبب أزمة كرة القدم بين الجزائر و مصر .
- ضيق الوقت الشديد للباحث نتيجة عمله ، مما يستلزم معه البقاء معظم ساعات اليوم في العمل خصما من وقت الدراسة .
- تأخير في إنجاز البحث نتيجة الوضع العائلي و السفر خارج الوطن لمدة أكثر من سنة ونصف مما أدى إلى توقفي عن متابعة البحث إلى حين عودتي إلى أرض الوطن.

## 11.الدراسات السابقة :

- قمنا بالرجوع إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوعًا قريبًا من موضوع دراسته ، وقمنا بتقسيم هذه الدراسات الى الفئات الثلاثة التالية :
- دراسات خاصة بالرياضة في الصحافة المكتوبة .
  - دراسات خاصة بالرياضة في الاذاعة و التلفزيون
  - دراسات خاصة بالرياضة تجمع بين الصحافة و الراديو و التلفزيون و الإذاعة.

## 1- الدراسات خاصة بالرياضة في الصحافة المكتوبة

### 1- رسالة دكتوراه بعنوان معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم (1)

أجريت هذه الدراسة عام 1996 م ، وكان هدفها هو التعرف على المعالجة الصحفية لظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم في الصحافة العامة ، و في الصحافة الرياضية ، و تقييم أساليب المعالجة الصحفية لظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم ، من حيث أهداف الصحافة كوسيلة اتصال ومن حيث مسؤولية الصحافة و أخلاقياتها.

وفي عينة الدراسة التحليلية اختار الباحث بعض الصحف و المجلات العامة و الرياضية الصادرة خلال الموسم 1996/95 م التي تناولت موضوع العنف في الملاعب بأسلوب الحصر الشامل من بين الصحف هي الأهرام و المساء و المصور و الأهرام الرياضي والأخبار الرياضية و الزمالك والأهلي و قوامها 242 عددا بنسبة 49% من المجتمع الأصلي و تم إختيار عينة الدراسة الميدانية من اللاعبين المحليين بقوائم أندية الدرجة الأولى في موسم 96/95 والتي بلغ عددها 16 فريقاً وبلغ أفراد العينة 176 لاعباً بنسبة 44% من المجتمع الأصلي

### **وجاءت أهم النتائج كما يلي :**

- إحتلال جريدتي الأهرام و المساء المركز الأول و الثاني في بياناتها لكيفية بدء أحداث العنف و جاءت المصور و الأهلي في المركز الأخير .
- عدم إهتمام الصحافة الرياضية بإستطلاع رأي القراء.
- عدم إهتمام الصحافة الرياضية بتصحيح السلوك الرياضي و الروح الرياضية .
- عدم إهتمام الصحافة الرياضية بشرح قواعد و قوانين لعبة كرة القدم .

---

(1) عطا حسن عبد الرحيم ، معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية التربية الرياضية بنات ، 1998م.

## 2- رسالة ماجستير بعنوان إهتمام بعض الصحف بفنون التحرير الصحفي الرياضي وعلاقته بانتشار رياضة

### الهوكي خلال الفترة 1990-1994 م (1)

تسعى الدراسة إلى قياس مدى إهتمام بعض الصحف التحرير الصحفي من خبر و حديث و تقرير ومقال برياضة الهوكي من حيث الكم و النوع و مظاهر انتشار رياضة الهوكي ، وكانت عينة البحث الصحف اليومية الصباحية مثل الأهرام ، الأخبار ، الجمهورية ، الصحف اليومية المسائية مثل : الكورة ، و الملاعب و أخبار الرياضة، و الأهرام الرياضي وكانت أهم النتائج :

- إحتلال صحيفة المساء المكانة الأولى في الكم المخصص لرياضة الهوكي ، بينما احتلت الأهرام الرياضي المكانة الأولى في المساحة المخصصة لرياضة الهوكي.
- إحتل الخبر الصحفي المكانة الأولى لما كتب عن رياضة الهوكي .
- إحتل محور النشاط القاري و العالمي و الأولمبي المكانة الأولى بين محاور اللعبة الأربعة التي تناولتها الصحف عينة البحث.

### 3- بحث بعنوان إهتمام الصفحات الرياضية بالصحف اليومية بلعبة كرة اليد خلال الفترة مابين 1989 الى 1990 م (2)

وقام الباحث بتحليل صحف الجمهورية و الأخبار و الأهرام خلال الفترة المذكورة وكانت أهم النتائج:

- لعبة كرة القدم حققت درجة أكبر من إهتمام الصفحات بكرة اليد
- جاء التثقيف الرياضي في مجال كرة اليد في أقل درجة من إهتمام الصفحات الرياضية و تحجم عن نشر موضوعات تتناول ممارسة لعبة كرة اليد و قوانينها

---

(1) احمد سعيد رجب شرف ، إهتمام بعض الصحف بفنون التحرير الصحفي الرياضي و علاقته بانتشار رياضة الهوكي خلال الفترة من 1990 م الى 1994 م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة ، كلية التربية الرياضية للبنين 1996م

(2) عماد الدين أبو زيد ، إهتمام الصفحات الرياضية بالصحف اليومية بلعبة كرة اليد خلال الفترة مابين 1989 الى 1990 م ، القاهرة المجلة العلمية للتربية البدنية و الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، الهرم جامعة حلوان ، العدد 10-11 افريل 1991م

#### 4- رسالة ماجستير بعنوان الصحافة الرياضية في مصر في الفترة من 1982 م حتى عام 1990م(1) .

يسعى هذا الباحث لدراسة المساحات المخصصة للصحافة الرياضية بالصحف الثلاث قيد الدراسة خلال الفترة المذكورة ودراسة الموضوعات التي يتم الكتابة عنها في الصفحات الرياضية والتعرف على إعداد وتأهيل و تدريب التدريبيه و الصقل للعاملين في الأقسام الرياضية بالصحف عينة البحث ، وهي الأهرام ، الأخبار و الجمهورية . وكانت أهم نتائج هذه الدراسة مايلي

- احتلال الخبر الصحفي المرتبة الأولى بين فنون التحرير الصحفي المستخدمة في الصفحات الرياضية
- إستحواذ كرة القدم على النصيب الأكبر من الإهتمام بين الالعاب الرياضية
- المساحة المخصصة للمادة الرياضية ضئيلة للغاية مقارنة بمساحات الصحف، اختلاف المؤهلات العلمية للصحفيين العاملين بالأقسام الرياضية.

#### 5-بحث بعنوان تحليل المنافسات الرياضية بالصحف اليومية في المملكة العربية السعودية (2)

اجريت هذه الدراسة على عينة من ثلاث صحف وهي : الندوة و الجزيرة و البلاد و ذلك بواقع عشرين عددا لكل صحيفة عامي 1983 م و 1984 م . و أهم النتائج لهذه الدراسة :

- درجة الإهتمام بالرياضة في الصحف السعودية ضئيلة للغاية
- تحتل الأنشطة الأولمبية القدر الأكبر من اهتمام الصحافة السعودية
- كانت كرة القدم في مقدمة اهتمام الصحافة الرياضية السعودية

---

(1) حازم عبد المحسن محد ابراهيم ، الصحافة الرياضية في مصر في الفترة من 1982 م حتى عام 1990م رسالة ماجستير ، القاهرة ، جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية بالهرم ، 1993م

(2) امين الخولي ، عبد الغني ظفر ، محمد فتحي عبد الرحمن، تحليل المنافسات الرياضية بالصحف اليومية في المملكة العربية السعودية ، مجلة مؤتمر الرياضة و البطولة ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية للبنات ، 1987م

6\_ رسالة الماجستير بعنوان الأسس العلمية لتحليل الصفحات الرياضية بالصحف القومية الصباحية ، دراسة تحليلية مقارنة لصحف الأخبار ، الأهرام ، الجمهورية من عام 1962 م 1982م (1): وجاءت نتائجها كالتالي :

● قدمت الصحف محل البحث مايمتدع جمهور القراء عن طريق الخصائص التحريرية لصفحاتها الرياضية مقابل اهمالها تقديم مايتقف هذا الجمهور .

● لم تبين الصحف اليومية اتجاهاً جاداً يسهم في تصحيح المفاهيم الخاطئة عن الرياضة كسلوك

● تثير شخصية الصحيفة على اللعاب الرياضية ، وعلى الأشكال الصحفية في الصفحات الرياضية

● 7- رسالة ماجستير بعنوان إخراج الصحف النصفية الرياضية مع دراسة تطبيقية مقارنة بالصحف المصرية الصادرة خلال الموسم 1977/1978م (2)

● تناولت الدراسة إعداد مشروع إخراج متكامل لصحيفة نصف رياضية نموذجية تصدر في مصر وكان مجتمع الدراسة للصحف التي يمكن أن ينطبق عليها صحف رياضية نصفية وكانت ثلاث صحف في ذلك الوقت وهي : التعاون الرياضي ، الأهلي ، الزمالك ، وقام الباحث بحصر شامل للأعداد التي صدرت خلال هذا الموسم وكانت أهم النتائج مايلي :

● الصحف الثلاث محل البحث كانت صحفاً متميزةً بالفعل لطبيعة المادة التي تعتمد عليها وهي الرياضة التي تتميز بإحتوائها على عناصر الحركة و المفاجأة والصراع بالإضافة إلى العنصر الإنساني و كلها سمات المادة الصحفية المثيرة للقراء.

● الصحف الثلاث تجهل كيفية التمهيد للمباريات المهمة مثل أجهزة الإتصال الأخرى .

● زيادة الإهتمام بالمبالغ فيه لصالح كرة القدم على حساب الألعاب الأخرى .

---

(1) علاء الدين طلعت محمد ، الاسس العلمية لتحليل الصفحات الرياضية بالصحف القومية الصباحية ، دراسة تحليلية مقارنة لصحف الاخبار و الاهرام والجمهورية في الفترة 1962-1982م ، رسالة ماجستير ، القاهرة : جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، 1987م

(2) اشرف صالح ، اخراج الصحف النصفية الرياضية مع دراسة تطبيقية مقارنة بالصحف المصرية الصادرة خلال الموسم 1977/1978م ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام 1979م .



8- بحث بعنوان دور الصحافة في تنمية الإتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الإسكندرية(1) :

قام الباحث بإختيار عينة عشوائية من طلبة و طالبات الصف الثالث الإعدادي ، وكانوا عبارة عن مائتي تلميذ وتلميذة أجريت عليهم الدراسة وكانت أهم النتائج كمايلي :

- قراءة الصحف تلعب دورًا مهمًا في تنمية الإتجاه نحو التربية الرياضية
- التلاميذ الذين يشتررون الصحف من مصروفهم الخاص ، كانت إتجاهاتهم أعلى نحو التربية الرياضية مقارنة بالذين يحصلون عليها بواسطة الوالدين .

9 - رسالة ماجستير بعنوان دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة و العاب القوى خاصة (2)

قامت الباحثة في هذه الدراسة باختيار صحف الأخبار و الأهرام و الجمهورية لتمثل الصحف العامة ، و اختارت صحيفة الزمالك و سفير و التعاون الرياضي و الكرة والملاعب لتمثل الصحف الرياضية ، واختارت الباحثة عينة زمنية لتحليل هذه الصحف من عام 1950م الى عام 1977م واختارت منها سبع سنوات فقط للصحف العامة ، بينما امتدت فترة التحليل للصحف الرياضية منذ نشأتها و حتى عام 1977 م ، وبالنسبة للعينة البشرية فقد بلغت 1600 مبحوث تم إختيارها عشوائيا . وكانت أهم نتائج كالتالي :

- احتلت كرة القدم المرتبة الأولى من إهتمام الصحف العامة و الرياضية .
- لاتعمل الصحف العامة أو الرياضية على امداد القراء بالمعلومات الرياضية الكافية.
- لم تأخذ العاب القوى أي إهتمام سوى بالأرقام .
- الصحافة الرياضية في مصر لاتساهم في رفع المستوى الرياضي .

---

(1)سالم عبد اللطيف سويدان ، مديحة محمد امام ، دور الصحافة في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الإسكندرية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث لدراسات التربية الرياضية ، جامعة الإسكندرية : كلية التربية الرياضية للبنات ، 1982م .

(2) مديحة محمد امام ، دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة و العاب القوى خاصة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الإسكندرية : كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان 1979م

## ب – دراسات خاصة بالرياضة في الراديو و التلفزيون :

### 1- رسالة دكتوراه بعنوان بناء استراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري (1)

يهدف البحث إلى دراسة الوضع الراهن للبرامج الرياضية بالتلفزيون لوضع إستراتيجية لها من خلال التعرف على إتجاهات القائمين بالإتصال في البرامج الرياضية ، و اتجاهات الجمهور نحوها وتحليل طبيعة البرامج و كانت عينة البحث عبارة عن 30 مبحوثا من القائمين بالإتصال و 1500 مبحوثا من الجمهور و طبقت دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بالقناة الأولى و الثانية و الثالثة .

- عدم تخصص العاملين في البرامج الرياضية
- مستوى التخطيط لهذه البرامج متوسط
- يمارس الجمهور عينة الدراسة الرياضية بنسبة كبيرة
- كانت أكثر الدوافع لمشاهدة البرامج الرياضية هو التمتع بمتابعة المباريات

و المسابقات و جاءت القناة الثالثة كأكثر القنوات التي يفضلها مشاهدو البرامج الرياضية .

### 2- رسالة ماجستير بعنوان البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري و أثرها على ممارسة المرأة المصرية للرياضة (2)

يسعى البحث الى التعرف على نسبة مشاهدة المرأة المصرية للبرامج الرياضية بالتلفزيون ، والتعرف على مدى تاثير هذه البرامج على ممارسة المرأة المصرية للرياضة ، اختارت الباحثة عينة عشوائية قوامها 150 امرأة قسمتها الى 50 طالبة ، 50 عاملة ، 50 ربة بيت . وكانت أهم نتائج كما يلي :

- البرامج الرياضية في القنوات الثلاث لا تشجع المرأة المصرية على ممارسة الرياضة وتركز على البطولات و المنافسات على حساب جانب الممارسة الرياضية . وتبين أن أكثر الفئات مشاهدة للبرامج الرياضية بإنتظام ربة المنزل يليها العاملة و أخيراً الطالبة .

---

(1) اشرف منير صبري ، بناء استراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية التربية الرياضية للبنات 1996م .

(2) امل منير صبري جعفري ، البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري و اثرها على ممارسة المرأة المصرية للرياضة ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة ، جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية 1995م

### 3\_رسالة دكتوراه بعنوان خطة مقترحة لبرامج التلفزيون حتى الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي (1)

تسعى هذه الرسالة لصياغة خطة لبرنامج التلفزيون حتى يمكن نشر الوعي الرياضي بين الجمهور واختارت الباحثة شهر فبراير من عام 1979 م لتحليل المضمون الرياضي في البرامج الرياضية بالتلفزيون فقط ، كذلك اختارت عينة من الجمهور مقدارها 1500 مبحوث بالإضافة إلى إستفتاء لمائة خبير من الأساتذة و الأساتذة المساعدين بكلية التربية الرياضية و الأشخاص ذوي المناصب العليا في مجال الرياضية و التلفزيون .وكانت أهم نتائج كما يلي :

#### ● في تحليل المضمون :

● أعلى نسبة زمنية في التقديم كانت حول المعلومات و المعارف الرياضية بنسبة 35.33%

و حصلت نتائج المسابقات و أسماء اللاعبين على 25.42 % و مشكلات الرياضة 25.42 % وتوضيح ممارسة الرياضة 0.75 % .

● ركزت البرامج الرياضية على البطولات بنسبة 75 % من الوقت ، ثم البرامج الرياضية الترويحية بنسبة 25% ، وكانت النسبة الزمنية في النقل لصالح كرة القدم ب 83.85% ثم والمصارعة الحرة 9.79% و الكرة الطائرة 6.92 % وكانت نسبة البرامج الرياضية لساعات الإرسال 1.1 %

#### ● في إستفتاء الجمهور

● نسبة 87.8 % تشاهد جميع المباريات ، 73.8 % تشاهد كرة القدم ، 61.3 % تشاهد المصارعة و 39 % تشاهد البرامج الرياضية .

---

(1) اميمة حامد ابو الخير ، خطة مقترحة لبرامج التلفزيون حتى الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية بنات ، 1979 م

## ج- دراسات خاصة بالرياضة تجمع بين الصحافة و الراديو و التلفزيون

وقد رجع الباحث للدراسات التي تناولت المادة الرياضية في وسائل الإعلام أو كل من الصحافة المكتوبة و الراديو و التلفزيون في دراسة واحدة ، وكانت أهم هذه الدراسات مايلي :

### 1- رسالة ماجستير بعنوان تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الإتجاهات و الثقافة الرياضية لدى تلميذات و تلاميذ المرحلة الإعدادية(1)

يهدف البحث إلى التعرف على تأثير الإعلام الرياضي المدرسي على إتجاهات التلميذات نحو ممارسة التربية البدنية ، و التعرف على تأثير الإعلام المدرسي على الثقافة الرياضية لتلميذات المرحلة الإعدادية

وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية و بلغ حجم العينة الخاضعة للجريب 42 طالبا و كانت النتائج كمايلي :

- يؤثر الإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على الثقافة الرياضية .
- يؤثر الإعلام الرياضي المدرسي تأثيراً إيجابياً على تعديل الإتجاهات الرياضية
- وسائل الإعلام المدرسي حققت هدف نشر الثقافة الرياضية

---

(1) نشوى امام امام ابراهيم ، تشير الاعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات و الثقافة الرياضية لدى تلميذات و تلاميذ المرحلة الاعدادية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة كلية التربية الرياضية للبنات 2003 م

## 2- رسالة ماجستير بعنوان وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير (1)

قام الباحث بعمل مسح ميداني للتعرف على آراء الجماهير و إتجاهاتها نحو الأبواب الرياضية في الصحف اليومية و الأسبوعية و صحف الأندية و البرامج الرياضية المسموعة و المرئية ، و شملت العينة اللاعبين و المدربين و الإداريين و الحكام و الجمهور ، واختارت الباحثة الموسمين الرياضيين 1978/77 م و 1979/78 م وكانت أهم نتائج كما يلي :

أن الأجهزة الإعلامية الثلاثة الصحافة والراديو والتلفزيون تؤثر على المدرب لاتباع الأسلوب التربوي في التدريب ، كما يؤثر على الحكم و على الرأي العام و على اتحاد اللعبة

• بالنسبة لدوافع المشاهدة 90% فأكثر للتعرف على أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية و التمتع بمشاهدة المباريات ، 80% للتعرف على معلومات رياضية .

• بالنسبة لدوافع عدم المشاهدة 90% فأكثر لأنها تحتوي على تغير في شكل البرامج ، وقلة الخروج من الاستوديو ، 80% لسطحية المادة و لأنها غير هادفة لدفع المشاهد على ممارسة الرياضة ، وقلة الإهتمام بالنشاط الترويحي .

• في إستفتاء الخبراء : إقترح الخبراء مايلي :

التنوع في موضوعات البرامج الرياضية : الأطفال ، المرأة ، الكبار ، المعاقين ، لياقة بدنية ، تربية صحية ، رياضة ترويحية ، و نقل للمباريات ثم تعريف الجمهور بأهمية ممارسة الرياضة وغيرها من المقترحات .

• في إستفتاء الدول :

أن أهم أهداف البرامج الرياضية هو تطوير الرياضة ، خاصة لدى الشباب و لهواة و إيجاد الرغبة و الميل في نفوس العائلات تجاه الرياضة ، و ممارستها ، و أن الوقت المخصص للرياضة يكون بين 8-13% من وقت الإرسال في جميع أيام الاسبوع .

---

(1) حسام رफी ، وسائل الاعلام كعامل من المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير (1) ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة كلية التربية الرياضية للبنين 1980 م

## التعليق على الدراسات السابقة :

سعيًا في البحث بالرجوع إلى ما إستطعنا إليه من الدراسات السابقة في مجال الإعلام الرياضي سواء في الصحافة المكتوبة أو الإذاعة أو التلفزيون أو فيما يجمع بينها ، لندعم بها الخلفية الأدبية والنظرية ، وهو ما مكننا من تحديد شخصية مختلفة ومستقلة لدراسة حول إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة .

وأيضا ساهم الرجوع إلى هذه الدراسات في تعميق مشكلة الدراسة، و التعرف على مدى أهميتها حيث أن المعرفة الرياضية، هي أساس الممارسة الرياضية السليمة التي تنعكس بدورها على أحداث حالة صحية طيبة تساعد الفرد على حياة هادئة و مستقرة.

و تبين لنا أن أي من الدراسات السابقة لم تتناول بشكل محدد موضوع الدراسة ، على الرغم من تناول هذه الدراسات لجوانب ضيقة تتصل بالإعلام الرياضي عمومًا .

و إستفادة من الدراسات السابقة في تعميق مشكلة البحث ووضع الفروض و تحديدها، وكذلك تحديد الخطوات المنهجية السليمة.

و تبين لنا كذلك ، بعد استعراضنا للدراسات السابقة التي تمكنا من الوصول إليها ، أن هناك ندرة عامة في الدراسات الإعلامية المتخصصة في المجال الرياضي ، وبصفة خاصة في مجال الإذاعة و التلفزيون ، و تنعدم على مستوى الجمهور الجزائري ، ومن هنا تبدو أهمية الدراسة : استخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة .

## الفصل الثاني الجانب النظري للدرسة

مقدمة

المبحث الأول: نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

1. خلفية نظرية
2. مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
3. ركائز النظرية
4. الأسس النظرية لمدخل الإعتماد على وسائل الإعلام
5. أساسيات نموذج الإعتماد على وسائل الإعلام
6. إسهامات نموذج التفاعل التبادلي الرمزي
7. آثار الإعتماد على وسائل الإعلام
8. تقييم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

المبحث الثاني: نظرية الإستخدامات و الإشباعات

1. مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات
2. بداية النظرية و تطورها
3. فرضيات النظرية
4. أهداف منظور الإستخدامات و الإشباعات
5. عناصر النموذج
6. وظائف النموذج
7. الإنتقادات الموجه للنظرية
8. التباين بين مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام و مدخل الإستخدامات و الإشباعات
9. التعليق على إستخدام المدخلين في الدراسة

خلاصة

## مقدمة :

تتعدد نظريات الإعلام وتتداخل و يرجع تداخلها و تعددها إلى إختلاف تخصصات الباحثين و قد يعود تداخلها من ناحية أخرى إلى أنه ما إن تظهر نظرية و تسود لفترة حتى تظهر نظرية جديدة تحل محلها أو تثير الشكوك من حولها منهجيا و تدعو إلى المزيد من البحث و التعمق ، ومنها مايتصل بالإطار المؤسسي لوسائل الإعلام ، و منها مايتصل بخصائص الجمهور و منها مايتصل بإستخدامات الجمهور ، وهو مايرتكز عليه هذه الدراسة لأنه يعطي مزيداً من الفهم و المعرفة بحدود الدراسة و مآثيره .

و تفضل الدراسات الحديثة أن ينظر إلى المتلقي في إطار علاقته بوسائل الإعلام ، كمتلقي نشط يمتلك القدرة على الإختيار و النقد و إتخاذ القرار بناء على إتجاهاته نحو الوسيلة من جانب ، و مايمكن أن يكتسبه من التعرض لها من جانب آخر ، و الإتجاه يشمل إتجاه الفرد نحو الوسيلة و الصورة الذهنية لها في البناء المعرفي ، و كذلك إتجاهه نحو القائم بالإتصال ، ثم إتجاهه نحو المحتوى الذي تقدمه هذه الوسيلة و ما يكتسبه الفرد من التعرض إلى الوسيلة أو محتواها ، بما يعني دراسة الدوافع المحركة للإتصال لإشباع حاجات معينة، و لذلك كان إهتمام البحوث بشكل عام بهذين الجانبين في إطار تبرير أو تفسير سلوك الفرد الإتصالي نحو وسائل الإعلام ، و أصبح الإهتمام بتفسير السلوك الإتصالي في إطار إتجاهات الفرد ووظائفه يمثل الإتجاه السائد في الدراسات الخاصة بعلاقة الفرد مع وسائل الإعلام (1).

---

(1) محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، (القاهرة : عالم الكتب ، الطبعة الاولى ، 1997م) ص 200



## 1. خلفية نظرية :

لا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع.

كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور، أو من الجمهور نفسه اتجاه الوسائل، أو الرسائل الإعلامية. بل تتجاوز ذلك أحياناً إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلاً. كما تقدم النظرية تصوراً عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها. والنظرية هي محصلة دراسات، وأبحاث، ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطاراً نظرياً وعملياً لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والإفتراسات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية.

إن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى إستكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

تزرخ أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية، بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية عن النظريات ونشأتها وتطورها وأنواعها. توجد مجموعة من النظريات التي تشرح علاقة الجمهور بوسائل الإعلام إخترا منها نظريتين لدراستنا هذه ، وهما مدخل الإستخدامات و الإشباع، ومدخل الإعتماد على وسائل الإعلام، و الطواف السريع ببعض النظريات التي تقترب بشكل أو بآخر من هذه الدراسة ، حتى يساعد ذلك في فهم الموضوع بشكل عام ، و فهم الأسباب التي دعت لإختيار المدخلين المذكورين للدراسة دون غيرها وهي :

## 1) نظرية التماس (البحث) المعلومات (1): Information Seeking

ترتكز هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الإتصال المختلفة والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، و بالتالي فإن هذه النظرية تستهدف متلقي الإتصال وتسعى إلى إختيار فرضية مبدئها، أن التعرض الإنتقائي يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد إتجاهاتهم الراهنة .

ولاحظ دونيهيو وتبتون أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على إختيار الفرد للوسائل الإتصالية التي يتعرض إليها ، و كذلك إستخدام المعلومات في تدعيم الإتجاهات الحالية، و يفرض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات.

## 2) نظريات المعرفة الإدراكية للفرد (2):

يرى أصحاب هذه النظريات أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي و المعرفي الذي كونه العالم المحيط به، و الأفراد ينظمون إدراكهم و معتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى أو مغزى معين ويدركون ويفسرون العالم الخارجي في إطار هذا المعنى أو المغزى، و يأتي سلوكهم متأثرًا بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به .

و يركز أصحاب هذه النظريات على مفاهيم التوازن أو التباين المعرفي التي تهتم بالأساليب التي نلجا إليها لإعادة ترتيب معارفنا حتى تصبح متألفة ، و الإدراك هو العملية التي يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات و معاني المدركات الحسية، و هذا يعني أن الفرد لا يقوم بتفسير الرسائل في معاني مطابق لها تمامًا ولكن التفسير يكون في إطار التفاعل بين الرموز التي تم إستقبالها و بين المعرفة ذات العلاقة بها التي يستعين بها الفرد المتلقي ، و هو ما يوضح عدم تطابق التفسير بين كل الأفراد بالنسبة للرسالة الواحدة لتباين المعرفة الإدراكية ونظام عملها بين كل فرد وآخر .

وقد إهتمت أدبيات الإتصال بنظريات التوازن و الإنسحاب أو التوافق المعرفي ، وأهميتها في تغيير الإتجاهات وتشكيلها ، إلا أن القليل من هذه الأدبيات ، حاولت أن ترتبط بين مبادئ هذه النظريات واستخدام الفرد لوسائل الإعلام .

---

(1) حسن عماد مكاي ، أيلى حسين السيد ، الإتصال و نظرياته المعاصرة ، القاهرة : دار المعرفة المصرية اللبنانية ، الطبعة الأولى ، 1998م ص 337-

(2) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق، ص 183- 200

### 3) نظرية فجوة المعرفة (1) Knowledge Gap

ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام الحديثة. وتعتمد هذه النظرية على الفرض : يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوى المستوى الإقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من فئات ذوى المستوى الاجتماعي المنخفض ، و بالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلاً من النقصان .

وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية ، حيث أشارت إلى أن العوامل الإقتصادية و الاجتماعية هي المحور الرئيسي لإكتساب الجمهور للمعرفة،و يتم تطبيق نظرية فجوة معرفية على مستويين رئيسين : المستوى الفردي ، والمستوى المجتمعي الأشمل ،وتعد الحملات الإعلامية السياسية والاجتماعية مجالاً مناسباً لإختبار نظرية فجوة المعرفة .

### 4) نظرية تحليل الإطار الإعلامي (2) Framing Analysis

وتعد هذه النظرية واحدة من الدراسات الحديثة في الإتصال ،وتسمح للباحث بقياس المحتوى الصحفي للرسائل الإعلامية ،وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الإتجاهات حيال القضايا البارزة و علاقة ذلك بإستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا .  
وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لاتنطوي في حد ذاتها على مغزى معين ، و إنما نكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار Frame يحددها و ينظمها و يظفي عليها قدرًا من الإتساق من خلال التركيز على جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة ، و يعني انتقاءً متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية و جعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي .

---

(1)حسن عماد المكاوي، ليلى حسين ، مرجع سابق ص339

(2) حسن عماد المكاوي، ليلى حسين ، مرجع سابق ص348

## 5) نظرية الغرس (1) Cultivation Theory

إقترح هذه النظرية جورج جارنر أستاذ الإتصال في جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، وترتبط أساساً بتأثير التلفزيون على المشاهدين ، خاصة الأطفال بمعنى أن كثرة مشاهدة التلفزيون ومايقدمه تجعل الفرد ينظر للحقائق الإجتماعية في ضوء مضمون ما شاهده ، لذلك فإن بعض الكفاءات تسمى هذه غرس مدركات الحقائق الإجتماعية .

و الفرضية الأساسية التي قادت بحوث جاربرتر و فريقه هي أن تكرار التعرض للصور والأفكار التي يقدمها التلفزيون يؤثر في إدراكنا لهذه الموضوعات في نفس الإتجاه الذي تقدم به وسائل الإعلام هذه الأوصاف . و مع ذلك لم تسلم نتائج البحوث من النقد الذي تركز حول تركيزها على قياس الأثر ككل دون الإلتفات إلى أثر الإختلافات الفردية و عناصر الموقف الإتصالي و طبيعة المضمون المقدم، ورغم محاولات جاربرتر لتطوير النظرية إلا أن ذلك لم يتوقف التيار المعارض لنظريته حيث نبه بوتنر إلى أن عملية الغرس أكثر تعقيداً من الفكرة الأولية التي يعتمد عليها جاربرتر

## 6) نظرية بناء المعنى (2) The Meaning construction theory

جاء الإهتمام الواسع بنظرية بناء المعنى بعد أن توصلت بحوث التأثير إلى محدودية تأثير الإعلام على القيم و الإتجاهات و قواعد السلوك ، و بالتالي اتجهت إلى التركيز على الجوانب الإدراكية والمعرفية ، و في هذا السياق طرح سؤال : كيف يطور البشر معرفتهم بالواقع كموجة لبحوث التأثير المعرفي ؟

و استفادت بحوث التأثير من إجتهدات علوم اللغة و الإجتماع و علم النفس في هذا المجال، واهتمت بدور الإعلام في نقل الحقائق، ودورالكلمات و الرموز و قواعد اللغة و طبيعة المعاني وإستخدامها في عملية المعرفة و بناء المعنى .

---

(1) محمد شومان ، دور الاعلام في تكوين الراي العام ، (القاهرة : المنتدى العربي للدراسات و النشر ، الطبعة الاولى،1998م) ص 126-128  
(2)محمد شومان ، نفس المرجع السابق ، ص 232-233

## 7) نظريتا الدراسة :

### 1 - نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.:

ظهر مفهوم الإعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ملأ كل من **دي فلور وساندرا بول روكيش** (وهما صاحبا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسسا نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام) الفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباع، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب إستعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الإجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث إقترحا علاقة إندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الإجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية. وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الإجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية أن هناك اعتماداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري، والنظام الإجتماعي الذي ينشأ فيه، فقد لاحظت ( **ساندرا بول روكيش**) إحدى مؤسسي النظرية ومطوريها أن شمولية نظرية الإعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام وإستخداماته.

### 2. مفهوم النظرية الاعتماد على وسائل الاعلام :

من خلال 'سم النظرية يتضح مفهومها، وهو الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية والجمهور؛ إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها . ويبين (دي فلور و ساندرا بول) أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها إذ يصبح الفرد أكثر إعتماذًا على وسائل الإعلام لإستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الإتصال .

يعتبر هذا المنظور وهو إعتماذ الفرد على وسائل الإعلام جزءً من نظرية الإعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الإجتماعية ، الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام ، فالافراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرًا من مصادر تحقيق أهدافهم .

فالفرد يهدف إلى تاييد حقه في المعرفة لإتخاذ القرارات الشخصية و الإجتماعات المختلفة ، ويحتاج إلى التسلية و الترفيه كهدف أيضا ، إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام كثر مما هي عليه ، و لكنهم يستطيعون تحديد ما ينشر من رسائل بناء على العلاقة الدائرية مع افراد المتلقين مثلها ،مثل النظم الاجتماعية (1).

و يقوم المنظور الخاص بالإعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين :

— الدعامة الأولى :أن هناك أهدافاً للأفراد يبيغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو إجتماعية .

— الدعامة الثانية :إعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد ، و تتمثل هذه المصادر في مراحل إستقصاء المعلومات و نشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب و التنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى (2).

إن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام ،وهناك من يعرف المعلومات أنها المادة الخام للإعلام (3) و يكون لها تأثيراً على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون و يتصرفون بواسطتها . و تعتبر درجة إعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان و مكان تأثير وسائل الإعلامية على المعتقدات و المشاعر والسلوك، فهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على نظام وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية في إطار الحاجة إلى معرفة العالم الإجتماعي حولنا (4).

- 
- (1) محمد عبد الحميد ، مرجع السابق ،ص 232-233
  - (2) محمد عبد الحميد ، مرجع السابق ،ص 232-233
  - (3) مدخل الى الاتصال و الراي العام ، الاسس النظرية و الاسهامات العربية ،دار الفكر العربي ،القاهرة 1997 ،ص15
  - (4) محمد عبد الحميد ، مرجع السابق ،ص 232-233

### 3. ركائز النظرية:

تشتت النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور، ووسائل الإعلام هما:  
1- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام. فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

2- إرتفاع حدة الصراع في الحروب مثلاً، أو التغيير السياسي، أو الاقتصادي، أو الإجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع . بمعنى أن الظرف الذي توجده الحروب أو التغييرات السياسية أو الإقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

فهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على معلومات ووسائل الإعلام لتلبية إحتياجاتهم المعرفية عن العالم وعن المجتمع المحيط من بينهم المعلومات الرياضية .

### 4. الأسس النظرية لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام :

بدأ الإهتمام منذ بداية العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي ، و بدأت بعض الدراسات تؤكد على أن إختلاف مستوى المعرفة لدى الأفراد لا يرجع إلى إختلافات في سمات الجمهور و خصائصه فحسب ، و إنما يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بطبيعة وسائل الإعلام و بعضها الآخر بالجمهور (1).

و تكمن القواعد الأساسية لتأثير الوسيلة في طبيعة العلاقة ذات الأبعاد الثلاثية بين النظام الإجتماعي الكبير ودور الوسيلة في ذلك النظام ، و علاقات الجمهور بالوسيلة ، حيث تعد درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسيلة الإتصال هي العامل الأساسي في فهم متى و كيف تعدل الرسائل التي تبثها وسائل الإتصال الجماهيرية من إعتقادات الجماهير وشعورها ، أو سلوكها (2).

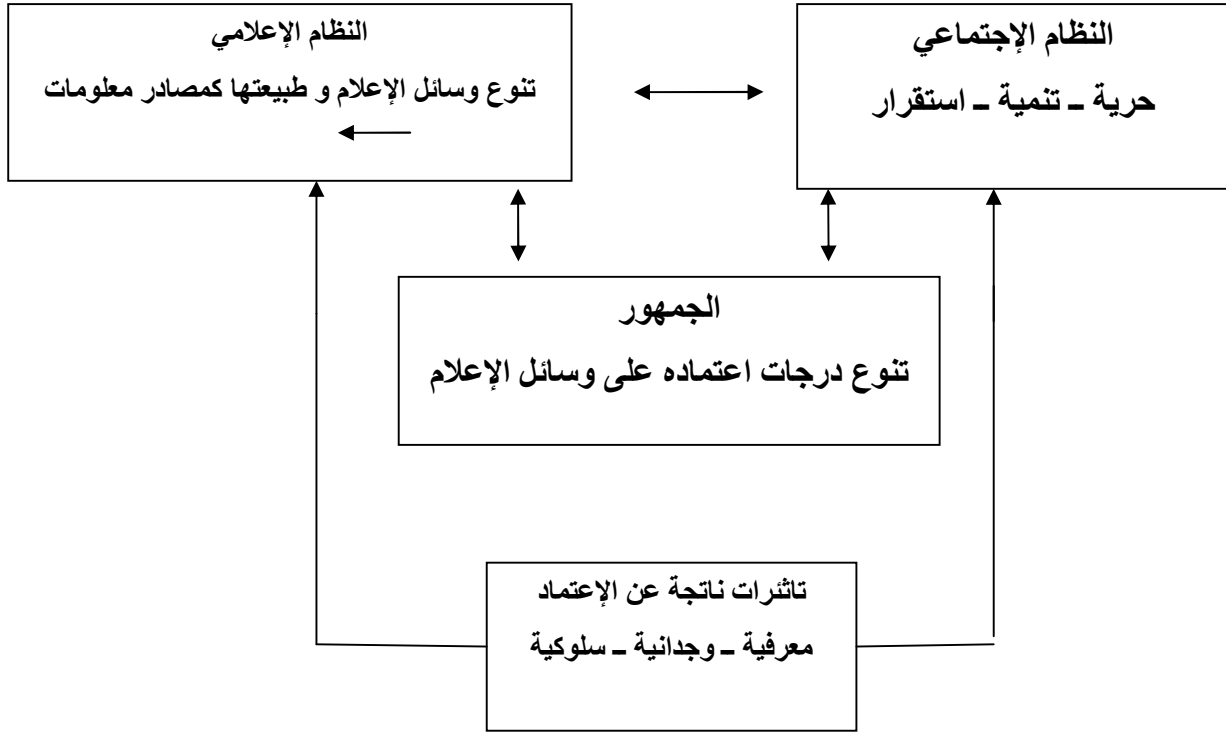
---

(1)Kraw ,S and Perloff : Mass media and political thought, An information Approach(Sage publication, Beverly Hills ,London ,1985)P242

(2)Ball Rokeach ,Mass communication effect , communication research , vol( 33,1987),P.P 3-- 21

إهتمت الدراسات التي تناولت نظرية الإعتماد بعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام و تأثير هذه العلاقة على العلاقات التفاعلية بين الأفراد ، وكذلك على طبيعة قرارات الفرد التي يتخذها بناء على إعتماده على هذه الوسائل (1).

و يوضح الشكل التالي طبيعة العلاقة القائمة بين المجتمع ووسائل الإعلام و الجمهور (2):



شكل رقم (1)

وتعتبر عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة . فالتعرض قد يحدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية ، دون أن تعتبر الوسيلة مصدرًا للمعلومات و مرجعًا لإتخاذ القرارات .

(1) ا . دمنى سعيد الحديدي ، اد حسن عماد المكاوي ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر ، اعمال المؤتمر العلمي الاول للاكاديمية الدولية لعنوم الاعلام ، دار المعرفة اللبنانية 2005 ، ص 314 .  
(2) نفس المرجع ، ص 315



و تكمن قوة وسائل الإعلام وفقا لنظرية الإعتماد في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية ، و هذه الأهداف يمكن أن تتسع و تتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً .

إننا نهتم بأكثر من مجرد وصف مايعتمد عليه الأفراد أوأنا نهتم أيضاً بتوضيح كيف تساعدنا علاقات الإعتماد هذه في تفسير آثار التعرض لرسائل وسائل الإعلام الخاصة بمعتقدات و سلوك الفرد و هو إهتمام مركزي بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون نهجاً إدراكياً لتفسيرات تأثيرات وسائل الإعلام ففي نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام يعد المفتاح لتفسير متى و لماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام و تأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم و سلوكهم ، تفسيراً للطرق التي يستخدمها الناس مصادر وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية (1).

## 5. أساسيات نموذج الإعتماد على وسائل الإعلام :

طور الباحثان Ball Rokeach وDe Fleur نموذج الإعتماد ليوضح كيفية إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام Individual level Media Dependency و يرتبط هذا التطوير إلى حد ما بمدخل الإستخدامات و الإشباعات (2) ليصبح النموذج كمايلي :

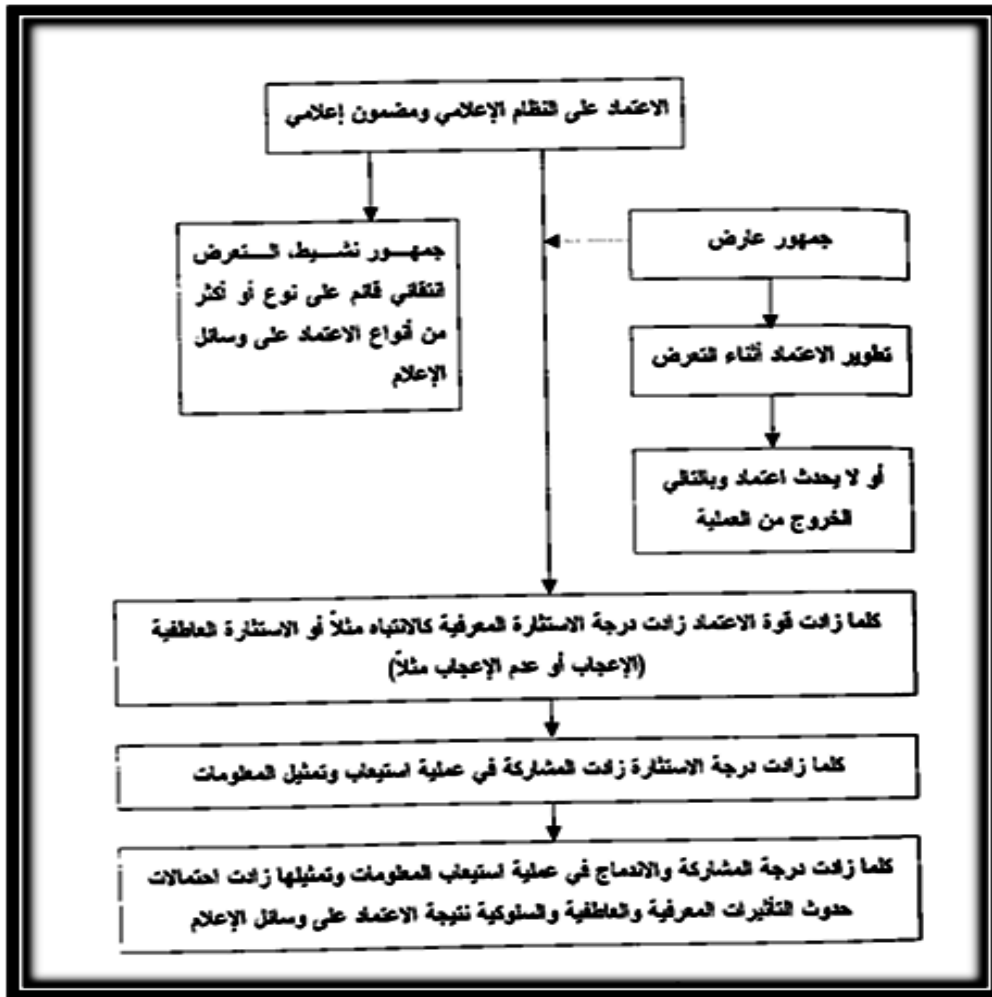
1- المرحلة الأولى : وهي في النموذج تشير إلى أن الجمهور النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم باختيار مضمون أو وسيلة معينة وفقاً لإعتماد موجود من قبل Pre existing dependency أما الأفراد العاديون الذين يقومون بعملية الإنتقاء فأمامهم بديلان : الأول أن تستثار دوافعهم لإكمال عملية التعرض و البديل الآخر هو خروج بشكل نهائي من هذه العملية .

2- المرحلة الثانية : وهي تؤكد على أنه كلما زادت قوة الإعتماد زادت الإستثارة العاطفية و المعرفية ، و بالتالي تزداد المشاركة ، و الإستثارة المعرفية نعني بها على سبيل المثال حدوث إنتباه إلى المضمون المقدم و الإهتمام به، أما الإستثارة العاطفية فتعني الإعجاب أو عدم الإعجاب.

---

(1) ملفين ديفلر ، ساندرابول روكيتش ،نظريات و وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر و التوزيع ،1993، ص424  
(2) امل جابر صالح، دور الصحف و التلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الاحداث الخارجية في اطار نظرية فجوة المعرفة ،رسالة ماجستر ، غير منشورة ، القاهرة : جامعة القاخرة ، كلية الاعلام ، 1996م، ص29- 30

- 3- المرحلة الثالثة : وفيها تزداد درجة الإندماج أو المشاركة و إستيعاب وتشغيل المعلومات ، و كما زادت درجة الإستشارة المعرفية و الإتجاهية التي حدثت من قبل .
- 4- المرحلة الأخيرة : وهي أنه كلما زادت درجة الإندماج زادت إحتتمالات حدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية و السلوكية نتيجة للإعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات و يوضح الشكل التالي مراحل النموذج: التأثيرات الناتجة عن عملية الإعتماد على وسائل الإعلام النموذج الذي قدمه بول وديفلور عام 1989 شكل رقم (2)



التأثيرات الناتجة عن عملية الاعتماد على وسائل الاعلام

النموذج الذي قدمه بول وديفلور عام 1989

شكل رقم (2)

إن نظرية الإعتماد على نظام وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد إحتتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة لوسائل الإعلام ، في الخطوة الأولى، فإن القائمين بالإختيار الذين يتسمون بالنشاط يعرضون أنفسهم لمحتوى وسائل الإعلام التي لديهم، مما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية، وفي الخطوة الثانية تصبح جوانب أخرى من عملية الإعتمادات ذات أهمية فليس ذات أهمية كل الأشخاص الذين يعرضون أنفسهم بطريقة مختارة لوسائل إعلام معينة سوف يعلمون ذلك بنفس القدر من الإعتماد، ولا بد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين .

وفي الخطوة الثالثة يعتبر الإشتراك مفهومًا أساسيًا ،أي أهمية مشاركة الجمهور ، المشاركة النشطة والخطوة الرابعة و الأخيرة هي عملية تثيرات نظام وسائل الإعلام ، فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر إحتتمالا بالتأثير بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام (1).وعامة يحدد مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام ، ثلاثة أنواع من التأثيرات التي تنتج من إعتماد الأفراد وهي : تأثيرات عاطفة أي تغيير الإتجاهات و مشاعر الأفراد، تأثيرات معرفية أي تغيير المعلومات ، و تأثيرات سلوكية ناتجة عما سبق (2).

## **6. إسهامات نموذج التفاعل التبادلي الرمزي (3):**

إن بناء المعنى هو إهتمام أولي للتفاعل التبادلي الرمزي ، وهو أيضًا موضوع إهتمام رئيسي في نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام ، و هناك أيضًا أهمية خاصة لظاهرة ، كيف يؤثر العالم الذي خلقتة وسائل الإعلام على الطريقة التي يفسر بها الأفراد و الجماعات عوامل المهم الشخصية و الإجتماعية ؟ و نحن نعيش في مجتمعات حديثة معقدة نعتمد على مصادر معلومات نظام وسائل الإعلام ، فهي تخبرنا بمجموعة كبيرة من الأحداث و الأماكن و الأشخاص الذين لم نلتق بهم قط بشكل مباشر ، و تعتمد شبكاتنا الشخصية من الأصدقاء و الأسرة و الزملاء على مصادر معلومات وسائل الإعلام ، و الأشخاص الذين يعملون زعماء للرأي ، بينما على سبيل المثال ، كثيرًا مالاتكون لديهم خبرة مباشرة بالأحداث الهامة أكثر مما لدينا ، ينشئ زعماء الرأي لدينا علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ،

(1)ملفين ديفلر،ساندرا بول روكيتش، مركز سابق ،ص425

(2)امل جابر صالح، مرجع ،ص33

(3) ملفين ديفلر،ساندرا بول روكيتش، مركز سابق ،ص429-430

كذلك فإن الغموض ،التهديد والتغير الإجتماعي ،تعكس وجهة نظر التفاعل التبادلي الرمزي بأن العالم الإجتماعي متماسك معا بواسطة تفاهات ذاتية هشة مع الواقع في الإهتمام الذي يعطي للغموض والتهديد و التغير الإجتماعي في النظرية ،و نحن نفترض أن علاقات الإعتداع على وسائل الإعلام الفردية والجماعية تصبح أكثر قوة عندما تكون البيئة الإجتماعية غامضة أو مهددة أو سريعة التغير.

هذا و من الأهداف الرئيسية لنظرية الإعتداع على وسائل الإعلام، الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثارًا قوية و مباشرة ، و في أحيانا أخرى تكون لها تأثيرات أخرى غير مباشرة وضعيفة نوعًا ما . و يمكن القول أن نظرية الإعتداع على وسائل الإعلام هي نظرية البيئة و نظرية البيئة تنظر إلى المجتمع بإعتباره تركيبًا عضويًا ، و هي تبحث كيفية إرتباط أجزاء من النظم الإجتماعية صغيرة و كبيرة يربط كل منها بالآخر ،ثم تحاول سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات(1).

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الإعتداع بين وسائل الإعلام والنظام الإجتماعي و الجمهور ، و قد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام و النظام الإجتماعي والجمهور و قد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعًا أو مع أحد أجزائها مثل الصحف والمجلات و الراديو و التلفزيون(2).

## 7. آثار الإعتداع على وسائل الإعلام :

يرصد ملفين ديفلير و ساندرابول ،مجموعة من الآثار التي تنتج عن إعتداع الأفراد على

وسائل الإعلام من خلال ثلاثة فئات أساسية :

### **1- الآثار المعرفية: و تشمل:**

- كشف الغموض
- تكوين الإتجاهات
- ترتيب أولويات الإهتمام
- إتساع المعتقدات و القيم

---

(1)حسن عماد مكاوي،ليلي حسنت السيد، مرجع سابق ، ص 164  
(2) حسن عماد مكاوي،ليلي حسنت السيد، مرجع سابق، ص325

## 2- الآثار الوجدانية : و تشمل

- الفتنور العاطفي أو اللامبالاة
- الخوف
- القلق
- الدعم المعنوي
- الإغتراب

## 3- الآثار السلوكية وهي :

- التنشيط
- الخمول

## 8. تقييم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (1):

1. إن نظرية الإعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الإتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الإجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج
2. يسمح نموذج النظرية بوجود عمليات تفاعل مستمرة بين النظام الإجتماعي و نظام الوسيلة و الأفراد الذين يكونون جمهور وسائل الإعلام، وهو نموذج تغذية مرتدة بمعنى أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور قد تدخل هي نفسها في سلسلة من الأحداث الأخرى المرتدة.
3. يتجنب النموذج وبشكل واضح بعض أوجه القصور التي يتعذر الدفاع عنها مثل:
  - القول أن وسائل الإعلام ليس لها تأثير دال على الناس و المجتمع
  - يسمح النموذج بالمراجعة و الإضافة و التجديد
  - يوجد القليل من الشك في أن النموذج مركب و معقد جداً

---

(1) محمد عبد الوهاب الفقيه كافي ، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية و مستويات المعرفة بالموضوعات الاخبارية في المجتمع اليمني رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2002م ، ص 54-55

4. يوصف النموذج بأنه وظيفي تحليلي من خلال التعرض للاجابة من قبل الجمهور على أسئلة متى ولماذا وكيف؟

5. يحقق النموذج عددًا من المميزات كمدخل لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام ، فهو نموذج مفتوح وشامل لعدد من التأثيرات و الإتفاقات ، و يحول الإنتباه مباشرة إلى الحالات البنائية و الظروف التاريخية أكثر من المتغيرات الشخصية .

6. يكمن ضعف النموذج في أنه يباليغ في الإعتماد الحقيقي للعناصر المختلفة المكونة للنموذج وخاصة الإعتماد على وسائل الإعلام من قبل النظام الإجتماعي ، و أن نظام وسائل الإعلام قريبة جدًا و مندمجة بمؤسسات المجتمع .

7. لم يوضح النموذج ما إذا كان هناك مستوى مثالي من الإعتماد على وسائل الإعلام ، وهل تزيد الوسائل الجديدة إعتماد الأفراد أم تجعلهم أكثر إستقلالاً .

و على الرغم من بعض الإنتقادات و مواطن الضعف في نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، إلا أنها تعد من النظريات التكاملية التي تجمع بين رؤى مستمدة من علمي النفس و الإجتماع و تقدم سياقاً عامًا ورؤى تكاملية تصف و توضح تأثيرات وسائل الإعلام .

في إطار الدراسات الخاصة بإستخدام وسائل الإعلام و التعرض إليها من مختلف الفئات، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب و الأستخدام في فئات تشير إلى شدته و كثافته ، و تم صياغة هذه الأسباب في إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، و أصبحت رغبة الفرد لوسائل الإعلام و محتواها و مدى ما يحققه هذا التعرض لإشباع الحاجات المتعددة و تلبيتها (1).

---

(1) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 209

## المبحث الثاني: نظرية الاستخدامات و الإشباعات

### 1. مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

الإستخدام في اللغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً. ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام (1).  
وأما الإشباعات في اللغة مأخوذة من الشبع: فهي الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على إمتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبييع الغزل أي كثير، وشبييع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك (2).

ونظرية الإستخدامات والإشباعات في الإصطلاح الإعلامي تعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة إستجابة لدوافع الحاجات الفردية . وورد تعريفاً إصطلاحياً لمفهوم النظرية على أنه "ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من إستجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات، ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة " وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي: "إفتقار الفرد أو حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده فسيولوجية أو نفسية" وذكر أن الدافع هو "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الإتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة(3). "

---

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص209  
(2) أبو أصيبع صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005.  
(3) إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط2، 2003.

## 2. بداية النظرية و تطورها :

كانت المرحلة الأولى أو مرحلة الطفولة ،خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي ، حيث كانت الفكرة تمثل المرحلة الكلاسيكية و ظهرت فيها عدة دراسات تركز على مضمون التسلية من الراديو (1)،أدى ذلك الى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رأي الجمهور على أنه عنصر سلبي إلى أنه عنصر فاعل في إنتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام . وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام كما في نظرية الرصاصة، ونظرية إنتقال المعلومات على مرحلتين . ونظرية الإستخدامات والإشباع القائمة على إفتراض الجمهور النشط تركز على كيفية إستجابة وسائل الإعلام لدوافع إحتياجات الجمهور .

وذكر حسن مكايوي وليلى السيد أشارا إلى أن البحث في أنواع الإحتياجات التي يحققها إستخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة ، وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة (هيرتا) و(هيرزج) التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع "المسلسلات اليومية"، وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945م جاءت دراسة (بيرلسون ) التي أجراها عندما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما إفتقده الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعد السبب في إرتباط الجمهور بها مثل دور نقل المعلومات، والإخبار، والهروب من العالم اليومي .

أما المرحلة الثانية أو فترة المراهقة كما سماها كاتز و بلومر ، فيمكن تحديدها في أواخر الستينيات حيث كان يدافع فيها عن إستمرارية بحوث الإتصال (2)،حيث تحول التأكيد فيها على إختبار المتغيرات الإجتماعية و السيكلوجية التي تم التوصل إليها ، و ذلك لتوضيح النماذج المختلفة لإستخدام الجمهور لوسائل الإتصال ، وذلك بالتطبيق العملي الميداني لهذا المتغيرات ، و تميزت هذه المرحلة ببداية الإهتمام بوضع نماذج لبحوث إشباعات وسائل الإتصال الجماهيرية (3)

---

(1)Katez,Blumer Gurevitch Utilization of mass communication ,of annual review of communication Beverly Hills ,sage of London,1974, p13\_20.

(2)Hisham Misbah , Uses and gratifications of television viewing among Egyptian adults, Cairo :the American university ,mass communication department 1991,p.13

(3)J.Y.B Blumer and katz leads, The uses of mass communication ,current perspective on gratification research ,Beverly Hills, sage, London 1979,P13



أما المرحلة الثالثة وهي مرحلة النضج و التطور ، فقد تبلورت العديد من الإفتراضات و كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب " إستخدام وسائل الإتصال الجماهيري " من تأليف (إيهو كاتز) و(بلمر) عام 1974م (1) ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع إستخدام الفرد من جانب آخر.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار. وفي السبعينيات الميلادية بدأ الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء الأسس النظرية لمدخل الإستخدام والإشباع، وذلك عبر طرح، وصياغة الكثير من التساؤلات العديدة التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الأربعينيات من القرن نفسه، وأدى ذلك بدوره إلى قيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الإستخدام والإشباع، وكانت كل دراسة تسعى إلى الإسهام في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال، فجعلوا كثيراً من الخطوات المنطقية التي كانت غير ظاهرة في تلك الدراسات السابقة خطوات عملية.

لذا كان (إيهو كاتز) و(بلمر) يميزان هذه المرحلة ، بأنها تحاول إستخدام المادة العلمية المتاحة حول الإشباع لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الإتصال، التي يمكن أن ترتبط بها دوافع الجمهور وتوقعاته.

و من دراسات هذه المرحلة دراسة windahl, Rosengren عام1972م ، و دراسة Mcquail,Blumer,Brawn عام1972م، و دراسة Greonberg عام1974م حول إستخدامات الجمهور للتلفزيون ، و دراسة Potter عام1988 حول الواقع الذي يتم إدراكه من خلال مشاهدة التلفزيون (2)

---

(1) حمدي حسن ،الوظيفة الاخبارية التلفزيونية ، القاهرة :دار الفكر العربي،1991م،ص14  
(2) ليلي حسين السيد ،استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية و مدى الاشباع الذي تحققه،رسالة دكتوراه غير منشورة ،القاهرة :كلية الاعلام 1993م،ص 17- 41

### 3. فرضيات النظرية:

إن هذا المنظور قائم على خمسة فروض أساسية هي كالآتي (1):

1. الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الإتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الإتصال لتحقيق حاجاته و أهدافه.
2. إستخدام وسائل الإتصال يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور، منها: الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الإجتماعي و تتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسيلة، والمضمون الذين يشبعان حاجاته.
4. إستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال إستخدام الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط.

### 4. أهداف منظور الإستخدامات و الإشباعات :

يحقق المنظور ثلاثة أهداف رئيسية وهي(2):

- السعي إلى إكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، و ذلك بالنظر إلى الجمهور البسيط الذي يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال الجماهيري بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري (3).

وترتبط هذه الأهداف الثلاثة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط سلوك الفرد ، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل Unit و تكون العلاقة المتداخلة بين النظام الفردي و المجتمع عند استخدام وسائل الاتصال او المصادر الأخرى لإشباع الحاجات هي الأنشطة Activities و تكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من وسائل الإتصال و المحتوى و الإهتمامات العامة للجماعات هي الوظائف Functions(4) .

---

(1) Alex Edelstein, Youichitto , Hans mathias kepplinger, Communication and culture a comparative approach ,N.Y, longMan, 1989.p120

(2) katz, Blumer, Gurvitch, Uses of masscommunication by individual, in W.Pdavisson 8F.T,cya, eds, Mass communication .research :major issues and future directions, S.N.Y predger, 1979.p11\_35.

(3) غادة فاروق عبد الرزاق ، مطبوعات العلاقات العامة، الإستخدامات و الإشباعات : دراسة ميدانية على الجمهور الداخلي في عينة من ادارات العلاقات العامة في مصر ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2000، ص136

(4) Alan.MRubin ,Uses and gratification :quasi-Functional analysis « in j.r dominick and J.E fletcher Eds broading research methods ,u.s.a massachusetts, Ally.N and Bacan inc, 1985,p207

## 5. عناصر النموذج:

يمكن تناول وشرح عدة مفاهيم رئيسية تعتبر عناصر أساسية يرتكز عليها مدخل الإستخدامات والإشباعات ، وقد حددها Lundberg و Hulton عام 1968م وهي خمسة عناصر: (1)

### • الجمهور النشط :

حيث يؤكد الباحثون أن أفراد الجمهور إيجابيين و نشطين ، وليسوا مستقبلين سلبيين ، أوضحايا لوسائل الإعلام. (2) وقد كشفت الدراسات أن إختلاف إختيارات الجمهور للتقنيات الإتصالية يرتبط بالإشباعات التي يبحث عنها الجمهور ، وكذلك الإشباعات التي تحققت له بعد التعرض للوسائل المختلفة أو الأشكال المختلفة لمحتويات هذه الرسائل. (3)

### • الوصول الإجتماعية و النفسية للحاجات:

أشارت دراسة أولين و دونهيو عن إستخدام وسائل الإعلام ، أن البناء الإجتماعي يلعب دوراً كبيراً في إستخدام الأفراد لمختلف وسائل الإعلام (4) و خلص جوستون إلى أن أعضاء الجمهور يتعاملون مع وسائل الإعلام ، بإعتبارهم أعضاء في جماعات تشترك في بيئة إجتماعية ثقافية واحدة ، و لا يعتبرون أنفسهم أفراداً منفصلين عن مجتمعهم. (5)وأشارت دراسة دونهيو و بالمجرين و رايبيرن حول الأصول الإجتماعية و النفسية لإستخدام وسائل الإعلام ان العوامل الإجتماعية و النفسية و الإقتصادية و السياسية المتنوع و المتناسكة في الوقت نفسه تعمل في تناسق كي تؤثر على إستخدام وسائل الإعلام(6).

---

(1) عبد الرحيم احمد سليماندر و يش ، تعرض المراهقين للافلام السينمائية و الاشباعات التي تحققها ،مرجع سابق،ص75

(2) James Lull,Media communication culture ;Aglobal Approach ,Exford,polity press,1995,p90

(3) حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص 160

(4) شاهيناز طلعت ، تأثير بيئة وسائل الاعلام على الاستخدامات و اشباعات الحاجات ،دراسة مقارنة على الشباب المصري و الامركي ، مجلة ادراستات الاعلامية ، عدد47 ابريل 1987،ص ص 87\_ 110.

(5) John w.c johstone « Social integration and mass media use among adolescents\_ Acase study »

In jay G blumer and elina katz ,1974,op.cit,p43

(6)Lewis donoheew ,Philip palmgreen and J.D rayburn 11,Social and psychological origins of media use :a lifestyle analysis journal of broadcasting and electronic media ,vol 31,N3 summer 1987.

## • دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وحاجاته منها:

- الدافع هو المحرك ، يعطي الطاقة للفعل الإنساني من خلال هدف إدراكي، و سلوكي تجاه إشباع الإحتياجات ، و ليس ضروريًا أن يدرك الدافع بوعي أنه عبارة عن حالة من الإحساس(1).
- ومع فهم الباحثين في مجالات علم النفس، والإعلام، والإجتماع لتأثير الحاجة، وحركة الدوافع، وعلاقتها بالسلوك الإنساني، ظهرت إتجاهات عديدة لتصنيف الحاجات والدوافع، ويرجع ذلك إلى إختلاف ظروف البحث من عوامل ديمغرافية و إجتماعية و نفسية و إختلاف وسائل الإعلام و المضامين و إختلاف إتجاهات الجمهور ، وأما تصنيف الدوافع فقد قام الباحثون بتصنيفها، كل حسب تخصصه، والحظ الأكبر منها لعلماء النفس، ويمكن للباحث أن يعرض تقسيمات الدوافع الإعلامية ومنها:
- **دوافع فردية داخلية:** وهي التي تتمثل في رغبة الفرد في القيام بشيء معين لذاته، وهذه الدوافع تحقق للفرد إشباعات فردية، مثل دوافع الفضول، والإنجاز.
- **دوافع إجتماعية خارجية:** وهي الدوافع التي تنشأ نتيجة العلاقة بين الفرد، والمجتمع المحيط به، فيقوم الفرد بأفعال معينة لإرضاء المحيطين به أو للحصول على تقديرهم أو إثباتًا لذاته.
- و كان روبن قد توصل إلى مجموعة من دوافع التعرض للتلفزيون صنفها إلى صنفين (2):
- **دوافع المشاهدة النفعية:** تعني الحاجة لإختيار وسيلة إتصالية معينة ،و لرسالة إعلامية معينة لإشباع حاجات كالمعرفة ، التعليم ،فهم الواقع،العامل مع المشكلات .
  - **دوافع المشاهدة الطقوسية:** وهي دوافع يعتاد الفرد على ممارستها بدون تخطيط سابق غالبًا مثل الحاجة إلى التسلية والمتعة ،التنفيس والإسترخاء و الهروب من الروتين والصدقة .
- وترتبط الدوافع بالحاجات الإنسانية ، ويوصي علماء مدخل الإستخدامات و الإشباعات بإستخدام المفهوم النفسي للحاجة ، كنقطة بداية في إجراء التحليلات ،و رغم ذلك فهم يختلفون في فهم ماهية الحاجات ، فيعرف روز نجرين الحاجة : أنها البيئة البيولوجية و النفسية التي تكون أساس كل أنواع السلوك البشري . و يعتقد ماكويل أن الحاجات تأتي من الخبرة الإجتماعية ، و أن وسائل الإعلام يمكن أن تساعد على توليد معرفة خاصة ببعض الحاجات عند أفراد الجمهور. (3)

(1) James.Lull,1995.Opcit,101

(2) Alan ,M Rubin,1985,op cit,pp212.213

(3) James.Lull,1995.Opcit,98

ومن أبرز الدراسات التي صنفت الحاجات إلى قسمين رئيسيين هما:

- الحاجات الأساسية: وذلك مثل الحاجة إلى الإنتماء، والتواصل مع الآخرين، ورغبة الفرد في تقدير الآخرين له.

- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية، كحب الإستطلاع والرغبة في الفهم.

و قد خلص تان إلى قائمة من الاحتياجات ، التي يقوم بإشباعها بواسطة وسائل الإتصال وهي (1):

- احتياجات إدراكية: وهي مرتبطة بتقوية المعرفة و المعلومة، وفهم البيئة و هي تشبع الدوافع الإستكشافية.
- احتياجات وجدانية : وهي مرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية و العاطفية، ويعتبر السرور و التسلية دافع عام، يمكن إشباعه بواسطة وسائل الإعلام.
- احتياجات شخصية تكاملية : وهي مرتبطة بتقوية المصداقية و الثقة و الإستقرار و الثبات، ومكانة الفرد
- احتياجات تكاملية : وهي مرتبطة بتقوية الإتصال مع الأسرة، و الأصدقاء و العالم ، وهذه الإحتياجات تعتمد على رغبة الفرد في التبعية للمجتمع .
- احتياجات هروبية : وهي مرتبطة بالهروب، تخفيف القلق ، الرغبة في اللهو.

#### ● توقعات الجمهور:

لقي مفهوم التوقع تعريفات متنوعة ، حيث يرى ماكلويد و بيكر ، أن التوقعات هي إحتتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة ، و يرى بيلد و كاتز أن التوقعات هي مطالب الجمهور لسلوكيات متنوعة و يرى كاتز أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور (2) و الأفراد يختارون بارادتهم التعرض لوسائل معينة أو رسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها ، وهو ماتشير إليه نظرية القيمة المتوقعة في محاولة لفهم تأثير دوافع التعرض لوسائل الإعلام(3)

---

(1) Alexis.S.Tan. Mass communication theories and research ,2<sup>nd</sup> Newyork :willey 1985,pp235.236

(2)حمدي حسن ، مرجع سابق ، ص 33

(3)Philip palmgreen,j.d,Raybrun ,an expectancy value approach to media gratifications, in karl E Rosengreen lawrence, a Wenner and philip palmgreen ,1985,opcit.p71.

## التعرض لوسائل الإتصال و للمصادر الأخرى:

حيث يحدد الجمهور إحتياجاته، و دوافعه و بناءً على ذلك يقوم بإختيار الوسيلة و المضمون لإشباع تلك الحاجات، و تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى كالهوايات و الإتصال الشخصي لإشباع تلك الحاجات(1)

### • الإشباعات:

وفق نظرية الإستخدامات و الإشباعات يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية، و إجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات. و يختلف الباحثون فيما بينهم حول تحديد صورة واضحة لحجم و نوع الإشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام ، و تقسم كثير من الدراسات الإشباعات إلى نوعين أساسيين وهما: (2)

**الإشباعات المطلوبة:** و المقصود بها تلك الإشباعات التي يسعى أفراد الجمهور في البحث عنها بهدف الحصول عليها، و تحقيقها من خلال إستخدامهم المستمر و المتواصل لوسائل الإتصال الجماهيري، و تعرضهم لمحتوى رسائلها، و ليس بالضرورة أن كل ما يسعى الأفراد إليه من إشباعات يتحقق، لاسيما و أن نتائج العديد من الدراسات لا تزال تؤكد - إلى اليوم - أن مستوى الإشباع المكتسب، أو المتحقق بصورة عامة تقل نسبته عن مستوى الإشباع المطلوب.

**الإشباعات المتحققة أو المكتسبة:** و هي تلك الإشباعات التي يكتسبها الأفراد، و يحصلون عليها، و تتحقق لهم بالفعل من خلال إستخدامهم لوسائل الإتصال الجماهيري، و تعرضهم لمحتوى رسائلها، و المتمثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها، أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، أو تتمتع بها خصائص الوسيلة و سماتها، و تحقق إشباعاً حقيقياً لحاجات الأفراد، و دوافعهم.

---

(1) Elihu Katz, Jay G Blumer and Michael Gurevitch ,1974, op cit , p 20

(2) كمال بديع الحاج، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون و الإشباعات المحقق ،رسالي ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 1998، ص2

كما صنف وينر عام 1985 الى نوعين (1):

1. إشباعات المضمون: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام و تنقسم إلى :
  - إشباعات توجيهية: مثل الحصول على معلومات والمواد الإخبارية من القنوات التي تتميز بسرعة النشر، و تأكيد الذات ويرتبط هذا النوع من الإشباع بكثرة الإستخدام.
  - إشباعات إجتماعية و تعني الربط بين معلومات الفرد التي يحصل عليها الفرد من البرامج و القنوات الرياضية ، و علاقته الإجتماعية
2. إشباعات العملية : وهي الإشباعات الناتجة عن عملية التعرض لوسيلة الإتصال بحد ذاتها وتنقسم إلى :

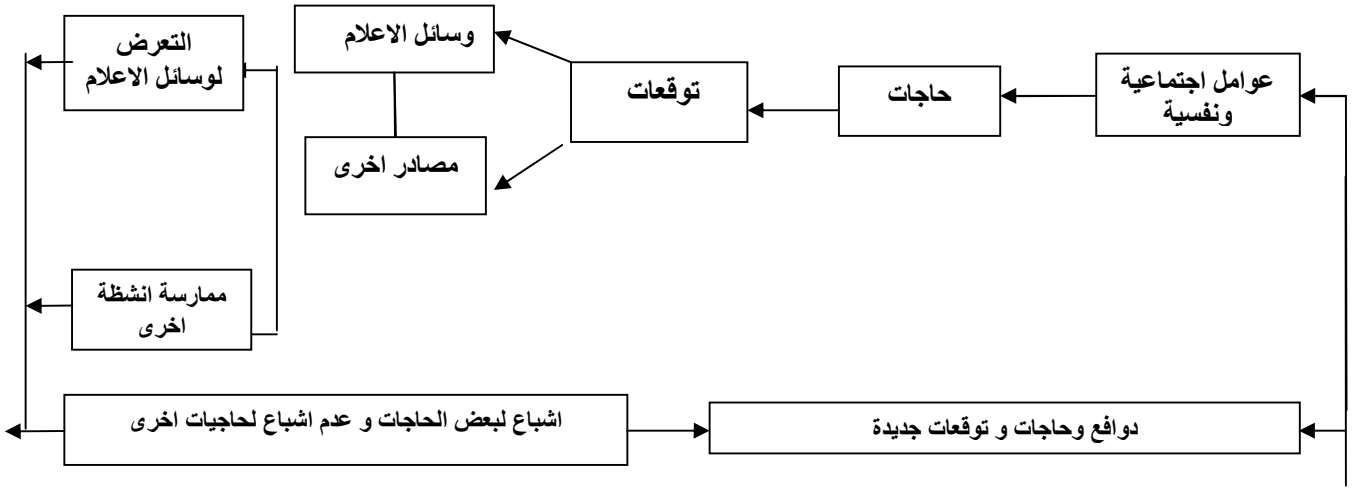
- إشباعات شبه توجيهية : مثل تخفيف الشعور بالتوتر و الإثارة و التسلية و الترفيه
  - إشباعات شبه إجتماعية : مثل التقمص الوجداني
- وبهذا يعتمد منظور الإستخدامات و الإشباعات على تتابع عدد من العناصر و العلاقات تبدأ من تولد حاجات بيولوجية و نفسية و إجتماعية لدى الإنسان ، وتتفاعل مع الخصائص الفردية و الإطار الإجتماعي الذي يحيط بالفرد ، و ينتج عن ذلك مشكلات و حلول لها ، و بالتالي تتولد الدوافع المختلفة لحل المشكلات أو لإشباع الحاجات ، و يتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإتصال و ممارسة أنشطة أخرى ، و يؤدي إلى أنماط مختلفة من الإشباع و عدم الإشباع بحيث يؤثر على الخصائص الفردية و بناء المجتمع ، ثم تتولد توقعات إضافية .

---

(1) Lawrence A Wenner ,The nature of news gratification ,in Karl E Resengren ,op cit pp 171.93

## 6. وظائف النموذج:

وقد إرتبط هذا النموذج بالمدخل الوظيفي لكاتز و الذي يرى أن وسائل الإعلام لها وظائف تؤديها ووصف النموذج بأنه يتعلق أكثر بالأسس الإجتماعية و النفسية للحاجات التي تخلق توقعات لوسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى و التي تؤدي إلى أنماط مختلفة للتعرض لوسائل الإعلام و ينتج عنها إشباع للحاجة، كذلك نتائج أخرى، و الشكل التالي يوضح هذه الصفة الوظيفية (1) :



نموذج الإستخدامات و الإشباعات شكل رقم 3

(1) Mcquai D, 1994, Mass communication theory :an introduction 3ed London :sage publication p.76



## 7. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع (1):

- بعد تطور البحوث الخاصة بالنظرية وبعد تقديم النظرية إستراتيجية جديدة لدراسة إستخدامات الجمهور، وإشباعاته، وتفسيرها، إزداد إدراك الباحثين لأهمية الجمهور النشط. وعلى الرغم من هذا التطور إلا أن هناك صور من النقد وجهت للنظرية، منها ما يلي:
- 1- الإنتقاد الموجه إلى مفهوم الوظيفة، فهو كما يرى دينيس ماكويل (D. Macquial) يستخدم بمعنى الهدف أو النتيجة أو المطلب، أو التوقع. ويرجع هذا الإختلاف إلى الخلط بين الهدف والنتيجة. فالأخبار مثلاً قد يفسر على أنه هدف تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقه، وقد يكون مطلباً وظيفياً تؤديه الوسيلة، وقد يكون رغبة الجمهور من الوسيلة فيصبح بمعنى التوقع أو النتيجة.
  - 2- يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الإستقصاء، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة، والأمر في هذه الحالة يحتاج إلى وضع الفئات الإجتماعية بجانب الدوافع، والحاجات، وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة.
  - 3- عدم الإتفاق على مصطلحات النظرية ، ومن ثم توظيفها، وربطها بال نماذج المختلفة للإشباع.
  - 4- دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الإنترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.
  - 5- مؤسسات الإتصال ليست دائماً تعمل بالأصالة عن نفسها ، وإنما تعمل نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى يصعب التمييز بينها وبين وظائف المؤسسات الأخرى في المجتمع .
  - 6- المدخل الوظيفي يهتم بنكريس الوضع القائم و التنكر للتغير الإجتماعي حيث يدرس المنهج نظماً ثابتة وبسيطة تؤدي إلى نتائج سطحية غير عميقة .
  - 7- لا يتيح منظور الاستخدامات و الإشباعات إمكانية الشرح و التنبؤ كما هو أبعد من وحدة الفرد.
  - 8- تفتقر نتائج البحوث إلى نظرية مناسبة للحاجات النفسية و الإجتماعية و كيف تسهم العوامل الثقافية والبيئية في إختيار مصادر الإتصال أو الحاجات التي يمكن إشباعها .
  - 9- هناك تساؤلات حول إفتراض فعالية الجمهور و إيجابية عملية الإتصال الجماهيري و نادراً ما يتم دراسة الجمهور بإعتباره مستهلكاً فعالاً للرسالة .
  - 10- يمكن الإختلاف في نتائج البحوث بإختلاف الثقافات و إختلاف الخصائص الديمغرافية ، وبالتالي فإن نتائج البحوث لاتصلح للتعميم في أغلب الأحوال

(1) Alan .M.Rubin , uses and daytime television soap operas by college students, journal of broadcasting and electronic media, 1985,p.p 214.215.

## 8. التباين بين المدخلين :

على الرغم من أن مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام ينبع من نفس الجذور الفكرية لنظرية الإستخدامات و الإشباع حيث يتفق المنظورين في كونهما أساليب وظيفية إجتماعية ، علاوة على إهتمامها بتحليل العلاقة بين أهداف الفرد و المجتمع الذي تعمل فيه الوسيلة ، إلا أن هناك بعضاً لإختلافات بين المدخلين لعل أهمها :

- 1- نموذج الإعتماد على وسائل الإعلام ، يطرح بنياناً متماسكاً للمضامين النظرية ، و إفتراضيات مناسبة للإختبار ، و نموذج الإستخدامات يتصف بمفاهيم و فروض خاصة تعوق بناء النظرية (1)
- 2 - مدخل الإعتماد يعني بتحليل العلاقة ووسيلة الإتصال ، بينما يتجه مدخل الإستخدامات نحو تطوير إنطباع الجمهور القوي الذي يؤكد الإعتماد على الوسيلة القوية و علاقات الإعتماد الناشئة عن هذه القوة في مصادر المعلومات (2)
- 3-تعتمد أبحاث الإستخدامات و الإشباع على الجمهور كنقطة تحليل أساسية ، بينما تركز أبحاث الإعتماد على العلاقة الثلاثية الأبعاد بين الجمهور و الوسيلة و المجتمع (3)
- 4- السؤال الرئيسي في مدخل الإستخدامات و الإشباع يتمثل في : أين يذهب الفرد لإشباع حاجاته ؟ بينما يركز مدخل الإعتماد على لماذا يذهب الفرد إلى هذه الوسيلة لإشباع حاجاته (4)
- 5- نجد صعوبة في تطبيق مفهوم الإستخدامات و الإشباع على مستويات عليا للتحليل الإجتماعي مثل المنظمات و الجماعات ، بينما يركز مدخل الإعتماد على مختلف مستويات التحليل (5)
- 6 - يفترض مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام إختلاف درجة إعتماد الجمهور على وسيلة الإتصال ، بإختلاف الإستقرار في المجتمع و إختلاف درجة أهمية المعلومات للجمهور (6)، بينما لا يفترض ذلك الإستخدامات و الإشباع .

---

(1) William E logesand Sandra J.Ball rokeach,dependency relation and news paper

R.leadership,journalismquarterly,1993,p.p602\_614.

(2)Opcit,p603

(3) Azza Ad azim mohamed ,TVDependency and knowledge of drug abuse among egyptian adults ,unpublished thesis ,cairo the american university ,journalism and mass communication section department 1993,p23

(4) Opcit ,p22

(5)William E logesand Sandra J.Ball rokeach, Opcit ,p603

(6) Azza Ad azim mohamed ,Opcit ,p23

## 9.التعليق على إستخدام المدخلين في الدراسة :

جاء إختيار الباحث لمدخلي الإعتماد على وسائل الإعلام ، والإستخدامات والإشباع، لهذه الدراسة نظراً لملائمة هذين المدخلين لهذه الدراسة أكثر من من النظريات الأخرى ، من حيث قدرتها على تتبع المراحل الدقيقة لتعرض الجمهور و تفاعله مع وسائل الإعلام (1)، فضلاً عن توافر رصيد كبير من الدراسات و الأدبيات المتعلقة بهذين المدخلين التي سهلت للباحث معرفة المزايا و الإنتقادات الخاصة بكل مدخل .

وكان من أسباب إختيار الباحث لهذين المدخلين دون بعض النظريات الأخرى، هو حداثة هذه النظريات وعدم خلوها أيضاً من الإنتقادات الجوهرية بشأن دراسة الجمهور، فضلاً عن عدم ملائمة بعضها لطبيعة الوسيلة المختارة لهذه الوسيلة وهي التلفزيون .

و قد مكن مدخلا الإعتماد على وسائل الإعلام و الإستخدامات و الإشباع الباحث من حيث بناء فروض تشرح و تشخص بدقة كيفية إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في إنتقاء معلوماته، وكيف للجمهور أن يستخدم هذه الوسائل في إشباع إحتياجاته المتعددة ، و قد إستفاد الباحث من هذين المدخلين في تحديد الإرتباط الدال بين الإعتماد على البرامج الرياضية في التلفزيون في تحقيق الإشباع الرياضية ومستويات المعرفة الرياضية للمبحوثين ، كذلك في رصد الفروق الفردية بين المبحوثين في هذه المستويات .

---

(1)علي طاهر اسحاق مبارك ، علاقة تعرض الشباب المصري للبرامج الرياضية في الراديو و التلفزيون و المعرفة الرياضية ،رسالة ماجستير ،كلية الاعلام ،

جامعة القاهرة 2004 ، ص 49

## خلاصة

تتداخل النظريات الإعلامية بعضها مع بعض تداخلاً متفاوتاً حسب كل نظرية وفروضها. وهذا التداخل قد يكون في الفروض، أو في طبيعة العلاقة بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام، أو في المحاور التي تركز عليها النظريات الإعلامية، أو في التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور. وتصنف نظرية الاعتماد من ضمن النظريات ذات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، شأنها في ذلك شأن نظريات ترتيب الأولويات، والإستخدامات والإشباع، وهذه النظريات تنطلق من فرضية مشتركة، هي أن لوسائل الإعلام تأثيراً يترأح بين القوة والضعف، والمباشر وغير المباشر، وتدرس هذه النظريات جانبين رئيسيين، ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟ وماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟. وبناءً على ما ذكر آنفاً يمكن القول أن نظرية الاعتماد تتداخل مع نظرية الإستخدامات والإشباع، وأن الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام لتحقيق حاجاته، وللحصول على أهداف معينة، وتتداخل مع نظرية الغرس الثقافي في أن كلاً منهما يسعى إلى تكوين الآراء، والإتجاهات من خلال مداومة الجمهور على متابعة وسائل الإعلام.

ويمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و الإستخدامات و الإشباع لخدمة أهداف هذا البحث من خلال محاولة توظيف فروض النظرية حتى يمكن فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتتركز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور الجزائري وسائل الإعلام ولماذا يهتم بالقنوات والبرامج الرياضية؟.

فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الإتصال في فرضيات هذه النظرية، فيمكن من خلال ذلك فهم إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباع المتحققة .

إن المجتمع الجزائري الآن يسير على خطى المجتمعات الغربية في الإعتماد على وسائل الإعلام؛ وذلك للظروف الاجتماعية والسياسية و الإقتصادية التي تمر بها هذه البلاد، "فكلما زادت الصراعات الاجتماعية و الثقافية و الإقتصادية و ازدادت حاجة الفرد إلى المعلومات، والتوجيه مما يزيد من إعتماده على وسائل الإعلام.

## الفصل الثالث

### مفهوم الرياضة و تطورها التاريخي و أهميتها

مقدمة

المبحث الأول : ماهية الرياضة وتاريخها

المطلب الأول : مفهوم الرياضة

المطلب الثاني : التطور التاريخي للرياضة

المطلب الثالث : مدارس الرياضة

المطلب الرابع : أنواع الرياضات

المبحث الثاني : أهمية الرياضة و المعرفة الرياضية

المطلب الأول : أهمية الرياضة

المطلب الثاني : العلاقة بين المعرفة و الرياضة

المطلب الثالث : أهمية لمعرفة الرياضية

خلاصة

## مقدمة

تركت الحياة الرياضية في المجتمعات الحديثة بساطتها الأولى، وأصبحت الرياضة المعاصرة واحدة من المجالات التي تعكس الحياة السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية والأخلاقية للمجتمع في مرحلة تاريخية محددة (1)، وقد برز الإهتمام بالرياضة خلال مئة سنة المنصرمة نتيجة لعدة ظروف إقتصادية و إجتماعية عميقة ، والتي وقعت إبان تلك الفترة ، و يساعد في ذلك الدور المهم الذي لعبته وسائل الإعلام ، و بخاصة التلفزيون في تقديم الرياضة العامة وتبسيط مفاهيمها و تشكيل إتجاهات إيجابية نحوها ، و ظهور الإهتمامات المتزايدة نحو إكتساب اللياقة البدنية و ضبط الوزن و القوام السليم، بالإضافة إلى تغلغل الثقافة البدنية في مختلف النظم و الإنساق الإجتماعية ، مع إعتبرات مهمة كعوامل التغير الثقافي والإجتماعي، و نمو القوى العاملة في المجتمعات ، و إضفاء الطابع الإجتماعي على العمل وظروف الحياة و قد تأثرت الرياضة بهذه التغيرات في مجملها حتى أصبحت إتجاهاته نحو الرياضة والثقافة الرياضية مختلفة تمامًا عما عداها في العصور الماضية (2)

ومع دخولنا القرن الحادي و العشرين أصبحت الرياضة تسيطر على وسائل الإعلام العالمية من صحف يومية و قنوات تلفزيونية و تقارير الأخبار المحلية تمامًا مثل الأحداث السياسية وأخبار المجتمع ، و أصبحت مختلف وسائل الإعلام تبني إستراتيجيتها على الإهتمام بالمضمون الرياضي للدخول إلى الأماكن و أسواق مشاهدة جديدة .

وقبل أن نتعرف على أهمية الرياضة في العصر الحديث و التي جعلت المؤسسات والهيئات، و منها أجهزة الإعلام توليها أهمية كبيرة، نسعى للتعرف على مفاهيم الرياضة والتطور التاريخي للرياضة، مدارس الرياضة، ثم أهمية الرياضة و العلاقة بينها و بين المعرفة الرياضية.

---

(1) اديب خضور ،مرجع سابق ،ص3  
(2) امين انور الخولي ، مرجع سابق ، ص 37

## المبحث الأول : ماهية الرياضة وتاريخها: المطلب الأول : مفهوم الرياضة

وردت في الأدبيات تعريفات كثيرة للرياضة جاء فيها : أن الرياضة هي أعمال عضلات الجسم لتقويتها ، وهي تهذيب الأخلاق النفسية ، وهي إستبدال الحالة المذمومة بالحالة المحمودة، وهي أيضًا خلوة أيام للعبادة و التفكير في حقوق الإيمان .

و ذلك هو أحد التعريفات المعجمية التي أوردها بطرس البستاني(1) و عنها يقول أيضًا : الرياضة مصدر راض ، وقال أهل اللغة : هي إستبدال الحال المذمومة بالحال المحمودة ، وقال بعض الحكماء هي : الإعراض عن الأغراض الشهوانية ، وقيل : الرياضة ملازمة الصلاة و الصوم ،ومحافظة أناة الليل و النهار عن موجبات الإثم ، و يد باب النوم و الرياضة ، عبارة عن تهذيب الأخلاق النفسية و الرياضية عند الأطباء هي الحركة التي يحس منها بالتعب لحفظ الصحة (2).

و الرياضة هي إحدى الأشكال الرامية للظاهرة الحركية لدى الإنسان، و هي طور متقدم من الألعاب و بالتالي من اللعب وهي أكثر تنظيمًا والأرفع مهارة و كلمة رياضة في اللغتين الإنجليزية والفرنسية sport و في اللاتينية diport والأصل الإتيولوجي لها هو disport و معناها التحويل والتغيير ، و لقد حملت معناها و مضمونها من الناس عندما يحولون مشاغلهم ، و إهتمامهم بالعمل إلى التسلية و الترويح من خلال الرياضة (3)

و تتميز الرياضة عن بقية ألوان النشاط البدني بالاندماج الخالص و ومن دونه لايمكن أن تعتبر النشاط رياضة أو تنسبه إليها ، كما أنها مؤسسة أيضًا على قواعد دقيقة لتنظيم المنافسة بعدالة ونزاهة وهذه القواعد تكونت على مدى التاريخ ، سواء قديمًا جدًا أو حديثًا ، والرياضة نشاط يعتمد بشكل أساسي على الطاقة البدنية للممارسين و وفي شكله القانوني على عناصر مثل الخطط و طرق اللعب (4) و عُرفت الرياضة حين ظهورها أنها التدريب الرياضي (5) أو التربية البدنية أو التربية الحركية وأسندت دروس التدريب الرياضي إلى الجيوش و الشرطة . لذلك تعتبر الرياضة مدينة العسكرين (6).

(1) المنجد الابجدي ، بيروت ، دار الشرق ، الطبعة الثانية ، بدون تاريخ نشر ، ص 505

(2) بطرس البستاني ، محيط العلوم و بيروت ، مكتبة لبنان ، 1977 و ص 656

(3) علي طاهر اسحاق مبارك ، علاقة تعرض الشباب المصري للبرامج الرياضية في الراديو و التلفزيون و المعرفة الرياضية ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2004 ، ص 51

(4) امين الخولي ، مرجع سابق ، ص 32

(5) محمد حامد افندي ، علم النفس الرياضي و الاسس النفسية للتربية الرياضية ، دار النهضة للطباعة و النشر 1980

(6) احمد عبد الحي المنزلاوي ، الصحافة المتخصصة في الصحافة اليومية ، دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 1992 ص 29

و الرياضة ظاهرة إجتماعية واسعة النطاق تغوص جذورها في حياة الشباب و البالغين من الرجال و النساء ، و ممارسة و مشاهدة و هواية و و ترويحاً و إحترافاً و تربية و صحة و ثقافة ، لم تعد مجالاً للهروب الفردي ، لكنها تجدد لشباب الناس و نشر الروح الحضرية و تنظيم للجماعات في المجتمعات و بناء الدولة المستقلة و إستغلال وقت الفراغ (1).

## المطلب الثاني : مدارس الرياضة :

تصنف المدراس الرياضية إلى أربعة مدارس و هي:

- **المدرسة الألمانية :** ظهرت في القرن الثامن عشر ، إعتمدت على التراث الإغريقي هدفها الوصول للنمو الشامل المتزن ، تقوم على تمارينات التسلق و التوازن و المشي و الجري و القفز و الوثب و التمارينات العسكرية
- **المدرسة السويدية :** و ظهرت في القرن الثامن عشر ، استفادت من علم التشريح ووظائف الأعضاء و تقسيم التمارينات إلى مجموعات تناسب أجزاء الجسم (2) .
- **المدرسة الدنماركية :** ربط التمارينات بعضها بعض و اهتمت بحركات الراحة و الإرتخاء عقب التمارينات و تهدف للرشاقة .
- **المدرسة السوفيتية :** ظهرت في القرن التاسع عشر ، تمارينات الأجهزة مثل الجمباز و تمارينات المستوى الرفيع و البطولات المصحوبة بالحركات الإيقاعية التي تصاحب الموسيقى

---

(1) احمد عبد الحي المنزلاوي مصدر سابق ص 30

(2) عطيات محمد خطاب ، التمارينات للبنات، القاهرة : دار المعارف ، 1982، ص 17 \_ 21



## المطلب الثالث : التطور التاريخي للاهتمام بالرياضة

اولا: لدى الإنسان البدائي :

دأب الإنسان البشري منذ قديم الأزل حتى عصرنا هذا على العناية بتدريب جسمه و تقوية أعضائه المختلفة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر، فالإنسان الأول لم يكن في حاجة ملحة لتخصيص فترة معينة من يومه ليقوم فيها بممارسة الأنواع المختلفة من الأنشطة الحركية أو البدنية و التدريب عليها لأن ذلك كان جزء لا يتجزأ من حياة الفرد اليومية لضمان إشباع مختلف حاجاته الأولية(1) فقد جاءت طبيعة حياة الإنسان الأول مع مخلوقات الله الأخرى من الحيوان و الطيور و الأسماك على الأرض و في السماء و البحار ، فكان لا بد للعقل أن يفكر في وسائل الحياة بين هذه المخلوقات أمناً مطمئناً (2) والإستعانة على الأقوى و المفترس منها بوسائل الدفاع المناسبة و بهذا كان على العقل أن يفكر في كل هذا و أن يختار أسلحته من طبيعة تكوين جسمه و ما يستطيع أن يستعين به للدفاع عن النفس(3).

ثانيا: لدى الجماعات و الحضارات القديمة

بعد حياة الإنسان البدائي ،بدأت تظهر حياة الجماعات التي بدأت بنظام الأسر، ثم العشائر و القبائل ثم الدويلات الصغيرة حتى الكبيرة ، ثم الدول التي عرفت بحضارتها القديمة(4).و على أثر ظهور حياة الجماعات بدأ الصراع البشري يفرض نفسه بعد أن كان قاصراً على الإنسان الأول و الحيوان بهدف المحافظة على النوع و الجنس .

وقد تعدى ذلك ليكون بين الإنسان و الإنسان بهدف السلطة و السيطرة و الفتوحات ، فكانت الحروب و الغزوات التي إستلزمت إعداد الجنود المحاربين من الشباب و الرجال تدريبهم لإكتساب اللياقة البدنية و المهارة الحركية (5)، وقد ظهر هذا بوضوح عند قدماء المصريين و الصين القديمة و بلد الفرس و قدماء الإغريق و الرومان ، و كلها دول بدأت تظهر فيها الرياضة على شكل تدريبات تتسم بالطابع العسكري بغرض تقوية البدن و السهم و العربات الحربية و الجري و الرمي و الوثب (6)وكانت تعتبر الرياضة مدنية العسكريين و عسكرية المدنيين تحافظ على الحد الأدنى من الإنضباط في حياة الناس(7).

(1) Lawrence A.Wenner ,Media sport ,London and new work ,1998,p.1.

(2) محمد حسن علاوي ، علم التدريب الرياضي ، القاهرة :دار المعارف ، 1983م، ص 19

(3) ابراهيم علام ، مدونة التاريخ الرياضي ، القاهرة:الدار القومية للطباعة و النشر ، بدون تاريخ نشر ، ص 8

(4)محمد كمال اميري ، عصام بدوي ،التطور العلمي لمفهوم الرياضة ،القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ،1992م،ص11

(5)محمد كمال اميري ، عصام بدوي، مرجع سابق،ص11

(6)المرجع السابق نفسه

(7)احمد عبد الحي المنزلاوي، مرجع سابق ،ص33

فمنذ حوالي ألفي سنة قبل الميلاد، وضع الصينيون رياضة علاجية قامت على الوضع الصحيح للجسم ودراسة التنفس، و لو لم توضع قوانينها حتى القرن التاسع ، كانت الهاتايوغا أو اليوغا قوة تمارس في الهند منذ عصور قديمة و تقوم على مفهوم أسطوري للكائن البشري و تسمح ببلوغ حالة تأمل كاملة بفضل سيطرة جسدية تامة(1)

### ثالثاً: لدى فلاسفة اليونان القدماء

أدخل اليونانيون التربية البدنية إلى العالم الغربي وإذا كان الأبارطيون يعتبرونها بشكل خاص كتحصير لفن الحروب (2)، إلا أن سقراط بقدر عنايته بتنقيف العقل و تهذيب الروح . كانت عنايته أيضاً بتربية البدن وكان هو نفسه صحيح الجسم شديد الإحتمال وإن كان ينتقد الرياضة البدنية العنيفة فهو يرفض الإفراط في الشيء.

وقال أفلاطون أن الرياضة و الموسيقى يخدمان غرضاً واحداً هو تطهير الروح وتهذيبها فالرياضة تكسب جمالاً وكمالاً و بهذا تساعد على تهذيب الروح بطريق غير مباشر وأن الرياضة و الموسيقى لاغنى لأحدهما على الآخر وقال أن الرياضة البدنية قيمة كبيرة للإنسان . وكان أرسطو يطالب بأن تهتم التربية أولاً بتربية الجسم ثم تدريب العقل حتى يصبح منطقياً في النهاية وأن تربية الجسم الصحيحة يؤدي إلى خلق العقل السليم الراجح وقد نادى غالبية فلاسفة العالم على مرالعصور بالإهتمام بالرياضة ومن أبرزهم مارتن لوتر ، و جون لوك ،وجان جاك روسو وغيرهم (3).

### رابعاً في القرون الوسطى وفي المسيحية :

لم تجد الرياضة تشجيعاً من قبل الكنيسة في الديانة المسيحية إلا مؤخراً من عام 1850 م وما بعد ، عندما نودي بفكرة المسيحية القوية Muscular Christianty (4) ، ففي القرون الوسطى وفي الدين المسيحي كان من أهم الأسباب التي يعزي لها انصراف الناس عن التدريب البدني في ذلك الوقت ، فإن العربي المسيحي ، كان يرى أن التربية البدنية وسيلة لتقوية البدن الذي يؤدي بالتالي إلى الرغبة في الإعتداء على الآخرين ، وكان من جراء ذلك أن أصيبت التربية بنكسة قوية في تلك العصور (5).

(1) انطوان نجيم ،موسوعة المعارف الكبرى ، mobilismaison d edition ، بيروت 2003م،ص 83

(2) انطوان نجيم ،موسوعة المعارف الكبرى، مرجع سابق ص 85

Sociology of North American sport , D .Stanly Eitzen , Boston MC oran Hill 2003 , P 217(3)

Sociology of North American sport , D .Stanly Eitzen , Boston MC oran Hill 2003 , P 218(4)

Sociology of North American sport , D .Stanly Eitzen , Boston MC oran Hill 2003 , P 218(5)

## خامسا في الاسلام :

على الرغم من أنه لم يأت ذكر الرياضة صراحةً في القرآن ، إلا أن ذلك لا ينفي وجود مضامين قرآنية تناولت المفاهيم الفرعية المكونة لمفهوم الرياضة كما ندركه في العصر الحديث ، ولأن الأصل في الأشياء هو التحليل وليس التحريم فلم يرد في القرآن الكريم ما يشير بشكل مباشر أو غير مباشر إلى تحريم الرياضة ، أي أن الرياضة حلال ولا شك في ذلك .

ويكمل هذا المفهوم استقراء السنة المطهرة للرسول صلى الله عليه و سلم التي تبرز إهتماماً بالغاً بالرياضة وترغيب الناس في ممارستها و الحث عليها من خلال أحاديث صحيحة .  
ويذكر الشيخ محمد الغزالي أن عناية الإسلام بالرياضة تتبع عنايته بجسم الإنسان ، فالإسلام يهتم بالإنسان جسماً و عقلاً ، فهو يزكي الروح و القلب على حساب حرما الجسد وضعفه ، بل هو يكرم جسد الإنسان .

ومن الآيات القرآنية الكريمة التي توضح ذلك قوله تعالى \* الذي خلقك فسواك فعدلك \* (1) وقوله :  
\*\* لقد خلقنا الإنسان في أحسن تقويم \*\* (2)، وقوله : \*\* وقال لهم نبيهم إن الله قد بعث لكم طالوت ملكاً ، قالوا أني يكون له الملك علينا ونحن أحق بالملك منه ولم يؤت سعة من المال ، قال إن الله اصطفاه وزاده بسطة في العلم و الجسد والله يؤتي ملكه من يشاء والله واسع عليم \*\* (3)، وقوله وقالت إحدهما يا أبت استنجره إن خير من استنجرت الفوي الأمين \*\* (4) و \*\* خلق السموات و الأرض بالحق وصوركم فأحسن صوركم \*\* (5)

وإرتبط مفهوم الرياضة في الإسلام بمفهوم الصحة حيث يقول تعالى : \*\* لتسألن يومئذ عن النعيم \*\* وهو الصحة . وقول الرسول عليه الصلاة و السلام : \*\* من أصبح معافى في جسده ، آمناً في سربه ، عنده قوت يومه ، فكأنما حيزت له الدنيا \*\* . . وحثنا الرسول عليه الصلاة و السلام على الرياضة في قوله \*\* و علموا أولادكم السباحة و الرماية و ركوب الخيل \*\* وهذه كلها أنواعها اشكال من الرياضة .

- 
- (1) الآية رقم 7 ، سورة الانفطار ، ص 587 ، القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002
  - (2) الآية رقم 4 من سورة التين ، ص 597 ، القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002
  - (3) الآية رقم 247 ، سورة البقرة ، ص 40 ، القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002
  - (4) الآية رقم 26 ، سورة القصص ، ص 388 ، القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002
  - (5) الآية رقم 3 من سورة التغابن ، ص 556 ، القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002

## سادسا في العصر الحديث :

مع بزوغ القرن العشرين بُعثت رياضة بدنية من نوع جديد تقوم على مبادئ إجتماعية سليمة ، تسيير وفق أصول علمية ، تتفق مع النظريات التربوية الحديثة التي سادت وانتشرت في هذا العصر ، وأكدت أن الفرد عبارة عن وحدة متجانسة تشمل جميع جوانبه ، جسمه وعقله وروحه لذلك أدخلتها الحكومات ضمن مهامها لتأخذ على عاتقها الإهتمام بها كأساس من أسس رعاية الشباب ونوع من أنواع التربية التي تلعب دورًا هامًا في خلق المواطن الصالح ، وتولت الدولة كل أمورها في كافة القطاعات (1) و أصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطًا معقدًا وواسعًا ومتنوعًا وذلك بغض النظر عن الفلسفة أو السياسة الرياضية التي يعتنقها و يسير عليها هذا المجتمع أو ذلك.

وأصبحت الرياضة بمعنى ما ، سياسة ، وفي كثير من الأحيان لا يمكن فهم أو معالجة أو تقييم حدث رياضي بمعزل عن الإعتبارات السياسية الداخلية أو الخارجية . كما أصبحت الرياضة بمعنى ما أيضًا صناعة بحاجة إلى إستثمار رؤوس أموال كالمنشآت ومعاهد لتدريب و إعداد الكوادر الرياضية .

وعلى الصعيد الإجتماعي فقد أصبحت الرياضة واحدة من المساحات و الفعاليات الفكرية والتعاونية للمجتمع ، وعلى هذه الساحة يظهر و يعمل المزاج الإجتماعي . وكذلك الوعي الإجتماعي وعلى الساحة الإجتماعية ربما تتصارع القوى و الإتجاهات و الأفكار ... وعلى الصعيد الفردي أصبح اللاعب أو الرياضي النجم مشروعًا متكاملًا له جوانبه المادية و النفسية و التربوية و الصحية والإجتماعية و المزاجية و غيرها (2) .

إن ممارسة الألعاب و تقدم الرياضة و ظهور إنجازات على الصعيدين المحلي و الدولي يعبر عن إنتقال المجتمع من البنية التحتية إلى البنية الفوقية التي تعنى بالأساس بالإنسان ، وقد حاول المفكرون إبعاد الرياضة قدر الإمكان عن السياسة ، لأن مفهومها الأساسي وظيفي و إجتماعي يمكن التعامل معه بمعزل عن الإيديولوجيات السياسية القائمة في المجتمع ، فهي تسعى إلى الوفاق بين الشعوب و بث السلم كما أنها لاتثير خلافات بين الإيديولوجيات ، بل تحظى بإجماعها على أهميتها وهذا مادفع اللجنة الأولمبية إلى حق منح تنظيم الدورات الأولمبية للمدن و ليس للدول (3)

- 
- (1) نجيب المستكاوي ، الموسوعة الرياضية ، 1990 ، مركز الاهرام للترجمة و النشر الطبعة الاولى
  - (2) علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم ، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998
  - (3) انطوان نجم ، موسوعة المعارف الكبرى ، مرجع سابق ص 85

## سابعا في الجزائر :

الرياضة في الجزائر بدأت فعليا أثناء الإستعمار الفرنسي. فمورست العديد من الرياضات وانطلقت مسابقات كثيرة. عند الإستقلال، واصلت الجزائر مجهوداتها لتطوير العديد من الرياضات مثل كرة القدم، الكرة الطائرة، كرة اليد، الفنون القتالية (التايكواندو، الجودو، الكاراتي... إلخ)، ألعاب القوى، السباحة، التنس، سباق الدراجات، الملاكمة، الزوارق الشراعية. وجد اللعب في عصر ما قبل التاريخ. في الأوراس، يلعب الناس ألعاباً عديدة مثل (الخردبة). الورق، وكذلك الدامة والشطرنج اللذان يعتبران جزءاً من الثقافة الجزائرية. سباقات الخيل) الفنتازية (والرماية تعتبر جزءاً من الترفيه الثقافي لبعض من الجزائريين.

الرياضة أكثر ممارسة في الجزائر والأكثر شعبية هي كرة القدم. أسس العديد من نوادي كرة القدم في أوائل القرن العشرين. شجعت جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقوة مبادرة إنشاء الكشافة الإسلامية الجزائرية. مورست العديد من النشاطات الرياضية في هذه المنظمة ثم قام الحزب الشعبي الجزائري بمعاينة الكشافيين والنوادي الرياضية. شارك الكثير من الجزائريين في تظاهرات رياضية متنوعة في القرن العشرين) الألعاب الأولمبية، الألعاب الإفريقية، ألعاب البحر الأبيض المتوسط، إلخ.

بنيت العديد من المجمعيات الرياضية في الجزائر. ملعب كرة القدم في الجزائر يكون تحت إدارة ناد كرة القدم الجزائري. ووزارة الشباب والرياضة في الجزائر تسير كل النشاطات المتعلقة بالرياضة. تنظم في الجزائر العديد من الأنشطة الرياضية المتعلقة بمختلف الرياضات. توجد العديد من الإتحاديات الرياضية التي تساعد في تطور الرياضات. وأهمها الإتحادية الجزائرية لكرة القدم (FAF) هذه الأخيرة هي عبارة عن منظمة تجمع نوادي كرة القدم الجزائرية وتنظم المسابقات الوطنية والمباريات الدولية للتشكيلة الجزائرية) منتخب الجزائر لكرة القدم

فأول جزائري حاصل على الميدالية الذهبية هو الوافي بوقرة في 1928 أثناء الألعاب الأولمبية بأستردام في الماراتون. العديد من الرجال والنساء كانوا أبطالاً في ألعاب القوى في التسعينيات مثل حسيبة بولمرقة، نور الدين مورسلي، إلخ. في كرة القدم، نحتت الكثير من الأسماء في تاريخ الرياضة في الجزائر مثل رايح ماجر، لخضر بلومي، إلخ. في الملاكمة، هنالك عدة أسماء مثل محمد بن قاسمية بطل العالم، لوصيف حماني بطل إفريقيا، إلخ.

## المطلب الرابع أنواع الرياضات (1):

تصنف الرياضات إلى صنفين :

أولاً الرياضات الجماعية : حيث تشمل كرة القدم وكرة الطائرة وكرة السلة وكرة اليد وهي الأكثر إنتشاراً في الجزائر ، وفي الوطن العربي ، إضافة إلى رياضات أخرى في العالم كرياضة الهوكي وكرة القدم الأمريكية و الكندية و الأسترالية ، وكرة الشبكة و كرة السرعة .

ثانياً : الألعاب الرقمية وتشمل ألعاب القوى و رفع الأثقال.

ثالثاً الألعاب النزالية أو القتالية : الكاراتي و الجودو والتايكواندو و الملاكمة و المصارعة الرومانية ، و الحرة و المبارزة و الكينغ بوكسينغ و الإيكيدو و السومو و الكينغ فو و فوفيتنام و فيات فوداو .

ثالثاً الرياضات المائية : و تشمل السباحة و التجديف ، كرة الماء ، الغطس ، الإنزلاق على الماء بالإضافة إلى سباقات الزوارق البخارية و الزوارق الشراعية .

رابعاً رياضات المضرب و الكرة : وتشمل التنس ، سكواتش ، الجولف ، تنس الطاولة ، البولو ، البيسبول ، البيلياردو ، و الاكروس و الكريكيت .

خامساً : بقية الرياضات التي لا تندرج تحت قسم من الأقسام السابقة مثل الجمباز ، الفروسية ، الرماية ، القوس و السهم ، الدراجات ، الخماسي الحديث .

---

(1) نجيب المستكاوي ، الموسوعة الرياضية ، 1990 ، مركز الاهرام للترجمة و النشر الطبعة الاولى

## المبحث الثاني : أهمية الرياضة و المعرفة الرياضية

### المطلب الاول : أهمية الرياضة :

كانت الأغراض الرئيسية للتربية البدنية في المجتمع البدائي هي تنمية الكفاية البدنية أولاً ثم تقوية روح العضوية و المشاركة داخل العشيرة ثانياً ، ثم توفير عنصر الترويح ثالثاً . وأن دراسة المجتمع البدائي لتكشف لنا أن هذه الأغراض كانت توجه تصرفات الإنسان (1)

وبعد مرور السنين سريعاً على الإنسان ولما سيطرت الآلة و المخترعات الحديثة على حياته لتدخر الكثير من الجهد البدني و العقلي ، وأصبغت على المجتمعات المتحضرة ، و غير المتحضرة الحياة الهادئة و العيش في أمان وإطمئنان دون جهد و عناء ، فأصبحت حياة الفرد بذلك تواجه أخطاراً حقيقية و لا بد إذا أراد أن يحيا حياة طبيعية و متوازنة أن يعود لمزاولة مجهود بدني يحفظ عليه صحته وهكذا أصبحت الرياضة في وقتنا ضرورة لكل إنسان ، ولكل مرحلة من مراحل عمره من المهد إلى اللحد ، و لافرق بين رجل و امرأة او بين صغير أو كبير ، في مختلف المواقع و الجهات و صارت لازمة لزوم الماء و الهواء و الغذاء و الكساء و من هذا المنطلق نشأت فكرة الرياضة للجميع مما يجعلها تشهد عناية خاصة على مستوى جميع الدول و في جميع القطاعات سواء الحكومية أو الخاصة (2)

ولعل أهمية الرياضة للفرد و المجتمع تبرز من طبيعة الأهداف و الدوافع المراد تحقيقها بانتشارها كل من المعرفة و الممارسة الرياضية باعتبار سعي الكثير من الأفراد و الهيئات لتحقيقها ، ولما كانت الدراسات الرياضية تركز أكثر على النشء و طلبة المدارس و الجامعات ، فإننا نبدأ بالتعرف على أهمية الرياضة لهذا القطاع الهام من الإنسان ، وهو ما يعطي مؤشراً جيداً لبقية الفئات .

وتسعى جهود التربية و التعليم في الجزائر وفي غيرها من دول العالم بالإهتمام بالتربية الرياضية بدءاً من نعومة أظافر التلاميذ . فالتربية الرياضية في المرحلة الابتدائية هي أنسب فترة لتعليم المهارات الحركية المناسبة لإستعدادات الطفل و إمكاناته ،

(1) أحمد رسمي صالح ، التعليم ، أسسه ، مناهجه ، نظرياته ، نقلا عن : علي يحي المنصوري ، مرجع سابق ، ص 228

(2) انطوان نجيم ، موسوعة المعارف الكبرى ، مرجع سابق ص 88

لذا نرى أهدافها في هذه المرحلة تشمل مايلي(1) :

- تنمية و تقوية أجهزة الجسم الحيوية و إكتساب التفوق العضلي
  - إكتساب المهارات الإجتماعية
  - تربية مهارات حركية أولية تجهز الطفل للإشتراك في الألعاب و المنافسات الكبيرة
  - إكتساب العادات الصحية
  - تثقيف الأطفال رياضياً و زيادة معلوماتهم و معارفهم
  - تربية القوام المعتدل و وقاية الجسم من التشوهات و التحكم في وزن الجسم و زيادة مرونته
- و عموماً فإن الأهداف العامة للتربية الرياضية في التعليم الأساسي و المتوسط و الثانوي تدور حول مايلي (2):

- غرس العادات الصحية و القوامية السليمة
  - تنمية الصفات البدنية كالقوة – السرعة – التحمل – المرونة – الرشاقة .
  - تنمية المهارات الحركية الطبيعية كالمشي – الجري – الوثب – التعلق
  - إكتساب التوافق الأولي للمهارات الحركية المكتسبة للأنشطة الرياضية المعروفة
  - إشباع ميول و إحتياجات التلاميذ
  - العمل على إكتساب التلاميذ الروح الرياضية
  - إكتساب المعارف الرياضية و الثقافة الرياضية
  - الإهتمام بالجانب الترويحي للتلاميذ
  - تنمية الجوانب الإجتماعية
- والرياضة وسيلة بناء عقلي و نفسي إلى جانب البناء البدني أو الجسمي .و معظم الأبطال على المستوى الدولي يتقاربون بدرجة كبيرة في المستوى البدني و المهارة و الخطط ، و يبقى هذا العامل النفسي وأهميته في تحقيق الأرقام القياسية (3).

---

(1) ديوبولد ، فان دلين ، المرو متشل، بروس لبينيت، ترجمة : محمد عبد الخالق علام ،محمد محمد فضال، تاريخ التربية البدنية ، مرجع سابق ، ص 409 .

(2) أمين أنور الخولي : أصول التربية البدنية و الرياضية . مرجع سابق . ص164

(3) أحمد رسمي صالح ، التعليم ، أسسه ، مناهجه ، نظرياته ، نقلا عن : علي يحي المنصوري ، مرجع سابق ، ص 230



ويمكن استخدام الرياضة كنوع من العلاج النفسي و البدني أيضًا ، \*\* استخدم فرويد اللعب في علاج طفل صغير يخاف من الخيول \*\* هينز الصغير \*\* واستخدمها في علاج الاطفال المضطربين إنفعاليًا \*\* (1) .

وهناك من يرى في الرياضة إعداداً للطفل للعمل الجدي في الحياة و هناك من يرى أنه إستغلال للمطاقات الزائدة عند الطفل ، وهناك من يرى أن جماعات اللعب هي مجتمع الطفل الصغير (2) وقال جينرال أمريكي أن بذور النصر في الحرب كانت هناك في الملاعب ، و الرياضة هي أعظم هروب من متاعب الحياة اليومية ، تنقلك من حالة من الوعي إلى حالة أخرى ومن تركيز إلى تركيز من نوع آخر (3). و الرياضة هي مدينة العسكريين وعسكرية المدنيين .... تحافظ على الحد الأدنى من الإنضباط في حياة الناس .

ويقول أسامة راتب :أن هناك أسباب عديدة لإشتراك النشء في الرياضة يمكن تصنيفها إلى أسباب شخصية وأخرى موقفية ، وتقسم الشخصية إلى فئتين ، نفسية و بدنية ، ويأتي في مقدمة الأسباب النفسية كدوافع لإشتراك النشء في الرياضة ، الشعور بالمتعة ، وتكوين الأصدقاء ، خبرة التحدي ،الإثارة ، تحقيق النجاح و الفوز ، إرضاء الآباء و الأصدقاء....

والأسباب البدنية يأتي في مقدمتها :تحسين المهارات الحركية ،تطوير اللياقة البدنية ،تعلم مهارات جديدة ، أما الأسباب الموقفية التي تحمل دوافع إشتراك النشء في الرياضة، فقد أمكن إجمالها في مايلي : مقدار المشاركة في اللعب ، أسلوب قيادة المدرب ،المساندة الإجتماعية من طرف الآباء والاصدقاء ،روح الفريق ،الإستمتاع بإستخدام الإمكانيات و الأدوات ،الجوائز و المحفزات وميداليات الفوز (4).

---

(1) علاء الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998

(2) ملفين ل. ديفليير ، ساندربول روكيتش ، مرجع سابق ، ص 335

(3) أمين أنور الخولي : أصول التربية البدنية و الرياضة . مرجع سابق . ص 164

(4) أسامة راتب ، علم نفس الرياضة ، ( القاهرة : دار الفكر العربي ، 1994 م ) ص 106 ، 107

وتؤثر الرياضة و الأنشطة البدنية بشكل عام في نظام الإقتصاد بدرجات متفاوتة ، وهناك قيم كثيرة يمكن للرياضة و النشاط البدني أن تقدمها للإقتصاد مثل تقرير العمل اليدوي وتشكيل إتجاهات إيجابية نحوه ، فعناصر الإنتاج بإعتبارها أول مقومات الإقتصاد تقتضي توافر الأيدي العاملة المدربة التي تقدر دورها في دفع عجلة الإنتاج القومي ولا تتأفف من العمل اليدوي ، بل تحترمه فمن غير المعقول أن يصبح شباب المجتمع كله من أصحاب اللياقات البيضاء الذين يسعون نحو الوظائف المكتبية ولقد أدركت المؤسسات الإنتاجية هذه الحقائق في العصر الحديث ، فعمدت مؤسسات وشركات مثل IBM للحسابات الآلية و AXON للبتترول وغيرها إلى تقديم برامج متطورة للياقة البدنية للعاملين فيها ، كما اعتبر الباحث الإقتصادي هورفريت Horvart أن المعرفة و المهارة من أهم العوامل الحاسمة في تقرير معدل النمو الإقتصادي (1).

وتعتبر التربية للتفاهم الدولي من أهم المستلزمات الملحة التي تتطلبها المدنية الحديثة ، فهناك حاجة إلى قوى خلقية ومفكرة كي يتحقق وجود التعاون الإجتماعي ، و بذلك ، جذور الصداقة و الوحدة العميقة و القوية ، ورجال التربية البدنية كانوا في الطليعة بين أولئك الذين عملوا على التفاهم بين شعوب العالم ، فالدورات العالمية ، كانت بمثابة وسائل ناجحة لبث روح الإخاء بين الشعوب ، وكذلك أسهم عدد كبير من المؤسسات لتنشيط الإهتمام الدولي و الفكري الفعال بشؤون الصحة و التربية البدنية في أنحاء العالم (2).

---

(1) أمين أنور الخولي ، الرياضة و المجتمع ، (الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003م) ص 136 إلى ص 139 .  
(2) ديوبولدب ، فان دلين ، المرو متشل ، بروس لبنييت ، ترجمة : محمد عبد الخالق علام ، محمد محمد فضال ، تاريخ التربية البدنية ، مرجع سابق ، ص

## المطلب الثاني : العلاقة بين المعرفة و الرياضة

يتبين لنا من هذه الأهمية للرياضة على مختلف المستويات، أهمية المعرفة الرياضية أيضًا ، باعتبارها تعمل على تعميق الرياضى لدى الأفراد و المجتمعات بما يعود بالنفع على حياة الإنسان و وجوده على سطح الأرض، بل وأيضًا في آخره .

**وفي المجال الرياضي توجد عدة صلات بين المعرفة (الثقافة) و الرياضة كما يلي :**

- 1 – أول درس تثقيفي (معرفي) تعلمه الإنسان في الحياة كان على هيئة نشاط بدني، فقد بدأ الإنسان يعلم أولاده الصيد و القنص و السباحة و تسلق الأشجار و غير ذلك من ألوان الرياضة و قبل أن يدرك طريقة للقراءة و الكتابة و يعي سبيله للفن و الأدب ، و كذلك الطفل .
- 2 – الحضارة هي مرحلة متطورة من مراحل الثقافة، و الإختلاف القائم بين الحضارة و الثقافة هو إختلاف في الدرجة وليس في الأصل ، و قد ثبت بأنه ما من حضارة قامت إلا و كانت الرياضة سمة بارزة من سماتها ، و كلها وبدون إستثناء قد اتخذت من الرياضة وسيلة من الوسائل الأخرى للتشييد و البناء ، فالرياضة إذن هي مظهر حضاري يؤثر في الحضارة و الثقافة و يتأثر بهما .
- 3 – أنه طالما نشأت فلسفات و تأسست قيم و معتقدات و قامت مبادئ و إديولوجيات خلال الرحلة الإنسانية الطويلة على ظاهرة الرياضة، و على تنشئة الفرد و تكوينه عن طريق صحة جسمه و سلامة بدنه .

- 4 – إن كثيرًا من عناصر الثقافة المعاصرة قد بدأت تحل مركباتها المعقدة ، و تعود أدرجها إلى الطبيعة و البساطة في كل شيء خاصة في مجالات الفنون ، و في حقل التربية و التعليم حيث ظهرت كثير من النظريات التربوية التي تأسست على ميول الفرد الفطرية مثل النشاط و اللعب و تتخذ من التربية الرياضية وسيلة رئيسية لتهديب التراث الثقافي للإنسانية و نقله من جيل إلى جيل (1) .

وبعد هذا الطرح نرى أنه قد يكون من المناسب أن نتعرف الآن على **المعرفة الرياضية** : وهي مجموع كل المعلومات الرياضية لدي الفرد و تشمل القيم و المعتقدات و المواقف و الآراء التي تخص المجال الرياضي، وكذلك السلوك الرياضي ، فهي بذلك أشمل من الموقف أو الإتجاه (2).

---

(1) أحمد رسمي صالح ، التعليم ، أسسه ، مناهجه ، نظرياته ، نقلًا عن : على يحي المنصوري ، مرجع سابق، ص 228 .

(2) خير الدين عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، الإعلام الرياضي ، (القاهرة: مركز الكتاب للنشر ، 1967م) ص 45 .

و المعرفة الرياضية: هي المجال الذي يتضمن المفاهيم و المبادئ التي تشكل الموضوعات ذات الطبيعة المعرفية العقلية المرتبطة بالنشاط الرياضي و تحكم أداءه بشكل عام (1) ، و يهتم الهدف المعرفي بتنمية المعلومات و المهارات المعرفية كالفهم، و التطبيق و التحليل و التركيب و التقدير لجوانب معرفية في جوهرها ، رغم انتسابها للتربية البدنية مثل : تاريخ الرياضة و سيرة الأبطال ، و المصطلحات و التغييرات الرياضية، مواصفات الأدوات و الأجهزة و التسهيلات، قواعد اللعب و لوائح المنافسات ، طرق الأداء الفني للمهارات و أساليبها ، الخطط و إستراتيجيات المنافسة، إعتبرات الأمان و السلام ، الصحة الرياضية و الوقاية ، اللياقة البدنية الخاصة ، أنماط التغذية و ضبط الوزن .

فالمعرفة أو الثقافة الرياضية هي نمط من أنماط الثقافة العامة و جزء مكمل لها، فهي كالثقافة : مادية و معنوية حيث تتصف بالحركة و الديناميكية و عضوية لأن الإنسان بنشاطه و إدراكه هو الذي يبيلو مفاهيم الثقافة ، و هي إجتماعية و مكتسبة (2)

### المطلب الثالث : أهمية المعرفة الرياضية

هناك مبدأ عظيم أمكن إرساؤه في الأزمنة الأولى ، و هو أن المعرفة تشكل التصرف و بمعنى آخر فإن أحد أهم نتائج المعرفة هو الخيار بين عدة بدائل للسلوك ، و من خلال بحث كيف تشكل المعرفة السلوك ، بدأ إهتمام الفلاسفة ، بطبيعة الحياة الفاضلة و العدل في علاقات الناس (3) . و المعرفة المرتبطة بالأنشطة الرياضية في مجملها ، كفيلة بمعاونة الفرد على عقلنة ممارسته للرياضة و النشاط البدني ، و إضفاء المعنى عليها بحيث يجب أن تستشير هذه الأنشطة التفكير و تعمل على توظيف المعرفة الحركية البدنية في حل مشكلات الإنسان نحو المزيد من تكيف الفرد مع بيئته و مجتمعه (4) .

و على الرغم من أن الطبيعة الحركية البدنية تغطي بشكل عام على برامج التربية البدنية و الرياضية إلا أن بيئة المعرفة الخاصة بها ، و التي تستقي مبادئها و مفاهيمها من مختلف العلوم و الإنسانيات و غيرها ، غير قادرة على تثقيف الفرد و العمل على تنمية الجوانب المعرفية و الفكرية في شخصيته و أن عقلنة الأنشطة و ربطها بالتفكير و المعرفة،

- 
- (1) أمين أنور الخولي ، أصول التربية البدنية و الرياضية ، مرجع سابق ، ص 109 .
  - (2) على يحي المنصوري ، الإتجاهات المعاصرة للثقافة ، مرجع سابق ، ص 59 .
  - (3) ملفين ل .ديفلير ، ساتدر ابول روكيتش ، مرجع سابق ، ص 335 .
  - (4) أمين أنور الخولي ، أصول التربية البدنية و الرياضية ، مرجع سابق . ص 164 .

سيثري هذه الأنشطة ولاشك ، فكلما زادت جرعة التفكير في الأنشطة البدنية أصبحت تربوية من منظور التكامل والشمول التربوي (1) .

ويمثل المجال المعرفي للتربية البدنية و الرياضية إحدى الدعائم المهمة لتنقية البرامج والأنشطة ، كما أنها تعبر عن وجه حضاري و ثقافي مميز، و لأن على الإنسان أن يعرف قبل أن يمارس فإن دور المعرفة الرياضية لا يمكن إعتباره دوراً هامشياً، و خاصة في أوساط الشباب باعتباره مطلباً مهماً (2) .

ويدعو نيكسون، جويت JEWETT , NIXON إلى أهمية تعهد الشباب في الجامعات من منظور التنقيف و المعرفة الحركية و الرياضية مشيراً إلى أهمية وسائل الإعلام في سبيل تنمية المعارف و الإتجاهات الرياضية (3) .

كما أسست الرابطة الأمريكية للصحة و التربية البدنية و الترويح و الرقص مشروعاً للمعلومات العامة في مجال التربية البدنية P.E.P.I بهدف تسهيل تدفق المعرفة و المعلومات و سهولة الحصول عليها ، و الذي يعتمد على وسائل الإتصال الجماهيري، و يهدف إلى التوعية بأهمية التربية البدنية في المجتمع من منظور العلاقات العامة.

و يوجه فنذرزواج Vanderzwaag أنظارنا إلى قيمة مهمة ، وهي من إنتاج المجال المعرفي للرياضة ، و تأثيره على شخصية الفرد ، و هي البصيرة الثاقبة ، فهو يعتقد أن المشاركة المكثفة في النشاط الرياضي من شأنها أن تكسب الفرد نفاذ البصيرة ، حيث يدرك أن لكل نشاط رياضي طابعاً للتعليمات و الإجراءات ، خاصاً به ، وقد يمر وقت طويل قبل أن يدرك ذلك ، لكن بالتدرج تنمو هذه البصيرة بشكل تراكمي من خلال التعرض المستمر للرياضة (4) .

---

(1) المرجع السابق نفسه .

(2) Nixon j.and jewett. A, An Introduction to Physical Education (w.sounders,Philadelphia,1980).p.9 .

(3) Daughtery,G , and levis,c,Effective teaching Strategies in secondary physical Education, (w .B .sounders, Philadelphia , 1979 ) p. 3.

(4) . أمين أنور الخولي : أصول التربية البدنية و الرياضة . مرجع سابق . ص 164 .

## الخلاصة :

يتبين لنا أن الرياضة باتت تسيطر على وسائل الإعلام العالمية من صحف يومية والقنوات تلفزيونية و الإذاعية ، تمامًا مثل الأحداث السياسية وأخبار المجتمع .  
و أصبحت مختلف وسائل الإعلام تبني سياستها على الإهتمام بالمضمون الرياضي لكسب الجمهور ونسبة مشاهدة عالية .  
وقد تعرفنا على أهمية الرياضة في عصرنا و تطورها المستمر يوما بعد يوم ، باختلاف مدارسها وانواعها و اشكالها ،  
أما عن دور الاعلام الرياضي ، فهذا الاخير يسعى الى تنمية الوعي و المعرفة الرياضية و تنمية الثقافة الرياضية التي يكتسبها الفرد من خلال تعرضه للبرامج و القنوات الرياضية ، كما يساهم الاعلام الرياضي في تشكيل اتجاهات و سلوكيات الفرد السليمة والتي

# الفصل الرابع

الفصل الرابع :البرامج الرياضية في التلفزيون و دورها في المعرفة الرياضية  
مقدمة

المبحث الأول :ماهية الإعلام الرياضي

المطلب الأول :تعريف الإعلام و خصائص الاعلام الرياضي

الفرع الاول :تعريف وسائل الإعلام

الفرع الثاني تعريف الإعلام الرياضي

المطلب الثاني :عناصر الإعلام الرياضي

المطلب الثالث:أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

الفرع الاول : أهمية الاعلام الرياضي

الفرع الثاني : أهداف الاعلام الرياضي

المطلب الرابع :خصائص الإعلام الرياضي

المطلب الخامس الإعلام الرياضي المرئي في الجزائر

المبحث الثاني: دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية

المطلب الأول :أبرز القنوات الرياضية العربية

المطلب الثاني :أبرز القنوات الرياضية العالمية

المطلب الثالث :دور التلفزيون في البناء الثقافي و المعرفي الرياضي

المطلب الرابع : العوامل المؤثرة في تكوين الوعي و المعرفة الثقافية

المطلب الرابع : دور البرامج الرياضية في تنمية المعرفة الرياضية

خلاصة

## مقدمة

تزايدت في السنوات الأخيرة الجهود و الدراسات التي أجريت في مجال الإعلام على مختلف المستويات الوطنية و الإقليمية و الدولية ، و تمخضت هذه الجهود عن تأكيد الإعراف بالدور الهائل و المتزايد و السريع المتطور للإعلام و الإتصال بالجمهور باعتباره عنصراً أساسياً من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع و بنيته الإجتماعية و الثقافية و التربوية و المعرفية و السياسية ، كما تمخضت في نفس الوقت عن كشف الإستخدامات الحيوية للإعلام في مجالات التنمية المختلفة و إرتياده أفقاً واسعة و تطبيقه للتقنيات و المستحدثات التكنولوجية و إستيعابه لها (1).

و تعتبر وسائل الإعلام بصفة عامة من أبرز عوامل النمو الإجتماعي للرياضة التي يمكن تلخيصها فيما يلي(2) :

- 1 - تزايد عدد المشاركين في الرياضة .
  - 2 - تزايد الإهتمام بتحطيم الأرقام القياسية
  - 3 - تزايد عدد المشاهدين للمسابقات الرياضية .
  - 4 - تزايد إهتمام الأنظمة السياسية بالإنجازات الرياضية .
  - 5 - تأثيرات وسائل الإعلام في نشر الرياضة .
  - 6 - تزايد وقت الفراغ.
  - 7 - تزايد الإهتمام بالصحة العامة و اللياقة .
  - 8 - تزايد فعالية التربية البدنية المدرسية .
  - 9 - دخول المصالح و الأعمال التجارية في مجال الاستماع الرياضي .
- عموماً فإن وسائل الإعلام دائماً ما ترتب في موقع بارز تماماً ، ضمن وسائل و أدوات التنشئة السياسية و المعرفية و الإجتماعية و الرياضية و غيرها ، وخاصة التلفزيون ، لما يتمتع به من صفات تؤهله للقيام بأدوار إعلامية بارزة في النسيج الثقافي و المعرفي للمجتمع .

---

(1) سمير محمد حسين ، الإعلام و الإتصال بالجمهور و الرأي العام ، ( القاهرة : عالم الكتب ، الطبعة الأولى ، 1984 م ) ص 5 .

(2) أمين أنور الخولي ، الرياضة و المجتمع ، مرجع سابق ، ص 38 .



وعندما نتحدث عن التلفزيون و هو ألقى وسائل الإعلام بالراديو ،حتى إن الحديث عن أحدهما يكاد يعني الحديث عن كليهما معاً ،فإننا نلاحظ أنه يجمع بين الوسيلة السمعية والوسيلة البصرية في وقت واحد (1) ، و لقد تقبل الجمهور التلفزيون كوسيلة إتصال منذ السنة الأولى لبدء تشغيله بشكل هام في عام 1948م ، و مع مرور الوقت أضحى سيد وسائل الإتصال الجماهيري كالصحافة و الإذاعة والسينما و المسرح ، و من ثم فإن قوته التأثيرية تفوق هذه الوسائل ،فالتلفزيون يقع بين الإتصال المباشر و الراديو ، و يمكن القول : إن الحضور الفاعل و القوة التأثيرية للتلفزيون تتأتى من الأمور التالية (2) :

- 1 - أنه يستدعي تركيزاً ذهنياً من المشاهد .
  - 2 - لأنه و بعد تقنياته يخلق لدى المشاهد جواً سحرياً و تأثيرياً نتيجة : الألوان - تسارع المشاهد سرعة النقل بين القنوات بالريموت كنترول و اللقطات المقربة .
  - 3 - أكثر واقعية في نقل الصورة من السينما التي تلجأ للحيل و فن الإضاءة .
- ويتمتع التلفزيون بعدد من المميزات الأخرى ، نذكر منها (3) :
- 1 - الفورية في إذاعة الأحداث و الأخبار، و يشترك مع الراديو في هذه الخاصية ،لكن يتفوق الراديو نسبياً لأنه لا يحتاج إلى كاميرا و تجهيزات معقدة .
  - 2 - يتوجه إلى حواس عديدة لدى المشاهد ، و بالتالي تكون رسالته أكثر تأثيراً و إقناعاً .
  - 3 - يتخطى الحدود الطبيعية و الجغرافية ، خاصةً مع إستخدام الأقمار الصناعية .
  - 4 - يُكون علاقة حميمة مع أهل المنزل .
- كما أن النجاح المبكر للإذاعة الرياضية بالراديو قد عظم الإعتقاد أن التلفزيون هو وسيلة إتصالية تفوق قدرات الراديو في هذا المجال ، و من ثم بدأت محطات تلفزيونية في كل من بريطانيا و الولايات المتحدة تطور من برامجها الرياضية في منتصف الثلاثينيات ، و قامت شبكة B.B.C بتغطية بعض المباريات لأول مرة في عام 1939 م (4) .
- لقد أصبح التلفزيون يدار كوسيلة قوية لنشر الثقافة الرياضية، و كذلك أصبحت وسائل الإعلام تجذب عدداً كبيراً من المتعرضين للبرامج الرياضية (5) .

---

(1) محمد سيد محمد ، مرجع سابق ، ص 53 .

(2) هاني الرضا ، رازم محمد عمار ، الرأي العام و الإعلام و الدعاية ، ( القاهرة : المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، 1998 م ) ص 167 - 168 .

(3) محمد عبد الرؤوف كامل ، نجيب الحصادي ، مرجع سابق ، ص 210 - 213 .

(4) John Goldust, playing For kids :sport, The Media And Society .(Melbourne Australia , 1987), p.p.p.15, 129,171 .

(5) O p . cit .

## المبحث الأول : ماهية الإعلام الرياضي

### المطلب الأول : تعريف الإعلام، و خصائص الإعلام الرياضي

#### الفرع الاول : تعريف الاعلام ووسائل الاعلام

- تعريف الاعلام : الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعاني والدلالات الآتية:

-الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وإنتقائها، وأحياناً يطلق عليه الإستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها.

-الإعلام بمعنى الدعاية، وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ " Propaganda " أي النشاط الهادف إلى نشر الدعوة والتبشير بها ، وكسب المؤمنين للإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبوية أو العمل السياسي الخارجي. أما الإعلام إصطلاحاً فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها:

- تعريف زيدان عبد الباقي ( 1972 ) بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات

الصحيحة أو الحقائق الواضحة."

وعرفه عبد اللطيف حمزة 1972 بانه " : تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات- السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وإتجاهها تهم وميولهم

- وعرفه إبراهيم إمام (1977) بأنه " : عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور، بقصد نشر الثقافة بين أفرادهم وتنميتهم."

- وعرفته جيهان رشتي (1978) : بأنه الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات، وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت، وهو ليس تعبيراً من جانب الإعلام، سواء أكان صحفي أو إذاعي أو مشتغلاً بالسينما أو التلفزيون. وعرفه حامد زهران (1984) بأنه " : عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة وأنواع محدّدة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام (1).

---

(1)خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 1998 ، ص -ص 20 : 21و

ويفهم من هذه التعريفات أن الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة، والتي منها الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح وغيرها...

### • تعريف وسائل الإعلام (1)

هي عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للإتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر، ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع. فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم، وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بإمكانات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء.

إذ كانت كلمة الإعلام مشتقة من " أعلمه بالشيء " فهي تعني تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتان بقدر ما يكون الإعلام سليماً قوياً.

وسواء كانت الوسائل الإعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية، فإن الغاية الإعلامية تتمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مساهمته لروح العصر والفاعلية الموضوعية والأبعاد التثقيفية والشكل الفني الجميل والملائم فيه. ويتم نقد الجهاز الإعلامي وتقويمه عموماً إيجاباً وسلباً في الأساس على ضوء هذا المفهوم.

و عرف صالح دياب ( 1994 ) وسائل الإعلام بأنها " : مجموعة المواد الأدبية للإتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات الرسمية وغير الرسمية (2)

---

(1) خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 21 :  
(2) محمد الدسوقي عبد العليم، الإعلام الرياضي: مفهومه، أهميته، خصائصه، إيجابياته وسلبياته، ورقة دراسية، كلية التربية الرياضية، جامعة المنيا، مصر، 2010، ص 03: 33

## الفرع الثاني: تعريف الإعلام الرياضي

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة وتنمية وتوعيه بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد الرياضيين (1)

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)

### المطلب الثاني: عناصر الإعلام الرياضي (3):

1 المرسل .

1- المستقبل.

2- الوسيلة أو الأداة

3- الرسالة المضمون

-**المرسل:** هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة، سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرّب...

-**المستقبل:** هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردًا أو جماعة.

-**الأداة أو الوسيلة:** هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية، سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون...

- **الرسالة أو المضمون:** هو ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى

المستقبل. ويعتمد الإعلام الرياضي في بلأوهغ دافع على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى إعماده على الحقائق والأرقام سايرته لروح العصر، والشكل الفني الملائم ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم.

ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويمه إيجابًا أو سلبيًا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إن

تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر، وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها، وحول عناصر

سيكولوجية الإعلام الرياضي هذه بنيت نظرية الإتصال وتفسيرها

---

(1)خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 22 :

(2) موقع الكتروني 03/02/2012, 83642, http://forum.moe.gov.om/~moeoman/vb/showthread.php?t=83642 -

(3)خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، الصفحة نفسها

## المطلب الثالث: أهمية وأهداف الإعلام الرياضي

### الفرع الأول: أهمية الإعلام الرياضي

يعتبر الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومراكز الشباب، بل والتعليمية بمراحلها المختلفة، وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنتشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة(1)

وتظهر بجلاء بعد إنتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين وللإعلام الرياضي دور متشعبٌ ولذلك أخذت الحكومات على إختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعية وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياة العامة و الخاصة للجمهور، وإستخدامها أيضاً للوصول إلى أهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والذي يعكس رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات. ومن هنا تتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا، بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وعدم قدرة الفرد في ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمراً صعباً فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات\*الإنترنت\*،

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على إستيعاب كل ما هو جديد في الرياضة والتجاوب معه (2)، والإنسان في نظر رجال الإعلام نفس إعلامية تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر مما تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضاً في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريدونها الموجه فإن وضعت في الخير كانت وسيلة لا تضاهي في البناء، وإن وضعت في غير ذلك كانت شراً مستطيراً.

وفي حقبة العولمة وعصر الإنفتاح زادت أهمية وسائل الإعلام وأصبحت شريكاً فعالاً في التنمية الوطنية الشاملة. والإعلام الرياضي لا شك أنه جزء لا يتجزأ من هذه المنظومة الإعلامية بأهدافها وتوجهاتها، بدور بارز و مؤثر في تشكيل الرأي العام الرياضي المستنير وصياغة توجهاته والتأثير الإيجابي على وعي وثقافة الجماهير المختلفة (3).

(1) خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص22 :

(2) خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص2 :

(3) -المرجع السابق، الصفحة نفسها. ص2 :

ومن خلال هذا العرض الموجز يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية إذاعية وتلفزيونية، يؤثر تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي والقيمي لأفراد الرياضية .

## الفرع الثاني: أهداف الإعلام الرياضي (1)

تتركز أهداف الإعلام الرياضي و الثقافي للإعلام بصفة عامة إلا أن شيوع الإهتمام بمجالات الرياضة من الجماهير الواسعة دفع هذه الأهداف إلى خدمة جوانب أخرى لا تقل أهمية عن الجانبين الترفيهي والثقافي .ومن بين هذه الجوانب التي عمل الإعلام الرياضي على تحقيق أهدافها الجوانب الأخلاقية والسياسية والإقتصادية. وعلى ذلك يمكننا طرح أهداف الإعلام الرياضي في النقاط التالية:

- الترويج عن الجمهور وتسليته بما يفيد وينفع، حيث أنه ليس كل ما قدّم من نشاط رياضي عبر برامج الإعلام الرياضي مفيد.
- إحداث التقارب بين الشعوب، وتحقيق الانسجام الوجداني فيما بينها، فعلى الرغم من أن الاختلاف في اللون والجنس واللغة والثقافة وغيرها، فقد ساعدت الرياضة على تحقيق التفاعل والتقارب والسلام بين الشعوب، وعلى ذلك لعب الإعلام الدور الأكبر في شيوع الإهتمام بالرياضة الدولية وأنشطتها المختلفة - ترسيخ القيم والأخلاق الرياضية والعمل على تنمية روح الفريق ومحاربة التعصب.
- نشر الوعي الثقافي بالألعاب الرياضية.
- ترغيب الرياضة إلى النفوس وشرح وتوضيح فوائدها للإنسان
- تحقيق عائدات إقتصادية ومالية لدعم الجوانب الأخرى في الإعلام.

---

(1) خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 24 :

كما يضطلع الإعلام الرياضي بمهام كثيرة ومتعددة أبرزها:

- نشر الأخبار الرياضية لمختلف الألعاب والفرق والمهرجانات والتمارين والمنافسات

الرياضية.

- تعريف الجمهور بأنواع الألعاب الرياضية وطرق مزاولتها ونجومها، وإبراز النشاطات الرياضية كأداة لتهديب النفس، وبناء الجسم.
- إبتعاد عن التعصب للأفكار الهدامة التي لا تمت للرياضة بصلة... والعمل المستمر من أجل تعميق الأفكار الرياضية السليمة كالمنافسة الشريفة والروح الرياضية وروح الفريق وخاصة في الألعاب الرياضية الجماعية .
- إبراز الإيجابيات والسلبيات التي تظهر في المناسبات والمباريات الرياضية وملابسها والحكم عليها بصدق وأمانة وموضوعية، وأن تكون الأحكام مدعومة بالحقائق والأوضاع الثابتة.

وهناك من يضيف أهدافاً أخرى تتمثل في (1):

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم والمبادئ والإتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطائه فرصة لإتخاذ ما يراه من قرارات إتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات. وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي
- الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية

---

(1) موقع الكتروني <http://forum.moe.gov.om/~moeoman/vb/showthread.php?t=83642>, 03/02/2012

## المطلب الرابع: خصائص الإعلام الرياضي (1)

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلي:

- 1- الإعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الإختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلاً برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا...
  - 2- الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
  - 3 - الإعلام الرياضي في سعيه لإجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة إفتراضية يجتمع حولها أكبر عدد من الناس بإستثناء ما يوجه إلى قطاعات محدّدة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.
  - 4-الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة إجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع
- وهناك من أضاف خصائص أخرى نجلها فيما يلي :

- 1- التعبئة الجماهيرية وتنمية الحس الوطني والاعتزاز بالانتماء.
- 2- تبسيط المفاهيم ونشر القيم الرياضية السامية ومكافحة الظواهر السلبية.
- 3- نشر الوعي بين الناس للعناية بالصحة، وذلك بإبراز فوائد ممارسة النشاط الرياضي بشتى أنواعه ومكافحة قلة الحركة.
- 4 - الإسهام في تطوير المهارات الحركية عن طريق نشر الأشرطة الوثائقية والحصص الرياضية للجميع، والتي يمكن للفرد أن يمارسها داخل بيته.
- 5 - المساعدة على تقويم أو تعديل السلوك وضبط الإنفعالات ونبذ العنف والتعصب.
- 6- الترويح عن الجماهير وتسليتهم بالطرق التي تخفف عنهم أعباء الحياة اليومية.

---

(1)خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 25 .



## المبحث الثاني: دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية

### المطلب الاول : الإعلام الرياضي الجزائري

يعود تاريخ الإعلام الرياضي الجزائري إلى أكثر من أربعين سنة، ومع بداية المنافسات الرياضية، حيث ساهمت المواعيد والمحافل الرياضية الكبرى في تكوين جماهير رياضية واسعة، مشجعة ومرتبطة بالرياضة ارتباطاً قوياً، كانت لكرة القدم فيها حصّة الأسد للمكانة المرموقة التي أحرزها فريق جبهة التحرير الوطني "من خلال الخدمات الجليلة التي قدّمها للثورة الجزائرية خلال كل مشاركاته (62 مشاركة) (1)

#### • البرامج الرياضية في القنوات الجزائرية

إسترجعت الجزائر سيادتها على المؤسسة الوطنية للإذاعة و التلفزيون في 1962/10/28 ركزت جهودها على نقل أخبار الرياضة و مجرياتها للجزائريين، بالأخص تلك التي تعلقت بالفريق الوطني لكرة القدم فكان أن خصّصت نسبة معتبرة من الحصص الرياضية في جميع الرياضات " لمسة رياضية"، "نتائج رياضية"، "ساعة رياضة"، "دوري المحترفين"، "من الملاعب "أرقام و تعاليق"، "مباشرة من الملاعب"، والحصّة الأسبوعية الشهيرة "ملاعب العالم" للصّحفي المعروف حفيظ دراجي LeWeek ( Canal Sport, Match A L affiche End, "ضمن شبكة برامج القناة الرياضية و الأمازيغية، و ) Studio Sport "Canal Sport... الجزائرية الثالثة"، و لعل أشهر هذه البرامج "من " ، CANAL ( Algérie الفضائيتين الملاعب "الذي عكف منذ أكثر من عشر سنوات على النقل المباشر للمنافسات والمقابلات الرياضية، بالأخص تلك التي تهتم كرة القدم بإعتبارها الأكثر شعبية في الجزائر، وأيضاً الوسيلة الأكثر نجاحاً في السماح بمرور الرسائل الإعلامية (2)

مثلما اهتمت الإذاعة الوطنية الرئيسية الأربعة ( الأولى، الثانية، الثالثة الناطقة بالفرنسية الإذاعة الدولية ) وبإذاعاتها المحلية الـ 45 (حاليا 47 إذاعة محلية ) بمجال الرياضة، وخصّصت لها قسماً كبيراً من برامجها، فبالإضافة إلى التقارير والأخبار الرياضية التي تبثها ضمن نشرات الأخبار الرئيسية والنشرات الرياضية، خصّصت القناة الأولى عشر حصص في الأسبوع (الصباح الرياضي، بكل ود، ملفات رياضية، الأسبوع الرياضي، أستوديو الكرة، رياضة وموسيقى، نتائج وإنطباعات، الأحد الرياضي، مباشرة من الملاعب، الأسبوع الرياضي) ، والقناة الثانية الناطقة باللغة الأمازيغية حصتين (أنار) ، أما القناة الثالثة الناطقة باللغة الفرنسية،

(1) - أبو طالب شتوب، ثورة الصحف الرياضية الجزائرية، جريدة الشرق الأوسط، "العدد: الأحد 2006/12/31 العدد 10260، ص 13 .

(2) رضوان جدي المرجع السابق ، ص 96 .

فقد خصصت سبع ساعات حصص وبرامج رياضية بالإضافة إلى التقارير اليومية التي تبث عبر نشراتها الإخبارية (1)

### • قناة الشروق :

أما على قناة الشروق والتي دخلت في معترك مع قناة النهار في بث الأخبار الرياضية بشكل مكثف وحتى البرامج الرياضية بشكل مميز جدًا كما أنها فتحت مجال النقاش الحاد في برامجها بالأخص برنامجها استوديو الكان أين اشتهرت القناة في نقاش حاد بين المعلق حفيظ دراجي و المدرب رابح سعدان.

### • الجزائرية TV

الجزائرية والتي تعاني على حسب آخر الأخبار من نقص في التمويل يبقى البرنامج الرياضي الذي أحدث ضجات من قبل في إستضافته لعدد كبير من الشخصيات الرياضية وكذا الربورتاجات المميزة في طريقة التقديم وهي حصة الجزائرية FOOT .

### • قناة الهقار

إعتمدت هذه القناة على التقارير الرياضية التي تبثها ومن خلال أول برنامج رياضي بمناسبة الألعاب الأولمبية لندن 2012 و الذي انقطع لفترة ثم عاد من جديد بمناسبة كأس أمم إفريقيا .

### • نوميديا نيوز

تعتمد هذه على الأخبار الرياضية فقط وتضم أخبارها الرياضية أخبار عالمية وعربية وليست محلية.

### • قناة النهار :

تعتمد على الأخبار الرياضية المحلية و الدولية بالإضافة إلى بورترية عن الشخصيات الرياضية و البرنامج الحوارية ستاد النهار ، وقد تأكد أن الحضور الجماهيري لمختلف اللقاءات والمنافسات الرياضية سواء في الملاعب أو من خلال التلفاز أو حتى من خلال وسائل الإعلام الأخرى من صحف وإذاعة وغيرها، قد ساهم بقوة في نشر الوعي والثقافة لدى الجماهير الرياضية، وعمل على ترسيخ روح حب الوطن والتشبث برموز وبمقومات الوحدة الوطنية، بل وكان مناسبا لتجسيد وتدعيم خطط التنمية الإجتماعية المستدامة، الأمر الذي خلق أجواء رياضية في الذّ هنية الجزائرية، وأدى إلى بروز العديد من المواهب الرياضية التي كان لها أثر كبير في خلق أجواء رياضية مجتمعية،

---

(1) أبو طالب شوب ، مرجع السابق ، الصفحة نفسها .

أمثال العدائين العالميين " نور الدين مرسلي " و "حسيبة بولمرقة" ، والبطلة العالمية في رياضة الجيدو " سليمة سواكري" ، وبطل العالم في الملاكمة " محمد بن قاسمية" ، وإلى غير ذلك من المواهب والأسماء الرياضية التي شرفت الألوان الوطنية، إلى تألق عدد لا يستهان به من الوجوه التلفزيونية والأصوات الإذاعية والأفلام الذّ هبية، التي باتت تستقطب إهتمام الجمهور الرياضي بما تقدّمه من مواد رياضية مسموعة أو مرئية أو مكتوبة جعلت منهم نجومًا وطنياً وأيضاً دولية، أمثال المعلق الرياضي حفيظ درّ آجي.

## المطلب الثاني: أبرز القنوات العربية الرياضية :

### 1. قناتي النيل للرياضة ، والسبور الرياضية :

قناة النيل للرياضة هي إحدى قنوات قطاع النيل للقنوات المتخصصة ، التي أنشئت إبان إطلاق القمر الصناعي المصري " نيل سات 101 " في فجر الثامن و العشرين من أبريل عام 1998 م ، حيث بدأ البث التجريبي لهذه القنوات في عيد الإعلاميين يوم 31 /5/1998م ، و يتم مشاهدتها عبر أجهزة فك الشفرة الخاصة بإستقبال القمر الصناعي "الديكودر" ، و تشاهد بعض برامجها على موجة محلية ضعيفة الموجهة 37 U.H.F 91، و على القناة الثانية الأرضية (1).

بدأت قناة النيل للرياضة، بعد أيام من بثها بنقل مباريات كأس العالم لكرة القدم ، فرنسا 1998 م على الهواء ، ثم بدأت بعد ذلك في إذاعة مختلف المباريات المحلية و الإقليمية و الدولية الهامة على الهواء أيضاً ، و تهتم بتقديم برامج التوثيق الرياضي في مصر و العالم العربي ، مثل حلقات تحمل عنوان : قصة نادي ، حياة نجم ، مشوار نجم ، فراعنة الذهب ، و تقدم الأفلام التسجيلية الرياضية ، و برامج عن التدريب و التعليم ، و تنمية الوعي الرياضي مثل : أصل اللعبة ، قواعد اللعبة ، الكاميرا هناك ، إستاد النيل ، و دوري خارج الأضواء ، من الموسوعة الرياضية ، كبسولة رياضية (2) .

و بدأ إرسال القناة بثماني ساعات يومياً ، ثم ارتفع إلى (12) ساعة يومياً ، و أصبح بعد ذلك (12) ساعة ، اعتباراً من 7 /6 /1999 م ، حيث تذييع من 10 ص - حتى 2 فجراً .

و قد بدأ قطاع " النيل للقنوات المتخصصة "، اعتباراً من 15/1/2002 ببث قناة رياضية جديدة ، هي قناة النيل للرياضة السوبر " حيث يتم إنتقاء البرامج المتميزة من قناة النيل للرياضة العادية ، و إعداد برامج عالية المستوى ، لتذاع في قناة السوبر ،

(1) مقابلة مع أ . حسام الدين فرحات رئيس قناة النيل للرياضة بمكتبه في 24 /6/ 2010 م

(2) نفس المصدر السابق .

حيث تم تشفير هذه القناة ، على عكس قناة النيل للرياضة العادية ، بحيث لا يرى قناة النيل السوبر إلا المشتركون فقط ، عبر شركة C.N.E ، و تذييع هذه القناة الإعلانات التجارية في برنامج "إستاد النيل" (1)، و تعمل قناة السوبر الرياضية على زيادة الإمكانيات الفنية التي تساعد على ظهور اللعبة بشكل متميز بالتغطية العالية ، حيث تم إعداد القناة بالعديد من الأجهزة التكنولوجية ، ومنها جهاز Virtual replay ، و تم تحديث ديكور الاستوديوهات لإظهار البرامج بشكل شيق وجذاب و تقوم القناة بتفعيل دور المراسلين في مصر و العالم (2) ، و تذييع موادها على مدار (24) ساعة .

وعموماً تهدف خطة قناة النيل للرياضة إلى تحقيق (3) :

- 1 - تطوير الشكل البرامجي على الشاشة ، و تحديثه باستخدام الأقمار الصناعية في تقديم اللقاءات الحية .
- 2 - إذاعة البطولات العالمية و القارية الهامة مثل كأس العالم ، و كأس الأمم الإفريقية و البحر المتوسط و و إدخال أجهزة الكمبيوتر لتحليل الصورة ، و توضيح المواقف الرياضية .
- 3 - تطوير عمليات التعليق و التحليل للمباريات .

و تذييع قناة النيل للرياضة و قناة السوبر على القمرين الصناعيين المصريين نايل سات ، و نايل سات 102 بتردد سبع درجات غرباً ، و استقطاب أفقي ، و التشفير " أرديتو2 " (4).

---

(1) مقابلة مع أ . علاء الدكر المخرج بقناة السوبر الرياضية بمكتبه في 2010/4/5 م .  
(2) الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة و التلفزيون 2002 / 2003 م ، ص 242 .  
(3) ماجي الحلواني ، مدخل إلى الفن الإذاعي ، (القاهرة : عالم الكتب ، 2002 م ) ص 109 .  
(4) الموقع الرسمي لقناة النيل الرياضية على الإنترنت . <http://www.Ertu-org-Nile-chan.sports>

## 2. قنوات شبكة راديو و تلفزيون العرب الرياضية (ART) :

في ظل ما يؤكد باحثون إعلاميون فإن شبكة راديو وتلفزيون العرب التابعة للشركة العربية الإعلامية ART التي يملكها رجل الأعمال السعودي الشيخ صالح كامل ، فإن هذه الشبكة هي أول شبكة فضائية عربية تقدم للمشاهدين العرب قنوات تلفزيونية متخصصة ، ومنها قنوات رياضية (1) وقد بدأت قناة ART الرياضية الأولى إرسالها في 16 نوفمبر 1993 م كأول قناة عربية رياضية ، وذلك لمدة ست ساعات يومياً ، و بعد إنشائها ألغيت جميع البرامج الرياضية من القناة العامة ، وهي تقوم بتقديم خدماتها على مدار الأربع والعشرين ساعة ، وتنقل مختلف الأحداث والمباريات الرياضية ، من مختلف أنحاء العالم على الهواء مباشرة ، و تهتم بجميع اللعابات والأنشطة الرياضية مع الاهتمام والتركيز على مباريات كرة القدم العربية والدولية (2) .

ومع نجاح قناة ART الرياضية الأولى بثت شبكة راديو و تلفزيون العرب إلى المنطقة العربية أيضاً قناة رياضية ثانية هي ART الرياضية الثانية (3) .

هذا وقد قامت شبكة راديو و تلفزيون العرب ART بإطلاق قناة رياضية ثالثة اعتباراً من الأول من سبتمبر عام 2003 م بعنوان Sport News وهي أول قناة للأخبار الرياضية التفاعلية ، و هي غير مشفرة ، و تذيع باللغة العربية ، ويقدم محتواها تغطية شاملة لجميع الأحداث الرياضية العربية والعالمية التي تهتم المشاهد ، و قد واكب إطلاقها بطولة أبطال العرب التي ملكت شبكة راديو وتلفزيون العرب حقوق بثها ، وتسويقها (4) .

و الآن أصبح لشبكة راديو وتلفزيون العرب أربع قنوات رياضية متخصصة ، ومصدر بث قنوات ART الرياضية الأربعة هو :إيطاليا ، وهي تذيع جميعاً باللغة العربية ، على القمرين الصناعيين نايل سات 101، نايل سات 102 ، و التردد الخاص بهذه القنوات ( ART الرياضية 1 ART الرياضية 2، الأبطال 1 ، ART الأبطال 2 ) هو 11957 (7) درجات غرباً والتشفير الخاص بها هو ارديتو 2 (5).

---

(1) تقرير لجنة الشباب عن التمويل الذاتي والإدارة الاقتصادية للرياضة ، مجلس الشعب المصري ، تقرير منشور .

(القاهرة : مجلس الشعب ، ماي 2003 م ) ص 4 .

(2) سامي الشريف ، القنوات التلفزيونية المتخصصة : رؤية نقدية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ( القاهرة ، العدد الخامس - جانفي/أفريل 1996 م ) ص ص 187 - 191 .

(3) المرجع السابق نفسه .

(4) جريدة الأهرام المصرية في 9 أغسطس 2003م صفحة الإذاعة و التلفزيون ، ص 18 .

(5) الموقع الرسمي لقنوات ART الرياضية على الإنترنت <http://www.art.sports.tv.Com>

### 3. قناتي دبي الرياضية / قناة المشاهير الرياضية (1) :

إنطلاقاً من اللقب الذي نالته دبي كعاصمة رياضية للشرق الأوسط ، انطلقت قناة دبي الرياضية لتكون صرحاً إعلامياً رياضياً بارزاً، منذ الثاني من ديسمبر عام 1998 م ، حيث حرصت على إمتلاك أحدث وسائل الإتصال و البث وأكثرها تطوراً، وتغطي الآن العالم بأكمله عن طريق البث الرقمي المفتوح عبر الأقمار الصناعية ، حيث تعتبر أول قناة عربية متخصصة تبث بالنظام المجاني غير المشفر . عملت هذه القناة منذ انطلاقتها على نقل معظم الأحداث و البطولات المحلية و الإقليمية والعربية و الدولية المهمة و اللقاءات العديدة التي تجرى مع كبار النجوم و المسؤولين الرياضيين العالميين و العرب ، حتى منحها مشاهدوها لقب "المشاهير " وهي تركز على الرياضتين العربية والخليجية ، مع إهتمامها بالرياضات و الألعاب العالمية أيضاً.

وتهتم القناة بالتغطية المتميزة و المباشرة على المستوى المحلي و الدولي ، مثل كأس دبي العالمي للخيول ، و بطولة دبي المفتوحة للتنس ، و بطولة العالم للزوارق السريعة ، ولعبة الكريكت الدولية ، وغيرها ، و تذيع قناة دبي الرياضية من الساعة الثانية بعد الظهر بتوقيت دبي و حتى الساعة الرابعة من صباح اليوم التالي ، و تقدم خلال يوم الإرسال سبع فترات إخبارية رياضية ، (الساعة 14، الساعة 16 ، الساعة 18 ، الساعة 20 ، الساعة 22.30 ، الساعة 1.00 ، الساعة 4.00 ) ، و من أبرز برامج هذه القناة : الرياضة الآسيوية ، مجلة الرياضة العالمية ، الرياضات الخطيرة ، المصارعة الحرة ، الملاكمة ، السباحة و الغطس ، وغيرها .

و تذيع قناة دبي باللغة العربية من دولة الإمارات المتحدة على أكثر من قمر صناعي وهي : نايل سات 101 / 102 سبع درجات غرباً عمودي و بتردد 12015 ، وعلى العرب سات 2C/2D/3A ، 26 درجة غرباً عمودي و بتردد 11785 و بدون تشفير لجميع الأقمار فهي قناة مفتوحة مجاناً .

#### 4. قناة الجزيرة الرياضية (1) :

رغم أن قناة الجزيرة الإخبارية تقدم نشرات و فقرات إخبارية مستمرة ، ومنها الأخبار الرياضية ، إلا أنه تم إطلاق قناة الجزيرة الرياضية المتخصصة إعتباراً من الاول من نوفمبر عام 2003م كقناة تسعى لتقديم خدمة رياضية متميزة ، مستفيدة من النجاح الذي حققته قناة الجزيرة الإخبارية .

بدأت قناة الجزيرة الرياضية إرسالها بست ساعات يومياً و تهدف إلى زيادة إرسالها ليصل إلى 24 ساعة، وتبث قناة الجزيرة الرياضية إرسالها على القمرين الصناعيين ، نايل سات 202/201 سبع درجات غرباً بتردد 12015 و بإستقطاب عمودي ، وعرب سات 2C/2D/3A، 26 شرقاً و بتردد 10971 و بإستقطاب أفقي ، وهي تذيع باللغة العربية ، من دولة قطر، وبشكل مفتوح و غير مشفر .

و من أبرز برامج قناة الجزيرة الرياضية : " الرياضة عبر العالم ، يوم من الرياضة ، الرياضة اليوم ، و كرة القدم الآسيوية " .

و من القنوات الرياضية أيضاً قناة " أوربيت سبور Orbit Sport " وهي تقدم إعادة لبث قناة Epsn Sport الأمريكية ، و تقدم برامج رياضية من أمريكا و أوربا و هي تذيع بالإنجليزية (2) من ايطاليا .

هذا فضلاً عن قناة أوربيت الرياضية التي تذيع باللغة العربية من ايطاليا على القمر الصناعي

عرب سات وهي قناة مشفرة (3)

و يستطيع الآن أي مراقب للقنوات التلفزيونية الأرضية و الفضائية أن يلاحظ بسهولة النمو المتقدم للقنوات العربية الرياضية المتخصصة في بلدان عربية كثيرة ، خاصةً في منطقة الخليج العربي ، ونخص بالذكر – بخلاف ما سبق – قنوات : أبو ظبي الرياضية ، الكويت الرياضية الفضائية ، الكويت الرياضية (الأرضية) ، قناة السعودية الرياضية (الفضائية) و قناة السعودية الرياضية ( الأرضية) ، و الرياضية الأردنية(الأرضية) ، و البحرين الرياضية .

---

<http://www.Ajazeera.Net>

(1) موقع الجزيرة الرياضية على الإنترنت

(2) سامي الشريف . مرجع سابق . ص ص 187 - 191 .

<http://www.Orbit.net>

(3) الموقع الرسمي لقناة أوربيت الرياضية على الإنترنت

### المطلب الثالث: أبرز القنوات الرياضية العالمية :

تشكل الرياضة محور إهتمام قطاع كبير من جماهير التلفزيون من عشاقها في مختلف الرياضات وقد سعى التلفزيون في مختلف دول العالم إلى تلبية إحتياجات هذه الجماهير ، بتخصيص ساعات طويلة من إرساله للبرامج الرياضية ، إلى جانب إذاعة الكثير من المباريات ، وبالتالي كانت القنوات الرياضية ، على رأس إهتمام الشبكات التلفزيونية العالمية عندما فكرت في إقامة قنواتها المتخصصة ، وذلك سعياً وراء تحقيق مزيد من الأرباح ، من دخول الإعلانات التي تدفعها شركات بيع المنتجات و الملابس الرياضية ، و انتشرت هذه القنوات بشكل سريع ، ففي الولايات المتحدة تدير شركة T.C.I للتلفزيون الكابلي أكثر من (12) قناة رياضية إقليمية تبث خدماتها إلى أكثر من (51) مليون مشترك في عام 1986 م ، و تذيع برامجها على مدار الأربع و العشرين ساعة (1) . وتدير شبكة ABC قناتين رياضيتين آخرين هما قناة Eurosport و قناة الرياضة اليابانية Japan Sport Network وفي إطار المنافسة الشديدة للإستحواذ على جمهور الرياضة فقد أعلنت مؤسسة نيوز كوربوريشن التابعة لرجل الأعمال العالمي روبرت مردوخ عن عزمها إطلاق قناة رياضية جديدة ، بالتعاون مع شركة T.C.I الأمريكية للتلفزيون الكابلي ، لكي تنافس قناة E.S.P.N كما تدير شركة CNBC الأمريكية قناة رياضية أخرى هي قناة الرياضة الجديدة New Sport channal ،

و من القنوات الرياضية العالمية قناة Screen Sport البريطانية ، التي يغطي إرسالها بريطانيا و فرنسا و سويسرا و ألمانيا ، وتملك معظم أسهمها المجموعة الإنجليزية W.H. Smith ، و ابتداءً من جوان 1989م أصبح لها قناة صوتية باللغة الإسبانية و تعمل (24) ساعة يومياً و تعتمد في دخلها على الإعلانات ، إلى جانب الإشتراكات التي تجمع بطريقة فردية ، أو ضمن الإشتراك العام في قنوات 'استرا (1)، و من القنوات الرياضية الهامة أيضا قناة Prime sport وهي إحدى القنوات الأربعة التي تديرها شبكة STAR TV التي يمتلكها روبرت مردوخ ، و تبث إرسالها من هونج كونج لخدمة منطقة جنوب شرق آسيا (2) .

(1) سامي الشريف ، مرجع سابق ، صص 132- 183 .

(2) نفس المرجع السابق



و من القنوات الرياضية العالمية أيضاً : قناة اليبانية J Sport التي تبث إرسالها من اليابان (1) و قناتي تيلي سيورت Tele sport و مصدرها ألبانيا (2) ، و قناة يورو سيورت Euro sport و مصدرها بريطانيا و تبث باللغة الإنجليزية (3) ، و قناة يورو سيورت (w3) Euro sport و تبث بالإنجليزية أيضاً (4) ، و قناة الإيطالية الرياضية Sat RAI Sport و مصدرها إيطاليا ، و تبث باللغة البرتغالية (5) ، و القناة السويدية Viasat sport و مصدرها السويد (6) ، و القناة البرتغالية Sport TV و مصدرها البرتغال ، و تذيع باللغة البرتغالية (7) ، و قناة PPV setanta sport USA و مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية (8) ، و تبث باللغة الإنجليزية و هي تشاهد بنظام PPV = الدفع مقابل المشاهدة ، و قناة Foot ball NTV و مصدرها روسيا (9) ، و قناة us fox sports world و مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية و تبث باللغة الإنجليزية (10) ، و قناة fox sports world Espanol و مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية و تبث باللغة الإسبانية (11) ، و قناة Canda DSF fox sports world و مصدرها الولايات المتحدة الأمريكية و لغة بثها الإنجليزية (12) ، و قناة sport و مصدرها ألمانيا و تبث بالألمانية (13) ، و في ظل تنامي القنوات الرياضية العالمية على مستوى العالم ، أصبحت هناك قنوات رياضية خاصة ببعض الأندية مثل قناة نادي كانال بلس CANALT و مصدرها إسبانيا و تبث باللغة الإسبانية (14) ، و قناة نادي أي سي ميلان A.C. MILAN و مصدرها إيطاليا و تبث باللغة الإيطالية (15)

<a href="http://www.j.sports.co.jp">http://www.j.sports.co.jp</a>	(1) الموقع الرسمي للرياضة اليابانية على الإنترنت
<a href="http://www.tele-sport.tv">http://www.tele-sport.tv</a>	(2) الموقع الرسمي لـ تيلي سيورت على الإنترنت
<a href="http://www.sport.co.uk">http://www.sport.co.uk</a>	(3) الموقع الرسمي لـ يورو سيورت على الإنترنت
<a href="http://www.Eurosport.com">http://www.Eurosport.com</a>	(4) الموقع الرسمي لـ يورو سيورت (W3) على الإنترنت
<a href="http://www.Kooora.com">http://www.Kooora.com</a>	(5) من شبكة الأندبنت
<a href="http://www.viasatsport.se">http://www.viasatsport.se</a>	(6) الموقع الرسمي للرياضة السويدية على الإنترنت
<a href="http://www.Sport.tv.pt">http://www.Sport.tv.pt</a>	(7) الموقع الرسمي للرياضة البرتغالية على الإنترنت
<a href="http://www.Setanta.com">http://www.Setanta.com</a>	(8) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.ntvplus.ru">http://www.ntvplus.ru</a>	(9) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Foxsports.world.com">http://www.Foxsports.world.com</a>	(10) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Fswc.com">http://www.Fswc.com</a>	(11) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Foxsports.world.com/world/Fswe">http://www.Foxsports.world.com/world/Fswe</a>	(12) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Dsf.com">http://www.Dsf.com</a>	(13) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Plus.es">http://www.Plus.es</a>	(14) موقع القناة الرسمي على الإنترنت
<a href="http://www.Acmilan.com/TTA-Milan-channel">http://www.Acmilan.com/TTA-Milan-channel</a>	(15) موقع القناة الرسمي على الإنترنت

و قناة نادي مانشستر يونايتد M.U.T.V و مصدرها إنجلترا و تذيع باللغة الإنجليزية (1) و في هذا الإطار انطلقت يوم 2003/4/19 م قناة تلفزيونية رياضية متخصصة ، خاصة بلعبة التنس في الولايات المتحدة الأمريكية و ذلك بشكل تدريجي ، حتى تم إطلاقها بشكل رسمي في 2003/5/15 م حيث نقلت القناة مع أول يوم من أيام بثها الرسمي التجريبي لقاء الولايات المتحدة مع جمهورية التشيك ضمن منافسات بطولة كأس الإتحاد للسيدات ، و هو أول حدث هام تنقله على مدار بثها البالغ (24) ساعة يومياً ، و اهتمت القناة منذ بدايتها بنقل معظم البطولات و البرامج التعليمية الخاصة بلعبة التنس و متابعة أخبار نجوم اللعبة و التعريف بنجوم التنس القدامى .

و قبل ختام هذا الجزء لعله من المفيد أن نورد هنا أبرز القنوات الرياضية العربية والأجنبية منسوبة إلى كل واحدة منها مصدرها و اللغة التي تذيع بها كما يلي :

### جدول رقم (1)

#### أبرز القنوات الرياضية العربية و الدولية و لغتها و مصدر بثها

التسلسل	اسم القناة	اللغة	المصدر
1	الجزيرة الرياضية 1 و 2	عربية	قطر
2	ابو ظبي الرياضية	عربية	الامارات
3	دبي الرياضية	عربية	الامارات
4	قطر الرياضية	دولية	قطر
5	البحرين الرياضية	عربية	البحرين
6	النيل الرياضية	عربية	مصر
7	الكويت الرياضية	عربية	الكويت
8	اوربت الرياضية	عربية	ايطاليا
9	السعودية الرياضية	عربية	السعودية
10	الرياضية الاردنية	عربية	الاردن
11	ART الرياضية 1	عربية	ايطاليا
12	الذري و الكاس	عربية	قطر
13	باقة الجزيرة الرياضية المشفرة	انجليزي - عربية	قطر
14	السوبر الرياضية	عربي	مصر
15	Dsf sport	الماني	المانيا
16	FOX SPORT WORL CANADA	انجليزي	الولايات المتحدة الامريكية
17	FOX SPORT WORL ESPANOL	اسباني	الولايات المتحدة الامريكية
18	FOX SPORT WORL US	انجليزي	الولايات المتحدة الامريكية

تابع أبرز القنوات الرياضية العربية و الدولية و لغتها و مصدر بثها

التسلسل	اسم القناة	اللغة	المصدر
19	J SPORTS	يابانية	اليابان
20	NTV PLUS FOOTBAL	روسية	روسيا
21	POLSAT SPORT	انجليزي	بولندا
22	PREMIERE SPORT 1	المانية	المانيا
23	PREMIERE SPORT 2	انجليزية	المانيا
24	ROGERS SPORT NET PACIFIC	انجليزية	كندا
25	ROGERS SPORTS NET WEST	انجليزية	كندا
26	SETANATA SPORT USA	انجليزية	الولايات المتحدة الامريكية
27	SPORT 1	المانية	المجر
28	SPORT TV	برتغالية	البرتغال
29	TV SPORT RO	برتغالية	رومانيا
30	VIA SAT SPORT	المانية	السويد
31	RAI SPORT SAT	برتغالية	ايطاليا
32	TELE SPORT	برتغالية	البانيا
33	SKY SPORT 1	ايطالية	ايطاليا
34	SKY SPORT 2	ايطالية	ايطاليا
35	SUPER SPORT 1	انجليزية	اليونان
36	SUPER SPORT 2	انجليزية	جنوب افريقيا
37	SHOWTIME SPORT	انجليزية	انجلترا
38	FOX SPORT MIDLE EAST	انجليزية	الولايات المتحدة الامريكية
39	INTER CHA NNEL	ايطالية	ايطاليا
40	AC MILAN CHANNEL	ايطالية	ايطاليا
41	MAN UNITED TV	انجليزية	انجلترا
42	REAL MADRID TV	اسبانية	اسبانيا
43	CNAL +	اسبانية	اسبانيا
44	EUROSPORT	انجليزية	فرنسا
45	EURO SPORT BRITISH	انجليزية	بريطانيا
46	EURO SPORT W 3	انجليزية	دولي

## المطلب الرابع : دور التلفزيون في البناء الثقافي و المعرفي ونشر و تنمية المعرفة الرياضية :

في عصر المعلوماتية ، و السماء المفتوحة ، و الجسور الإلكترونية و ثورة الإتصالات و المواصلات ، أصبح للإعلام دور فعال تتعاضم أهميته يوماً بعد يوم ، لأنه الوسيط الفعال الذي يزاوج بين الموروث الثقافي كما يتمثل في ماضي الأمة و تطلعاتها نحو مستقبل تكون فيه مشاركة فعالة (1) .

وفي عهد المعلومات أصبحت قضية توزيع المعلومات ووسائل الإعلام التي تنتجها قضية عدالة إجتماعية " تعتمد بشكل متزايد على الطريقة التي يعالج بها المجتمع قضايا التعليم و تكنولوجيا المعلومات و حرية التعبير ، الأمر الذي يتطلب أن يكون للإعلام دوره الفعال في القضايا الثقافية على نحو يسمح للمواطن أن يشاهد و أن يتعلم من وسائل إعلامه المرئية و ما تبثه هذه القنوات من معلومات بحيث يستطيع أن يختار من بينها ما يلائم تكوينه الثقافي و العلمي ، ولاسيما و نحن نعيش ما يمكن تسميته بجيل " الشاشات الصغيرة " ، ذلك الجيل المولع بالصور المرئية و الذي يهضم آلاف الساعات من العروض التلفزيونية متشرباً ما فيها من مادة إعلامية .

نقول ذلك لأن ثقافة الغرب تغيرت بفضل وسائل الإعلام ، فالحضارة الغربية تغيرت ببطء حتى إختراع الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر ، و من هنا بدأ التغير الثقافي الحاصل من وسائل الإعلام يزداد ، و بعد الثورة الصناعية و ظهور الديمقراطية و التعليم العام في القرن التاسع عشر أدى إنتشار وسائل الإعلام إلى المزيد من التحول الثقافي العام ، و خلال العشرين عاماً الماضية و مع تطور تكنولوجيا الإتصال فإنه من المنتظر حدوث تغييرات ثقافية كبيرة و تغييرات دراماتيكية في أساليب الحياة ، لكن السؤال: هل ستكون إيجابية أو سلبية ؟ هذا ما سيتجيب عليه الأيام القادمة .

و الإعلام هو منهج و عملية يقوم على هدف التنوير و التنقيف و الإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تناسب إلى عقول الأفراد و وجدانهم الجماعي فنرفع من مستواهم و تدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة و تخلق فيما بينهم مناخاً يقظاً يمكنهم من الإنسجام و الحركة النشيطة ، و من ثم فإن الإعلام على هذا النحو يعد عملية ووظيفة إجتماعية تهدف إلى تنوير الرأي العام ... و معنى ذلك أن الإعلام ينطوي على عنصر التوجيه بهدف أسمى هو تحقيق صالح الأمة و ما يجلب لها من رفاهية .

و يمكن القول أن وسائل الإعلام تسهم في تشكيل معايير الجماعة وإتجاهاتها وقيمها ومهاراتها مما يساعد على بقائها وإستمرارها وتطورها وتقدمها :

- 1 - فهي مصدر لمعرفة كثير من الحقوق والواجبات الخاصة بالمواطنين .
  - 2 - وهي مصدر لممارسة أدوار إجتماعية كثيرة كعضوية الأسرة و الجماعة و الأندية .
  - 3 - وهي وسيلة لنقل الثقافة و المحافظة عليها وتطويرها .
  - 4 - وهي مصدر لبث القيم الجديد والمستحدثات المختلفة .
- وكي نتبين الدور الذي يمكن أن يلعبه التلفزيون في البناء الثقافي و المعرفي نرصد هنا أهم الملامح التي أوردتها المخطط بالخطة الإعلامية العامة لإتحاد الإذاعة و التلفزيون في مصر كي تعتبرها مختلف القنوات أهدافاً يجب بلوغها ، و أبرز هذه المجالات مايلي (1) :
- 1 - مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات : وذلك بهدف زيادة وعي المواطنين .
  - 2 - المجال السياسي : بهدف تعظيم ثقافة الديمقراطية و الإستقرار و الأمن الداخلي و التعرف على محاور السياسة الخارجية على مختلف المستويات ، وقضية الإرهاب العالمي .
  - 3 - مجال التنمية الإقتصادية : وتشمل تعميق الثقة حول : التجارة و الصادرات و الإستثمار - الزراعة - الصناعة - البترول - و الطاقة - الموارد المائية - السياحة - الإسكان و المجتمعات العمرانية الجديدة - العمالة و التنمية الإدارية - التنمية الإقليمية و الاجتماعية .
  - 4 - المجال التعليمي و العلمي : ويشمل معارف الجانب التعليمي و البحث العلمي و التكنولوجيا .
  - 5 - المجال الثقافي : و يشمل الجانب الديني و الثقافة و الفنون و الأدب .
  - 6 - مجال الدراما : بإعتباره مكوناً فنياً يساهم في صياغة عقول الجماهير .
  - 7 - مجال تنمية الشرائح الإجتماعية : ويشمل الطفل و الأسرة - المرأة - الشباب - ذوي الإحتياجات الخاصة .
  - 8 - المجال الرياضي : بهدف تعميق المعرفة و الثقافة و السلوك الرياضي .
  - 9 - القضايا و المشكلات الإجتماعية : ومنها الأمية - المشكلة السكانية - البيئة - الإدمان و المخدرات - التنمية الصحية .

---

(1) الخطة الإعلامية العامة لإتحاد الإذاعة و التلفزيون - ج . م . ع 2002 م / 2003 م ، (القاهرة : اتحاد الإذاعة و التلفزيون ، جوان 2003 م) ص

## المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في تكوين الوعي و المعرفة من التلفزيون :

وعلى الرغم أن الدور الثقافي لمختلف محطات التلفزيون لا يختلف كثيراً في خطته عن هذا الدور وهذه المجالات إلا أن الوعي أو المعرفة الناتجة عن هذا الدور تتأثر بعدة عوامل مثل الأمية والديانة والوظيفة والمستوى الإقتصادي وهو ما يسميه العلماء " فجوة المعرفة " وقد حدد الباحثون في مجال الإعلام عوامل عديدة تساعد على تكوين فجوة المعرفة ، ومن هذه العوامل (1) :

- 1 - مستوى المهارات الإتصالية لدى الفرد .
- 2 - مستوى المعرفة الموجودة بالفعل لدى الفرد .
- 3 - مستوى العلاقات الاجتماعية ، بما في ذلك نوع ومجال النشاط اليومي للفرد وعدد الجماعات التي ينتمي إليها ، والإتصال الشخصي للفرد .
- 4 - العمليات الإنتقالية في التعرض والإدراك والتذكر .
- 5 - طبيعة النظام الإعلامي الذي ينقل المعلومات .
- 6 - قصر المدة الزمنية التي تتم فيها تغطية موضوع معين .

وبالإضافة إلى هذه العوامل ، فإن من الأسباب التي تساعد على زيادة فجوة المعرفة ، وخصوصاً في الدول النامية ، هو إيمان الكثير من القائمين على شؤون الإتصال في تلك الدول النامية بالعمل من خلال عدد محدود ممن يسمون " قادة الرأي " ذلك أن الكثيرين قد تأثروا بما يدعى "إنتشار المعلومات على مرحلتين " في الوقت الذي وجد فيه باحثون عديدون أن القليل جداً من المعلومات ينتقل إلى الجمهور العريض من خلال قادة الرأي هؤلاء ، بل وجدت بعض الأبحاث أن ما قام به قادة الرأي بتوصيله إلى الجمهور كان مشوهاً إلى حد كبير ولا يقتصر تأثير " فجوة المعرفة " على إحداث فجوة مماثلة في السلوك ، بل يتعدى ذلك إلى طبيعة النظام الإجتماعي وسلامته ذلك أنه في الوقت الذي تصل فيه المعلومات بشكل سريع إلى فئة قليلة من المجتمع تستفيد من هذه المعلومات في تدعيم قوتها إقتصادياً وسياسياً وإجتماعياً، فإن الذين لا يتمتعون بهذه الميزة يدفعون الثمن ويزداد ضعفهم النسبي في المجتمع .

و خطورة هذا الوضع تتمثل في إحداث حالة من الإحباط و الحرمان النسبي و الفشل بين الفئات المحرومة في المجتمع مما يؤدي إلى حدوث العنف أو الثورة .

---

(1) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، ( القاهرة : دار الفكر العربي ، الطبعة الأولى ، 1985 م ) ص 162 - 163 .

- أيضاً هناك عدد آخر من العوامل المؤثرة في التعلم و التذكر والوعي والمعرفة ومنها (1) :
- 1 - معدل التعلم الأصلي: فكلما كانت دفاعية المتعلم أو المتلقي إلى التعلم والمعرفة والتحصيل عالية ، كان التذكر أفضل وثبت على عكس مما هو سائد أن المتعلمين بسرعة يحتفظون بمستوى أكبر من الذين يتعلمون ببطء
  - 2 - مستوى التعلم الأصلي : فمن أجل الإحتفاظ الجيد بالعلم و المعرفة هناك حاجة إلى التعلم الزائد Over learning بحيث يكون مكثفاً .
  - 3 - أعلى درجة من الإحتفاظ تحدث في حالة المفاهيم والمبادئ العامة والحقائق العلمية لوجود المعنى .
  - 4 - كلما كانت المادة المتعلمة منظمة وذات معنى زاد حفظها وإسترجاعها .
  - 5 - وجود علاقة بين المادة المتعلمة وخبرات سابقة .
  - 6 - تأثير عزم المتعلم و المتلقي على الإحتفاظ .
  - 7 - التدريب المجمع و المكثف، و التدريب الموزع .

و على الرغم من ذلك أصبحت وسائل الإعلام و الإتصال عنصراً أساسياً في كل ثقافة ، ويجمع خبراء الثقافة و الإعلام في العالم على أن وسائل الإعلام و الإتصال تلعب دوراً حاسماً في المجال الثقافي على النحو التالي (2) :

- وسائل الإتصال و الإعلام هي الناقل الأساسي للثقافة .
- وسائل الإتصال و الإعلام هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها وحفز الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها وتحقيق التكامل الإجتماعي .
- تلعب وسائل الإعلام و الإتصال ويتعين عليها أن تلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية ، وفي تيسير إضفاء طابع ديمقراطي على الثقافة عن طريق توسيع نطاق نشرها .
- تشكل وسائل الإتصال و الإعلام بالنسبة لملايين من الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وعلى جميع أشكال التعبير الخلاق .
- للإتصال و الإعلام أيضاً دور هام في تدبير شؤون المعرفة وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع وبخاصة جمع المعلومات ومعالجتها وإستخدامها .
- كما يستطيع الإتصال - إحتمالاً على الأقل - إعادة صياغة القالب الثقافي للمجتمع .

(1) محمد قاسم عبد الله ، سيكولوجية الذاكرة ، ( القاهرة :سلسلة عالم المعرفة ، فيفري 2003 م) ص64 - 65 .  
(2) سمير محمد حسين ، الإعلام التلفزيوني الخليجي و التنمية الشاملة ، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية ،(جهاز تلفزيون الخليج ، 1988م) ص ص

وإذا كانت التنمية تستهدف الرقي بالفرد والمجتمع من خلال التغيير الإقتصادي و الإجتماعي ، والثقافي ، فإن وسائل الإتصال الجماهيري و في مقدمتها التلفزيون ، يجب أن يكون من أدوات هذا التغيير بشرط أن تستخدم استخداماً رشيداً ، وقد أدى التطور السريع لوسائل الإعلام إلى إتساع رقعة إنتشارها وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع ، وبروز خطورة الدور الذي تلعبه في الحياة الإجتماعية ، حيث لم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات ، بل أصبحت من العوامل المؤثرة في أفكار وإتجاهات وسلوك الجماهير (1) .

وكما أن التغيير في الموقف طارئ و عارض ، وسرعان ما يزول بزوال المؤثر ، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور و يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً ، فيؤثر الإعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له باعتباره مصدراً من مصادر المعلومات الرياضية ، فيقوم بإجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي ، أو لمجموعة من القضايا و الموضوعات الرياضية لدى الأفراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلاً منها (2) .

إن تأثير الإعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في قناعتنا و معتقداتنا الرياضية التي اكتسبناها ، أي أن عقيدتنا في شيء هي نتيجة ما علمناه من ذلك الشيء ، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغييراً في المعرفة الرياضية لدى الجمهور ، متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصيته و خبرته في بيئته الإجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافي ، ونفوذ قوى الضغط الإجتماعي المضادة في المجتمع ، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعمل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الإتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم و مناهض له أو ما هو قائم وداعم له (3) .

**وإعلام الرياضي :** هو عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية ، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب و الأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع ، وتنمية وعيه الرياضي (4)

وعلى الرغم من أن الرياضة قديمة قدم الإنسان نفسه – كما بينا من قبل – فقد أصدرت منظمة الأمم المتحدة أول ميثاق دولي عام 1978 م للتربية البدنية و الرياضية مؤكدة في نصوصه أن ممارسة الرياضة حق أساسي للجميع (5) .

(1) علي رضا ، ترشيد الدراما الإذاعية كأداة للتنمية الحضارية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 1984 م ) ص 5 .

(2) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص ص 21 – 45 .

(3) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، نفس المرجع السابق ، ص ص 21 – 45 .

(4) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، نفس المرجع السابق ، ص ص 45 – 52 .

(5) تقرير لجنة الشباب ، دراسة ملف الرياضة المصرية مع استراتيجية للنهوض بها، (القاهرة: مجلس الشعب ، 2002 م) ص 3 .



في هذا الإطار يأتي أهمية دور وسائل الإعلام للتثقيف ونشر المعرفة الرياضية لإشاعة ممارسة الرياضة ، و إن كانت بعض الدراسات تشير إلى أن من أقوى الدوافع التي تجعل المشاهد يتابع المضمون الرياضي بالتلفزيون هو رغبته في رؤية المتنافسين لدى من يفوز فيها وهل سيكون الفائز هو الشخص أو الفريق المفضل لدى المشاهد أم لا ؟ وفي الحقيقة أن هذا الأمر يتماثل مع ما تقدمه الأعمال الدرامية و الإثارة على شاشة التلفزيون للمتعة ، أيضاً هناك دوافع للمشاهدة من أجل التعلم و الترويح عن النفس وإخراج أو التنفيس عن المشاعر المكبوتة ، وأحياناً تكون المشاهدة لإيجاد شيء يمكن الحديث عنه مع الأصدقاء أو الأسرة (1) .

و هناك أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور منها (2) :

- 1 - تغيير في الموقف أو الإتجاه الرياضي .
- 2 - تغيير المعرفة الرياضية .
- 3 - التنشئة الإجتماعية في المجال الرياضي .
- 4 - الإثارة الجماعية في المجال الرياضي .
- 5 - الإستشارة العاطفية في المجال الرياضي .
- 6 - الإجتماعي في المجال الرياضي .
- 7 - صياغة الواقع في المجال الرياضي .

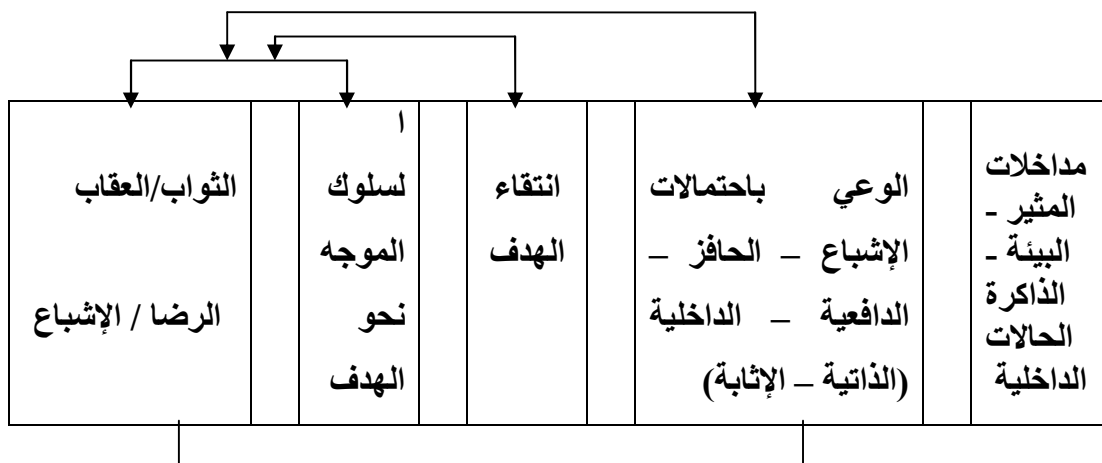
ووسائل الإعلام الجماهيرية خاصة التلفزيون يمكن إعتبارها أحد مؤثرات البيئة الخارجية التي تعمل وتؤثر في مجال معرفة وتعلم ووعي الإنسان ، وبالتالي تؤثر في دوافعه ، ومنها دوافع الرغبة في مزيد من المعرفة أو المشاركة الرياضية ، وقد أكد Deci على أهمية خبرات التعلم والرياضة في نمو الدوافع الإنسانية والطريقة التي تنشط بها الدوافع وتؤدي إلى المشاركة الرياضية ، وهي طريقة يمكن متابعتها من خلال النموذج الذي قدمه " ديسي " عام 1965 م وصولاً إلى الهدف ، ويسمى النموذج المعرفي للسلوك الرياضي الدافع (3) .

---

(1) . Lowrence Awenner ,Media sport (London and New York , 1998) p 236 .

(2) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص ص 45 - 52 .

(3) محمود عبد الفتاح عنان ، نفس المرجع السابق ، ص ص 82 - 84 .



### نموذج ديسي المعرفي للسلوك الدافع

#### شكل رقم (4)

و يمثل المستطيل الأول : المدخلات التي تتمثل في المتغيرات ، وتشتمل على المتغيرات البيئية والذاكرة ، وكذا الحالة الداخلية للفرد ، أما المستطيل الثاني فيمثل الوعي بإحتمالات الإشباع الذاتي ، أي أن الفرد يكون واعياً ومقتنعاً بأنه يمكن إنجاز وتحقيق حالة معينة من الأمور التي يختارها بنفسه ويشعر أنها أكثر تحقيقاً لسعادته وإشباعاً لذاته عن حالته الراهنة (1) .

وفي هذا الصدد يمكن الإشارة في النموذج السابق إلى مايلي :

- 1 - إشباع الحاجة الأساسية (سواء بيولوجية أو انفعالية) .
- 2 - إشباع الحاجة الداخلية للشعور بالكفاية (أو إحدى دوافع التوعية التي تطورت خارجه من الدافع الداخلي الأساسي) .
- 3 - خبرة المشاعر الإنفعالية الأكثر إيجابية أو الأقل سلبية وفقاً لبلوغ الهدف أو عدمه ونتيجة للرضى و الإثابة أو عدم الرضا .

#### وفي المجال الرياضي (2) :

أ - اللاعب أو أي إنسان إنما يستمد من هذا الوعي الطاقة اللازمة لسلوكه الذي يلقي الدافعية ، والوعي كما جاء بنموذج ديسي هو الغرض المعرفي بحالة مستقبلية يرغب الفرد في بلوغها مستقبلاً ، وتمثل مستوى الطموح أو الأهداف الواقعية التي يحددها لنفسه أو يشترك فيها المدرب .

(1) محمود عبد الفتاح عنان ، نفس المرجع السابق ، ص ص 83 - 84 .

(2) المرجع السابق نفسه ، ص ص 83 - 84 .

- ب - الوعي بأن الإشباع المحتمل يمكن أن ينشأ من مثيرات بيئية وتتمثل في ظروف التدريب و الإمكانيات المتاحة والتسهيلات المتوفرة ووضعها في الفريق وما إلى ذلك .
- ج - قد ينشأ الوعي بالإشباع المحتمل من الذاكرة Memory أي من سياسة وضع الأهداف ووضوحها والتخطيط لبلوغها .
- د - قد ينشأ الوعي بالإشباع المحتمل من حالة الفرد الداخلية مثل حالته الفسيولوجية أو حالة التدريب أو استعداده لمواجهة المنافسة .
- كذلك فإن الوعي الذي تستثيره المثيرات الداخلية والخارجية إنما يوجه اللاعب في إنتقاء أهدافه كأن يصبح مثلاً اللاعب النجم في الفريق ، وبالتالي يختار السلوك الذي يفترض أنه سوف يؤدي إلى بلوغ وتحقيق الهدف ، كأن يقوم مثلاً بالمزيد من التدريبات الصباحية أو المسائية ... إلا أن السلوك إختيار يؤدي بدرجة إلى النتائج المتوقعة لإشباع الحاجة التي يشعر بها اللاعب ، ولعل النموذج الذي اقترحه ديسي يمكن أن يفيد في التنبؤ بمستقبل الناس الرياضي (1) .

و يؤكد جمهور المثقفين أن الوظيفة الإجتماعية للأنشطة الثقافية هي وظيفة توجيه ، فهي التي تهدي المجتمع ليطور نفسه ، وبذلك يتضح لنا خطورة أدوات نقل الثقافة التي من أبرزها التلفزيون خاصة بعدما انتشرت الإذاعة المرئية انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة فدخلت أغلب البيوت و أصبحت تساهم بفاعلية في تربية وجدان الشعب وتشكيل المفاهيم لديه (2) .

وعلى الرغم من ذلك إلا أنه ثبت على إختلاف العالم أن الرجال يشاهدون المضمون الرياضي أكثر من النساء ، ففي النرويج على سبيل المثال يتابع المضمون الرياضي (64 % ) من الرجال في حين يتابع (39 % ) من النساء ، وفي ألمانيا (75 % ) من الرجال مقارنة بـ (52 % ) من النساء يتابعون بانتظام البرامج الرياضية ، فالرياضة هي الشكل البرامجي التلفزيوني الوحيد الذي يجذب الرجال للمشاهدة أكثر من النساء (3) .

---

(1) محمود عبد الفتاح عنان ، نفس المرجع السابق ، ص 84 .  
(2) كمال درويش ، أمين الخولي ، أصول الترويج وأوقات الفراغ ، مدخل العلوم الإنسانية ، (القاهرة . دار الفكر العربي ، 1990 م ) ص 337 .  
(3) PAMELA.A. J . Gree Don . Woman.;Media and Sport (Sage publications. London.1999) p. 266 .

## المطلب السادس : دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية :

يمكن التعرف على هذا الدور من خلال ما يرصده بعض الباحثين لأهداف الإعلام الرياضي

فيما يلي (1) :

- 1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ .
- 2- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث إن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ لأن التوافق سمة من سمات المجتمع .
- 3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة و محاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي إعطاءه الفرصة لإتخاذ ما يراه من قرارات اتجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضياً من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي و الدولي .
- 4 - الترويج عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية ويهتم تناول البرمجي في محطات التلفزيون الرسمي في الجزائر بالمجا الرياضي بالأهداف التالية (2)
  - 1- إلقاء الضوء على جهود وزارة الشباب في تحديث وتطوير البنية الأساسية للمؤسسات والهيئات الشبابية والرياضية بدءاً من مراكز الشباب بحيث تتكامل فيها عناصر الأداء .
  - 2- تأكيد أهمية الكشف عن المبدعين والموهوبين رياضياً والدعوة لرعايتهم .
  - 3- توعية المؤسسات الرياضية بأهمية شغل أوقات فراغ الشباب في مختلف الأنشطة الرياضية.
  - 4- إلقاء الضوء على الموهوبين رياضياً من ذوي الإحتياجات الخاصة وتوضيح كيفية تحديهم للإعاقة .

---

(1) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص 24 .

(2) الخطة الإعلامية العامة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، جمهورية مصر العربية ( 2002 م / 2003 م ) . (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون )

5- تحفيز المواطنين على ممارسة الأنشطة الرياضية التي تنمي الجسد والعقل والوجدان وتكفل تكامل الشخصية .

6- توضيح أهمية إتاحة الفرصة للشباب لممارسة الأنشطة الرياضية لإكسابهم اللياقة البدنية

والمهارات الرياضية في الألعاب الفردية والجماعية والتي تهدف إلى :

- توسيع قاعدة المستفيدين من القوافل الرياضية والوصول إلى الشباب والطلّاع في أماكن تجمعاتهم في القرى والمدن مع التركيز على الأماكن المحرومة .
- رفع معدلات اللياقة البدنية للاعبين وتأهيلهم إلى تقديم عروض رياضية تبرز قدراتهم ومهاراتهم .
- الرعاية المتكاملة لطلاب المدارس .
- تحقيق الإحتكاك الرياضي بين النوادي .

7- دعم وتأصيل القيم الروحية والخلق الإجتماعي والسلوك الديمقراطي لدى اللاعبين والجمهور للبعد عن التعصب والعنف .

8- حث المرأة على ممارسة الأنشطة الرياضية داخل الأندية أو بالمنزل وفقاً للمراحل العمرية المختلفة لأهمية الرياضة للمرأة في الحفاظ على صحتها العامة .

9- بيان أهمية ممارسة الرياضة في مجال سلامة الصحة النفسية والجسدية بالنسبة لكافة الفئات .

10- مواكبة الأحداث الرياضية وتقديم تقييم لها من جانب الخبراء والمتخصصين .

11- التعريف باللعبات الرياضية وأصولها .

12- بيان أن الرياضة فن وعطاء وموهبة وسلوك .

13- تأكيد أن الرياضة من أهم محاور التنمية البشرية التي تعود بالنفع والتقدم في شتى المجالات وتساهم في زيادة الإنتاج .

14- تأكيد أن الرياضة حق لكل الجزائريين مع التعريف بالأماكن المتاحة لممارسة الرياضة لمحدودي الدخل .

15- إبراز الجهود المبذولة لإتاحة الفرصة لأبناء الشعب أن يمارسوا الرياضة التي تحتاجها أجسامهم ونفوسهم من خلال :

- تعدد الملاعب والصالات والمراكز الرياضية في كل مكان بالجزائر
- توافر الأجهزة والمعدات الرياضية.
- الإنجازات والبطولات الإقليمية والعالمية في مختلف اللعبات التي شاركت فيها الجزائر .

- 15 - إبراز جهود وزارة الشباب في رعاية النشء والشباب رياضياً وتذليل كل الصعوبات أمامهم لتوفير فرص النمو المتكامل لهم والإرتقاء بهم .
- 16- إلقاء الضوء على دور اللجان الرياضية بالوزارات والهيئات المختلفة في رعاية شباب العاملين وأبنائهم في كل وزارة مع متابعة أنشطة الوزارات و الهيئات الرياضية .
- 17 - عرض أهم القضايا الرياضية محلياً وعربياً وعالمياً وتحليلها من خلال متخصصين في الحديث الرياضي .
- و المعرفة أو الثقافة الرياضية للجمهور التي يسهم فيها التلفزيون بنصيب كبير تترك مجموعة من الآثار في مكونات شخصية الإنسان وتعد أبرزها (1) :
- 1- **الأثر العقلي والفكري** : فالمعرفة والثقافة الرياضية وسيلة من وسائل النمو العقلي والفكري ، لأن معارف الإنسان تصل إليه عن طريق حواسه ، أو أفكاره وتتأسس على ممارسته الحية التي تقوي عن طريق برامج الثقافة الرياضية المختلفة .
- 2 - **الأثر الخلقى** : فتعتبر الثقافة الرياضية في مضمونها سلوكاً فاضلاً ، وتطبيقاً عملياً للمثل الخلقية ، وتقاس قيمتها بمآثرها السلوكية وليس بمظاهرها الحركية فقط ومجالاتها زاخرة بالمواقف التي يمارس من خلالها الفرد الصفات الحميدة ، كالتعاون والصدق والأمانة والثقة بالنفس وإنكار الذات وتحمل المسؤولية .
- 3- **الأثر الصحي** : فالثقافة الرياضية تفتح الأذهان نحو أن الصحة ليست موضوعاً شخصياً يتوقف على الفرد ولكنها موضع جماعي يرتبط بكل أفراد المجتمع ، وتؤسس برامجها على المبادئ الصحية العلمية فتعمل على تزويد الفرد بالمعلومات والمعارف المفيدة .
- 4- **الأثر الاجتماعي** : وهي المشاركة العملية في أي لون من ألوان الثقافة الرياضية التي تكسب الفرد كثيراً من الصفات الإجتماعية التي تدعم حياته وتنمي في نفسه خدمة الصالح العام وإحترام الغير وإعتزازه بالإنتماء للجماعة والإخلاص لها .
- 5- **الأثر الجمالي** : فالمعرفة الثقافية الرياضية تعتبر مدخلاً رئيسياً لا بديل له لتحقيق جمال الجسم ، عنوان كل جمال ، والوسيلة الوحيدة للوصول بالأداء الحركي إلى مرتبة الجمال الحقيقي .

---

(1) علي يحي المنصوري ، مرجع سابق ، ص ص 105 - 111 .

6- القراءة الواعية : فالثقافة الرياضية تسهم في جعل الفرد يميز بين القراءة المفيدة والضارة، وتدفعه أن يتجه في قراءته نحو الموضوعات التي تتعلق بالثقافة الصحية واللياقة البدنية وقصص وأخبار الرياضة .

7- الهوايات المفيدة: إن الكثيرين يمارسون هوايات ضارة ويتهافتون على دور اللهو ، ولعب الميسر ، و الجلوس في المقاهي لأوقات طويلة دون إبداء أي نشاط يذكر ، والثقافة الرياضية تطور برامجها وتعدد ألوانها وتفتح الباب أمام كل فرد في أن يمارس ضرباً من النشاط الحركي الذي يتفق مع قدرته وإستعداداته ، ومع ميوله ورغباته ، مما يؤدي إلى إكتسابه هواية مفيدة تدعم شخصيته .

8- المهارات النافعة: فحياة الفرد الآمنة تتطلب منه أن يكتسب كثيراً من المهارات الحركية الأساسية أو يؤديها وفق مبادئها السليمة دون تعب أو عناء كالمشي و الجري والوثب والحمل وغير ذلك من أنواع النشاط البدني السائد ، تفادياً لخطورة الأجسام المتحركة ، وتحقيقاً لعنصر الرشاقة التي تجعل منه ماهراً في حياته اليومية .

9- فكرة الفرد عن ذاته : فتعتبر المعرفة والثقافة الرياضية وتطبيقاتها أفضل مجال لإكتشاف ميول الفرد وأخلاقياته وقدراته وإبراز مميزاته وعيوبه والوقوف على واقع شخصيته ، والثقافة الرياضية تسعى بالفرد إلى الوصول إلى الشخصية الرياضية المتصفة بالكفاءة المنزلية والتميزة بالروح الرياضية السامية .

10 - الأثر اللياقى : فالمعرفة أو الثقافة الرياضية تلعب دوراً أساسياً في إنماء اللياقة الشاملة للأفراد ، وتسهم عن طريق برامجها المختارة في إتاحة فرص الترويح البريء وكسر حدة التوتر النفسي وإزالة مسبباته وتساعد في الإرتقاء بالمستوى الصحي . فالخلاصة أن " المعرفة" أو " الثقافة الرياضية "، واللياقة، وجهان لعملة واحدة، مفادها تكوين المواطن الصالح المستنير.

نقول ذلك ونشير قبل أن نختم هذا الجزء إلى أن هناك شروطاً لتأثير الإعلام الرياضي أهمها (1)

أ - شروط لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية مثل :

1 - خبرة المصدر .

2 - المصداقية .

3 - وسيلة الإعلام الرياضية .

---

(1) خير الدين علي عويس ، عطا حسن عبد الرحيم ، مرجع سابق ، ص 55 .

ب - الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة والمحيط الإجتماعي :

- 1- قادة الرأي وأصحاب المكانة الإجتماعية في المجال الرياضي .
- 2 - الحالة التي عليها المجتمع .

ج - الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية :

- 1 - أن يكون المضمون متعلقاً بقضية رياضية ، تشغل الرأي العام الرياضي .
- 2 - تكرار عرض الرسالة الرياضية.
- 3 طريقة عرض الرسالة الرياضية
- 4 طريقة صياغة الرسالة الرياضية.

د - الشروط التي لها علاقة بالجمهور :

- 1 - دور الجمهور ( أطفال - رجال - نساء ) .
- 2 - الموقع الاجتماعي للفرد ( التميز في المجتمع ) .
- 3 - معتقدات الجمهور .
- 4 - إدراك المتلقي للرسالة.

و في إطار الدور التربوي للإعلام الرياضي ، يرى أ . د مسعد عويس باعتباره أحد خبراء الإعلام الرياضي (1) ملاحظات حول أداء القنوات الرياضية :

- 1- أغلب المواد الإعلامية الرياضية تدور حول وصف المباريات الرياضية ذات الطابع التنافسي على المستوى المحلي والدولي ، إضافةً إلى الإهتمام بإذاعة الرياضات العنيفة للمحترفين التي تبعد عن التربية البدنية والرياضية .
- 2- يتركز الإهتمام على لعبة كرة القدم ولاعبيها وأنديتها على المستوى المحلي والدولي
- 3- غياب النظرة التربوية الهادفة إلى غرس الثقافة البدنية وثقافة الرياضة للجميع . والتركيز على اللاعبين المتفوقين بشكل خاص ، و المشاهير .
- 4- عدم العناية بالدعوة إلى سيادة الروح الرياضية بين القوى الرياضية ، فضلاً عن عدم روح التعصب الرياضي ، بدلاً من الإلتزام والولاء ، والروح الجماعية
- 5- لم يتم إستخدام إمكانات أجهزة الإعلام بأنواعها المختلفة في نشر التربية البدنية والرياضية لمختلف قطاعات المجتمع .

---

(1) مسعد عويس ، الدور التربوي للإعلام الرياضي : ماذا يريد التلفزيون من الإعلاميين . ( الرياض : مكتب التربية العربي لدول الخليج ، الجزء الثاني ، 1984 م ) ص 350 .



6- يشارك بعض القادة الإعلاميين كطرف في القضايا الرياضية ، الأمر الذي يبعدهم عن الحيات المرجو في رجال الإعلام .

7- عدم التأكيد على إرتباط التربية البدنية والرياضية بالعملية التربوية الشاملة ، مما يوحي بأن الرياضة مضيعة للوقت ، ومعوقة عن التحصيل الدراسي ، ولا تساهم في التنمية الإجتماعية .  
و إذا كانت وسائل الإعلام الرياضي العربي ، قد تطورت واستفادت من تقنيات العصر ، فأصبح لدينا كمّ لأبأس به من الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية المختصة بالرياضة ، فإن الشق الآخر الذي يستحق الإهتمام ، وربما الجانب الأكثر أهمية ، يتعلق بالمضمون الذي تقدمه تلك الوسائل الإعلامية ، إذ ليس كافيا أن تتطور وسائل الإتصال الحديثة من الجانب التقني ، ونحصل على تلك التكنولوجيا بالشراء ، بل الأكثر أهمية أن نحسن استخدام تلك الوسائل ونستغلها أفضل استغلال لتحقيق الأهداف المتوخاة من وجود هذه الوسائل (1) .

#### الخلاصة :

فإن الإعلام الرياضي ، يعتبر أحد عناصر الجذب في محيط أعضاء المجتمع بوجه عام ، وفي محيط النشء والشباب بوجه خاص ، وهو مثله كمثل الإعلام بمفهومه الشامل ، يقدم معلومات تتعلق بالمجال الرياضي من خلال الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون (2) .  
ويمكن لهذه المعلومات الرياضية ( المعرفة الرياضية ) أن تساعد الفرد على تكوين رأيه في موضوع ما أو في عدة موضوعات تتعلق بالرياضة ، ويحتمل أن يسهم هذا الرأي في اكتساب قيمة ما ، تلك القيمة التي قد تعمل على تكوين إتجاهات الفرد نحو النشاط الرياضي ، الأمر الذي يدفعه لكي يسلك سلوكاً محدداً يعبر فيه عن موقفه العملي نحو النشاط الرياضي سلْباً أو إيجاباً (3) .

---

(1) حيدر عبد الحق ، برنامج حوار في الرياضة ، قناة الجزيرة القطرية في 2002/8/3 م ، عبر موقعها على الإنترنت . [http:// www.Algazera.net](http://www.Algazera.net)

Algazera.net .

(2) مسعد عويس ، مرجع سابق ، ص 350 .

(3) نفس المرجع السابق ص 350

## الفصل الخامس :

### إجراءات و نتائج الدراسة

مقدمة

#### المبحث الأول : إجراءات الدراسة الميدانية

7. تحديد العينة
8. إعداد صحيفة الإستبيان
9. تصميم صحيفة الإستبيان
10. اختبار الصدق لصحيفة الإستبيان
11. المجال الزمني للدراسة
12. أسلوب جمع البيانات

#### المبحث الثاني : عرض و تحليل الدراسة

6. نتائج التساؤلات المتعلقة بالبرامج الرياضية في التلفزيون
7. نتائج التساؤلات المتعلقة بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين
8. نتائج إختبارات الفروض
9. الإستنتاجات
10. المقترحات

خاتمة

## مقدمة :

نتناول في هذا الفصل إجراءات الدراسة الميدانية، استخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة ، مثل تحديد مجتمع الدراسة ، وإعداد صحيفة الإستبيان ، وتصميم الإستمارة، وصدق الإستمارة ، و المجال الزمني لتنفيذ الدراسة ، وأسلوب جمع البيانات . كما نتاول في هذا الفصل أيضًا النتائج العامة لهذه الدراسة ، والمتمثلة في الإجابة على تساؤلات الدراسة التي عرضناها في مجموعة من الجداول ، وتظهر خلالها الإجابات على التساؤلات الخاصة بكل من البرامج الرياضية و القنوات الرياضية و الإجابة على الأسئلة الخاصة بالدراسة و عينة المبحوثين .

## المبحث الاول : إجراءات الدراسة الميدانية

اشتملت الدراسة الميدانية على الإجراءات المنهجية التالية :

### 1 - تحديد العينة:

وقد تم إختيار مدينة الجزائر كمجتمع للدراسة من خلال عينة عشوائية بسيطة ثم توزيعها على عدة من أحياء هذا الاقليم لتمثل مختلف الأحياء الموجودة به الراقية و المتوسطة و الشعبية وبما يتوافر فيها من تنوع بيئي و إجتماعي و ثقافي . فضلاً عن توافر التلفزيون وارتفاع نسبة حيازة الأجهزة المستقبلية لإرسال القنوات الفضائية المشفرة وغير المشفرة والأقمار الصناعية ، و قد تم توزيع مفردات العينة على الأحياء المختارة بالتساوي تقريباً لكل حي ، أو لعينة الذكور و الإناث داخل نفس الحي، وتظهر الرسومات و الجداول التالية بعض خصائص العينة من حيث الأحياء التي تمت فيها الدراسة و العمر والنوع :

### جدول رقم 2: يوضح توزيع المفردات على الأحياء المختارة

الحي	عدد المفردات	عدد الذكور	عدد الاناث
بئر مراد رايس	66	33	33
الأبيار	67	33	34
حسين داي	66	33	33
الحراش	67	34	33
باب الواد	67	34	33
الدار البيضاء	67	34	33
المجموع	400	201	199

### جدول رقم 3 : يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	الكمية	النسبة المئوية
ذكور	201	50.25
اناث	199	49.75
المجموع	400	100

### جدول رقم 4 يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

العمر	الكمية	النسبة	الترتيب
من 18 لاقبل 30 سنة	198	49.5	1
من 30 لاقبل من 40 سنة	127	31.75	2
من 40 لاقبل من 50 سنة	49	12.25	3
خمسون سنة فاكثر	26	6.5	4
المجموع	400	100	

## 2. إعداد صحيفة الاستبيان

قمنا في هذا البحث بوضع أسئلة الإستبيان شملت على مجموعة من المحاور الرئيسية المتعلقة

بالتقنيات و البرامج الرياضية

1. قياس معدل التعرض للبرامج الرياضية
2. قياس مدى ونوع الإستفادة المحققة الحاصلة لدى الجمهور
3. درجة الإعتماد على البرامج الرياضية ومجالات الإعتماد عليها
4. مدى إزدياد المعارف الرياضية من مشاهدة البرامج الرياضية
5. دوافع التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون و مدى الإستفادة منها
6. قياس المعرفة الرياضية للجمهور
7. قياس تأثير المتغيرات الديمغرافية كالنوع ، المستوى الإجتماعي و السن ، على إكتساب الجمهور للمعرفة الرياضية .

### 3. تصميم الصحيفة

قمنا بتقسيم الإستمارة إلى خمسة أقسام :

- الجزء الأول :** مجموعة من الأسئلة حول التعرض للتلفزيون ومعدله و القنوات و البرامج المفضلة
- الجزء الثاني :** مجموعة من الأسئلة حول التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون ومدى إعتدال على وسائل أخرى في المعرفة ، و ترتيبها ومقترحات المبحوثين لتطوير البرامج الرياضية
- الجزء الثالث :** يشمل أسئلة تخص مقياس المعرفة في المجال الرياضي في المحاور التالية : إنجازات رياضية ، شخصيات رياضية و تواريخ رياضية ، قوانين رياضية .
- الجزء الرابع :** ويشمل على أسئلة مقياس المستوى الإجتماعي و الإقتصادي . .
- الجزء الخامس :** البيانات الشخصية و تشمل النوع و السن و الحالة الإجتماعية .

### 4. إختبار الصدق لصحيفة الاستبيان

لقياس صدق الإستمارة ، قمنا بإتباع الخطوات التالية :

- \* عرض صحيفة الإستبيان على مجموعة من الأساتذة في مجال الإعلام و الإتصال و الرياضة و تم تعديل الإستمارة وفقاً للملاحظة التي أبداها الأساتذة بحذف بعض الأسئلة أو إضافة أسئلة جديدة وكذلك تعديل البدائل لبعض الأسئلة الأخرى .
- \* تم إجراء إختبار قبلي على عينة من الجمهور في نفس المناطق التي أجريت فيها الدراسة .مكونة من 20 مفردة من الجنسين بواقع 5 بالمئة من إجمالي عينة الدراسة ، وذلك للتأكد من صلاحية الإستمارة للتطبيق ، ومدى فهم الجمهور للإستمارة ووضوحها لديهم . وقد تم تعديل الإستمارة وصياغتها في شكلها النهائي حسب ما لاحظناه أثناء إجراء الإختبار القبلي حيث تم إعادة صياغة بعض العبارات التي أسئ فهمها من الجمهور .

### 5. المجال الزمني للدراسة

بعد حصولنا على الموافقات اللازمة لإجراء الدراسة من طرف الأستاذ المشرف على الدراسة ومن طرف كلية علوم الإعلام و الإتصال ، بدأنا في تنفيذ الدراسة إعتباراً من أفريل 2012م الى جانفي 2014. و يرجع هذا التأخر إلى ظروف عائلية تخصنا و سفرنا إلى خارج الوطن .

## 6. أسلوب جمع البيانات

قمنا باستخدام أسلوب المقابلة الشخصية الموجه لجمع المعلومات من المبحوثين. وقمنا بتوجيه أسئلة محددة إلى المبحوث ، وبطريقة محددة وتتميز هذه المقابلة بسهولة حصر المعلومات و تحليلها و تتيح إلى المبحوثين الحصول على إستفسارات و مما يؤدي إلى طول الوقت الذي قد يتعدى 30 دقيقة . .

### المبحث الثاني : نتائج البحث :

- نتائج خاصة بالتساؤلات الخاصة بالبرامج الرياضية
- نتائج خاصة بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين
- نتائج إختبارات الفروض الخاصة

#### 1. التساؤلات حول البرامج الرياضية في التلفزيون ومن أهمها ما يلي :

- مامدى إنتظام الجمهور في التعرض للقنوات و البرامج الرياضية ؟
- ماهي المحطات و القنوات التلفزيونية التي يفضلها جمهور البرامج الرياضية ؟
- ما معدل التعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون ؟
- كيف يتعرض المشاهدون للبرامج الرياضية
- ما أهم الفقرات و البرامج الرياضية التي يفضل الجمهور مشاهدتها ؟
- ماهي المجالات التي تركز عليها البرامج الرياضية ؟
- ما أسباب إستخدام الجمهور للقنوات و البرامج الرياضية ؟
- مانوع و مدى الإستفادة الحاصلة للجمهور من إستخداماته للبرامج و القنوات الرياضية ؟
- مادرجة الإعتماد على القنوات و البرامج الرياضية للحصول على المعلومات؟
- ما مجالات الإعتماد على القنوات و البرامج الرياضية
- ماهي أكثر المحطات المفيدة في تقديم البرامج الرياضية ؟
- ما دوافع الجمهور لإستخدام القنوات و البرامج الرياضية
- ما مدى وجود إهتمام متساو من البرامج الرياضية في تقديم اللعبات و الرياضات المختلفة ؟
- ما مدى الإستفادة من القنوات و البرامج الرياضية في ممارسة رياضة معينة ؟
- ما هي أسباب عدم الإستفادة من القنوات و البرامج الرياضية أو عدم إستخدامها ؟
- ماهي أسباب عدم مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون

- ماهو مقترحات الجمهور لتطوير البرامج الرياضية ؟
  - ماهو مستوى المعرفة الرياضية لدى الجمهور الجزائري ؟
  - ماهو مستوى إستخدام الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية ؟
  - ماهي الإشباعات المتحققة لدى الجمهور الجزائري من إستخداماته للقنوات و البرامج الرياضية
- 2. الأسئلة التي تتعلق بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين :**
- ماترتيب الوسائل المختلفة التي يعتمد عليها الجمهور لإشباع رغباته الرياضية ؟
  - هل يمارس المبحوثون رياضة معينة و ما دافع لممارستها ؟
  - ما مقترحات المبحوثين لتطوير البرامج الرياضية ؟
- \*القنوات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من عينة الدراسة :**

جدول رقم 5 يوضح القنوات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف عينة الدراسة

الترتيب	النسبة	الكمية	القناة	الترتيب	النسبة	الكمية	القناة
15	3	12	سما	1	49.1	194	الشروق
15	3	12	ابوظبي الرياضية	2	41.8	165	نوميديا نيوز
17	2.8	11	Euronews	3	40.8	161	النهار تي في
18	2.5	10	قناة الامازيغية	4	25.3	100	MBC 1
19	2.3	9	الحياة المصرية	5	24.1	95	الجزيرة الرياضية
20	1.8	7	دبي الرياضية	6	21.8	86	Eurosport
20	1.8	7	الجديد	7	18.2	72	الجزائرية الثالثة
22	1.5	6	روسيا اليوم	8	9.6	38	France 24
22	1.5	6	BBC	9	8.6	34	العربية
24	1.3	5	المحور	10	7.1	28	Canal algerie
25	1	4	قناة القران الجزائرية	11	6.6	26	TF1
26	0.8	3	العفاسي	12	3.5	14	الجزيرة الاخبارية
26	0.8	3	المنار	13	3.3	13	روتانا
28	0.5	2	المجد	13	3.3	13	ابوظبي دراما
	متعدد	الاختيار	ن = 395		متعدد	الاختيار	ن = 395

يتبين من الجدول أن القنوات الجزائرية تأتي في مقدمة القنوات المفضلة للمبحوثين وإن كانت بدرجات متفاوتة حيث جاءت قناة الشروق في الترتيب الأول بنسبة 49.1 بالمئة من المبحوثين ، تليها قناة نوميديا نيوز في الترتيب الثاني بنسبة 41.8 بالمئة و تنافسها قناة النهار لكنها تأتي في الترتيب الثالث ثم تأتي قناة MBC 1 في المرتبة الرابعة بنسبة 25.3 بالمئة من المبحوثين ، وهي مرحلة متقدمة نسبياً على العديد من القنوات العربية و الأجنبية كما في الجدول .

وحصول قناتي الجزيرة الرياضية و أروسبور الرياضيتين على ترتيب متقدم في قائمة القنوات المفضلة لمشاهدي التلفزيون ،تليهما قناة الجزائرية الثالثة و فرانس 24 وهو مايشير إلى أن الجمهور الجزائري لا يكتفي بمتابعة القنوات الرياضية المحلية أو القنوات الدولية الإخبارية ولكن يسعى أيضاً للبحث عن القنوات الرياضية الدولية .

**\*أنواع البرامج المفضلة لدى المشاهدين من عينة الدراسة**

**جدول رقم 6 يوضح أنواع البرامج المفضلة لدى المشاهدين**

الترتيب	النسبة	الكمية	أنواع البرامج
1	52.9	209	البرامج الإخبارية و السياسية
2	48.9	193	البرامج الدينية و القرآن الكريم
3	43.8	173	الدراما و المسلسلات
4	42.3	167	البرامج الرياضية و المباريات
5	28	111	أغاني
6	17.5	69	البرامج العلمية و التعليمية
7	17	67	المنوعات
8	0.5	2	صحية
		الإختيار متعدد	ن = 395

يتبن من الجدول ان 52.9 بالمئة من المبحوثين يفضلون البرامج الإخبارية و السياسية و على ذلك فقد جاءت في الترتيب الأول ، و يليها في الترتيب الثاني البرامج الدينية و القرآن الكريم و بنسبة تفضيل من 48.9 بالمئة من العينة ، يليها في المرتبة الثالثة الدراما و المسلسلات بنسبة 43.8 بالمئة ، ثم تأتي في المرتبة الرابعة البرامج الرياضية و المباريات بنسبة 42.3 بالمئة ، و الأغاني التي حلت في المرتبة الخامسة ، أما عن البرامج العلمية و التعليمية و المنوعات تأتي في المؤخرة ، بالإضافة إلى هناك نسبة من المبحوثين الذين يهتمون بالبرامج الصحة وكانت نسبتها منخفضة 0.5 بالمئة .

**\*مدى إنتظام المبحوثين في مشاهدة البرامج الرياضية :**

**جدول رقم 7 يوضح مدى الإنتظام في مشاهدة البرامج الرياضية**

الترتيب	النسبة	الكمية	مدى الإنتظام
2	27.5	107	دائمًا
1	49.5	195	أحيانًا
3	23	93	لا
	100	395	نعم

يتبين من هذا الجدول :

أن نسبة 49.5 من المبحوثين يشاهدون البرامج الرياضية في فئة أحياناً يلي ذلك و في الترتيب الثاني نسبة 27.5 بالمئة من المبحوثين هي فئة من يشاهدها دائماً ، وفي حين تأتي في الترتيب الأخير الفئة التي لا تشاهد التلفزيون و تمثل نسبة 23 بالمئة .



**\*القنوات التي يفضل المبحوثون برامجها الرياضية**

جدول رقم 8 يوضح القنوات التي يفضل المبحوثون برامجها الرياضية

الترتيب	النسبة	التكرار	القناة
1	24.5	80	MBC 1
2	22.5	72	الجزيرة الرياضية
3	15.3	50	الشروق
4	10.1	33	التلفزيون الجزائري
5	6.2	21	الجزائرية
6	6.1	20	النهار
7	5.8	19	دبي الرياضية
8	4.6	15	Eurosport
9	3.1	10	أبو ظبي الرياضية
10	0.9	3	Euronews
11	0.6	2	Nile sport
12	0.3	1	دريم الرياضية
	متعدد	الاختيار	ن = 326

يتبين من الجدول : أن القنوات الخليجية تأتي في مقدمة القنوات التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامجها الرياضية ، وتأتي في مقدمتها قناة mbc السعودية و تليها قناة الجزيرة الرياضية القطرية .

كما أن الجمهور الجزائري يتابع القنوات الجزائرية وتمثلها قناة الشروق و الجزائرية والتلفزيون الجزائري و قناة النهار .

كما أن الجمهور يتابع القنوات الدولية الناطقة باللغات الأجنبية أوروبور و أورو نيوز وتأتي في المراتب الأخيرة القنوات المصرية .

**\*معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية أسبوعياً:**

جدول رقم 9 يمثل معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية أسبوعياً

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المعدل
4	7.7	25	يومية
5	4	13	من 5 الى 6 ايام
3	10.7	35	من 3 الى 4 ايام
2	13.5	44	من يوم واحد الى يومين
1	64.1	209	حسب الظروف
	100	326	النتيجة

يتبين من هذا الجدول مايلي :

أن أغلبية مشاهدي البرامج الرياضية يتابعونها حسب الظروف وبنسبة 64.1 بالمئة من المشاهدين ،يلي ذلك من يشاهده من يوم إلى يومين ، ويمكن هذا أن نشير إلى أن المشاهدين عادة ما يرتبطون بالبرامج الرياضية إذا كانت هناك مباراة أو حدث معين ، يرغبون مشاهدته . إن اقل النسب جاءت لمن يشاهدون من 5 إلى 6 يوم ، يليها فئة يوميًا ، ولعل هذا يتوافق مع ماتبئه القنوات حيث لا تبث المباريات سوى يوم أو يومين في الأسبوع .

**\*أهم البرامج و الفقرات الرياضية المفضلة لدى المبحوثين و القنوات التي تبثها :**

### جدول رقم (10)

الترتيب	النسبة المنوية	التكرار	القناة	اسم البرنامج
1	12.88	42	Mbc	صدى الملاعب
12	3.06	10	الجزيرة الرياضية	الرياضة الى الابد
5	10.73	35	الجزيرة الرياضية	الحصاد الرياضي
2	11.04	36	الجزيرة الرياضية	الدوري الانجليزي
2	11.04	36	الجزيرة الرياضية	الدوري الاسباني
2	11.04	36	الجزيرة الرياضية	الدوري الايطالي
6	9.20	30	النهار	45 دقيقة مع مهمر جبور
7	6.44	21	الشروق	ستوديو فوت
9	5.82	19	النهار	ستاد النهار
11	3.98	13	التلفزيون الجزائري	master sport
13	2.45	8	نوميديا نيوز	النشرة الرياضي
14	0.92	3	ابو ظبي الرياضية	الرياضة اليوم
15	0.61	2	دبي الرياضية	World sport
10	4.60	15	التلفزيون الجزائري	ساعة رياضة
8	6.13	20	التلفزيون الجزائري	دوري المحترفين
	متعدد	الاختيار	326	النتيجة

يتبين أن البرنامج المفضل لدى المبحوثين ونسبته...12.88 هو برنامج صدى الملاعب على قناة mbc يليه في الترتيب برنامج الدوري الإنجليزي على قناة الجزيرة الرياضية و على نفس القناة يتقاسم المرتبة الثانية كل من برنامج الدوري الإيطالي و الإنجليزي . وأن الغالبية الساحقة للقنوات التي تنصدر القائمة هي قنوات خليجية كل من mbc و باقة الجزيرة الرياضية وتليها البرامج الرياضية التي تعرض على القنوات الجزائرية .

**\*كيفية مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية :**

**جدول رقم (11)**

**كيفية مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	كيفية المشاهدة
3	11.97	39	بمفرد
2	29.75	97	مع الأسرة
4	11.05	36	مع الأصدقاء
1	47.23	154	حسب الظروف
	100	326	النتيجة

يتبين من هذا الجدول :

أن نمط المشاهدة "حسب الظروف" هو النمط المسيطر على نسبة (47.23 %) من المشاهدين ، يليه نمط المشاهدة مع الأسرة ، ويقع في المرتبة الأخيرة نمط "المشاهدة مع الأصدقاء" ، لأن التلفزيون وسيلة جماعية كثيراً ما يتم المشاهدة له مع الأسرة وهذا النمط يقع في هذا الجدول في الترتيب الثاني .

**\*المجالات التي تركز عليها البرامج الرياضية في التلفزيون حسب مشاهدة المبحوثين :**

**جدول رقم (12)**

**المجالات التي تركز عليها البرامج الرياضية حسب مشاهدة المبحوثين**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المجال
1	76.4	249	المباريات الرياضية
2	34.4	112	الأخبار الرياضية
3	15.6	51	التحقيقات الرياضية
4	5.2	17	الترفيه الرياضي
5	4.6	15	التعرف بقواعد و قوانين اللعاب
6	4	13	التاريخ الرياضي
7	3.7	12	تعلم الألعاب والرياضات المختلفة
8	0.6	2	المنشآت الرياضية
	متعدد	الإختيار	النتيجة

يتبين من هذا الجدول ما يلي :

أن نسبة ( 76.4 % ) من المبحوثين ترى أن المجال الذي يحظى أكثر بالتركيز من قبل البرامج الرياضية هو المباريات الرياضية ، ويرى ( 34.4 % ) أن المجال الذي يلي ذلك وفي الترتيب الثاني هو الأخبار الرياضية ، بينما جاء مجال تعليم الألعاب و الرياضات المختلفة في المجال قبل الأخير ، يليه في المرتبة الأخيرة مجال التركيز على المنشآت الرياضية حيث لم يحظى يوى بنسبة ( 0.6 % ) .

\*أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون :

جدول رقم (13)  
أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	السبب
1	54	176	لمتابعة المباريات الرياضية
2	34.7	113	لمعرفة الأخبار الرياضية
3	14.1	46	لزيادة معرفتي الرياضة
4	12.3	40	لأنني أحب الرياضة
4	12.3	40	لمتابعة أخبار النادي الذي أشجعه
6	10.1	33	لأنني أشجع لعبة معينة
7	8.9	29	لأنني أفضلها على برامج الراديو الرياضية
	متعدد	الاختيار	النتيجة

يتبين من الجدول أن ( 54 %) من المبحوثين يستخدمون البرامج الرياضية في التلفزيون لمتابعة المباريات الرياضية ، ويأتي هذا في مقدمة الأسباب ودوافع المبحوثين ، يليه في الترتيب الثاني معرفة الأخبار الرياضية بنسبة ( 34.7 % ) و في المرتبة الثالثة و هي متقدمة نسبياً لزيادة المعرفة الرياضية بنسبة ( 14.1 % ) وأدنى الأسباب هو تفضيلها على برامج الرياضية في الراديو حيث جاء هذا السبب في الترتيب الأخير بنسبة ( 8.9 % ) .

\* مدى استفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية :

جدول رقم 14  
مدى استفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية :

الترتيب	النسبة	التكرار	مدى الإستفادة
2	38.7	126	أستفيد
3	3.1	10	لا أستفيد
1	58.3	190	أستفيد إلى حد ما
	100	326	نتيجة

يتبين من هذا الجدول أن ( 58.3 %) من المبحوثين يعبرون عن الإستفادة إلى حد ما مما أوقع فئة الإستفادة في الترتيب الأول ، وجاءت فئة المبحوثون الذين يستفدون في الترتيب الثاني و تمثل بنسبة ( 38.7 % ) ، بينما تأتي أقل الفئات وهي الترتيب الثالث و هي فئة من لا يستفيد حيث كانت نسبة ( 7.3 % ) .

**\*أنواع إستفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية :**

**جدول رقم 15**

**أنواع استفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	نوع الاستفادة
1	63.3	200	معرفة الأخبار الرياضية
2	36.1	114	زيادة معرفتي و ثقافتي الرياضية
3	17.7	56	التعرف على الجديفي الرياضيات المختلفة
4	7.3	23	تعلم مهارات رياضية اطبقها على نفسي
		الاختبار متعدد	نتيجة =326

يتبين أن نسبة (63.3%) من المبحوثين يرون أن معرفة الأخبار الرياضية نوع من أنواع الإستفادة الأساسي لهم مما أوقع هذا النوع في الترتيب الأول ، يليه في الترتيب الثاني زيادة معرفة والثقافة الرياضية كنوع من أنواع الاستفادة بنسبة (36.1%) وآخر ترتيب كان لتعلم مهارات رياضية اطبقها على نفسي و بنسبة (7.3%).

**\*درجة اعتماد المبحوثين على القنوات و البرامج الرياضية :**

**جدول رقم 16**

**درجة اعتماد المبحوثين على القنوات و البرامج الرياضية**

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	درجة الاعتماد
2	29.7	94	عالية
3	14.9	46	منخفضة
1	55.7	186	متوسطة
	100	326	نتيجة

يتبين من الجدول:

أن نسبة (55.7%) من المبحوثين يرون درجة الإستفادة من البرامج و القنوات الرياضية متوسطة مما أوقع هذا الإختيار في الترتيب الأول ، و يليها في الترتيب الثاني نسبة المبحوثين الذين يرون أن الإستفادة لديهم عالية والتي تمثل (29.7%) ، و تأتي في الأخير فئة المبحوثين الذين وقع إختيارهم لدرجة الإستفادة منخفضة و تمثل نسبة (14.9%).

\* مجالات إعتداد المبحوثين على البرامج و القنوات الرياضية :

### جدول رقم (17)

مجالات إعتداد المبحوثين على البرامج والقنوات الرياضية

الترتيب	النسبة	التكرار	المجالات
1	66.5	210	متابعة المباريات
2	46.2	146	الاخبار الرياضية
3	13.2	43	التثقيف و التعليم الرياضي
4	12.3	39	الترويج الرياضي
		الاختيار متعدد	316=ن

يتبين من هذا الجدول :

أن (66.5%) من المبحوثين يعتمدون على التلفزيون لمتابعة المباريات الرياضية وهو مجال الاعتماد الاول ، يلي ذلك في الترتيب الثاني مجال الاخبار الرياضية بنسبة (46.2%) وفي الترتيب الثالث التثقيف و التعليم الرياضي بنسبة (13.2%) بالمئة ثم يقع في الترتيب الأخير الترويج الرياضي بنسبة (12.3%) من نسبة المبحوثين .

\*مدى ازدياد المعرفة الرياضية للمبحوثين من متابعة البرامج الرياضية في التلفزيون :

### جدول رقم (18)

مدى ازدياد المعرفة الرياضية للمبحوثين من متابعة البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة المنوية	التكرار	مدى الإستفادة
2	36.1	114	تزداد
1	62	196	تزداد إلى حد ما
3	1.9	6	لا تزداد
	100	316	نتيجة

يتبين من هذا الجدول :

أن نسبة (62%) من المبحوثين يرون ان معارفهم ومعلوماتهم الرياضية لديهم تزداد إلى حد ما من خلال متابعتهم للبرامج و القنوات الرياضية ، ويلي ذلك نسبة (36.1%) يرون انها تزداد بينما ترى أقلية ضئيلة تمثل نسبة (1.9%) الذين يرون أنها لا تزداد

\*أهم القنوات التلفزيونية المفيدة في زيادة المعرفة الرياضية :

جدول رقم ( 19 )

أهم القنوات التلفزيونية المفيدة في زيادة المعرفة الرياضية

الترتيب	النسبة	التكرار	القناة
1	54.5	169	الجزيرة الرياضية 1
2	35.2	109	MBC 1
3	29.4	91	الجزيرة الرياضية 2
4	17.7	55	الشروق
5	10	31	النهار
6	6.1	19	التلفزيون الجزائري
7	5.8	18	الجزائرية
8	1.9	6	Eurosport
8	1.9	6	دبي الرياضية
10	1.6	5	Euronews
11	1.3	4	أبوظبي الرياضية
12	1	3	Nile sport
13	0.3	1	دريم الرياضية

يتبين من الجدول :

أن أكثر القنوات التلفزيونية التي تفيد المشاهدين في زيادة المعلومات والمعارف الرياضية هي قناة الجزيرة الرياضية الاولى ، وقد اتفق على ذلك نسبة (54.5%) من المبحوثين ويلي ذلك mbc بنسبة (35.2%) ثم قناة الجزيرة الرياضية 2 في المرتبة الثالثة بنسبة (29.4%) ، وتليها القنوات الجزائرية في مقدمتها الشروق بنسبة (17.7% ) ويأتي في مؤخرة الترتيب قنوات : دريم ونايل رياضية واليورونيوز ، وهو ما يحدد التأكيد على أن القنوات.

\* دوافع المبحوثين لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون:

جدول رقم (20)

دوافع المبحوثين لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	المتوسط الحسابي	لا		نادرًا		أحياناً		دائماً		التوقعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	1.75	23.9	74	8.7	27	35.8	111	31.6	98	التعرف على الأخبار الرياضية المصرية والعربية والدولية
2	1.64	34.5	107	4.5	14	41	127	20	62	الشعور بالسعادة والتسلية
3	1.60	30.6	90	7.7	24	32.6	101	29	90	الحصول على المعلومات والمعارف الرياضية
4	1.20	37.4	116	13.2	41	41.6	129	7.7	24	ملء الفراغ
5	1.04	51.6	160	9.4	29	22.3	69	16.8	52	أشاهدها بحكم العادة
6	0.78	55.2	171	19	59	18.4	57	7.4	23	تعلم مهارات رياضية وتدعيم ممارسي الرياضة
		الإختيار متعدد								نتيجة

## يتبين من هذا الجدول :

أن أهم دوافع المشاهدين للبرامج الرياضية بالتلفزيون يمكن ترتيبها طبقاً للمتوسط الحسابي لتكرارات الإختيارات بالفئات دائماً ، و أحياناً ، و نادراً ، و لا ، كما يلي :

- 1 - التعرف على الأخبار الرياضية المصرية والعربية والدولية .
- 3 - الشعور بالسعادة و التسلية .
- 4 - الحصول على المعلومات والمعارف الرياضية .
- 5 - ملء وقت الفراغ .
- 6 - أشاهدها بحكم العادة
- 7 - تعلم مهارات رياضية و تدعيم ممارسي الرياضة .

\* مدى وجود اهتمام متساو في تقديم البرامج الرياضية بالتلفزيون للعبات المختلفة في رأي

### المبحوثين :

تبين أن أغلبية المبحوثين و بنسبة (78.5 %) يرون عدم وجود اهتمام متساو من قبل البرامج الرياضية في تقديم للعبات المختلفة ، بينما يرى (21.5 %) وجود اهتمام متساو ، والحقيقة أن النسبة فارقة ، ولعل هذا يرجع إلى الأهتمام باللعبة الشعبية الأولى في مصر وهي كرة القدم أكثر من غيرها .

### \*أسباب عدم وجود اهتمام متساو في تقديم البرامج الرياضية للعبات المختلفة:

- يرى حوالي ( 83.5 % ) من المبحوثين أن السبب يرجع لاهتمام هذه البرامج وتركيزها على كرة القدم .
- يرى ( 20.6 % ) أن السبب يعود لأن البرامج الرياضية لا تعطي معلومات عن كل اللعبات ، بينما يرى ( 8.5 % ) أن السبب يرجع لأنها تبرز الأبطال في اللعبات المختلفة .



\* مدى استفادة المبحوثين من البرامج الرياضية في ممارسة لعبة معينة :

#### جدول رقم (21)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	مدى الإستفادة
3	20.5	65	أستفيد
1	48.3	133	أستفيد إلى حد ما
2	31	99	لا أستفيد
	100	317	نتيجة

يتبين من هذا الجدول :

أن ( 48.3 % ) يستفيدون إلى حد ما من البرامج الرياضية في ممارسة لعبة معينة ، لكنهم بذلك لا يعبرون عن الرضا التام ، حيث اختار منهم فقط فئة " أستفيد " نسبة ( 20.5 % ) في حين وقعت فئة " لا أستفيد " في الترتيب الثاني بنسبة ( 31 % ) .

\*أسباب عدم استفادة المبحوثين من البرامج الرياضية في التلفزيون :

#### جدول رقم (22)

أسباب عدم استفادة المبحوثين من البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	السبب
1	50.5	55	لأنني أتابعها للتسلية فقط
2	29.4	32	لأن محتواها ضعيف
3	19.3	21	لأنني أعتمد على وسائل أخرى
4	8.3	9	لأنني لأركز فيها لكثرة تقطيعات الصورة
		الإختيار متعدد	نتيجة 291

يتبين من هذا الجدول :

أن أسباب عدم الإستفادة من البرامج الرياضية في التلفزيون يمكن ترتيبها كما يلي :

- 1 - لأن الجمهور يتابع للتسلية فقط.
- 2 - لأن محتواها ضعيف .
- 3 - بسبب الإعتماد على وسائل أخرى .
- 4 - لعدم التركيز فيها لكثرة تقطيعات الصورة .

و الحقيقة أن الجمهور يلقي بذلك على نفسه بالسبب الأكبر في عدم الإستفادة من البرامج الرياضية ونسبة ( 50.5 % ) على اعتبار أنه يتابعها للتسلية ، إلا أنه يلقي أيضاً بجزء من المسؤولية على ضعف محتوى هذه البرامج ولكن بنسبة أقل تبلغ ( 29.4 % ) .

أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون :  
جدول رقم (23)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الترتيب
1	76.8	53	لأنني غير مهتم أساساً بالرياضة
2	13	9	لأنها لا تعلمني ممارسة الرياضة
3	8.7	6	لأنها تضيف معرفة ومعلومات جديدة
4	7.2	5	لأنني أفضل متابعة البرامج الرياضية في الراديو
5	5.7	4	لأنني أتعلم على وسائل أخرى
—	—	—	لأنها متحيزة لصالح بعض الأندية
	الإختبار متعدد		نتيجة = 69

يتبين من هذا الجدول :

أن أهم أسباب عدم مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون هي :

- 1 - أن المشاهدين غير مهتمين أساساً بالرياضة وبنسبة ( 76.8 %).
- 2 - لأنها لا تعلم الرياضة وممارستها بنسبة ( 13 % ) .
- 3 - لأنها لا تضيف معرفة ومعلومات جديدة بنسبة ( 8.7 % ) .
- 4 - لأنني أفضل متابعة البرامج الرياضية في الراديو ( 7.2 % )
- 5 - لأنني أتعلم على وسائل أخرى ( 5.8 %).

## 2. نتائج التساؤلات المتعلقة بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين:

\*مدى وجود وسائل غير التلفزيون يحصل منها المبحوثون على المعارف والمعلومات الرياضية .  
وبتوجيه السؤال الخاص بهذا الإستفهام إلى جميع مفردات العينة الـ ( 400 ) تبين أن ( 50.2 % )  
منهم أجابوا " نعم " لهم وسائل أخرى ، بينما أكدت نسبة ( 49.8 % ) أنها تعتمد على التلفزيون فقط في  
الحصول على المعلومات و المعارف الرياضية ، و الواقع أن النسبة ليست فارقة بل هي متقاربة وتكاد  
تكون مناصفة بين الفريقين .

**\*ترتيب الوسائل حسب اعتماد المبحوثين عليها للإشباع الرياضي  
جدول رقم ( 24 )**

ترتيب الوسائل حسب اعتماد عليها للإشباع الرياضي

الترتيب	مجموعة الأوزان المرجحة	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الترتيب الوسيلة
1	1534	1	8	21	71	234	التلفزيون
2	1196	1	16	107	108	82	الصحف
3	998	18	54	72	122	33	الراديو
4	588	27	112	65	28	6	المجلات
5	294	104	30	16	7	18	الإنترنت
	4610	الإختبار متعدد					العينة = 400

**يتبين من مجموعة الأوزان المرجحة بالجدول السابق :**  
أن ترتيب الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون لإشباعهم الرياضية كما يلي :

- 1 - التلفزيون  
2 - الصحف  
3 - الراديو  
4 - المجلات  
5 - الإنترنت

و اللافت للنظر هنا احتلال الصحف المركز الثاني كمنافس للراديو مما أوقعه في الترتيب الثالث في حين أن الإنترنت جاء في الموقع الأخير ولعل هذه النتيجة منطقية نظراً لحداثتها وقلة المستفيدين منها لأسباب كثيرة .

**\*مدي ممارسة المبحوثين للعبة معينة :**

تبين أن ( 57.2 % ) من المبحوثين لا يمارسون لعبة معينة ، بينما تبين أن ( 42.8 % ) يمارسون لعبة ما ، مما يؤكد على أنه أمام البرامج الرياضية طريق طويل حتى تصبح نسبة الممارسة الرياضية جماهيرية .

**\*دوافع ممارسة الرياضة للمبحوثين الذين يلعبون لعبة معينة :**

- تبين من تحليل العينة إحصائياً هذه الدوافع :
- 1 - نسبة ( 63.2 % ) من المبحوثين ترى أن دوافع ممارستها تعود للمحافظة على الصحة العامة .
  - 2 - نسبة ( 42.7 % ) من المبحوثين ترى أن دوافعها ترجع للقيام بممارسة الرياضة ومعرفة أهميتها .
  - 3 - ترى نسبة ( 14 % ) أنها تمارس الرياضة للمحافظة على المظهر العام .
  - 4 - جاء في المركز الأخير نسبة ( 8.8 % ) من المبحوثين يرون أنهم يمارسون الرياضة ليكون لهم دور إجتماعي .

**\*مقترحات المبحوثين لتطوير البرامج الرياضية في التلفزيون :**

**جدول رقم (25)**

مقترحات المبحوثين لتطوير البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	المقترحات
1	48	192	التوازن في تقديم المعارف والألعاب
2	34.5	138	أن يكون المذيع مختصاً
3	32.5	130	كثرة الخروج من الاستوديو
4	28	112	التنوع في الفقرات
5	23.5	94	كثرة اللقاءات مع خبراء التربية
6	21.8	87	حيوية المذيعين
7	17.3	69	ثبات مواعيد البث
8	0.8	3	اختيار مواعيد مناسبة للعرض
	الإختبار متعدد		نتيجة =400

**يتبين من الجدول :**

أن أهم مقترحات المبحوثين ركزت على أهمية :

- 1 - التوازن في تقديم المعارف و الألعاب .
- 2 - أن يكون المذيع مختصاً .
- 3 - كثرة الخروج من الاستوديو .
- 4 - التنوع في الفقرات .
- 5 - كثرة اللقاءات مع خبراء التربية .
- 6 - حيوية المذيعين .
- 7 - إختيار مواعيد مناسبة للعرض .

**3. نتائج اختبارات الفروض الخاصة**

تناولنا في هذا الفصل نتائج اختبارات الفروض الخاصة بالتعرض للبرامج الرياضية و القنوات الرياضية ، والفروض المتعلقة بالمعرفة الرياضية للمبحوثين و علاقتها بالنوع و السن و المستوى الإجتماعي و الإقتصادي .

وقد قمنا بإستخدام مجموعة من المقاييس التجميعية الخاصة وتم من خلالها تحويل متغيرات ومفردات إستمارة إستبيان الدراسة الميدانية إلى إحصاءات رياضية ورقمية لتسهيل عملية إختبارات الفروض ، و اشتمل ذلك على مقاييس لما يلي :

- المعرفة الرياضية
- المستوى الاجتماعي و الإقتصادي
- التعرض للتلفزيون
- الدوافع الطقوسية ، و الدوافع النفعية للتعرض للبرامج و القنوات الرياضية .

وقد اعتمدنا على عدد من الإختبارات و المقاييس الإحصائية المستخدمة في البحوث الإجتماعية في إختباراته لفروض الدراسة ، وقمنا قبل البدء في اختبار الفروض بتصميم مجموعة من المقاييس الخاصة بمتغيرات ومفردات الفروض المتعلقة بالدراسة ، التي وردت في إستمارة الإستبيان ، وذلك لقياس الفروض بشكل محدد و بالرجوع إلى إستمارة الإستبيان و فروض الدراسة ومتغيراتها . يمكن التوصل إلى المقاييس التجميعية التالية :

### 1. مقياس مستوى المعرفة الرياضية

قمنا بإعطاء درجة واحدة لكل إجابة صحيحة على كل سؤال من أسئلة مقياس المعرفة الواردة بالإستمارة ، بحيث يحصل من يجيب إجابة صحيحة على كل الأسئلة على 14 درجة . و تم تقسيم مستوى المعرفة لكل مبحث كما يلي :

- مستوى معرفة رياضية منخفضة لمن يحصل من صفر إلى 4 درجات
- مستوى معرفة رياضية متوسطة لمن يحصل من 5 درجات إلى 9 درجات
- مستوى معرفة رياضية مرتفعة لمن يحصل من 10 درجات إلى 14 درجة

و بتطبيق هذه القواعد الخاصة بقياس مستوى المعرفة للمبحوثين على اجاباتهم الخاصة بأسئلة \*مقياس المعرفة يمكن التوصل إلى الجدول التالي :

### مقياس مستوى المعرفة الرياضية

#### جدول رقم (26)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	درجة مستوى المعرفة
3	12.5	50	منخفض
2	31	124	متوسط
1	56.5	226	مرتفع
	100	400	نتيجة

يتبين من الجدول

أن (56.5%) من افراد العينة يتمتعون بمستوى معرفة رياضية مرتفع ، وأنهم يقعون في المستوى الأول في ترتيب الجموعات، و بنسبة تفوق (31%) من أفراد العينة بينما يقع في الترتيب الأخير نسبة (12.5%) و يتمتعون بمستوى معرفة منخفض

## 2. مقياس المستوى الإجتماعي و الإقتصادي

وقد قمنا بتقييمه بـ 30 درجة و ذلك بإعطاء درجات مختلفة لكل عنصر من عناصر المستوى

الإجتماعي و الإقتصادي كمايلي :

### • المستوى التعليمي :

- 1 ابتدائي درجة
- 2 متوسط درجتان
- 3 ثانوي ثلاث درجات
- 4 مؤهل جامعي أربع درجات
- 5 ماجستير خمس درجات
- 6 دكتوراه ست درجات

### • نوع السكن :

- 1 حجرة واحدة درجة واحدة
- 2 شقة في حي شعبي درجتان
- 3 شقة في حي متوسط ثلاث درجات
- 4 شقة في حي راق أربع درجات
- 5 فيلا خمس درجات

### • طبيعة ملكية السكن :

- 1 ملكية خاصة خمس درجات
- 2 إيجار درجة واحدة

### • الإشتراك في نادي رياضي أو مركز رياضي

- 1 غير مشترك
- 2 مشترك في نادي

• السفر إلى الخارج : قُيم بخمس درجات لكل عنصر مما يلي : درجة للسياحة ، العلاج ، العمل ، الحج و العمرة ، التعليم ولمن لا يسافر درجة صفر

- ملكية الأجهزة : تم تقييمها بخمس درجات موزعة كما يلي :

من يملك من 1 إلى 3 أجهزة درجة  
 من يملك من 4 إلى 5 أجهزة درجتان  
 من يملك من 6 إلى 7 أجهزة ثلاث درجات  
 من يملك من 8 إلى 9 أجهزة أربع درجات  
 من يملك من 10 إلى 12 جهاز خمس درجات ، وأعطينا من لا يملك أي جهاز درجة صفر  
 والأجهزة هي : فيديو ، دي في دي ، غسالة أتوماتيك ، كمبيوتر محمول ، سيارة تلفون  
 محمول ، غسالة الأطباق ، ميكروايف ، خط انترنت ، مكيف هوائي  
 تلفزيون ذو شاشة مسطحة ، حساب بنكي .

وبتجميع هذه الدرجات التي يحصل عليها كل مبحوث تبين أن الحد الأدنى لما يحصل عليه  
 مبحوث ما ، هو درجتان ومن ثم قمنا بتقسيم المستوى الإجتماعي و الإقتصادي للمبحوثين كمايلي :

- مستوى منخفض : 2 درجة إلى 11 درجة
- مستوى متوسط : 12 درجة إلى 20 درجة
- مستوى مرتفع : 21 إلى 30 درجة

وبتطبيق هذا المقياس ، ومن خلال تحليل بيانات العينة أمكن التوصل إلى الجدول التالي :

#### مقياس المستوى الإجتماعي و الإقتصادي

#### جدول رقم ( 27 )

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	نوع المستوى
2	32.2	129	منخفض
1	50.8	223	متوسط
3	17	68	مرتفع
	100	400	نتيجة

يتبين من الجدول : أن حوالي نصف العينة و بنسبة ( 50.8 % ) تنتم بمستوى إجتماعي و إقتصادي  
 متوسط و هي النسبة الأكبر و تقع في الترتيب الأول  
 وأن نسبة ( 32.2 % ) من المبحوثين يتمتعون بمستوى إجتماعي و إقتصادي منخفض ، ويقعون في  
 الترتيب الثاني ، بينما يقع ( 17 % ) من أفراد العينة في المستوى الإجتماعي و الإقتصادي المرتفع ،  
 والواقع أن هذه النسب الثلاث تتفق إلى حد كبير مع النسب النظرية للمستويات الإجتماعية و الإقتصادية  
 في المجتمع .

## 1- مقياس مشاهدة التلفزيون:

### جدول رقم ( 28 )

#### مقياس مشاهدة التلفزيون

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	مستوى المشاهدة
3	6.8	27	منخفض
2	38.7	153	متوسط
1	54.43	215	مرتفع
	100	395	نتيجة

يتبين من هذا الجدول :

أن نسبة (54.4 %) من المبحوثين تتمتع بمستوى مشاهدة مرتفع لدرجة أوقعها في الترتيب الأول، يلي ذلك في الترتيب الثاني و بنسبة (38.7 %) من المبحوثين يتمتعون بمشاهدة متوسطة للتلفزيون ، في حين يقع في المرتبة الثالثة و الأخيرة نسبة (6.8 %) من المبحوثين ويتصف مستوى مشاهدتها للتلفزيون بأنه منخفض .

## 3-مقياس مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون :

### جدول رقم (29)

#### مقياس مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	مستوى المشاهدة
2	38.7	126	منخفض
1	44.8	146	متوسط
3	16.6	54	مرتفع
	100	326	نتيجة

يتبين من هذا الجدول :

أن النسبة الأكبر ( 44.8 %) من مشاهدي البرامج الرياضية في التلفزيون يتصف مستوى مشاهدتهم بأنه متوسط للبرامج الرياضية ، في حين ، يلي ذلك في الترتيب الثاني بنسبة ( 38.7 % ) من أفراد العينة من يتصف مستوى مشاهدتهم للبرامج بأنه منخفض ، في حين تبين أن النسبة الاقل وهي ( 16.6 % ) من العينة تتصف بأن مشاهدتها مرتفعة للبرامج الرياضية في التلفزيون .



#### 4-مقياس الدوافع الطقوسية لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون :

##### جدول رقم (30)

#### مقياس الدوافع الطقوسية لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة النموية	التكرارات	مستوى المشاهدة
2	33.5	104	منخفض
1	37.1	115	متوسط
3	29.4	91	مرتفع
	100	310	نتيجة

يتبين من هذا الجدول:

أن نسبة (37.1 %) من المبحوثين و يقعون في الترتيب الأول يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون بدوافع طقوسية متوسطة ، يلي هذه النسبة و في الترتيب الثاني نسبة ( 33.5 %) من أفراد العينة يتمتعون بدوافع طقوسية منخفضة، بينما من يتمتعون بدوافع طقوسية مرتفعة في مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون فإن نسبتهم تصل إلى( 29.4 %) و تقع في الترتيب الأخير والواقع أن ترتيب هذه النسب ينسجم مع ترتب نسب تعرض المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون .

#### 5-مقياس الدوافع النفسية للتعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون :

##### جدول رقم ( 31 )

#### مقياس الدوافع النفسية للتعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون

الترتيب	النسبة النموية	التكرارات	مستوى المشاهدة
3	31.6	98	منخفض
2	31.9	99	متوسط
1	36.5	103	مرتفع
	100	310	نتيجة

يتبين من هذا الجدول:

أنه رغم التقارب النسبي للمبحوثين في قوة دوافعهم النفسية لمشاهدة البرامج الرياضية للتلفزيون إلا أن ذلك جاء لصالح أصحاب الدوافع النفسية المرتفعة حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة(36.5 %) ثم يليه الدوافع المتوسطة بنسبة( 31.9 %) و تكاد تتساوى مع الدوافع المنخفضة بنسبة (31.6 %)

## الاستنتاجات :

- فيما يخص التعرض وإسخدامات الجمهور الجزائري و الإشباعات المحققة جاءت الدراسة بالنتائج التالية
1. وجود علاقة ارتباط بين استخدامات الجمهور للبرامج و القنوات الرياضية ودوافع المبحوثين الطقوسية و النفعية للتعرض للبرامج ( هذا الفرض صحيح ).
  2. تبين وجود علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على البرامج الرياضية في التلفزيون ومستوى معرفتهم الرياضية ( هذا الفرض صحيح )
  3. لم يتبين وجود علاقة ارتباط بين دوافع المبحوثين الطقوسية للتعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون ومستويات معرفتهم الرياضية ، بينما تم رصد هذه العلاقة مع الدوافع النفعية للمبحوثين للتعرض لهذه البرامج و تاكد لنا علاقة ارتباطية طردية بينهما.
  4. تبين وجود فروق بين الذكور و الإناث في تعرضهم للبرامج الرياضية بالتلفزيون و في دوافعهم النفعية للتعرض لهذه البرامج و في درجة اعتمادهم عليها ، بينما لم يتبين وجود هذه الفروق بين الإناث و الذكور في دوافعهم الطقوسية للتعرض للبرامج و القنوات الرياضية .
  5. لم يتبين فروق بين المبحوثين من المستويات الاجتماعية و الاقتصادية المختلفة في مستويات تعرضهم للبرامج و القنوات الرياضية ، أو مستويات دوافع الطقوسية او النفعية للتعرض للبرامج و القنوات الرياضية او في درجة اعتمادهم على البرامج الرياضية في التلفزيون.
  6. لم يتبين فروق بين المستويات العمرية المختلفة للمبحوثين في مستوى استخدامهم للبرامج و القنوات الرياضية او في دوافعهم الطقوسية او النفعية لهذه البرامج أو في مستوى اعتمادهم عليها
  7. تم الاستدلال على وجود علاقة بين الاعتماد على البرامج الرياضية و القنوات الرياضية في تحقيق الإشباعات الرياضية ومستويات المعرفة الرياضية .
  8. وجود فروق بين الذكور و الإناث في مستوى معرفتهم الرياضية ، فالمعرفة الرياضية للذكور مرتفعة بينما للإناث متوسطة .
  9. لم يتم استدلال على فروق بين المبحوثين من المستويات الاجتماعية المختلفة و الاقتصادية في مستوى معرفتهم الرياضية
  10. تم رصد فروق بين المستويات العمرية المختلفة للمبحوثين في مستويات معرفتهم الرياضية حيث تبين أن المعرفة الرياضية للفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة أعلى من غيرها وأن أقل الفئات العمرية معرفة رياضية من خمسون سنة فأكثر

## المقترحات:

اهتمينا في هذه الدراسة بتوضيح إستخدامات الجمهور للبرامج و القنوات الرياضية و الإشباعات المتحققة أي بتوضيح العلاقة بين التعرض للبرامج و القنوات الرياضية و المعرفة الرياضية للجمهور الجزائري

و في احدى الخطوات البسيطة في مجال دراسة البرامج و القنوات الرياضية و علاقتها بالمعرفة الرياضية للجمهور سواء في الجزائر أو العالم العربي ، أو على مستوى العالمي ، إذ أن هذا المجال يزخر بالعديد من الافكار و المقترحات التي تصلح لدراسات و بحوث مستقبلية يمكن أن تقوم الجهات البحثية المختلفة ومنها :

- علاقة الجمهور الجزائري بالقنوات الرياضية العربية و الدولية المتخصصة
- علاقة القنوات الرياضية الجزائرية بالواقع الرياضي العربي
- تحليل مضمون اهتمامات القنوات الرياضية العربية
- دراسة مقارنة للبرامج الرياضية الجزائرية و البرامج العربية و الدولية
- دراسة التحليل الرياضي و التعليق الرياضي
- دراسة مقارنة للقنوات الرياضية العربية الحكومية و الخاصة
- دراسة علاقة الفئات العمرية المختلفة بالقنوات الرياضية
- دراسة القائم بالاتصال في القنوات الرياضية
- دراسة الفروق بين الجنسين في متابعة البرامج الرياضية
- دراسة السياسات الاعلامية في القنوات الرياضية
- دراسة مدى الترويج للقيم في القنوات الرياضية
- دراسة موضوع النقد و التحليل الرياضي في القنوات الرياضية
- دراسة موضوعية النقد و التحليل الرياضي في القنوات الرياضية
- دراسة علاقة حجم التمويل بالتغطيات الرياضية في القنوات الرياضية

و تشير هذه الدراسة في تواضع عدد المقترحات للمسؤولين عن البرامج الرياضية في الجزائر والعالم العربي كما يلي :

زيادة الوقت المخصص للبرامج الرياضية في التلفزيون الجزائري ، إذ أن هذا الوقت لا يتجاوز افضل حالاته نحو 6 بالمئة من وقت الإرسال ، وهو أقل بكثير من المعدلات العالمية التي تدور حول 12 بالمئة و تصل بعض الأحيان الى 25 بالمئة من وقت الإرسال طبقا لبعض الدراسات السابقة

- الإهتمام بجذب المزيد من المتعرضين للبرامج و القنوات الرياضية من خلال بث مضامين جيدة و الترويج لهذه البرامج و القنوات المتخصصة في الرياضة
- الإهتمام بالمضامين التي تثري المعرفة الرياضية حيث ان المبحوثين أقروا باستفادتهم من التعرض للبرامج الرياضية و بالتالي أهمية زيادة الجرعة المعرفية .
- الإهتمام بقيام البرامج الرياضية بدعوة الجمهور للممارسة الانشطة الرياضية و تقديم برامج خاصة تعلم الجمهور ممارسة هذه الأنشطة
- ضرورة ان يولي المسؤولون عن البرامج الرياضية اهتماما متوازنا الى حد ما في تقديم مضامين عن الالعاب و النشطة الرياضية .
- ضرورة أن تشعر البرامج الرياضية جمهورها أن هذه البرامج ليست للتسلية فقط وإنما هي أيضا لاشاعة المعرفة الرياضية و الممارسة الرياضية
- ضرورة أن يكون المذيعون و العاملون في البرامج الرياضية متخصصين في مجال الاعلام والرياضة
- ضرورة تشجيع الاناث و الأطفال على متابعة البرامج الرياضية لإثراء معرفهم الرياضية وممارستهم بعد ذلك ، فقد ثبتت ان المعرفة الرياضية للبنات وسطة بينما هي للذكور عالية مع العلم ان الاناث أمهات الحاضر و المستقبل و عليهن يقع جزء عظيم في التربية و التنشئة و المعرفة
- ضرورة تشجيع الفئات العمرية اقل من اربعين سنة و أكثر من خمسين سنة على تحصيل المعرفة الرياضية حيث تبين ان الفئة العمرية من 40 سنة الى اقل من 50 تتمتع بمعرفة رياضية أعلى من غيرها من الفئات
- ضرورة أن يولي التلفزيون عناية فائقة بنشر المعرفة و الممارسة الرياضية السليمة لتمتعه بعنصر الصورة التي جعلته الوسيلة الأولى التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معرفتهم الرياضية.

## خاتمة :

نخلص في ختام الدراسة إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية والإشباعات المحققة إلى أن أهمية هذا الموضوع هذا الموضوع ترجع إلى ندرة الدراسات المتخصصة حول المضمون الرياضي المتقدم من وسائل الاعلام الجماهيرية كالراديو و التلفزيون و ذلك طبقا لمراجعتنا للدراسات السابقة في هذا المجال التي اكدت أيضا على إفتقار الدراسات الاعلامية لدراسة في مجال المعرفة الرياضية للجمهور الرياضي و العلاقة بينها وبين التعرض للبرامج الرياضية في ، خاصة في ظل النمو المتزايد للبرامج و القنوات الرياضية المتخصصة في الوطن العربي و المنطقة العربية و في العالم ايضا و هو ما يدعو إلى توظيفها جميعا للنهوض بالمعرفة الرياضية لدى المواطنين وتعتمد هذه الدراسة في اطارها النظري على مدخلين نظريين هما مدخل الإعتدال على وسائل الاعلام والعلاقة بين الجمهور ووسيلة الاتصال و مجتمع و مدخل الاستخدامات و الاشباعات .

وطبقا لمدخل لمدخل الإعتدال على وسائل الاعلام فالأفراد يعتمدون على وسائل الاعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق اهدافهم فالأفراد يعتمدون على وسائل الاعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق اهدافهم فالفرد يهدف إلى تاييد الحق في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والإجتماعية المختلفة و يحتاج إلى التسلية و الترفيه كهدف ايضا.

و في إطار مدخل الاستخدامات و الاشباعات فان الباحثين يركزون على الاسباب الخاصة باستخدامات البرامج و القنوات الرياضية في محاولة الربط بين هذه الاسباب و الإستخدام في فئات تشير إلى شدته وكثافته و تم صياغة هذه الاسباب في اطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة و في وقت معين .واعتمدنا في بحثنا على منهج المسح بالعينة و استخدام أسلوب الاستقصاء بالمقابلة بهدف التعرف أكثر على الجمهور الجزائري و تم ذلك من خلال عينة عشوائية بسيطة تم اختيارها من مختلف احياء العاصمة الجزائرية و مقدارها 400 مفردة بالتساوي على هذه الأحياء بين الذكور و الاناث حيث احتل كل منهما 50 بالمئة من افراد العينة

وقد تميزت عينة البحث بالخصائص التالية من حيث المستوى الاجتماعي و الاقتصادي: 50 بالمئة منهم يتميزون بمستوى متوسط و يليهم في الترتيب الثاني اصحاب المستوى المنخفض بنسبة 33.5 بالمئة بينما يقع في الترتيب الاقل و الخير ذو المستوى الاجتماعي و الاقتصادي المرتفع بنسبة 17 بالمئة . و تميزت خصائص العينة من حيث العمر بان 49.5 يقعون في الفئة العمرية من عشرين سنة لاقل من ثلاثين سنة ، يليهم نسبة 31.75 يقعون في الفئة من 30 سنة لاقل من 40 سنة ، يليها نسبة 12.25 يقعون في الفئة من سنة 40 الى اقل من 50 سنة بينما لاتاي في الترتيب الاخير وهي الاقل 6.5 بالمئة في الفئة خمسون سنة فاكثر .

# المراجع

## 1. الشريعة الإسلامية :

- القرآن الكريم ، مصحف الريادة ، دار الريادة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، القاهرة 2002

## 2. الكتب :

### • اللغة العربية

1. ابراهيم علام ، مدونة التاريخ الرياضي ، القاهرة:الدار القومية للطباعة و النشر ، بدون تاريخ نشر ،
2. أبو أصعب صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، دار مجدلأوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005.
3. أديب خضور ،الإعلام الرياضي : دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة و الإذاعة والتلفزيون ، (دمشق : المكتبة الإعلامية - العدد رقم 9 - الطبعة الأولى ، 1994 )
4. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط2، 2003.
5. أمين انور الخولي ، الرياضة و المجتمع ، عدد 216 سلسلة عالم المعرفة ، القاهرة ، 1996م .
6. ثناء فؤاد امين ، تهاني احمد جرانة، بحوث المؤتمر الدولي، الرياضة للجميع في الدول النامية، يناير 1985م،المجلد رقم 1.
7. جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ( القاهرة : دار الفكر العربي ، 1987 ) .
8. حسن عماد مكاوي ،ليلى حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، القاهرة : دار المعرفة المصرية اللبنانية ، الطبعة الاولى ، 1998م .
9. حمدي حسن ،الوظيفة الاخبارية التلفزيونية ، القاهرة :دار الفكر العربي،1991م.
10. حميد جاعد . التخطيط الاعلامي المفاهيم و الاطار العام ، ط1 ، القاهرة دار الشروق 1998
11. عاطف العبد ، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام والأسس النظرية و الإسهامات ،( القاهرة : دار الفكر العربي ، 1997).
12. عدلي سيد رضا ، سامي الشريف ، علاقة المستمع المصري بالإذاعات العربية و الدولية الموجهة القاهرة : دار الفكر العربي 1980 .
13. عطيات محمد خطاب ، التمرينات للنبات، القاهرة : دار المعارف ، 1982.
14. فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، ( القاهرة :دار الفكر العربي ، الطبعة الأولى ، 1985 م ) .
15. كمال درويش ، أمين الخولي ، أصول الترويج وأوقات الفراغ ، مدخل العلوم الإنسانية ، (القاهرة . دار الفكر العربي ، 1990 م ) .
16. ماجي الحلواني ، مدخل إلى الفن الإذاعي ، (القاهرة : عالم الكتب ، 2002 م ) .
17. محمد حسن علاوي ، علم التدريب الرياضي ، القاهرة :دار المعارف ، 1983م.
18. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير ، (القاهرة :عالم الكتب ، الطبعة الاولى ، 1997م) .



19. محمد علي العويني ، الإعلام العربي الدولي ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، الطبعة الأولى 1984 ) .
20. محمد قاسم عبد الله ، سيكولوجية الذاكرة ، (القاهرة :سلسلة عالم المعرفة ، فيفري 2003 م) .
21. محمد كمال اميري ، عصام بدوي ،التطور العلمي لمفهوم الرياضة ،القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ،1992م.
22. محمد محمد الحماحي ، اصول اللعب و التربية الرياضية ، مكة المكرمة : مكتبة الطالب الجامعي ،1985م.
23. ملفين ديفلر ، ساندرا بول روكيتش ،نظريات و سائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة : الدار الدولية للنشر و التوزيع ،1993.
24. منى سعيد الحديدي ، ا.د حسن عماد المكاوي ،الفضائيات العربية و متغيرات العصر ، اعمال المؤتمر العلمي الاول للاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام ،دار المعرفة اللبنانية 2005 .

## ● اللغة الاجنبية :

1. Alan.MRubin ,Uses and gratification :quasi-Functional analysis « in j.r dominick and J.E fletcher Eds broading research methods ,u.s.a massachusetts,Ally.N and Bacan inc,1985.
2. Alex Edelstein,Youichitto ,Hans mathias kepplinger, Communication and culture a comparative approach ,N.Y,longMan,1989.
3. Azza Ad azim mohamed ,TVDendency and knowledge of drug abuse among egyptian adults ,unpublished thesis ,cairo the american university ,journalism and mass communication section department 1993.
4. Ball Rokeach ,Mass communication effect , communication research , vol( 33,1987.
5. Daughtery,G , and levis,c,Effective teaching Strategies in secondary physical Education, (w .B .sounders, Philadelphia , 1979 ) .
6. Hisham Misbah , Uses and gratifications of television viewing among Egyptian adults, Cairo :the American university ,mass communication department 1991.
7. John Goldust,playing For kids :sport,The Media And Society .(Melbourne Austrralia , 1987) .

8. Katz, Blumer Gurevitch Utilization of mass communication ,of annual review of communication Beverly Hills ,sage of London,1974.
9. Kraw ,S and Perloff : Mass media and political thought, An information Approach(Sage publication, Beverly Hills ,London ,1985).
10. James Lull, Media communication culture ; Aglobal Approach, Exford, polity press,1995.
11. J.Y.B Blumer and katz leads, The uses of mass communication ,current perspective on gratification research ,Beverly Hills, sage, London 1979.
12. Lawrence A. Wenner ,Media sport ,London and new work ,1998.
13. Lewis donoheew ,Philip palmgreen and J.D rayburn 11, Social and psychological origins of media use :a lifestyle analysis journal of broadcasting and electronic media ,vol 31,N3 summer 1987
14. Mcquai D, 1994, Mass communication theory :an introduction 3ed London :sage publication .
15. Nixon j.and jewett. A, An Introduction to Physical Education (w.sounders, Philadelphia,1980).
16. PAMEL.A. J . Gree Don . Woman.;Media and Sport (Sage publications. London.1999) .
17. W.Pdavison 8F.T,cya,eds, Mass communication .research :major issues and future directions,S.N.Y predger,1979.p.p11\_35.
- 18 . William E logesand Sandra J.Ball rokeach, dependency relation and news paper R.leadrship,journalismquarterly,1993,p.p602\_614.

### 3. المعاجم و الموسوعات

1. المعجم العربي الأساسي ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، توزيع لاروس
2. المنجد الابجدي ، بيروت ، دار الشرق ، الطبعة الثانية ، بدون تاريخ نشر
3. الموسوعة الرياضية ، 1990 ، مركز الاهرام للترجمة و النشر الطبعة الاولى
4. موسوعة المعارف الكبرى ، بيروت 2003م، الطبعة الاولى

## 5. الرسائل و البحوث :

1. احمد سعيد رجب شرف ، اهتمام بعض الصحف بفنون التحرير الصحفي الرياضي و علاقته بانتشار رياضة الهوكي خلال الفترة من 1990 م الى 1994 م ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة ، كلية التربية الرياضية للبنين 1996م
2. احمد عبد الحي المنزلاوي ، الصحافة المتخصصة في الصحافة اليومية ، دكتوراه، غير منشورة ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ، 1992 .
3. اشرف صالح ، اخراج الصحف النصفية الرياضية مع دراسة تطبيقية مقارنة بالصحف المصرية الصادرة خلال الموسم 1978/1977م ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة : كلية الاعلام 1979م
4. اشرف منير صبري ، بناء استراتيجية للبرامج الرياضية بالتلفزيون المصري ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية التربية الرياضية للبنات 1996 م .
5. امل جابر صالح، دور الصحف و التلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الاحداث الخارجية في اطار نظرية فجوة المعرفة ، رسالة ماجستير ، غير منشورة القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، 1996م.
6. امل منير صبري جعفري ، البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري و اثرها على ممارسة المرأة المصرية للرياضة ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة ، جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية 1995م
7. اميمة حامد ابو الخير ، خطة مقترحة لبرامج التلفزيون حتى الرياضية كوسيلة اعلامية لنشر الوعي الرياضي ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية بنات ، 1979 م
8. حازم عبد المحسن محد ابراهيم ، الصحافة الرياضية في مصر في الفترة من 1982 م حتى عام 1990م رسالة ماجستير ، القاهرة ، جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية بالهرم ، 1993م
9. حسام رفقي ، وسائل الاعلام كعامل من المؤثرة على اكتساب السلوك الرياضي للجماهير رسالة ماجستير ، غير منشورة ، القاهرة كلية التربية الرياضية للبنين 1980 م
10. سالم عبد اللطيف سويدان ، مديحة محمد امام ، دور الصحافة في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الاعدادية بمحافظة الاسكندرية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث لدراسات التربية الرياضية ، جامعة الاسكندرية : كلية التربية الرياضية للبنات ، 1982 م .
11. سمير محمد حسين ، الإعلام التلفزيوني الخليجي و التنمية الشاملة ، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية ، (جهاز تلفزيون الخليج ، 1988م) .
12. عدلي رضا ، ترشيد الدراما الإذاعية كأداة للتنمية الحضارية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 1984 م ) .
13. عطا حسن عبد الرحيم ، معالجة الصحافة لظاهرة العنف بملاعب كرة القدم ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية التربية الرياضية بنات ، 1998م.

14. علاء الدين طلعت محمد ، الاسس العلمية لتحرير الصفحات الرياضية بالصحف القومية الصباحية ، دراسة تحليلية مقارنة لصحف الاخبار و الاهرام والجمهورية في الفترة 1962-1982م ، رسالة ماجستير ، القاهرة: جامعة القاهرة : كلية الاعلام ، 1987م
15. علي طاهر اسحاق مبارك ، علاقة تعرض الشباب المصري للبرامج الرياضية في الراديو والتلفزيون والمعرفة الرياضية ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2004 .
16. غادة فاروق عبد الرزاق ، مطبوعات العلاقات العامة، الاستخدامات و الاشباع : دراسة ميدانية على الجمهور الداخلي في عينة من ادارات العلاقات العامة في مصر ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة 2000.
17. كمال بديع الحاج، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون و الاشباع المحقق ، رسالي ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 1998 .
18. ليلي حسين السيد ، استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية و مدى الاشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة : كلية الاعلام 1993م،
19. مديحة محمد امام ، دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة و العاب القوى خاصة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الاسكندرية : كلية التربية الرياضية للبنات جامعة حلوان 1979م
20. نبيل حافظ عبد الباري ، تقويم النشاط الرياضي بالوحدات التعليمية بأكاديمية الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة : جامعة حلوان : كلية التربية الرياضية للبنين ، 1992 ) .
21. نشوى امام امام ابراهيم ، تاثير الاعلام الرياضي المدرسي على كل من تعديل الاتجاهات و الثقافة الرياضية لدى تلميذات و تلاميذ المرحلة الاعدادية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة كلية التربية الرياضية للبنات 2003 م

## 6. الجرائد و الدوريات:

1. امين الخولي ، عبد الغني ظفر ، محمد فتحي عبد الرحمن، تحليل المنافسات الرياضية بالصحف اليومية في المملكة العربية السعودية ، مجلة مؤتمر الرياضة و البطولة ، القاهرة : جامعة حلوان ، كلية التربية الرياضية للبنات ، 1987م
2. تقرير لجنة الشباب عن التمويل الذاتي و الإدارة الاقتصادية للرياضة ، مجلس الشعب المصري ، تقرير منشور
3. تقرير لجنة الشباب، دراسة ملف الرياضة المصرية مع استراتيجيات للنهوض بها،(القاهرة: مجلس الشعب ، 2002 م).
4. سامي الشريف ، القنوات التلفزيونية المتخصصة : رؤية نقدية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ( القاهرة ، العدد الخامس – جانفي/ أبريل 1996 م ) .
5. شاهيناز طلعت ، تاثير بيئة وسائل الاعلام على الاستخدامات و اشباع الحاجات ، دراسة مقارنة على الشباب المصري و الامركي ، مجلة ادراست الاعلامية ، عدد 47 ابريل 1987

6. جريدة الأهرام المصرية في 9 أغسطس 2003م صفحة الإذاعة و التلفزيون
7. الخطة الإعلامية العامة ، مجلة اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، جمهورية مصر العربية ( 2002 م / 2003 م (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون )
8. عماد الدين أبو زيد ، اهتمام الصفحات الرياضية بالصحف اليومية بلعبة كرة اليد خلال الفترة ما بين 1989 الى 1990 م ، القاهرة المجلة العلمية للتربية البدنية و الرياضية ، كلية التربية الرياضية ، الهرم جامعة حلوان ، العدد 10-11 افريل 1991
9. محمد شومان ، دور الاعلام في تكوين الراي العام ، (القاهرة : المنتدى العربي للدراسات و النشر ، الطبعة الاولى، 1998م
10. مسعد عويس ، الدور التربوي للإعلام الرياضي : ماذا يريد التلفزيون من الإعلاميين .( الرياض مكتب التربية العربي لدول الخليج ، الجزء الثاني ، 1984 م )

## 6. المقابلات :

1. مقابلة مع رئيس القسم الرياضي بالجزيرة العربية السيد: حيدر عبد الحق بتاريخ 2011/10/26
2. مقابلة مع أ . حسام الدين فرحات رئيس قناة النيل للرياضة بمكتبه في 24 /6/ 2012 م
3. مقابلة مع أ . علاء الذكر المخرج بقناة السوبر الرياضية بمكتبه في 2011/4/5 م

## 7. المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت

1. [http ;// www. Acmilan. Com/TTA-Milan channel](http://www.Acmilan.Com/TTA-Milan channel)
2. <http ;//www.art sports tv. Com>
3. <http://ar.wikipedia.org/>
4. <http ;//www.Ajazeera.Net>
5. [http ;//www.Dubaitv.Gov.ae.](http ;//www.Dubaitv.Gov.ae)
6. <http ; // http ;//www.Eurosport.Com>
7. [http ;//www.Ertu.org-Nile-chan.sports.](http ;//www.Ertu.org-Nile-chan.sports)
8. <http ;//www.Foxsports world.com>
9. <http ; // www. Fswc. Com>
10. <http ; // www.Foxsports world.com/world/Fswe>
11. <http ;//www.j sports.co.jp>
12. [http ;//www.Kooora. Com.](http ;//www.Kooora. Com)
13. <http://www.minshawi.com/vb/t1343.html>

- 14.http ;//www.ntvplus. ru
- 15.http ;// www. Orbit.net
- 16.http ; //www. Plus.es
- 17.http ;//www.Setanta.Com
- 18.http ;// www.startimes.com/m.asppolar:ts.l
- 19.http ;// www.Sport tv.pt
- 20.http ;//www.sport .co UK
- 21.http ;//www.tele sport.tv¹
- 22.http ;//www.viasatsport,se

# الملاحق

1. إستمارة البحث
2. شكل رقم 1 موضحا العلاقة بين المجتمع و ووسائل الاعلام و الجمهور
3. شكل رقم 2 موضحا التأثيرات الناتجة عن عملية الاعتماد على وسائل الاعلام
4. شكل رقم 3 موضحا العملية الوظيفية لنموذج الاستخدامات و الاشباعات
5. شكل رقم 4 نموذج ديبي المعرفي للسلوك

جامعة الجزائر (3)  
كلية علوم الاعلام و الاتصال

إستمارة إستبيان لرسالة ماجستير بعنوان:

## إستخدامات الجمهور الجزائري للقنوات و البرامج الرياضية و الإشباعات المتحققة

دراسة حالة مدينة الجزائر العاصمة

إشراف  
ا.د. عبد السلام بن زاوي

إعداد :  
الطالبة : أسماء شاوش

ماي 2014

هذه الصحيفة لن تستخدم لغير اغراض البحث العلمي



س1- هل تشاهد التلفزيون ؟

1. دائما
2. احيانا
3. لا

س2- كم ساعة تشاهد فيها التلفزيون في اليوم تقريبا ؟

1. أقل من ساعة
2. من ساعة لأقل ساعتين
3. ساعتان لأقل من ثلاث ساعات
4. اكثر من ثلاث ساعات

س3- ما نوع القنوات التي تفضل مشاهدتها؟

1. التلفزيون الجزائري
2. النهار
3. الشروق الجزائرية
4. الجزيرة الرياضية
5. النيل الرياضية
6. ابو ظبي الرياضية
7. دبي الرياضية
8. الكاس و الدوري
9. MBC
10. EUROSPORT
11. قنوات عربية اخرى  اذكرها .....
12. قنوات اجنبية اخرى  اذكرها .....

س4- ما نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها ؟

1. البرامج الاخبارية السياسية
2. البرامج العلمية و التعليمية و الثقافية
3. البرامج الرياضية و المباريات
4. البرامج الدينية و القران الكريم
5. برامج المنوعات
6. الدراما و المسلسلات
7. اخرى اذكرها .....

س5- هل تشاهد البرامج الرياضية بانتظام ؟

1. دائما
2. احيانا
3. لااشاهد

في حالة الجواب : لا اشاهد

س6- لماذا لاتشاهد البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

1. لأنها لا تضيف معرفة او معلومات جديدة
2. لأنها لا تعلمني ممارسة الرياضة
3. لاني افضل متابعة البرامج الرياضية في وسائل اخرى
4. لاني غير مهتم اساسا بالرياضة
5. لانها متحيزة لصالح بعض الاندية
6. لاني اعتمد على وسائل اخرى
7. أخرى  اذكرها

س7- ما أكثر القنوات التلفزيونية التي تفيدك و تحقق رغباتك ؟

1. التلفزيون الجزائري
2. النهار
3. الشروق الجزائرية
4. الجزيرة الرياضية
5. النيل الرياضية
6. ابو ظبي الرياضية
7. دبي الرياضية
8. الكاس و الدوري
9. **MBC**
10. **EUROSPORT**
11. قنوات عربية اخرى  اذكرها .....
12. قنوات اجنبية اخرى  اذكرها .....

س8- ما هو معدل مشاهدتك للبرامج الرياضية اسبوعيا ؟

1. يوميا
2. من 5 الى 6 ايام
3. من 3 الى 4 ايام
4. من يوم واحد الى يومين
5. حسب الظروف

س9- من فضلك حدد ثلاثة اسماء لبرامج رياضية تشاهدها وفي أي قناة ؟

التسلسل	البرنامج	القناة
1		
2		
3		

س10- كيف تشاهد البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

1. بمفردي
2. مع الاسرة
3. مع الاصدقاء

س11- في رأيك البرامج الرياضية تركز على أي مجال أكثر حسب مشاهدتك ؟

1. المباريات الرياضية
2. الاخبار الرياضية
3. التحقيقات الرياضية
4. التعريف بقوانين و قواعد اللعبات و الرياضات
5. تعليم اللعبات و الرياضات المختلفة
6. التاريخ الرياضي
7. اخرى  اذكرها .....

س12- لماذا تشاهد البرامج الرياضية ؟

1. لمتابعة المباريات
2. لمعرفة اخر الاخبار
3. لزيادة معرفتي الرياضية
4. لانني افضلها على البرامج في الراديو
5. لانني احب الرياضة
6. لمتابعة اخبار النادي الذي اشجعه
7. لتشجيعي على ممارسة الرياضة
8. أخرى  اذكرها .....

س13- هل تستفيد من البرامج الرياضية التي تشاهدها في التلفزيون ؟

1. أستفيد
2. لا أستفيد
3. استفيد الى حد ما

في حالة الجواب : لا أستفيد

س22- لماذا لا تستفيد من البرامج الرياضية ؟

1. لان محتواها ضعيف
2. لأنني لا اركز فيها لكثرة انقطاع الصورة
3. لأنني اعتمد على وسائل اخرى
4. لأنني اتابعها للتسلية فقط
5. أخرى  اذكرها .....

س15- ما نوع الإستفادة التي تحصل عليها من خلال متابعة البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

1. متابعة المباريات
2. معرفة الاخبار الرياضية
3. التثقيف و التعليم في مختلف الرياضات
4. الترويج الرياضي
5. الممارسة الرياضية
6. التحليلات الرياضية
7. اخرى  اذكرها

س14- ما درجة إستخدامك للبرامج الرياضية في التلفزيون في الحصول على المعرفة و الثقافة الرياضية ؟

1. عالية
2. متوسطة
3. منخفضة

س16- هل تزداد معارفك ومعلوماتك الرياضية من متابعة البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

1. تزداد
2. تزداد الى حد ما
3. لا تزداد

س17- ما أهم دوافعك لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

السبب او الدافع	دائم ا	احينا	لا
الشعور بالسعادة و التسلية			
ملئ وقت الفراغ			
اشاهدها بحكم العادة			
التعرف على الاخبار الرياضية و العربية و الدولية			
- تعليم مهارات رياضية ممارسة الرياضة			
الحصول على المعلومات و المعارف الرياضية			
اخرى			

س18- هل هناك إهتمام متساو في تقديم البرامج الرياضية في التلفزيون للرياضات المختلفة ؟

1. نعم
2. لا

في حالة الجواب ب : لا

س19- لماذا لا يوجد إهتمام متساو في تقديم البرامج الرياضية في التلفزيون في تقدي الرياضات ؟

1. لأنها تركز على كرة القدم
2. لأنها لاتعطي معلومات عن كل الرياضات
3. لأنها لا تبرز الإبطال
4. لأنها لا تتناول التاريخ
5. أخرى

س20- هل تستفيد من البرامج الرياضية في ممارسة رياضة معينة ؟

1. أستفيد
2. أستفيد الى حد ما
3. لا استفيد  في حالة الجواب : لا

س-21 لما ذا لا تستفيد من البرامج في ممارسة رياضة معينة ؟

1. لأنها تركز فقط على كرة القدم
2. لأنها لا تقدم قوانين الرياضات
3. لأنها لا تقدم فوائد وأهمية كل رياضة
4. لأنها لا تعتمد على مدربين يقدمون حصص تدريبية
5. لان محتواها ضعيف
6. اخرى .....

س-23 هل لك وسائل اعلامية غير التلفزيون تحصل منها تلبية لك رغباتك الرياضية ؟

1. نعم
2. لا

س-24 رتب هذه الوسائل حسب اعتمادك عليها و إستخداماتك لها ؟

1. الراديو
2. الانترنت
3. المجلات
4. الصحف
5. التلفزيون

س-27 هل تمارس رياضة معينة ؟

1. نعم
2. لا

س-28- ما الذي يدفعك لممارستها ؟

1. معرفتي بأهمية الرياضة و ممارستها
2. المحافظة على صحتي العامة
3. المحافظة على مذهري العام
4. ليكون لي دور اجتماعي
5. المحافظة على حالة النفسية و معنوياتي

س-29- ماهي مقترحاتك لتطوير البرامج الرياضية في التلفزيون ؟

1. كثرة الخروج من الاستوديو
2. التوازن في تقديم المعارف والمعلومات والرياضات
3. التنوع في الفقرات
4. ثبات المواعيد
5. حيوية المذيعين

6. ان يكون المذيع متخصصا
7. كثرة اللقاءات مع خبراء الرياضة
8. كثرة التحليلات
9. كثرة استضافة و لقاءات مع الابطال و الاستفادة من تجاربهم و خبراتهم
10. الإهتمام بالرياضات غير مشهورة

### اسئلة مقياس المعرفة

س30- معلومات عامة ، من فضلك علامة صحيح او خطأ على مايلي :

1. الدين لا يحرم ممارسة الرياضة - نعم  لا
2. عدم ممارسة الرياضة تضر بالصحة- نعم  لا
3. كأس العالم يقام كل 4 سنوات - نعم  لا
4. الألعاب الاولمبية تقام كل سنتين - نعم  لا
5. آخر دورة اولمبية اقيمت في القرن العشرين في سيدني باستراليا - نعم  لا
6. أكاديمية التفوق الرياضي اسباير مقرها الدوحة - نعم  لا
7. أقيمت بطولة كأس الخليج الحادية عشر بالدوحة عام 1992- نعم  لا
8. أقيمت اخر كأس امم افريقيا عام 2012 - نعم  لا

س31- الشخصيات الرياضية ، ضح علامة صحيح او خطأ امام الاجابة

1. توفيق مخلوفي هو صاحب الميدالية الوحيدة للجزائر في لندن 2012 نعم  لا
2. ناصر الخليفي هو رئيس الاتحاد القطري الحالي للدراجات نعم  لا
3. الأسطورة العربية في تاريخ المنتخب الفرنسي هو زين الدين زيدان نعم  لا
4. بطل العالم في رياضة الكاراتي عام 1993 الجزائري رضا بن قدور نعم  لا
5. فازت العراق على السعودية بكأس اسيا نعم  لا
6. مسجل هدف التأهل لمونديال البرازيل 2014 هو اللاعب مجيد بوقرة نعم  لا

س 32- قوانين و فنيات الالعاب ، من فضلك املا الفراغ

1. لطرده اللاعب من الملعب يرفع الحكم البطاقة .....
2. طول ملعب الكرة الطائرة ..... و عرضه .....
3. الوحيد المسموح له بالقوف على خط كرة السلة هو .....
4. عدد المتتابعات في السباحة .....
5. طول بساط المنازلة في الكراتيه هو ..... و عرضه هو .....
6. مدة المنازلة في رياضة الجودو هي .....

- 1- مدة مباريات كرة الطائرة هي .....
- 2- عدد اشواط كرة المنضرب او التنس هي .....

مقياس المستوى الاجتماعي :

س33- ما هو المستوى التعليمي الخاص بك :

1. إبتدائي
2. متوسط
3. ثانوي
4. مؤهل جامعي
5. ماجستير
6. دكتوراه

س34- هل تشترك في نادي رياضي ؟

1. نعم
2. لا

س53 - مانوع السكن الخاص بك :

1. حجرة واحدة
2. شقة في حي راقى
3. شقة في حي شعبي
4. فيلا
5. شقة في حي متوسط

س36- ما طبيعة ملكية السكن :

1. ملكية شخصية
2. ملكية لجهة العمل
3. إيجار

س37- لو كنت سافرت الى الخارج فما هو السبب :

1. السياحة
2. الحج او العمرة
3. العلاج
4. التعليم
5. العمل



س38- ماهي الاجهزة التي تملكها ممايلي :

1. تلفزيون
2. كمبيوتر مكتبي
3. سيارة
4. فيديو
5. تلفون ثابت
6. فاكس
7. DVD
8. تلفون محمول
9. بطاقة ائتمان
10. انترنت

البيانات الشخصية

س39- الجنس

1. ذكر
2. انثى

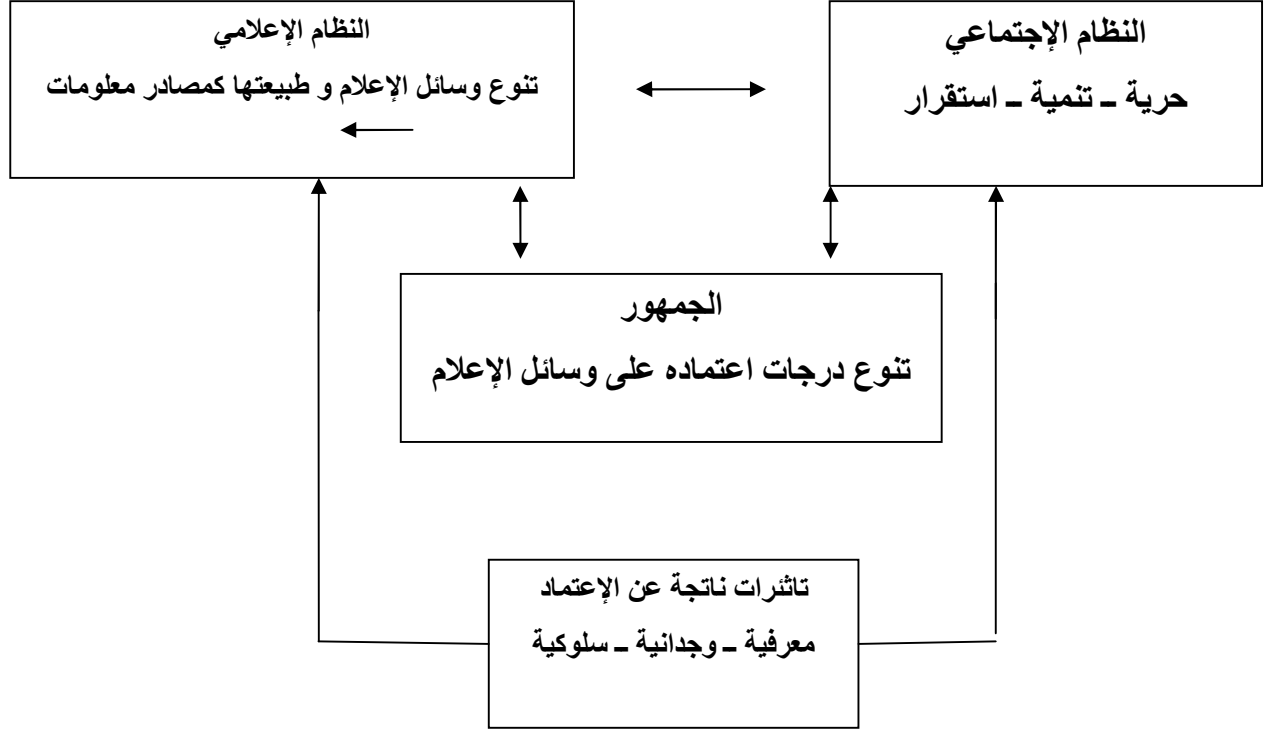
س40- السن

1. من 20-30 سنة
2. من 30 – 40 سنة
3. من 40-50 سنة
4. اكثر من 50 سنة

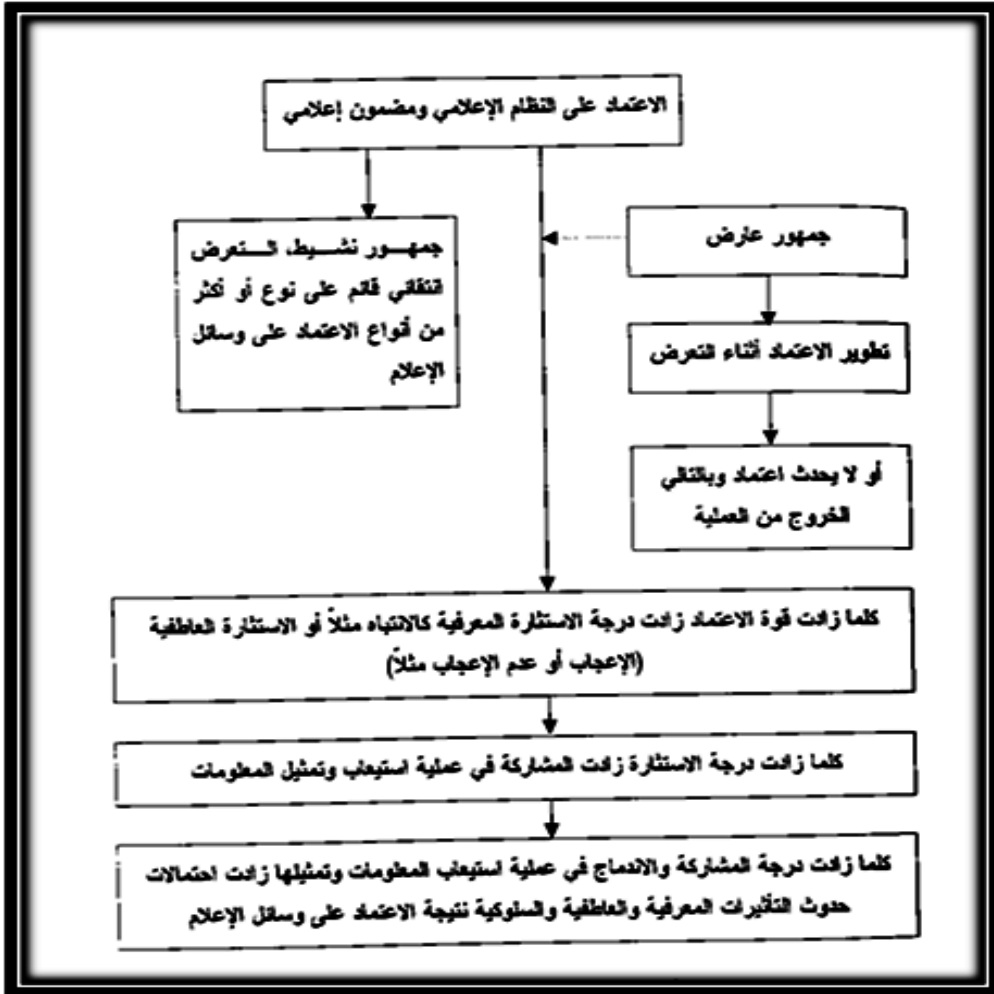
س 41 الحالة الاجتماعية

1. متزوج
2. اعزب
3. ارمل
4. مطلق

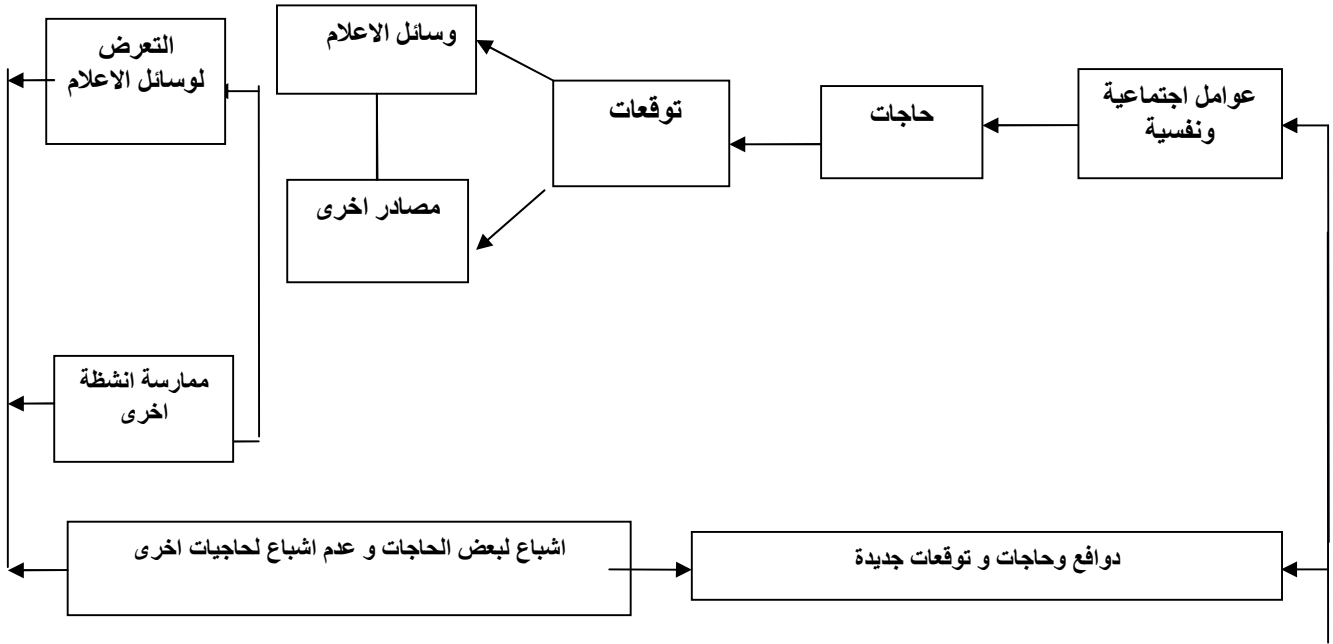
شكل رقم 1 يوضح طبيعة العلاقة بين المجتمع ووسائل الاعلام و الجمهور



شكل رقم 2 يوضح التأثير الناتج عن عملية الاعتماد على وسائل الاعلام



### شكل رقم 3 يوضح وظائف نموذج الاستخدامات و الاشباعات



#### شكل رقم 4

#### نموذج دي سي المعرفي للسلوك الدافع

الثواب/العقاب   الرضا / الإشباع	ا لسلوك الموجه نحو الهدف	انتقاء الهدف	الوعي بإحتمالات الإشباع - الحافز - الدافعية - الداخلية (الذاتية - الإثابة)	مداخلات - المثير - البيئة - الذاكرة الحالات الداخلية
---------------------------------------	--------------------------------------	-----------------	--	---

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	التسلسل
95	جدول يوضح ابرز القنوات العربية و الدولية و لغتها و مصدرها	1
112	: يوضح توزيع المفردات على الأحياء المختارة	2
113	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع	3
113	يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر	4
116	يوضح القنوات المفضلة لمشاهدة التلفزيون من طرف عينة الدراسة	5
117	جدول رقم 6 يوضح أنواع البرامج المفضلة لدى المشاهدين	6
117	جدول رقم 7 يوضح مدى الإنتظام في مشاهدة البرامج الرياضية	7
118	جدول رقم 8 يوضح القنوات التي يفضل المبحوثون برامجها الرياضية	8
118	جدول رقم 9 يمثل معدل مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية أسبوعياً	9
119	اهم البرامج و الفقرات الرياضية المفضلة لدى المبحوثين و القنوات التي تبثها	10
120	كيفية مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية	11
120	المجالات التي تركز عليها البرامج الرياضية حسب مشاهدة المبحوثين	12
121	أسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون	13
121	مدى استفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية	14
122	أنواع استفادة المبحوثين من البرامج و القنوات الرياضية	15
122	درجة Y اعتماد المبحوثين على القنوات و البرامج الرياضية	16
123	مجالات اعتماد المبحوثين على البرامج و القنوات الرياضية	17
123	مدى ازدياد المعرفة الرياضية للمبحوثين من متابعة البرامج الرياضية في التلفزيون	18
124	أهم القنوات التلفزيونية المفيدة في زيادة المعرفة الرياضية	19
124	دوافع المبحوثين لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون	20
126	مدى استفادة المبحوثين من البرامج الرياضية في ممارسة لعبة معينة	21
126	أسباب عدم استفادة المبحوثين من البرامج الرياضية في التلفزيون	22
127	أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية في التلفزيون	23
128	ترتيب الوسائل حسب اعتماد المبحوثين عليها للإشباعات الرياضية	24
129	مقترحات المبحوثين لتطوير البرامج الرياضية في التلفزيون	25
130	مقياس مستوى المعرفة الرياضية	26
132	مقياس المستوى الاجتماعي و الاقتصادي	27
133	مقياس مشاهدة التلفزيون	28
133	مياس مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون	29
134	مقياس الدوافع الطقوسية لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون	30
134	مقياس الدوافع النفعية للتعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون	31

# الفهرس

## فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
3.....	الإهداء
4.....	شكر و تقدير
5.....	الخطة
8.....	مقدمة

### الفصل الأول الجانب المنهجي 11 - 61

11.....	إشكالية البحث
12.....	أهمية الدراسة
13.....	تساؤلات و فروض الدراسة
17.....	تحديد المفاهيم
19.....	نوع الدراسة
19.....	منهج البحث
20.....	عينة الدراسة
20.....	الإطار الزماني و المكاني للدراسة
20.....	أدوات الدراسة
21.....	الصعوبات التي واجهت الباحث
21.....	الدراسات السابقة
31.....	التعليق على الدراسات السابقة

### الفصل الثاني : الجانب النظري 28 - 79

33.....	مقدمة :
34.....	خلفية نظرية
35.....	نظرية التماس (البحث) المعلومات
35.....	نظريات المعرفة الإدراكية للفرد
36.....	نظرية فجوة المعرفة
36.....	نظرية تحليل الإطار الإعلامي
37.....	نظرية الغرس
37.....	نظرية بناء المعنى
38.....	مفهوم النظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

40	ركائز النظرية.....
40	الأسس النظرية لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.....
42	أساسيات نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام.....
44	إسهامات نموذج التفاعل التبادلي الرمزي.....
45	آثار الاعتماد على وسائل الإعلام.....
46	تقييم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
48	مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباع.....
49	بداية النظرية و تطورها.....
51	فرضيات النظرية.....
51	أهداف منظور الإستخدامات و الإشباع.....
52	عناصر النموذج.....
57	وظائف النموذج.....
58	الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع.....
55	التباين بين المدخلين.....
60	التعليق على استخدام المدخلين في الدراسة.....
61	خلاصة.....

### الفصل الثالث : مفهوم الرياضة و تطورها التاريخي و أهميتها 63- 75

63	مقدمة.....
64	المبحث الأول : ماهية الرياضة وتاريخها.....
65	المطلب الثاني : مدارس الرياضة.....
66	المطلب الثالث : التطور التاريخي للاهتمام بالرياضة.....
66	أولا: لدى الإنسان البدائي.....
67	ثانيا: رابعا: لدى فلاسفة اليونان القدماء.....
67	ثالثا لدى الجماعات و الحضارات القديمة.....
67	رابعا في القرون الوسطى وفي المسيحية.....
68	خامسا في الإسلام.....
69	سادسا في العصر الحديث.....
70	سابعا في الجزائر.....
71	المطلب الرابع أنواع الرياضات.....
72	المبحث الثاني: أهمية الرياضة و المعرفة الرياضية.....
73	المطلب الأول : أهمية الرياضة.....
76	المطلب الثاني: العلاقة بين المعرفة و الرياضة.....
77	المطلب الثالث: أهمية المعرفة الرياضية.....
79	الخلاصة.....

### الفصل الرابع: البرامج الرياضية في التلفزيون و دورها في المعرفة الرياضية 81 - 114

81	مقدمة.....
83	المبحث الأول : ماهية الإعلام الرياضي.....
83	المطلب الأول :تعريف الإعلام، و خصائص الإعلام الرياضي.....



83	الفرع الأول : تعريف الإعلام ووسائل الإعلام
83	تعريف الإعلام
84	تعريف وسائل الإعلام
85	الفرع الثاني :تعريف الإعلام الرياضي
85	المطلب الثاني :عناصر الإعلام الرياضي
86	المطلب الثالث :أهمية وأهداف الإعلام الرياضي
86	الفرع الأول : أهمية الإعلام الرياضي
87	الفرع الثاني :أهداف الإعلام الرياضي
89	المطلب الرابع :خصائص الإعلام الرياضي
90	المبحث الثاني: دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية
90	المطلب الأول : الإعلام الرياضي الجزائري
92	المطلب الثاني:أبرز القنوات العربية الرياضية
92	قناتي النيل للرياضة ، والسبور الرياضية
94	قنوات شبكة راديو و تلفزيون العرب الرياضية (ART)
95	قناتي دبي الرياضية / قناة المشاهير الرياضية
96	قناة الجزيرة الرياضية
97	المطلب الثالث: أبرز القنوات الرياضية العالمية
101	المطلب الرابع:دور التلفزيون في البناء الثقافي و المعرفي ونشر و تنمية المعرفة الرياضية
103	المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في تكوين الوعي و المعرفة من التلفزيون
109	المطلب السادس : دور البرامج الرياضية في التلفزيون في المعرفة الرياضية
114	الخلاصة

## الفصل الخامس : إجراءات و نتائج الدراسة الميدانية 116 – 166

116	مقدمة
116	المبحث الأول : إجراءات الدراسة الميدانية
116	تحديد العينة
117	إعداد صحيفة الاستبيان
118	تصميم الصحيفة
118	اختبار الصدق لصحيفة الاستبيان
118	المجال الزمني للدراسة
119	أسلوب جمع البيانات
119	المبحث الثاني: نتائج البحث
120	نتائج خاصة بالتساؤلات الخاصة بالبرامج الرياضية
131	نتائج خاصة بموضوع الدراسة و عينة المبحوثين
132	نتائج اختبارات الفروض الخاصة
139	الاستنتاجات
140	المقترحات
142	خاتمة
144	المراجع
152	الملاحق
166	فهرس الجداول
167	فهرس الموضوعات