

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم : علوم الاعلام والاتصال



عنوان المذكرة :

**جمهور برامج قناة الهداف الرياضية الجزائرية**  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال  
بجامعة المسيلة

مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د.بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبتين:

✓ عيساوي أم الخير

✓ طيباوي آمنة

لجنة المناقشة :

الصفة	الرتبة	اللقب والاسم
رئيسا	أستاذ محاضر أ	أحمد المهدي زواوي
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر ب	بوبكر بوعزيز
ممتحنا	أستاذ محاضر ب	رضوان بوقرة

السنة الجامعية: 2017 - 2018

# تشكر

إن من أدب رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم أنه قال:  
"من أدى إليكم معروفًا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه له فقولوا  
له جزاك الله خيرا"

و لما كان شكر الناس من شكر الله فإننا بالعرفان و فضل الأيادي  
الخفية و الحانية

التي امتدت إلينا بالعون ولو بكلمة طيبة.

نبدأ بالشكر لأستاذنا و الدكتور الفاضل " بوعزيز بوبكر " الذي  
أشرف على بحثنا هذا والذي لم يبخل علينا بنصائحه و توجيهاته.  
كما لا ننسى شكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل، من زملاء و  
زميلات أساتذة و صحفيين، و ندعو للجميع بالخير و البركة في  
الحياة و حسن الجزاء في الحياة الباقية

وها نحن ننهي حياتنا العلمية إلى الحياة العملية إن شاء الله.

## إهداء

إلى السند المتين و الرجل العظيم الذي يزيدني افتخار الانتساب إليه، إلى من علمني أن الحياة تغدو و أن المستحيل يسكن في قلوب الفاشلين و الممكن يسكن في إرادة العازمين الذي حرم نفسه و أعطاني و عوضني عن كل شيء حتى وصلت إلى ما أنا عليه

أبي الحنون الغالي

إلى العيون الساهرة على الدوام إلى النور الوهاج الذي أضاء لي الدرب، إلى صاحبة اليدين الرقيقتان ترفعهما للدعاء لي بالتوفيق، إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها، إلى بحر الحنان في أسمى معانيه وأرقى كلماته

أمي الغالية الحنونة

إلى جميع الأخوات اللواتي لم يبخلن عني بالنصائح و التوجيهات طوال مشواري الدراسي، إلى أخي و توأمي الغالي نصر الدين إلى أخي اليزيد حفظهما الله لي

أهدي تحية خاصة خالصة من القلب إلى الأستاذ الفاضل الذي أشرف على هذا العمل الدكتور بوعزيز بوبكر، دون أن أنسى ذكر المدير الجهوي لقناة الهدف الرياضة الأستاذ سمير بشير الذي ساعدني بدوره، وإهداء إلى زميلاتي سعودتي نسرين، بوترة فائزة، مخالفة حنان، شايب ربي أحلام. و كل الزملاء و الزميلات في قسم الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة، و أهدى تحية خاصة إلى الشخص الذي كان معي في كل شيء إلى الذي مثل دور أبي الثاني و كان سندي في كل الأوقات "محرز بلحاج" إعلامي في إذاعة برج بوعريريج الجهوية

وإلى كل عائلة عيساوي و شرف كبير و صغيرا

عيساوي أم الخير

## إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين أهدي هذا العمل إلى:

من كلت أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة... إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم... إلى القلب الكبير والذي الميلود

إلى من أرضعتني الحب و الحنان إلى رمز الحب و بلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض  
أمي زهراء

إلى أغلى كنوز الرحمان مقام حياتي إخوتي فريد، نور الدين ، ليلي ، نهلة ، ضياء الدين.

إلى من شجعني و ساعدني في إتمام هذا البحث زوجي العزيز بلقاسم

إلى الأخوات اللواتي لم تلهن أمي صديقاتي أسماء، منيرة، هاجر، أمينة، جميلة، سعاد، فطيمة.

إلى رفيقة دربي في هذا العمل أم الخير عيساوي و

وإلى كل من حفظه قلبي ونسيه قلبي

طيباوي آمنة

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
	الإهداء
	الشكر و التقدير
	فهرس الجداول
11	مقدمة
الفصل الأول :الإطار المنهجي	
14	1- الإشكالية
15	2- تساؤلات الدراسة
15	3- أسباب اختيار الموضوع
15	4- أهمية الدراسة
16	5- أهداف الدراسة
16	6- المدخل النظري
23	7- نوع الدراسة و منهجها
24	8- أداة جمع البيانات
26	9- مجتمع البحث وعينته
27	10- تحديد المفاهيم
32	11- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
33	12- الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الإطار التطبيقي	
38	تمهيد
40-39	1- التحليل الكمي و الكيفي لمحور البيانات الشخصية
47 -40	2- التحليل الكمي و الكيفي لمحور عادات التعرض لقناة الهدف الرياضية

49 -48	3- التحليل الكمي والكيفي لمحور دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين لقناة الهداف الرياضية
58 -50	4- التحليل الكمي و الكيفي لمحور الإشباعات المحققة من متابعة برامج قناة الهداف الرياضية
59	النتائج العامة للدراسة
62	خاتمة
64	قائمة المراجع
69	الملاحق
	ملخص الدراسة

## فهرس الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	31
02	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	31
03	يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	32
04	يوضح توزيع العينة حسب متابعة أفراد العينة للأخبار الرياضية	32
05	يوضح توزيع العينة حسب مصدر متابعة الأخبار الرياضية	33
06	يوضح توزيع العينة حسب نوع وسائل الإعلام التي يتابعون منها الأخبار الرياضية	34
07	يوضح توزيع العينة حسب نمط متابعة قناة الهدف الرياضية	35
08	يوضح توزيع العينة حسب أوقات متابعتهم لقناة الهدف الرياضية	36
09	يوضح توزيع العينة حسب ساعات قضاء متابعة قناة الهدف الرياضية	37
10	يوضح توزيع العينة حسب نمط متابعة قناة الهدف الرياضية	38
11	يوضح توزيع العينة حسب نمط متابعة قناة الهدف الرياضية	39
12	يتعلق بالمادة التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الهدف الرياضية	39
13	يتعلق بتوزيع العينة حسب الدوافع	40
14	يتعلق بتوزيع العينة حسب سبب الاعتماد على مشاهدة قناة الهدف	41
15	يوضح توزيع العينة حسب البرامج المفضلة على قناة الهدف الرياضية	42
16	يوضح توزيع العينة حسب المشاركة في برامج قناة الهدف الرياضية	43
17	يوضح توزيع العينة حسب دور قناة الهدف الرياضية في رفع المستوى الثقافي الرياضية داخل المجتمع الجزائري	44

45	يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف في نشر العنف من خلال مضامينها	18
45	يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف في نشر العنف إذا كانت الإجابة نعم	19
46	يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف في نشر العنف إذا كانت الإجابة بلا	20
47	يوضح توزيع العينة حسب مصداقية قناة الهدف الرياضية في نقل الأخبار	21
48	يوضح توزع العينة حسب الرأي في مدى نجاح قناة الهدف الرياضية في تلبية احتياجات الجمهور	22
49	يوضح توزيع العينة حسب الرأي في مدى نجاح قناة الهدف في تلبية احتياجات الجمهور إذا كانت الإجابة بلا	23

# مقدمة

## مقدمة:

يعرف قطاع الاعلام و الاتصال تطورات تكنولوجية و تقنيات حديثة جراء استخدامها الواسع ، اذ قربت المسافات وألفت كل الحدود الجغرافية ، وهذا ما أعطى لوسائل الاتصال الجماهيرية مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري ، كما تلعب هذه الوسائل دورا مهما في خلق التصورات و تثبيت وترسيخ القيم و المبادئ و الاتجاهات بين أوساط الجمهور من خلال أساليب محددة تعتمد عليها في تناول الشؤون العامة و نجد من بين أهم وسائل الاتصال الجماهيري: التلفزيون.

يعتبر التلفزيون أكثر الوسائل تأثيرا في الجمهور و تغييرا للرأي العام بقنواته المختلفة، كما له وظيفة هامة وهي تكوين الثقافات والأفكار والتجارب و غيرها ونقلها من مجتمع لآخر.

و في ظل ما نشهده من تعدد وتنوع للقنوات التلفزيونية الفضائية يمكن القول أنها أصبحت المصدر الأول للجمهور في مجال الحصول على المعلومات و الاطلاع على الآراء وبالتالي تشكيل الرأي العام و بناء المواقف و الاتجاهات ولعل أبرز مظاهر هذا التطور التكنولوجي لوسائل و أساليب الاتصال الجماهيري هو ظهور ما يعرف بالإعلام المتخصص.

و الذي كان للجزائر منه نصيب أين ظهرت بها العديد من القنوات المتخصصة التي ساهمت في ايجاد رأي عام حول القضايا و الموضوعات التي تثيرها عن طريق ما تعرضه من برامج وكان لهذه القنوات المتخصصة الأثر البارز في الوسط الاعلامي للجزائر لما تمتلكه من مميزات و خصائص استطاعت أن تصنع لنفسها جمهورا واسعا من مختلف شرائح المجتمع ولعل من بين البرامج التي تستحوذ على اهتمام أغلب الجماهير هي البرامج

الرياضية . حيث أصبح الاهتمام بها يزداد أكثر فأكثر وذلك لما تقدمه من معارف مختلف الرياضات و المجال الرياضي.

و في صدد هذا الاهتمام البالغ بالأخبار الرياضية ظهرت قناة الهدف الرياضية الجزائرية المتخصصة التي تبث مضامين متعلقة بالرياضة من خلال طرح برامجها المتنوعة و المختلفة فهي من خلالها تحاول رفع مستوى الثقافة الرياضية بمختلف جوانبها وخلق الوعي الرياضي في وسط المجتمع الجزائري وكذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من الجمهور لكسب ثقته بالقناة و أن يكون مشاهدا وفيها لها.

ونجد الجمهور الرياضي عادة ما يكون من الفئة الشبانية ولمعالجة هذا الموضوع ارتأينا أن نتبع خطة محاولين فيها معرفة عادات و أنماط متابعة جمهور الطلبة الجامعيين لقناة الهدف الرياضية بالإضافة إلى الاشباع التي تحققها لهم .

وكان تقسيم عملنا وفقا لتعليمات قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة المسيلة وجاء على النحو التالي : الإطار المنهجي و الإطار التطبيقي فيما يخص الإطار المنهجي والذي يحتوي على إشكالية الدراسة مع التساؤلات كما وضحنا أسباب اختيار الموضوع و هدفنا من الدراسة مع الإشارة إلى أهمية الموضوع مع تحديد المصطلحات الخاصة بها دون أن ننسى الدراسات السابقة. أما الإطار التطبيقي فتناولنا فيه تفرغ البيانات و الجداول و تحليلها و تفسيرها موزعة على أربع محاور و ذلك وفقا للتساؤلات الرئيسية للدراسة.

ونحن إذ نقدم هذه الدراسة، فإننا نرجو أن نساهم في تقديم صورة عن جمهور قناة الهدف الرياضية الجزائرية، كما نرجو أن تكون بداية لدراسات أخرى أعمق وأشمل مسترشدة بالبحث الميداني و نتائج العلمية.

# الإطار المنهجي للدراسة:

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. المدخل النظري : النظرية المعتمدة في الدراسة
7. نوع الدراسة و منهجها
8. أداة جمع البيانات
9. مجتمع البحث و عينته
10. تحديد المفاهيم
11. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
12. الدراسات السابقة

### 1- الإشكالية:

في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات التي يشهدها العالم اليوم تعاضم الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام والاتصال المتقدمة فقد جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، إذ إنها الغت الحدود السياسية والجغرافية ويعتبر التلفزيون إحدى هذه الوسائل، حيث يحتل مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري ويعد إحدى ادوات نقل الأخبار والمعلومات إلى الجماهير و الوساطة بين القناة و الجمهور ويختلف استخدام التلفزيون من شخص لآخر فكل واحد له مطلب يبحث عنه ويرغب في اشباعه فهناك من هو مهتم بالمواضيع الاقتصادية أو هناك من يريد تنمية معارفه السياسية وهذا ما أدى إلى خلق نوع جديد من الاعلام يعرف بالأعلام المتخصص الذي يركز على جانب من جوانب الحياة المختلفة. فبرز في هذا المجال القنوات المتخصصة في البرامج ، فظهرت لدينا قنوات رياضية، ترفيهية، اجتماعية.

عرفت الجزائر كغيرها من الدول ولادة قنوات خاصة على الرغم من تأخرها في فتح قطاع السمعي البصري، وتعددت مجالات هذه القنوات منها الرياضية، الدينية، الاخبارية ... وتعتبر القنوات الرياضية من القنوات المتخصصة اذ تعد من أبرز وسائل الاعلام الرياضي لكونها تبث مضامينه إلى الجمهور ما جعل هذا الأخير يعتمد على هذه القنوات في معرفة مختلف الأخبار الرياضية

وفي الجزائر تعتبر قناة الهدف الرياضية من بين القنوات المتخصصة في المجال الرياضي والتي تبث كل ماله صلة بالجانب الرياضي على جميع الأصعدة مخاطبة بذلك فئات اجتماعية مختلفة تبعا لاهتماماتها ، وفي دراستنا هذه اخترنا طلبة الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة كعينة ندرس بها جمهور قناة الهدف الرياضية معتمدين على طرح التساؤل التالي: ما مدى متابعة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة لبرامج قناة الهدف الرياضية ؟ وما هي الاشباعات المحققة من ذلك ؟

### 2- تساؤلات الدراسة :

1. هل يحرص الطلبة الجامعيين على متابعة قناة الهدف الجزائرية ؟
2. ما هي دوافع جمهور الطلبة الجامعيين من متابعة برامج قناة الهدف الرياضية ؟
3. ما هي الاشباكات المحققة للطلبة الجامعيين من متابعتهم لبرامج قناة الهدف ؟

### 3- أسباب اختيار الموضوع :

لكل دراسة أسباب، وأسباب دراستنا هي :

#### الأسباب الموضوعية :

1. الازدياد الملحوظ لعدد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة جعلنا نقف عند احدي هذه القنوات
2. تدعيم الدراسات حول القنوات الفضائية الجزائرية المتخصصة
3. معرفة مدى متابعة واهتمام جمهور الطلبة الجامعيين لقناة الهدف الرياضية

#### الأسباب الذاتية :

1. الفضول العلمي لمعرفة عادات متابعة الطلبة الجامعيين لقناة الهدف الرياضية.
2. الاهتمام الشخصي بقناة الهدف الرياضية.

### 4- أهمية الدراسة :

1. معرفة اراء الطلبة الجامعيين حول ما تقدمه قناة الهدف الرياضية
2. تعالج الدراسة موضوعا له أهمية كبيرة في مجال الاعلام والاتصال تتناولها قناة من القنوات الجزائرية الخاصة التي لم يتم دراستها بشكل تام لأنها قنوات جديدة على الساحة الاعلامية المحلية

3. معرفة عادات المشاهدة ورغبات الطلبة الجامعيين لتقييم الخدمة المناسبة لهم

### 5- أهداف الدراسة :

نصبو من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف وهي :

1. معرفة توجه الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة البرامج الرياضية لقناة الهدف .
2. معرفة دوافع المشاهدة والعادات والاشباعات المحققة من متابعة الطلبة الجامعيين لقناة الهدف الرياضية الجزائرية
3. مدى تفاعل الطلبة مع القناة ونظرتهم لبرامجها .
4. معرفة مدى ملائمة هذه البرامج مع رغبات الطلبة الجامعيين

### 6- المدخل النظري للدراسة :

نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

#### 1. مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات :

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، فخلال الأربعينيات من القرن 20 م ، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على ادراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام ،إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لوسائل و مضمون مفضل من وسائل الإعلام. (1)

إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام ؟

(1) - حسن عماد مكاوي ويليلى حسين السيد: (الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط3،الدار المصرية اللبنانية، 2003)،

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات و الاشباعات على أنقاذ السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو : ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور ؟ يمكننا أن ندرك أن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية.(1)

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري ، وإنما تختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها ، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة . (2)

ويلخص كاتز و زملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية :

2. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .
3. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .
4. تنافس وسائل الاعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها .
5. الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الاعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه ، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

(1) - ميلفين ديفيلر و ساندر روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، (ترجمة: كامل عبد الرؤوف، القاهرة، دار الدولة للنشر والتوزيع ، 1999)، ص266

(2) - صالح خليل أبو أصبع: الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، (ط4، دار الكرم، الأردن، 2004)، ص140 <sup>2</sup>

6. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة. (1)

وتحقق نظرية الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية :

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ، ويستخدم الوسائل و المضامين التي تشبع حاجاته .
2. شرح دوافع التعرض لوسائل الاعلام و الاشباعات المحققة من هذا التعرض .
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (2) .

2. عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

**افتراض الجمهور النشط:** ويرى "بالمغرين " أن الجمهور يكون نشط من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

**الانتقاء:** حيث ينتقي الجمهور الوسائل الاعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

**الاستغراق:** ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين إيجابية ، بمعنى الدخول في المناقشات والتعليق على مضمون الاتصال . (3)

الأصول النفسية و الاجتماعية لمستخدمي وسائل الاعلام :

لقد أدى ظهور مفهوم الادراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى إفتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الاعلام بطرق

(1) - حسين عماد مكاري، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سابق.

(2) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط2، عالم المتب، القاهرة، مصر، 2000)، ص130

(3) - مرزوق عبد الحكم العادلي: الاعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات و الاشباعات، (ط1، دار الفجر، القاهرة ،

مصر ، 2004)، ص126

متنوعة ومتباينة ، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تتخذ أصول كثيرة من استخدامات وسائل الاعلام . (1)

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام ، مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع ، والعمر ، والمهنة ، المستوى التعليمي والاجتماعي و الاقتصادي.(2)

### 3. دوافع استخدام الجمهور لوسائل الاعلام :

وترتبط دوافع التعرض لوسائل الاعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في :

حاجات معرفية ، أي الحاجة إلى الخبر و المعرفة بشكل عام ، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة و الفرح ، حاجات اجتماعية وحاجات تحقيق الذات والحاجة إلى الترفيه .<sup>3</sup> يضاف إليها الحاجة الهوسية كالحاجة لإزالة التوتر.(4)

أما عن الدوافع فيقسمها روبن إلى فئتين هما :

**الدوافع الوظيفية :** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ، ولو وسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات و المعرفة .

**الدوافع الطقوسية :** وتستهدف تمضية الوقت والتنفيس و الاسترخاء ، والهروب من الروتين اليومي و المشكلات.(5)

(1)- مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع نفسه ، ص 116

(2)- حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام، ( دار الفكر العربي،مصر، 1991)، ص21

(3)- حسن عماد مكاوي،ليلي حسين السيد،مرجع سابق ،ص244

(4)- عبد الرحمان عزي،دراسات في نظرية الاتصال،(ط1، مركز دراسات الوحدة العربية،لبنان، 2003) ، ص115

(5)- صالح خليل أبو أصعب،مرجع سابق ، ص 214

### 4. توقعات الجمهور من وسائل الاعلام :

يرى كاتز أن التوقعات هي " الاشباعات التي يبحث عنها " وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل و المضامين ، و يرى شرام في هذا الشأن أن الانسان يختار إحدى وسائل الاعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الاشباع النفسي المطلوب . (1)

فعلى سبيل المثال : الشخص الميل للعنف و المغامرات يستخدم التلفزيون لاشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف و المطارادات . و المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه وهكذا. (2)

### 5. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

يشير ستيفن إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع ، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط ، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم ، نوع المحتوى العلاقة مع وسيلة الاعلام ، طريقة الاستخدام . وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا . (3)

### 6. اشباعات الجمهور من وسائل الاعلام : ويفرق لورانس وينر بين نوعين من

الاشباعات :

(1) -مرزوق عيد الحكم العادلي،مرجع سابق،ص218

(2) -حمدي حسن،مرجع سابق،ص23

(3) -وليام ريفر وآخرون،الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر،( تر: أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة

الجامعية،مصر،2005،) ص296

أ . **اشباعات المحتوى** : وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام ، وهي نوعين اشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على معلومات ، واشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب. **اشباعات العملية** : وتنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة ، وهي نوعين اشباعات شبه توجيهية وتتحقق بتخفيف الاحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه و الاشارة ، و اشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و إحساسه بالعزلة . (1)

### 7. نقد نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

يبدو مما سبق أن هذه النظرية تقع على نقيض من النظريات التي تقدر تأثير الاتصال و لأجل ذلك تلقت مجموعة من الانتقادات. أكثرها شهرة هي التي أوردها ماكويل(2) . تعتبر مقارنة نفسية حدية و مبالغ فيها ، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى . تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين . تتراوح باستمرار بين حرية الدوافع و الحاجات الاساسية للمستخدم وبين تطوعية المستخدم التفاعلية مع الرسائل ، وهما حدان متناقضان . تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد الاختيار الواعي و العقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له .

(1) - حمد بن عبد الرحمان، كيف تؤثر وسائل الإعلام، (ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 1998)، ص26

(2) - محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص228

. تواجه فلسفة الاستخدامات و الاشباعات باستمرار قوة تأثير مضمون الاتصال<sup>1</sup>.

أما أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات فتكمن في الطابع الوظيفي لها ، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم و التنكر للتغيير الاجتماعي . (2)

ونجد هربرت شيلر يعتبر في هذا المجال حرية الاختيار مجرد وهم ، وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الاعلامي ، وبين تنوع المضمون ، وذلك بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية و الايديولوجية لأصحاب الملكية الخاصة ، ومن الطابع الاحتكاري لصناعة وسائل الاعلام بوجه عام و هو ما يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتغليب الوعي. (3)

هذه الانتقادات و أخرى غيرها ، ساهمت بشكل أو بآخر في تطوير نظرية الاستخدامات و الاشباعات و أدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لإستدراك النقائص المسجلة اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات و أنواع الاشباعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة المستخدمة ، واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية و الاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل ، واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل .

وبعد التعريف بنظرية الاستخدامات و الاشباعات و الإحاطة بأهم النقاط فيها ، ينجلي بوضوح أننا نستفيد من النظرية في دراستنا و موضوع بحثنا ، وقمنا على أساسها بصياغة أسئلة استمارتنا.

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة مرجع سابق، ص249

(2) فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه نظرياته وسائله، (ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2003)، ص31

(3) فريال مهنا، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، (ط1، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2002)، ص156

### 7- نوع الدراسة و منهجها:

يعتبر المنهج ضرورة في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج موضوعية ويعرف المنهج بأنه "الطريق التي تمكن الباحث من خلاله الوصول إلى الحقيقة " ان اختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة اعلامية او اجتماعية (1) لا يأتي من قبيل الصدفة و العشوائية ، أو ميل الباحث ورغبته في اختيار منهج معين ، بل ان موضوع الدراسة من جهة و أهدافه من جهة أخرى هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة أو البحث ، وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية أكثر للنتائج المتوصل اليها (2) ، وانطلاقا من موضوع دراستنا "جمهور قناة الهدف الرياضية الجزائرية " والتي نسعى من خلالها إلى معرفة توجه الطلبة الجامعيين نحو مشاهدة برامج قناة الهدف الرياضية وأيضا معرفة الدوافع و العادات و الاشباع المحققة من متابعة الطلبة لبرامج قناة الهدف الرياضية.

وبناء على ما جاء في اشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، ونظرا لأن دراستنا ميدانية اخترنا المنهج المسحي .

ويعتبر المنهج المسحي واحدا من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعا في البحوث الوصفية . والدراسة المسحية هي دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منتظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين ، أي أن

(1) مصطفى محمد الطائي وخير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الاعلام و العلوم السياسية، (دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر) ، ص288

(2) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، (ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010)، ص 286

البحث المسحي ينص على الوقت الحاضر ، كما انه يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلا (1)

يستعين المسح بمعظم وسائل جمع البيانات فيستخدم الملاحظة المباشرة والمقابلة الشخصية والاستبيان وأسلوب المعاينة بذلك سحب عينات ممثلة لمجتمع البحث، كما يعتمد على تحليل مضمون البيانات (2)

### 8- أدوات جمع البيانات :

يتم جمع البيانات باستخدام الأدوات التي تتوفر فيها الخصائص اللازمة، وهذه الأدوات تتنوع حسب نوع الدراسة من استبيان ، مقابلة ، ملاحظة ...لتوفير بيانات صادقة وموثوقة .

ولغرض الاجابة على تساؤلات دراستنا اعتمدنا على أداة الاستبيان حيث "يمثل قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تفسيرها عن الموضوع للمبحوث في اطار الخطة الموضوعية ، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة من جوانبها المختلفة ، ويعرف الاستبيان في الأواسط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل : الاستقصاء ، الاستفتاء..." (3)

(1) فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة،أسس و مبادئ البحث العلمي،(مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية، ط1، 2002 )، ص89

(2) مروان عبد المجيد ابراهيم،أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، (مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، ط1، عمان ، 2000)، ص130

(3) - أحمد مرسلبي،مرجع نفسه،ص288

ويعرف الاستبيان على أنه :

"واحد من الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين " (1)

ويعرف أيضا "أنه أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات و المعلومات من مصادرها ، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على اجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها شافية بالتمام مما يجعله يعم أحكامه من خلال النتائج المتوصل اليها على الآخرين لم يشتركوا في الاستنطاق لاستبياني "

"إن الاستبيان هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاتهم للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة(2)

وتشمل الاستمارة التي قمنا بها على أربع محاور رئيسية تتضمن أسئلة فرعية :

**المحور الأول : خاص بالبيانات الشخصية**

**المحور الثاني : يتعلق بعادات التعرض لقناة الهدف الرياضية**

**المحور الثالث : يتعلق بدوافع مشاهدة الطلبة لقناة الهدف الرياضية**

**المحور الرابع : يتعلق بالاشباع المحققة من متابعة برامج قناة الهدف الرياضية.**

(1)- كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، (دار الثقافة ، ط4 ، الأردن، 2010)،

ص135

(2)- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، (مكتبة مدبولي، 1999)، ص149

### 9- مجتمع وعينة الدراسة :

#### مجتمع البحث:

يتمثل في المجتمع الذي يكون محل الدراسة من طرف الباحث فالمجتمع هو كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة (1)

ومجتمع البحث في لغة العلوم الانسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات ، ويقصد به أيضا المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف والذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل مفرداته . (2)

ويعرف على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة نميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري الباحث عنها أو التقصي ، و بالتالي فان مجتمع بحثنا يتمثل في طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال المتابعين لقناة الهدف الرياضية (3)

#### عينة البحث:

وقد قمنا باختيار العينة العشوائية الطبقية وفي هذا النوع يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة وفق معيار معين ويعتبر ذلك المعيار من العناصر أو متغيرات الدراسة الهامة بعد ذلك يتم اختيار عينة من كل فئة أو طبقة بشكل عشوائي ويشكل يتناسب مع تلك الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي

(1)- أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص99

(2)- سعيد التل، مناهج البحث العلمي و تصميم البحث والتحليل الاحصائي، (دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007)، ص95

(3)- حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي، مدخل بناء المهارات البحثية، (دار الصفاء للنشر و التوزيع ،

2013)، ص126

تتميز العينة الطبقية بأنها تضمن تمثيلاً لجميع فئات مجتمع الدراسة الأصلي أو شرائحه إلا أنها تتطلب أحياناً جهداً وتكلفة عالية من الباحث كما تتطلب ضرورة معرفة وحصر عدد عناصر كل فئة أو شريحة في مجتمع الدراسة الأصلي (1)

وعينتنا في هذه الدراسة هي طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة طور ليسانس و ماستر

### 10- تحديد المفاهيم:

#### 1- الجمهور:

✓ لغة:

جاء في لسان العرب أن: "جمهور كل شئٍ معظمه، وقد جمهره وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم: أشرفهم، وفي حديث ابن الزبير قال: "انا لاندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه" أي جماعتها

وجمهرت القوم إذا جمعتهم ومنه حديث النخعي أنه أهدي له بختيع قال هو الجمهوري ، وهو العصير المطبوخ الحلال ، وقيل له الجمهوري لأن عامة الناس يستعملونه أي أكثرهم وعدد مجهر : مكثر ، والجمهرة : المجتمع. (2)

(1) محمد عبيدات، محمد أبو أنصار، عقلة مبيضين، (منهجية البحث العلمي، القواعد و المراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، 1999)، ص91

(2) ابن منظور، لسان العرب، (مج4، دارصادر، ط3، لبنان، 1994)، ص149

### ✓ اصطلاحا:

الجمهور يعني أكثر من مجرد حاصل جمع من الأفراد ، إنه جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها ، بيد أن هذه الجماعة ليست كلا متماثلا حتى و إن كانت مجتمعا محليا صغيرا جدا ، فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الفردية والطبقية والمصلحة الاقتصادية ، والمعتقد الديني والانتماء السياسي وما إلى ذلك (1)

### ✓ تعريف آخر :

الجمهور عبارة عن عدد من الأفراد يشتركون عن إدراك في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة و تحقيق الذات ، ويختلف هذا الشعور من جمهور إلى آخر ، وغالبا ما تتفصل الجماهير وتختلف عن بعضها البعض مما يساعد على تكوين وسائل الاتصال العامة ، ومعظم أفراد الجماهير لا يتصلون اتصالا مباشرا ببعضهم البعض ، إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون ويحصلون عليه من معلومات . (2)

### ✓ التعريف الإجرائي:

الجمهور هو جماعة من الأشخاص تربطهم اهتمامات معينة في مجتمع واحد، تربطهم ذكريات وتقاليد واحدة ، وتجمعهم نفس الاهتمامات في حدود جغرافية واحدة وأيضا قد لا يكون بنفس الاهتمامات أو نفس الحدود الجغرافية لكنهم يتعرضون أو يحصلون على نفس المعلومات من نفس المصدر وقد تكون لهم نظرة مختلفة لهذه المعلومات لاختلاف خصائصهم الشخصية.

(1) ون ماكيراييد و آخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، (الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981)، ص 408

(2) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، (دار الكتاب المصري، ط2، مصر، 1994)، ص 338

### 2 البرامج:

✓ لغة :

من الفعل برمج يعني نقل ، أرسل، وكلمة برنامج تعني تخطيط ، فكرة ، منهج، جدول.

✓ اصطلاحا:

هي أحد القوالب و الأشكال الاعلامية والتقنية التي تعتمد عليها وسائل الاعلام لإيصال الرسائل الاعلامية إلى الجمهور، ويأخذ البرنامج عدة أشكال منها : برامج الحوار، برامج التحاليل... إلخ<sup>(1)</sup>

✓ التعريف الاجرائي :

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

(1) منير طبي، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، (ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة، 2011؛2012)، ص 27.

### 3 تعريف القناة :

✓ لغة:

القناة من قنى ، و القناة هي الرمح الأجوف و كل عصا مستوية أو معوجة ، و القناة ضيق أو واسع ، وقيل : القناة كظيمة تحفر في الأرض تجري بها المياه ، وهي الآبار التي تحفر في الأرض متتابعة ليستخرج مأوها ويسيح على وجه الأرض .<sup>1</sup>

✓ اصطلاحا:

هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية فيصرف النظر عن الظروف المكانية و العوائق الطبيعية و بعد المسافات .<sup>(2)</sup>

✓ تعريف القنوات الجزائرية الخاصة :

هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر ، وهي قنوات تلفزيونية حديثة النشأة أطلقت معظمها للبث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الاعلامي الخاص السمعي البصري و التعددية الاعلامية بداية من 2011 .<sup>(3)</sup>

✓ تعريف آخر :

القنوات الخاصة هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع الأشخاص أو المؤسسات أو الأحزاب السياسية يتم استئجارها على القمر الاصطناعي ، يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الارسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلة

(1)- لرازي مختار الصحاح وآخرون، المعجم الوسيط، ط5، ص764

(2)- محمد ناصر عبد الباسط، الإعلام الفضائي و الهوية الثقافية، (دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2012)، ص47

(3)- مسعد مشطر عبد الصاحب، المضامين و الأشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق، (أطروحة دكتوراه، كلية

الإعلام، جامعة بغداد، 2005)، ص37

تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي ، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت و صورة . (1)

### ✓ التعريف الإجرائي للقناة :

هي الوسيلة التي تكون بين المرسل و المستقبل من أجل إيصال المعلومة بطريقة أسهل

### ✓ تعريف قناة الهدف الرياضية الجزائرية :

قامت صحيفة الهدف الرياضية التي تهتم بعالم الرياضة بإطلاق قناة فضائية رياضية خاصة بها على مدار القمر الصناعي النايل سات حيث تسعى قناة الهدف إلى نقل و إيصال المعلومة و آخر الأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية لجميع المشاهدين سواء داخل التراب الوطني أو على مستوى دول العالم خاصة كرة القدم منها ولاسيما أخبار الفريق الوطني لكرة القدم ، تردد القناة على النايل سات 11958 أفقي 27500 تم إنشاء القناة في جوان 2014 قبل بداية كأس العالم وبدأ التخطيط بعد فتح عدة قنوات خاصة على غرار الشروق و النهار و بداية تراجع مبيعات النسخ الورقية للجريدة وكذا نقص الإشهار .

أما فيما يخص الهيكل التنظيمي للقناة و طريقة العمل فهو يتكون بداية من المدير العام للقناة نبيل عمرة يليه رؤساء تحرير يتعاملون مع رؤساء أقسام و رؤساء الأقسام يتعاملون مع صحفيين ومن الجهة الأخرى توجد المصلحة التقنية بها مدير تقني يتعامل مع مركبين وللاشارة فإن العمل يكون بالمناوبة .

وتعتمد قناة الهدف الرياضية الجزائرية على وجود صحفي و مصور في كل مدينة من المدن الكبرى و ينقسم العمل داخل القناة إلى فترتين : الفترة الأولى من الساعة 11

(1)- المرجع السابق،ص38

صباحا إلى الساعة 18 مساءً أما الفترة الثانية تكون من الساعة 18 مساءً إلى الساعة 01 ليلا

وتكون الأخبار في نشراتها الرياضية بالترتيب : أولا أخبار عن المنتخب الوطني الجزائري و المحترفين ثم أخبار عن الإتحادية الجزائرية لكرة القدم تليها أخبار الأندية الجزائرية بالترتيب : مولودية الجزائر ، شبيبة القبائل ، وفاق سطيف ثم شباب قسنطينة وهكذا ... (1)

### 11- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

علم الإحصاء أحد أهم العلوم المستخدمة في كافة المجالات العلمية و التربوية و الاجتماعية وغيرها من أجل تفسير الظواهر الغامضة، و المتضاربة، و الشائكة، و حل المشكلات و التنبؤ العلمي بالمستقبل و كيفية الاستفادة منه و تجنب الأخطاء و الأضرار، عن طريق اتباع العديد من الأساليب الإحصائية التي تقوم على جمع البيانات، وتنفيذها، وتقييمها، واستخلاص النتائج الأولية و الثانوية منها، خلال مدة زمنية معينة و بالاستعانة بأفراد و أدوات تعيين على تحقيق الغاية من اتباع الأسلوب الإحصائي و الذي يجب أن يتناسب مع نوع البحث العلمي و طبيعته.

يستطيع الباحث أو الباحثين في أي بحث علمي كان حول ظاهرة أو مشكلة علمية يحاولون تفسيرها أو إيجاد الحلول العلمية و المنطقية لها اتباع أحد الأساليب الإحصائية أو أكثر من أسلوب بحسب طبيعة المعلومات، ونوع المشكلة و غيرها من العوامل المتحكمة في البحث العلمي.

(1) مقابلة مع السيد سمير بشير، المدير الجهوي لقناة الهدف الرياضية الجزائرية، بتاريخ 7 ماي 2018، على الساعة 10:00 صباحا.

وقد اعتمدنا في تحليل بيانات استمارتنا في بحثنا هذا على برنامج spss والذي هو اختصار statistical package for social sciences وهو ما يعني الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وبرنامج spss هو عبارة عن مجموعة من الحزم أو بيانات حسابية شاملة للقيام بتحليل هذه البيانات، ويتم استخدام هذا البرنامج في الأبحاث العلمية التي تحتوي على بيانات رقمية .

وهو أحد التطبيقات الإحصائية التي تعمل تحت مظلة ويندوز، وهو عبارة عن مجموعة من القوائم و الأدوات التي يمكن عن طريقها إدخال البيانات التي يحصل عليها الباحث العلمي عن طريق الاستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات، ومن ثم القيام بتحليلها. و يعتمد النظام الإحصائي spss على المعلومة الرقمية، ويتميز البرنامج بقدرته الكبيرة على معالجة البيانات التي يتم مده بها.

و قد اعتمدنا على هذا النظام من أجل التصنيف و التحليل الدقيق للمعلومات و البيانات التي جاءت في استمارتنا و الوصول إلى النتائج التفسيرية في دراستنا.

### 12- الدراسات السابقة :

#### الدراسة الأولى:

مؤلف الدراسة : دروازي مصطفى

عنوان الدراسة : تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية "دراسة وصفية لجمهور الاذاعة المحلية بالجلفة حصة النقاش الرياضي نموذجاً "

أطروحة لنيل شهادة الماجستير ، في نظرية ومنهجية التربية البدنية و الرياضية تخصص إعلام و اتصال رياضي .

معهد التربية البدنية و الرياضية ، جامعة الجزائر 2011 \ 2012

تمحورت إشكالية الدراسة حول : ما مدى تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الرياضية الحوارية في الاذاعة المحلية بالجلفة ؟

فرضيات الدراسة :

- توجد عوامل موضوعية متغيرة تتحكم في تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية
- يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية على أداء المنشط الرياضي المتخصص.
- يتفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية في الإذاعة المحلية بحسب ما تقدمه من مواضيع رياضية.
- و تمثلت أهداف الدراسة في:
- التعرف على مستوى التفاعل الحاصل بين الجمهور الرياضي و الحصص الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية.
- التوصل إلى معرفة العلاقة بين الجمهور الرياضي و الحصص الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية .
- الاطلاع على سيكولوجية الجمهور الرياضي.
- معرفة محتوى الحصص الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية ومدى استجابتها لمتطلبات الجمهور الرياضي.
- المنهج المتبع في الدراسة هو: المنهج المسحي.

### نتائج الدراسة :

اتضح أنه يوجد بالفعل جمهور رياضي يتذوق مواضيع رياضية في حين كانت الحصة الحوارية الرياضية في الاذاعة المحلية وسيلة لاكتشاف هذا الذوق .  
حدود الاستفادة من الدراسة :

أفادتنا هذه الدراسة في التعريف بالجمهور و أيضا في صياغة إشكاليتنا .

### الدراسة الثانية :

مؤلف الدراسة : صايم الحاج جعفر الصادق .

عنوان الدراسة : إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة "دراسة ميدانية على عينة من جمهور الطلبة بجامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة" مذكرة تخرج لنبل شهادة ماستر ل.م.د .

تخصص اتصال و علاقات عامة ، شعبة علوم الاعلام و الاتصال .

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ، قسم العلوم الانسانية ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة . 2016 \ 2017

تمحورت اشكالية الدراسة حول : تحديد اتجاه الطلبة نحو البرامج الاخبارية لقناة الشروق الجزائرية ودوافع إقبال الطلبة على برامج القناة و عادات مشاهدتهم و الاشباعات المحققة من ذلك .

### التساؤلات الفرعية :

ما نسبة مشاهدة المبحوثين لقناة الشروق و بالأخص البرامج الاخبارية التي تقدمها ؟

ما دوافع مشاهدة البرامج الاخبارية للقناة و عدمها من قبل المبحوثين ؟

ما مدى قدرة هذه البرامج على معالجة القضايا و الموضوعات التي تتناولها ؟

ماهي انعكاسات البرامج الاخبارية للقناة على الطلبة ؟

ماهي وجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج و أسلوب عرضها ؟

**منهج الدراسة :**

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي بهدف معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاخبارية لقناة الشروق الجزائرية .

**نتائج الدراسة :**

إن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون البرامج الاخبارية لقناة الشروق خلال الفترة الصباحية ، كما لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدونها في الفترة المسائية .

وأن معالجة القناة للمواضيع بشكل جدي و أكثر اهتمام تغيير من دوافع مشاهدة الطلبة لبرامج هذه القناة بالإضافة إلى تقديمها للمشاهد . ما لا يجده في القنوات الأخرى .

ان الاشباعات المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولهم على معلومات صادقة و تحقيق القدرة على تحليل الاخبار و الاحداث

حدود الاستفادة من الدراسة : أفادتنا الدراسة بمقاربة النظرية للموضوع لاستخدامها نظرية الاستخدامات و الاشباعات وهي نفس النظرية التي استخدمناها في دراستنا .

# الجانب التطبيقي:

1. التحليل الكمي و الكيفي لمحور البيانات الشخصية .
2. التحليل الكمي و الكيفي لمحور عادات التعرض لقناة الهدف الرياضية .
3. التحليل الكمي و الكيفي لمحور دوافع مشاهدة قناة الهدف الرياضية .
4. التحليل الكمي و الكيفي لمحور الإشباعات المحققة من متابعة برامج قناة الهدف الرياضية .
5. نتائج الدراسة
6. خاتمة
7. قائمة المصادر و المراجع
8. الملاحق

### تمهيد:

إن لكل دراسة أو بحث يستلزم طريقة تحليلية و تعليلية وفق منهاج معين باستعمال طرق جمع البيانات و تحليلها للوصول إلى نتائج لمشكلة ما و التوصل إلى معلومات أو نتائج لحل مشكلة أو ظاهرة من الظواهر والاجتماعية ونحن كمجموعة بحث اخترنا المنهج المسحي كونه عملي و موضوعي يساعدنا في الوصول إلى إجابات كافية حول مشكلة البحث المطروحة،حيث استعملنا فيه الاستبيان الذي يعد أهم أدوات جمع البيانات و هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المتنوعة بين المباشرة و المفتوحة من أجل الحصول على نتائج و حلول للإشكالية المطروحة.

الجدول 1: يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
72%	36	ذكر
28%	14	أنثى
100%	50	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث حيث جاءت بنسبة 72% من مجموع أفراد العينة في حين بلغ نسبة الإناث 28% من ذلك المجموع .

وما يمكن قوله من خلال توزيع الاستمارة على الطلبة المتابعين لبرامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية أن أغلبهم ذكور لأنهم أكثر تعرضا للمضامين الإعلامية الرياضية وأكثرهم متابعة لها خاصة تلك المضامين التي تتعلق بكرة القدم سواء محلية أو قارية أو عالمية.

الجدول 2 : يوضح توزيع العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
6%	3	أقل من 20 سنة
76%	38	من 20 إلى 25 سنة
18%	9	من 25 سنة فما فوق
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد العينة اقتصر على الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 20 إلى 25 سنة و التي قدرت بنسبة 76%، ثم تليها الفئة العمرية من 25 فما فوق و التي قدرت بنسبة 18% تليها الفئة العمرية الأقل من 20 سنة و التي جاءت بنسبة 6%

و منه يمكن القول من خلال هذه النتائج أن معظم الطلبة المتابعين لبرامج قناة الهدف الرياضية تفوق أعمارهم 20 سنة و ذلك راجع إلى طبيعة البرامج الرياضية و عادة ما تكون مفضلة لدى فئة الشباب .

### الجدول 3 : يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة%	التكرار	الفئات
40%	20	ليسانس
60%	30	ماستر
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من عينة الدراسة هم من المستوى التعليمي طور ماستر و التي قدرت بنسبة 60% ثم يليها طلبة ليسانس بنسبة قدرت ب 40%. وهذا يعود إلى قلة الساعات الدراسية بالنسبة لطلبة الماستر

### الجدول 4 : يوضح توزيع العينة حسب متابعة أفراد العينة للأخبار الرياضية

النسبة%	التكرار	الفئات
36%	18	دائما
54%	27	أحيانا
10%	5	نادرا
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين يشاهدون الأخبار الرياضية أحيانا تمثل 54% وهي أكبر نسبة، تليها دائما بنسبة 36% ، ثم نادرا و هي النسبة الأقل بنسبة 10% وهذا إلى أن أفراد العينة يتابعون الأخبار الرياضية أحيانا نظرا لاهتمامهم بمجالات أخرى ، أما دائما فيعود إلى تفرغ أفراد العينة لمتابعة الأخبار الرياضية و اهتمامهم

الدائم بها، في حين الذين يتابعون الأخبار الرياضية بصفة نادرة يكون ذلك بمحض الصدفة لا غير.

الجدول 5 : يوضح توزيع العينة حسب مصدر متابعة الأخبار الرياضية

النسبة %	التكرار	الفئات
46%	23	وسائل الإعلام العامة
40%	20	وسائل إعلام متخصصة
14%	7	الاثنين معا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن المبحوثين يتابعون الأخبار الرياضية من وسائل الإعلام العامة بنسبة أكبر و التي تمثل 46% تليها نسبة 40% من المبحوثين الذين يتابعون الأخبار الرياضية من وسائل الإعلام المتخصصة ثم نسبة 14% من المبحوثين الذين يتابعون الأخبار الرياضية من كلا المصدرين .

وهذا راجع ربما إلى أن أفراد العينة يثقون أكثر بالأخبار الرياضية من وسائل الإعلام العامة و يعتبرون متابعين أوفياء لها لأنها أكثر شعبية ، في حين أن متابعي الأخبار الرياضية من وسائل الإعلام المتخصصة من أفراد العينة بنسبة أقل ربما لحدثة هذه الوسائل.

الجدول 6 : يوضح توزيع العينة حسب نوع وسائل الإعلام التي يتابعون منها الأخبار الرياضية .

النسبة%	التكرار	الفئات
12%	6	جرائد
44%	22	قنوات فضائية
8%	4	إذاعة
36%	18	أنترنت
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة للوسيلة الإعلامية التي يتابع منها المبحوثين الأخبار الرياضية تعود إلى القنوات الفضائية و التي قدرت بنسبة 44% تليها نسبة 36% يتابعون الأخبار الرياضية من الانترنت ثم نسبة 12% من المبحوثين يتابعون الأخبار الرياضية من الجرائد ، و أخيرا نسبة 8% من المبحوثين يتابعون الأخبار الرياضية من الإذاعة .

نستطيع ملاحظة أن أكبر نسبة للمبحوثين الذين يتابعون الأخبار الرياضية من القنوات الفضائية لأنها تبدو أكثر مصداقية تعتمد على الصوت و الصورة والحركة و أهم عامل لجذب الجمهور و المتابعين، كما أنها تبقى الوسيلة الأولى المفضلة لدى المبحوثين نظرا لسهولة مشاهدة الأخبار الرياضية بالإضافة لانتشارها الواسع وإمكانية تواجدها في كل منزل.

في حين متابعة الأخبار الرياضية من الأنترنت ربما لأنها تسمح لهم بالرجوع إلى الأخبار التي سبق بثها بطريقة أسهل ، في حين أن الجريدة هي وسيلة تقليدية طغت عليها الثورة التكنولوجية الحديثة ، أما عن الإذاعة فهي تحتاج إلى النقر الكامل و التام للاستماع

للأخبار الرياضية منها.

الجدول 7 : يوضح توزيع العينة حسب نمط متابعة قناة الهدف الرياضية

النسبة%	التكرار	الفئات
24%	12	دائما
50%	25	أحيانا
26%	13	نادرا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلب أفراد العينة يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية أحيانا و قدرت النسبة بـ 50% و يليها متابعة أفراد العينة لقناة الهدف الرياضية الجزائرية نادرا بنسبة 26% ثم تليها نسبة 24% من المبحوثين الذين يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية دائما.

و يعود متابعة أفراد العينة لقناة الهدف الرياضية أحيانا لقلّة اهتمام المبحوثين بالقناة ربما، ونادرا لتعدد القنوات الرياضية الأخرى،

ومتابعة أفراد العينة للقناة الهدف الرياضية دائما يرجع ربما لاهتمامهم البالغ بما تقدمه القناة من أخبار و مضامين إعلامية رياضية.

الجدول 8 : يوضح توزيع العينة حسب أوقات متابعتهم لقناة الهدف

النسبة %	التكرار	الفئات
10%	5	الفترة الصباحية
16%	8	فترة الظهر والعصر
74%	37	السهرة
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لمتابعة قناة الهدف الرياضية في السهرة و التي قدرت بنسبة 74% وهي أعلى نسبة ثم تليها نسبة 16% من أفراد العينة الذين يفضلون متابعة قناة الهدف الرياضية فترة الظهر و العصر ثم تليها مبحثين يفضلون متابعة قناة الهدف الرياضية الجزائرية صباحا بنسبة 10%.

نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحثين يفضلون متابعة قناة الهدف الرياضية في السهرة لأنه الوقت الذي يكون فيه المبحثين متفرغين تماما غير منشغلين بأشياء أخرى، أما بالنسبة لفترة الظهر و العصر فجاءت بنسبة أقل ربما لانشغال المبحثين بالدراسة وهي فترة معروفة بأخذ قسط من الراحة، تفضيل مجموعة من المبحثين مشاهدة قناة الهدف الرياضية الجزائرية في الفترة الصباحية فرما يستغلون هذه الفترة لأخذ عناوين الأخبار فقط وجاءت بنسبة أقل باعتبارها فترة دوام الطلبة في الجامعة .

الجدول 9 : يوضح توزيع العينة حسب ساعات قضاء مشاهدة قناة الهدف

النسبة %	التكرار	الفئات
64%	32	أقل من ساعة
34%	17	من 1 سا إلى 2سا
2%	1	من 2سا فما فوق
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية لمدة أقل من ساعة بنسبة 64%، تليها نسبة 34% من أفراد العينة الذين يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية من ساعة إلى ساعتين، ثم نسبة 2% من المبحوثين يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية من ساعتين فما فوق .

انطلاقاً من هذه النسب نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين تتابع قناة الهدف الرياضية أقل من ساعة ربما للإطلاع على أهم الأخبار و المواجيز الرياضية وأخذ ما يهمهم فقط من أخبار نواديهم التي يشجعونها و يناصرونها، في حين فئة المبحوثين الذين يشاهدون قناة الهدف الرياضية من ساعة إلى ساعتين فربما يقضون هذه المدة لاهتمامهم ببرنامج محدد فيها، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يتابعون القناة لأكثر من ساعتين فهم يهتمون بمختلف الأخبار الرياضية بأنواعها سواء محلية أو قارية أو عالمية و تتابع كل ما هو جديد في الساحة الرياضية .

الجدول 10 : يوضح توزيع العينة حسب نمط المتابعة

النسبة %	التكرار	الفئات
28%	14	بمفردك
16%	8	مع العائلة
18%	9	مع الأصدقاء
38%	19	حسب الظروف
100%	50	المجموع

توضح نتائج أعلاه أن نسبة 38% من أفراد العينة تتابع قناة الهدف حسب الظروف و هي أعلى نسبة تليها نسبة 28% من أفراد العينة تتابع قناة الهدف الرياضية الجزائرية بصفة فردية، ثم نسبة 18% من المبحوثين الذين يفضلون متابعة قناة الهدف مع الأصدقاء، و أخيرا نسبة 16% من المبحوثين الذين يفضلون متابعة قناة الهدف الرياضية الجزائرية من العائلة .

ومن النتائج الموضحة في الجدول يمكن ملاحظة أن أغلبية افراد العينة أجابو بأن الظروف هي المتحكم في متابعتهم لقناة الهدف الرياضية ولعل هذه الظروف هي إختلاف مكان تواجد المبحوثين أو انشغالهم بمصلح أخرى، أما متابعة أفراد العينة لقناة الهدف الرياضية الجزائرية بصفة فردية قد يرجع لكون كل فرد من المبحوثين الوحيد بين أفراد العائلة الذي يميل إلى قناة الهدف و مضامينها الإعلامية الرياضية أو لأنه يفضل المتابعة بصفة فردية بعيدا عن الإزعاج أما فيما يخص متابعة المبحوثين للقناة مع الأصدقاء قد يعود إلى حب اثناء النقاشات و الحوارات مع الأصدقاء و إبداء الرأي .

و أخيرا تفضيل مجموعة من المبحوثين متابعة قناة الهدف الرياضية الجزائرية مع العائلة ربما من أجل الاستمتاع أكثر بالمشاهدة أو لاهتمام العائلة بالقناة و بما تقدمه من أخبار رياضية.

**جدول 11 : يوضح توزيع العينة حسب نمط المتابعة**

الفئات	التكرار	%النسبة
متفرغ تماما	20	40%
تقوم باعمال اخرى	30	60%
المجموع	50	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من أفراد العينة يقومون بأعمال أخرى أثناء مشاهدتهم بقناة الهدف الرياضية و هي أعلى نسبة، تليها نسبة 40 % من أفراد العينة يكونون متفرعين تماما عند مشاهدتهم لقناة الهدف الرياضية الجزائرية .

إنطلاقا من هذه النسب يتضح أن أغلب المبحوثين يقومون بأعمال أخرى أثناء مشاهدة قناة الهدف الرياضية ما يدل على أنهم يشاهدون القناة فقط من أجل الترويح عن أنفسهم أو أخذ ما يهمهم من أخبار فقط وأيضا أنهم لا يخصصون للقناة وقتا محددًا للمتابعة، أما بالنسبة لأفراد العينة المتفرعين تماما لمشاهدة قناة الهدف الرياضية فهم اوفياء للقناة لأنهم يخصصون مدة من وقتهم لمشاهدتها .

جدول 12 : يتعلق بالمادة التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في قناة الهدف

النسبة %	التكرار	الفئات
56%	28	النشرة الرياضية
44%	22	البرامج الرياضية الحوارية
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 56 % من أفراد العينة يتابعون النشرة الإخبارية الرياضية على قناة الهدف و هي أعلى نسبة تليها نسبة 44 % من أفراد العينة التي تتابع البرامج الرياضية الحوارية و هي أقل نسبة .

و يمكن القول أن أغلب أفراد العينة يتابعون النشرات الإخبارية بنسبة كبيرة لسهولة الحصول على المعلومة و الخبر السريع، و لعل متابعة أفراد العينة للبرامج الحوارية بنسبة أقل يعود إلى طول الوقت الذي تستغرقه هذه البرامج و أيضا إمكانية اهتمام المبحوثين بالحوارات و النقاشات و الآراء و حتى الضيوف في هذا النوع من البرامج .

الجدول 13 : يوضح توزيع العينة حسب الدوافع التي تجعلهم يتابعون قناة الهدف

النسبة %	التكرار	الفئات
16%	08	إبداء الرأي
28%	14	مناقشة الآخرين
10%	05	الفضول لمعرفة جوانب حياة شخصيات رياضية
6%	03	الدفاع عن الأندية الرياضية التي تتابعها
40%	20	مواكبة أهم الأخبار الرياضية
100%	50	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن 40% من افراد العينة يتابعون قناة الهدف الرياضية الرياضية من أجل مواكبة أهم الأخبار الرياضية، تليها نسبة 28% من المبحوثين يتابعون قناة الهدف الرياضية لمناقشة الآخرين، ثم نسبة 16% من أفراد العينة يتابعون قناة الهدف من أجل إبداء الرأي، تليها نسبة 10% من أجل الفضول لمعرفة جوانب حياة شخصيات رياضية، و أخيرا نسبة 6% من أجل الدفاع عن الأندية الرياضية التي تتابعها .

يمكن القول من خلال هذه النتائج أن أغلبية أفراد العينة دافعهم الأول لمشاهدة قناة الهدف الرياضية هو مواكبة أهم الأخبار الرياضية و ذلك يعود لضيق وقت المبحوثين فيحتم عليهم متابعة أهم الأخبار فقط و فيما يخص مناقشة الآخرين فكانت النسبة تحت المتوسط و هذا راجع ربما لاهتمام المبحوثين بنقاشات أخرى خاصة أن المبحوثين هم طلاب قسم الإعلام و الاتصال، أما عن إبداء الرأي فكانت نسبتها أقل لأن أفراد العينة لا يعتمدون على قناة الهدف بشدة لإبداء آرائهم حول المضامين الرياضية، و يأتي الفضول لمعرفة جوانب شخصيات رياضية بنسبة منخفضة جدا و هذا يعود لقلّة البرامج المخصصة لعرض شخصيات رياضية ربما و فيما يخص الدفاع عن الأندية الرياضية التي تناصرها مجموعة من المبحوثين فجاءت بنسبة ضئيلة و هذا قد يرجع لحيادية قناة الهدف أثناء عرضها لأخبار مختلف الأندية .

الجدول 14 : يوضح توزيع العينة حسب سبب الاعتماد على مشاهدة قناة الهدف الرياضية

النسبة %	التكرار	الفئات
24%	12	ثقتك في المعلومات والأخبار التي تقدمها
58%	29	سهولة الحصول على الأخبار الرياضية
18%	9	التغطية الفورية في نقل الأخبار
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 58% من أفراد العينة يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية من أجل سهولة الحصول على الأخبار الرياضية وهي أعلى نسبة تليها نسبة 24 من أفراد العينة يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية لثقتهم في المعلومات و الأخبار التي تقدمها، ثم نسبة 18% من المبحوثين يتابعون قناة الهدف الرياضية الجزائرية من أجل التغطية الفورية للقناة في نقل الأخبار .

يمكن القول من خلال النسب المتحصل عليها أن أفراد العينة يتابعون قناة الهدف الرياضية من أجل سهولة الحصول على الأخبار الرياضية نظرا لإلمام القناة بمختلف المنافسات الرياضية و أخبار الأندية الرياضية و أن القناة متاحة للجميع و هي الوسيلة الأمثل ربما لمتابعة الأخبار الرياضية، أما بالنسبة للثقة في المعلومات و الأخبار التي تقدمها قناة الهدف الرياضية الجزائرية فربما تعود إلى مصداقية القناة في نقل الأخبار و المضامين الرياضية، أما عن التغطية الفورية في نقل الأخبار و التي جاءت بنسبة قليلة فربما لوجود بدائل ووسائل أخرى يلجأ إليها الطالب للحصول على تغطية فورية للأخبار أفضل .

الجدول 15 : يوضح توزيع العينة حسب البرامج المفضلة لدى المبحوثين على قناة  
الهداف الرياضية الجزائرية

النسبة%	التكرار	الفئات
22%	11	فوت 100%
56%	28	الفريق الدولي
20%	10	بالمكشوف
2%	1	أخرى أذكرها
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 56% من المبحوثين يتابعون برنامج الفريق الدولي و هي أعلى نسبة تليها نسبة 22% من أفراد العينة يفضلون مشاهدة برنامج بالمكشوف على القناة، تليها نسبة 20% من المبحوثين الذين يفضلون متابعة حصة فوت 100 فوت ، ثم أخيرا نسبة 2% يتابعون حصص أخرى في القناة .

يمكن التوصل من خلال هذه النتائج الموضحة في الجدول إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تتابع برنامج الفريق الدولي لأنه يشمل كافة الأحداث الرياضية المحلية و الدولية و يستضيف نجوم الكرة مما ساهم في الرفع من نسبة المشاهدة لدى الجمهور، و فيما يخص متابعة أفراد العينة لبرنامج بالمكشوف يفضله البعض من عينة البحث من أجل تنوع المواضيع المطروحة للمناقشة داخل الأستوديو و كذا استقبال شخصيات رياضية تقوم بالتحليل و إبداء الرأي، و جاءت متابعة أفراد العينة لبرنامج فوت 100 بنسبة أقل من سابقاتها كونه يعرض كل ما يتعلق بكرة القدم، و لهذا نستطيع التوصل إلى أن أفراد العينة يميلون إلى البرامج التي تثير النقاشات و الحوارات .

الجدول 16 : يوضح توزيع العينة حسب المشاركة في برامج قناة الهدف

النسبة %	التكرار	الفئات
100%	50	لا
0%	0	نعم
100	50	المجموع

يتبين من خلال البيانات الموضحة في الجدول نجد أن نسبة 100 % من أفراد العينة لا يشاركون في البرامج التي تعرضها قناة الهدف الرياضية .

و هذا يعود ربما لصعوبة التواصل و الاتصال مع صحفي البرامج المعروضة على قناة الهدف الرياضية أو لأن هدف أفراد العينة من متابعتها لهذه البرامج هو أخذ المعلومة والخبر المراد معرفته فقط .

الجدول 17 : يوضح توزيع العينة حسب دور قناة الهدف الرياضية في رفع مستوى

الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري

النسبة%	التكرار	الفئات
66%	33	نعم
34%	17	لا
100	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 66% من أفراد العينة اتفقوا على أن لقناة الهدف دور في رفع مستوى الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري تليها نسبة 34% من أفراد العينة أجابوا بلا و يرون أن قناة الهدف ليس لديها أي دور في رفع مستوى الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري .

مما يمكن لنا ملاحظته من خلال النسب أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تلعب دورا في رفع مستوى الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري وذلك راجع ربما لكونها القناة الرياضية الوحيدة المتخصصة في المجال الرياضي فهي تعكس اهتمامات عينة البحث من خلال ما تبثه من برامج و أخبار رياضية، أما بالنسبة لأفراد العينة الغير موافقين على أن لقناة الهدف دور في رفع مستوى الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري هذا يرجع ربما لقناعة المبحوثين أنه توجد مصادر أخرى تمكن الجمهور من رفع مستواهم الثقافي دون اللجوء لقناة الهدف

الجدول 18 : يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف في نشر العنف من خلال مضامينها

النسبة %	التكرار	الفئات
32%	16	نعم
68%	34	لا
100%	50	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قناة الهدف الرياضية لا تساهم في نشر العنف و ذلك بنسبة 32% من إجابات المبحوثين أفراد العينة في حين اللذين تحرضهم قناة الهدف الرياضية على نشر العنف في الوسط الرياضي قدرت ب 32 %

وهذا ما يفسر أن قناة الهدف الرياضية من خلال المضامين التي تقدمها لا تدعو إلى العنف و القيام بأعمال شغب حسب أغلبية أفراد العينة و ذلك راجع ربما لحيادية القناة في بث الأخبار الرياضية و حرصها على عدم إثارة الفتنة بين أنصار النوادي .

الجدول 19 : يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف الرياضية في نشر العنف إذا كانت الإجابة بنعم

النسبة %	التكرار	الفئات
26%	13	من خلال التهويل في الأحداث والمناسبات
24%	12	عن طريق ألفاظ تدعو إلى العنف
50%	25	التحيز لأطراف معينة
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلب الأفراد اللذين يرون أن قناة الهدف الرياضية تتحيز لأطراف معينة قد بلغت نسبتهم 50 % أما الذين يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تدعو إلى العنف من خلال التهويل في الأحداث و المناسبات بلغت نسبتهم 26 % أما الذين يرون أن قناة الهدف الرياضية تدعو إلى العنف فبلغت نسبتهم 24%

ويعود ارتفاع نسبة اللذين يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تدعو إلى العنف من خلال التحيز لأطراف أخرى و التي بلغت 50 % إلى أن معظم أفراد العينة يرون أن قناة الهدف الرياضية تميل إلى طرف على حساب طرف آخر فهي بذلك تدعو و تحرض على العنف.

**الجدول 20 : يوضح توزيع العينة حسب مساهمة قناة الهدف الرياضية في نشر العنف إذا كانت الإجابة بلا**

النسبة%	التكرار	الفئات
70%	35	الدعوة إلى الحوار
10%	5	الدعوة إلى التسامح
20%	10	حملات تحسيسية لسد العنف في الوسط الرياضي
100%	50	المجموع

من الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلب الأفراد يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تدعو إلى الحوار و قد بلغت نسبتهم 70% أما الذين يعتقدون أنها لا تدعو للعنف من خلال القيان بحملات تحسيسية لسد العنف في الوسط الرياضي فقدرت نسبتهم ب 20 % أما الذين يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية لا تدعو للعنف من خلال الدعوة إلى التسامح فقد قدرت نسبتهم ب 10 % .

و ارتفاع نسبة اللذين يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تدعو إلى الحوار و التي بلغت 70 % يعود إلى أهمية القناة في التوجيه و كسب ود الجماهير من خلال تبسيط الأمور و عدم التهويل في الأحداث و المناسبات الرياضية و كذا الدعوة إلى تقبل و احترام الرأي الآخر .

**الجدول 21 : يوضح توزيع العينة حسب مصداقية قناة الهدف الرياضية في نقل الأخبار**

النسبة %	التكرار	الفئات
8%	4	عالية
76%	38	متوسطة
16%	8	ضعيفة
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن اللذين يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية تتسم بمصداقية متوسطة بلغت نسبتهم 76 % أما الأفراد اللذين يرون أنها صادقة بنسبة ضعيفة فبلغت نسبتهم 16 % في حين أفراد العينة الذين يرون أن قناة الهدف الرياضية صادقة بنسبة عالية فبلغت نسبتهم 8 % .

وهذا يدل على أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية لا تتمتع بالشفافية و المصداقية من خلال إعتماها على أخبار و مصادر غير موثوقة في طرح مواضيعها و حتى وجود قنوات منافسة لها جعلت من جمهورها تفقد الثقة بها و تميل إلى إستقاء الأخبار من مصادر أخرى غيرها .

الجدول 22 : يوضح توزيع العينة حسب الرأي في مدى نجاح قناة الهدف الرياضية في تلبية احتياجات الجمهور

النسبة %	التكرار	الفئات
48%	24	نعم
52%	26	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 52 % يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية غير ناجحة في تلبية احتياجات جمهورها فيما نسبة 48 % يرون أنها تلبية احتياجات جمهورها

يتضح لنا من خلال هذه النتائج أن النسبة الأكبر ترى بأن قناة الهدف الرياضية غير ناجحة في تلبية احتياجات جمهورها وذلك راجع لبعض النقائص في القناة و التي يميل إليها الجمهور الرياضي و كذا ميولات الجمهور إلى مواضيع و حصص معينة لا تتطرق لها القناة.

الجدول 23 : يوضح توزيع العينة حسب مدى نجاح قناة الهدف الرياضية في تلبية احتياجات جمهورها إذا كانت الإجابة بلا

النسبة %	التكرار	الفئات
20%	10	برامجها غير جادة
24%	12	منشطي برامجها غير ناجحين
54%	27	ضيوف البرامج غير مفيدين
2%	1	وقت تقديم البرامج غير مناسب
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 54 % يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية غير ناجحة في تلبية احتياجات جمهورها لأن ضيوف برامجها غير مفيدين في حين الذين يرون أن منشطي برامج قناة الهدف الرياضية غير ناجحين فقدرت نسبتهم بـ 24 % أما الذين يرون أن برامج قناة الهدف غير جادة فقدرت نسبتهم 20 % أما الذين يرون أن وقت تقديم البرامج في القناة غير مناسب فقدرت بنسبة 2 % وهي النسبة الأضعف .

وما يمكن ملاحظته أن أغلبية أفراد العينة يرون أن قناة الهدف الرياضية الجزائرية لا تلبي احتياجات جمهورها لأن ضيوف برامجها غير مفيدين يعود ذلك إلى أن الضيوف الذين تستضيفهم القناة لا يلعبون دورا في إثراء الثقافة الرياضية التي يحتاجها الجمهور وأنهم يدافعون عن آرائهم فقط فلا يجد أفراد العينة غايتهم فيما يقدمه ضيوف برامج قناة الهدف .

تحليل نتائج السؤال رقم 21: يبين أهم إقتراحات أفراد العينة لتحسين مضامين الإعلامية لبرامج قناة الهدف الرياضية.

من خلال السؤال 21 تبين لنا أن أهم ما اقترحه أفراد العينة لتحسين المضامين الإعلامية لبرامج قناة الهدف الرياضية من أجل تغطية إعلامية ناجحة لمختلف الأحداث و المناسبات الرياضية هو بث القناة للمباريات الوطنية المحلية على المباشر كونها لا تقوم ببثها بل تكتفي بنقل نتائجها و أخبار مختصرة عنها مما يقلل نسبة المشاهدة للقناة واللجوء إلى قنوات أخرى من أجل إشباع هذه الرغبة وكان هذا الاقتراح متفق عليه من طرف أغلبية المبحوثين.

ثم يليه اقتراح استضافة ضيوف حياديين في البرامج الحوارية نظرا لأن أغلبية أفراد العينة في اعتقادهم أن قناة الهدف الرياضية تستضيف في برامجها ضيوفا منحازين لطرف على حساب طرف آخر مما يجعل الجمهور غير راض عن القناة و بالتالي تفقد شعبيتها وجمهورها .

و اقترح المبحوثين أيضا تسليط الضوء على مختلف الرياضات الأخرى لأن قناة الهدف الرياضية تركز بشدة على نقل اخبار كرة القدم ، وتهمل في الكثير من الأحيان الرياضات الأخرى التي لا تقل أهمية عن كرة القدم، وهذا الاقتراح يعود إلى أن الجمهور هو جمهور متذوق و متنوع في انتقاء الأخبار الرياضية.

### النتائج العامة للدراسة :

تبين من خلال دراستنا أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث في متابعة برامج قناة الهدف الرياضية وأن المبحوثين الذين تفوق أعمارهم 20 سنة من هم الأكثر مشاهدة لها لأن هذا النوع من البرامج مفضل لدى فئة الشباب .

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها اتضح أن الطلبة الجامعيين يتابعون برامج قناة الهدف الرياضية أحيانا وذلك راجع إلى التخصص و اهتمامهم بمجالات أخرى .

اتضح أيضا أن السبب الرئيسي الذي يجعل عينة بحثنا تتابع برامج قناة الهدف الرياضية هو سهولة الحصول على المعلومة و الأخبار الرياضية و ثقتهم في ما تقدمه من مضامين رياضية .

وما تبين من خلال دراستنا أن البرنامج المفضل لدى أغلب المبحوثين هو برنامج الفريق الدولي .

مبحوثو الدراسة يتابعون قناة الهدف بغرض مواكبة أهم الأخبار الرياضية التي جاءت بنسبة أعلى وأيضا من أجل مناقشة الآخرين و إبداء آرائهم وحتى يدافعوا على الأندية التي يناصرونها.

بينت الدراسة أيضا أن أفراد العينة لا يرسلون القناة بأي شكل من الأشكال بسبب عدم اهتمامهم بما تقدمه القناة ، ولأنهم يتابعونها للتزود بأهم الأخبار دون مراعاتهم للطريقة التي تقدم بها الأخبار .

تبين من خلال الدراسة أيضا أن قناة الهدف الرياضية ليست ذات مستوى رفيع في تقديم الأخبار و أنها لا تلبى احتياجات معظم أفراد العينة .

من خلال سؤالنا عن مصداقية قناة الهدف الرياضية في بث الأخبار و المضامين الرياضية اتضح أنها ذات مصداقية متوسطة و على الرغم من ذلك أجاب أغلب المبحوثين أن قناة الهدف تساهم في رفع مستوى الثقافة الرياضية في المجتمع الجزائري.

وكانت أغلب اقتراحات المبحوثين حول تحسين أداء قناة الهدف الرياضية تدور حول بث المباريات المباشرة و التزام الحيادية في نقل الأخبار و الاهتمام بالرياضيات الأخرى.

# الختامة

الإعلام هو تلك العملية التي تهتم بنشر الحقائق و الافكار بين الجماهير. من خلال وسائل الإعلام باختلافها. سواء كانت مكتوبة كالصحف...أو سمعية كالإذاعة...أو سمعية بصرية كالتلفزيون .

حيث أن الإعلام أصبح اليوم يلعب دورا كبيرا بل أساسيا في التأثير على جوانب الحياة حتى الرياضة منها. و هو ما جعلنا نسلط الضوء في دراستنا على جمهور برامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية و التي تهتم بنشر كافة الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بأنواعها . و كل ما يخص أو يعني الرياضة.

و بوجود قناة الهدف الرياضية لابد من وجود برامج رياضية و المقصود في دراستنا هو دراسة جمهور برامج قناة الهدف بصفة خاصة. لما تملكه البرامج الرياضية من قاعدة جماهيرية كبيرة بين افراد المجتمع خاصة فئة الشباب . و من خلال ملاحظتنا في الدراسة تعد هذه البرامج أهم ما يتعرض لها المشاهد بهدف تلقيه لمختلف المعلومات المراد الوصول إليها إن لبرامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية تأثير كبير، و لذلك كان لمضمون هذه البرامج و ماتقدمه من معلومات السبب الرئيسي في لوجود القاعدة الجماهيرية التي يتمتع بها بين أفراد المجتمع من خلال المضامين الرياضية التي تبثها القنوات الرياضية المتخصصة منها قناة الهدف الجزائرية بهدف إشباع رغبات و حاجيات الجمهور.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### المصادر:

1. مقابلة مع السيد سمير بشير، المدير الجهوي لقناة الهدف الرياضية الجزائرية بتاريخ 7ماي 2018، على الساعة 10:00 صباحا.

### قائمة المراجع :

1- أبو أصعب صالح الخليل، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ( ط4، الأردن، دار آرام، 2004 ).

2- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال (ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).

3- بن عبد الرحمان محمد، الحضيف : كيف تؤثر وسائل الاعلام (ط2، الرياض ،السعودية، مكتبة عبيكان، 1998).

4- الجسوري حسين محمد جواد، منهجية البحث العلمي : مدخل بناء المهارات البحثية (دار الصفاء للنشر و التوزيع، 2013).

5- بليفيير ميليفين و ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر كامل عبد الرؤوف (الدار الدولية للنشر و التوزيع 1999).

6- ديليو فضيل، الاتصال: مفاهيمه - نظرياته - وسائله (ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر، 2003).

7- هريبرت أشيلير، المتلاعبون بالعقول، (تر عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، الكويت، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، 1999).

8. الطائي مصطفى محمد،خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية( دم،دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر).
9. ماكيرايد شون وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد( الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع،1981).
10. مهنا فريال ، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية(1،دمشق، سوريا، دار الفكر، 2002).
11. المكاوي حسن عماد،حسين السيد ليلي، الاتصال و نظرياته المعاصرة.
12. المغربي كامل كامل محمد، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية(ط4،الأردن،دار الثقافة، 2010).
13. العادلي مرزوق عبد الحكم، الاعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات و الاشباعات (ط1، القاهرة، مصر،دار الفجر،2004).
14. عبد الباسط محمد ناصر، الاعلام الفضائي و الهوية الثقافية(الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية،2012).
15. عبد الحميد محمد،نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير(ط2،القاهرة ،مصر،عالم الكتب،2000).
16. عبد السعيد ابراهيم مروان،أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط1،عمان،2000).
17. عوض طاير فاطمة و علي خفاجة،أسس و مبادئ البحث العلمي(ط1مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية،2002).

18- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز (ط1، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003).

19- عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي (مكتبة مدبولي، 1999).

20- ريفير ويليام وآخرون، الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر، تر أحمد طلعت البشيشي (مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005).

#### القواميس و المعاجم:

1- ابن منظور، لسان العرب (ط3، لبنان، دار الصادر، 1994).

2- بدوي احمد زكي، معجم مصطلحات الإعلام (ط2، مصر، دار الكتاب المصري، 1994).

3- الصحاح الرازي و آخرون، المعجم الوسيط، ط5.

#### الرسائل الجامعية:

1- طبي منير، دور البرامج الرياضية بالتلفزيون في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري (رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2011).

2- عبد الصاحب مسعد مشطر، المضامين و الأشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق ( أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005).

#### المواقع الإلكترونية :

<http://www.altkiasat.com>

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف المسيلة  
كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان:

## جمهور برامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة-

أخي الطالب أختي الطالبة تحية طيبة وبعد....

يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تدخل ضمن إجراءات إنجاز دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، لذا أرجو منكم ملاءمة هذه الاستمارة بكل صدق وموضوعية مع العلم أن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض علمية بحثه مع سرية إجاباتكم.

\*شاكركم لكم حسن تعاونكم\*

ملاحظة: ضع علامة (X) في الخانة التي تمثل إجابتك.

إشراف الدكتور:

- بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبتين:

- عيساوي أم الخير

- طيباوي آمنة

الموسم الدراسي: 2017/2018

## المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر  أنثى
- 2- السن : أقل من 20 سنة  من 20 إلى 25 سنة  من 25 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس  ماستر

## المحور الثاني: يتعلق بعادات التعرض لقناة الهدف الرياضية؟

- 4- هل تتابع الأخبار الرياضية؟
- دائماً  أحياناً  نادراً
- 5- هل تتابع الأخبار الرياضية من؟
- وسائل الإعلام العامة  وسائل إعلام متخصصة
- 6- ما هي وسائل الإعلام التي تتابع منها الأخبار الرياضية؟
- جرائد  قنوات فضائية  إذاعة  أنترنت
- 7- هل تتابع قناة الهدف الرياضية ؟
- دائماً  أحياناً  نادراً
- 8- متى تتابع قناة الهدف الرياضية الجزائرية؟
- الفترة الصباحية  فترة الظهر والعصر  السهرة
- 9- كم ساعة تقضيها في مشاهدة قناة الهدف؟
- أقل من ساعة  من 1 سا إلى 2 سا  من 2 سا فما فوق

10- مع من تفضل مشاهدة برامج قناة الهدف الرياضية؟

بمفردك  مع العائلة  مع الأصدقاء  حسب الظروف

11- عند مشاهدتك لأخبار قناة الهدف هل تكون؟

متفرغ تماما  تقوم بأعمال أخرى

12- ما هي المادة التي تحرص على مشاهدتها في قناة الهدف الرياضية؟

النشرة الرياضية  البرامج الرياضية الحوارية  أخرى أذكرها

المحور الثالث : دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين لقناة الهدف الرياضية؟

13- ما هو الدافع الذي يجعلك تتابع برامج قناة الهدف الرياضية؟

إبداء الرأي  مناقشة الآخرين

الفضول لمعرفة جوانب حياة شخصيات رياضية

الدفاع عن الأندية الرياضية التي تتابعها

مواكبة أهم الأخبار الرياضية

14- ما هو سبب اعتمادك على مشاهدة قناة الهدف الرياضية ؟

ثقتك في المعلومات والأخبار التي تقدمها

سهولة الحصول على الأخبار الرياضية

التغطية الفورية في نقل الأخبار

المحور الرابع: يتعلق بالإشباع المحققة من متابعة برامج قناة الهدف الرياضية

15- ما هي البرامج التي تتابعها في قناة الهدف؟

- فوت 100%  الفريق الدولي  بالمكشوف  أخرى أذكرها

16- هل تشارك في هذه البرامج؟

- نعم  لا

- إذا كنت إجابتك بنعم هل تشارك ب:

- الهاتف  البريد  الحضور في الأستوديو

التحدث مع الصحفيين في الهاتف أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي والميدان

17- هل تلعب قناة الهدف دورا في رفع مستوى الثقافة الرياضية داخل المجتمع الجزائري؟

- نعم  لا

18- هل ترى أن قناة الهدف تساهم في نشر العنف من خلال مضامينها الإعلامية؟

- نعم  لا

- إذا كانت إجابتك ب: نعم؟

من خلال التهويل في الأحداث والمناسبات

عن طريق ألفاظ تدعو إلى العنف

التحيز لأطراف معينة

- إذا كانت إجابتك بلا فما هي الأمور الإيجابية؟

الدعوة إلى الحوار  الدعوة إلى التسامح

حملات تحسيسية لسد العنف في الوسط الرياضي

19- حسب رأيك هل تعتقد أن لقناة الهدف الرياضية مصداقية في نقل الأخبار؟

عالية  متوسطة  ضعيفة

20- هل ترى أن برامج قناة الهدف الرياضية ناجحة في تلبية إحتياجات الجمهور الرياضي؟

نعم  لا

- إذا كانت إجابتك بلا:

برامجها غير جادة

مقتضى برامجها غير ناجحة

ضيوف البرامج غير مفيدون

وقت تقديم البرامج غير مناسب؟

21- ما هو اقتراحك لتحسين المضامين الإعلامية لبرامج قناة الهدف من أجل تغطية

إعلامية ناجحة لمختلف الأحداث والمناسبات الرياضية؟

.....

.....

.....

.....



## ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى معرفة جمهور برامج قناة الهدف الرياضية الجزائرية، وذلك بعد طرح عدة تساؤلات من أجل معرفة أداء قناة الهدف الرياضية في الجزائر و قد اتبعنا في ذلك المنهج المسحي و اعتمدنا على استمارة استبيان من أجل معرفة آراء الجمهور الرياضي حول برامج قناة الهدف الرياضية و تم توزيعها على 50 مفردة بطريقة عشوائية و من أهم النتائج التي توصلنا إليها :

أغلب المبحوثين يرون أن أداء قناة الهدف الرياضية في المجال الرياضي هو في نفس المستوى و لم يطرأ عليه أي جديد، و أن لها دور في رفع المستوى الثقافي الرياضي داخل المجتمع الجزائري، و أغلب أفراد العينة يرون أن مصداقية قناة الهدف الرياضية الجزائرية متوسطة في نقلها للأخبار .

و قد كشفت الدراسة التي أجريت على البرامج المفضلة لدى المبحوثين في قناة الهدف الرياضية أن برنامج الفريق الدولي هو البرنامج المفضل لدى الأغلبية، و تبين أن الدوافع الأساسية لمشاهدة قناة الهدف الرياضية لدى أغلبية المبحوثين كانت حول مواكبة أهم الأخبار الرياضية ومانت الدوافع الفرعية الأخرى تدور حول مناقشة الآخرين و إبداء الرأي و الفضول لمعرفة جوانب حياة شخصيات رياضية و الدفاع عن الأندية الرياضية التي يتابعونها . و أكدت الدراسة أن غالبية المبحوثين لم يسبق أن قاموا بمراسلة أو المشاركة في برامج قناة الهدف الرياضية وكانت من أسباب ذلك عدم القدرة على الإقتراح و النقد كذلك عدم إعطاء الأهمية لذلك ، مما يدل على قلة وعي المشاهد بأهمية التواصل مع القنوات. و أثبتت الدراسة أن السبب الذي يجعل المبحوثين يعتمدون على مشاهدة برامج قناة الهدف الرياضية هو سهولة الحصول على المعلومة و كذا الثقة في المعلومات و الأخبار التي تقدمها القناة، في حين وجنا أن معظم أفراد العينة يرون بأن قناة الهدف الرياضية غير ناجحة في تلبية احتياجات جمهورها.

## Abstract

This study endeavors at identifying the slice of viewers following Elhadaf Sport Channel through asking different questions in order to know the performance given by the Channel in question. Following a survey methodology, we have randomly distributed a questionnaire on a sample of fifty informants. The results we obtained can be presented as follows:

The majority of informants see that Elhadaf Sport Channel's performance remains the same since it was not able to assume a new role in the promotion of the Algerian sport culture. Most of them believe that the channel's credibility in broadcasting news is very medium.

The study revealed that the viewers' favorite program is "Elfarik Edowali". The causes for which they choose watching Elhadaf programs may include: keeping in touch with what is going on in arena of sport, following the discussions that deal which sport celebrities in objective of knowing more about their personal detail, and finally defending their favorite clubs.

The study confirmed that the majority of the informants have never had correspondences with Elhadaf Sport Channel and never participated in any programs. This shows a clear lack of awareness to suggest and to criticize on the viewer's behalf.

The research, on the other hand, demonstrated that the main reason which makes the viewers follow the channel is the fact they easily find in getting news, their trust of the news and the information the channel gives. However, what seems to be a consensus among the informants is the inability of Elhadaf Sport Channel to meet its audience expectations