

مساهمة الإعلام الرياضي التلفزيوني المتخصص في نشر الثقافة الرياضية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة السنة الثانية ماستر سمعي بصري بجامعة
الجزائر 3 من متابعي قناة الهدف TV

*The contribution of the specialized television sports media to the
dissemination of sports culture*

*A study on a sample of second year audio-visual master s students at the
University of Algiers 3 followers of AL-Haddaf TV channel*

ط.د.عز الدين دواله^{1*} ، د.لويظة عباد²

doualaazeddine@univ-alger3.dz جامعة الجزائر 3 – الجزائر¹

Abbad.louiza@univ-alger3.dz ض جامعة الجزائر 3 الجزائر،²

تاريخ النشر: 2023/ 06/10

تاريخ القبول: 2023/ 05/14

تاريخ الإستلام: 2023/ 02/04

ملخص:

تهدف دراستنا إلى معرفة مدى مساهمة قناة الهدف الجزائرية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة السنة الثانية ماستر سمعي بصري في كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، ومحاولة كشف ارتباط جمهور الطلبة بالمضامين الإعلامية الرياضية وتفتحهم على المجال الرياضي عموماً خاصة الإعلام المتخصص والذي يعرف نقصاً في المجال الرياضي بالجزائر، بالإضافة إلى الاقتراب أكثر من الطلبة ومحاولة معرفة أسباب متابعتهم واهتمامهم بالبرامج والحصص الرياضية. من خلال أنماط المشاهدة التلفزيونية لمختلف البرامج وقدرتها في تكوين ثقافة رياضية لدى فئة الشباب باعتبارهم الفئة العمرية الأكثر نشاطاً في ممارسة مختلف الرياضات. الكلمات المفتاحية: الإعلام الرياضي، الثقافة الرياضية، جمهور قناة الهدف

Abstract:

Our study aims to know the extent of the contribution of the Algerian sports channel AL-HADEF in development of sports culture among Second year students of audio-visual master at the Faculty of Information and Communication Sciences University of Algiers3, and an attempt Revealing the student audience's connection to sports media contents and opening them up to the sports field in general Especially the specialized media, which knows a shortage in the sports field in Algeria, in addition to approaching More than students and trying to find out the reasons for their follow-up and interest in sports programs and classies. Through TV viewing patterns For the various programs and their ability to form a sports culture among the youth. Group as they are The most active age group in various sports

Keywords: sports culture, sports media, audience AL-Haddaf TV channel

مقدمة:

إن التحولات المتسارعة في مجال الإعلام ساهمت بشكل كبير في تنوع المضامين الإعلامية و المنصات، التي تسعى إلى ضمان خدمات اتصالية ت لبي شغف المتابعين والجمهور باختلاف أذواقهم وفئاتهم العمرية ، وهو ما نتج عنه إلزامية التخصص في المجال الإعلامي، حيث برزت قنوات إعلامية متخصصة إخبارية، ثقافية، ورياضية انبثق عنها اتجاهات جديدة في ثقافة الجمهور. حيث فتحت عديد القنوات التلفزيونية في محاولة مواكبة هذا التنوع في الاهتمامات، هذا السياق الإعلامي فرض على المشاهد الجزائري البحث عن فضاءات إعلامية، حتى ولو كانت أجنبية، هذه الحتمية في استقطاب المتابع لمختلف القنوات العالمية فرضت تعزيز الإعلام المحلي من خلال زيادة عدد القنوات العمومية، وفتح مجال السمي البصري أمام الاستثمار للخواص، مما سمح بظهور عديد القنوات الخاصة التي قاربت الخمسين قناة حسب إحصائيات وزارة الاتصال، حيث أن هذه القنوات تعد مكاتب داخل الجزائر لقنوات أجنبية، والمتابع لها يستكشف أنها قنوات موضوعاتية أي أنها شاملة لمختلف القضايا السياسية، الاقتصادية والثقافية، رغم وجود بعض المحاولات لفتح قنوات متخصصة مثل الطبخ وقنوات موجهة للنساء والأطفال.

وفي ظل هذا الانفتاح الإعلامي يبقى حظ الإعلام الرياضي التلفزيوني قناة وحيدة متخصصة، رغم أن القنوات الخاصة لم تغفل حق المواطن في إعلام رياضي من خلال متابعة الأخبار وإنتاج برامج تحاول نشر ثقافة رياضية، حيث برزت قناة الهدف الرياضية في المشهد الإعلامي الجزائري من خلال تخصصها في مجال الرياضة وبصورة أكبر مجال كرة القدم، من خلال اعتماد برمجة رياضية تجمع بين النشرات الإخبارية على مدار الساعة وبرامج حوارية تجمع بين التثقيف والترفيه، مما سمح لها باستقطاب متابعين من مختلف الأعمار والشرائح وجعل من دراسة اتجاهات متابعي القناة خاصة منهم الشباب، وهو ما سنحاول دراسته بطرح السؤال الرئيسي:

2 ما مدى مساهمة قناة الهدف الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة الماجستير

لكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ❖ ما طبيعة تعرض طلبة الماجستير 2 لكلية الإعلام والاتصال لمضامين قناة الهدف؟
- ❖ ما هي محددات اهتمام طلبة الماجستير 2 لكلية الإعلام والاتصال ببرامج قناة الهدف؟
- ❖ ما هي مواضيع الثقافة الرياضية التي توفرها برامج قناة الهدف لطلبة الماجستير 2 لكلية الإعلام والاتصال؟

1. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1-الإعلام الرياضي:

يعرفه محمد الحمامي أن الإعلام: "في المجال الرياضي يهتم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبغرض تفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشكلات والقضايا المعاصرة للتربية البدنية والرياضات، وذلك من خلال الاتصال أو الإعلام

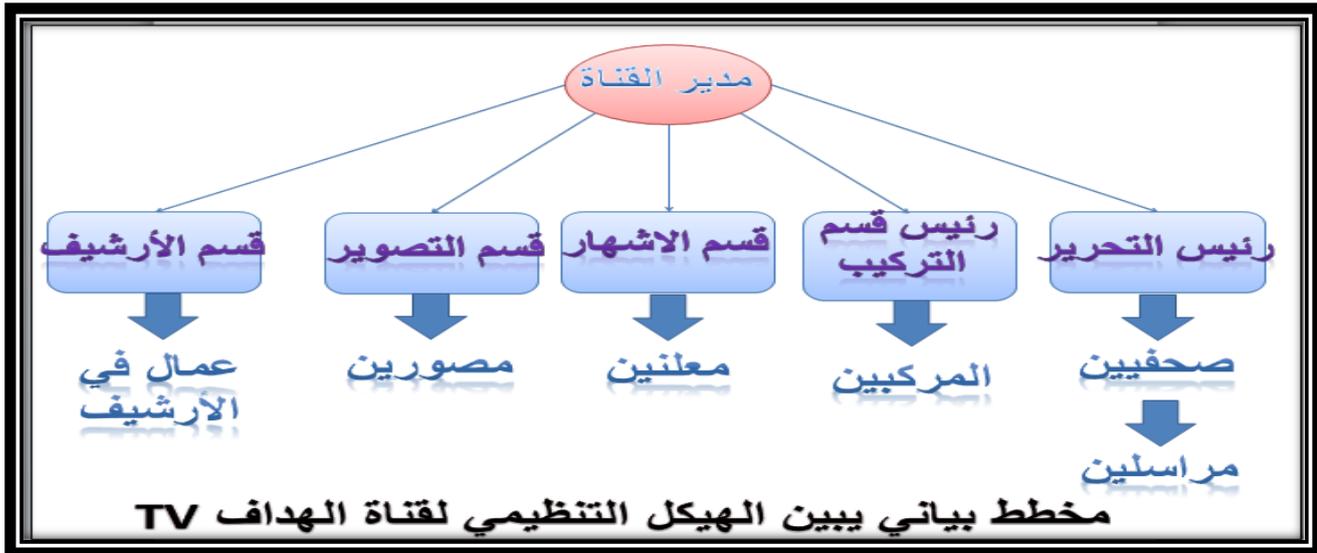
الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاطات البدنية والحركية وتوجيههم نحو الاستثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية" (الحمامي، رجب، 2006، ص98).

"يعرف الإعلام الرياضي بأنه عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي باستخدام كل وسائل الاتصال الجماهيري المتاحة سواء كانت صحافة أو إذاعة أو تلفزيون (لاوسين، 2018، ص146).

➤ **التعريف الإجرائي:** هو البرامج والمضامين التي تبثها قناة الهدف الجزائرية بهدف نشر الثقافة الرياضية وتحقيق اشباعات إخبارية وترفيهية لجمهور الطلبة في مختلف الرياضات من خلال حصص وبرامج متنوعة.

2-قناة الهدف:

تأسست في شهر جوان 2014 تزامنا مع مشاركة المنتخب الوطني في نهائيات كأس العالم بالبرازيل، وتهتم بنقل آخر الأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية سواء داخل التراث الوطني أو على مستوى جميع دول العالم لتفيد المشاهدين خاصة عشاق كرة القدم التي تعتبر الأكثر شعبية في العالم، وكذلك أخبار المنتخب الوطني الجزائري والأندية المحلية قبل إطلاق القناة بشكل رسمي تم تنظيم مسابقة توظيف والأولوية بطبيعة الحال كانت للصحفيين العاملين بجريدة الهدف التي تأسست بدورها سنة 1998، بحكم خبرتهم الكبيرة في الصحافة الرياضية وإلمامهم بكل صغيرة وكبيرة تخص كرة القدم المحلية والدولية... صحفيو الجريدة خضعوا لفترة تكوينية قصيرة في مجال السمي البصري قبل الشروع في البث رسميا.



المصدر: قناة الهدف.

3-الثقافة الرياضية:

هي الزيادة الزاخرة للخبرة الإنسانية من خلال الأنشطة الرياضية، والتي تؤدي بدورها إلى فهم وتقدير أفضل للبيئة التي يجد فيها الأفراد أنفسهم جزءاً منهم"

هي مجموعة العلوم والمعارف والمعلومات من الفنون للأنشطة الرياضية المختلفة والتي يكتسبها الفرد من البيئة ويتزود من خلال خبرته الخاصة سواء بالمشاهدة أو الممارسة أو القراءة لتلك الأنشطة" (إمام، 1995، ص79)

➤ **التعريف الإجرائي:** هي تعريف جمهور طلبة الماستر 2 بكلية الإعلام والاتص ال بجامعة الجزائر 3 بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة وزيادة الوعي الرياضي لديهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم عامة.

4-الجمهور:

هو مجموعة من الأشخاص الذين شاهدوا أو استمعوا إلى حصة معينة سواء في الإذاعة أو التلفزيون، ويقاس الجمهور بصفة مستمرة من مختلف المراكز ل سبر الآراء (Boom et autres, 1990, p11)

كما يعرف الجمهور على أنه "مجموعة من الأشخاص الذين يوجدون على بعد ويكونون متجانسين، سلبين أو فاعلين وإلهم توجه رسالة إعلامية تنقلها أي وسيلة من وسائل البث والتواصل(قسايسية،2003، ص182)

➤ **التعريف الإجرائي:** هم مجموع طلبة الماستر 2 بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 المتابعين للبرامج الرياضية بقناة الهدف بغرض اشباع حاجاتهم ورغباتهم الرياض ية ورصد مختلف المعلومات والأرقام الخاصة بمختلف الألعاب والأنشطة الرياضية.

.II. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث (زرواتي،2002، ص199)

ويشكل مجتمع بحث دراستنا مجموع طلبة السنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري بكلية علوم إعلام والاتصال بجامعة الجزائر3 دفعة2022 في الفترة من فيفري إلى مارس2022. ونظرا لكبر مجتمع البحث قمنا باختيار عينة تمثيلية.

"فللعينة هي تلك المجموعة من العناصر أو الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ويجرى عليها اختيار أو التحقيق على اعتبار أن الباحث لا يستطيع موضوعيا التحقق من كل مجتمع البحث نظرا إلى الخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع، فالعينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين"(سبعون، 2012، ص135)

حيث خلص عدد مفردات عينة الدراسة إلى 100 مفردة ممثلة لمجتمع البحث، حيث قمنا بتوزيع استمارة استبيانيه على طلبة السنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر متبعين في ذلك الأسلوب القصدي .

III. أدوات جمع البيانات:

➤ أداة الاستمارة الاستبيان

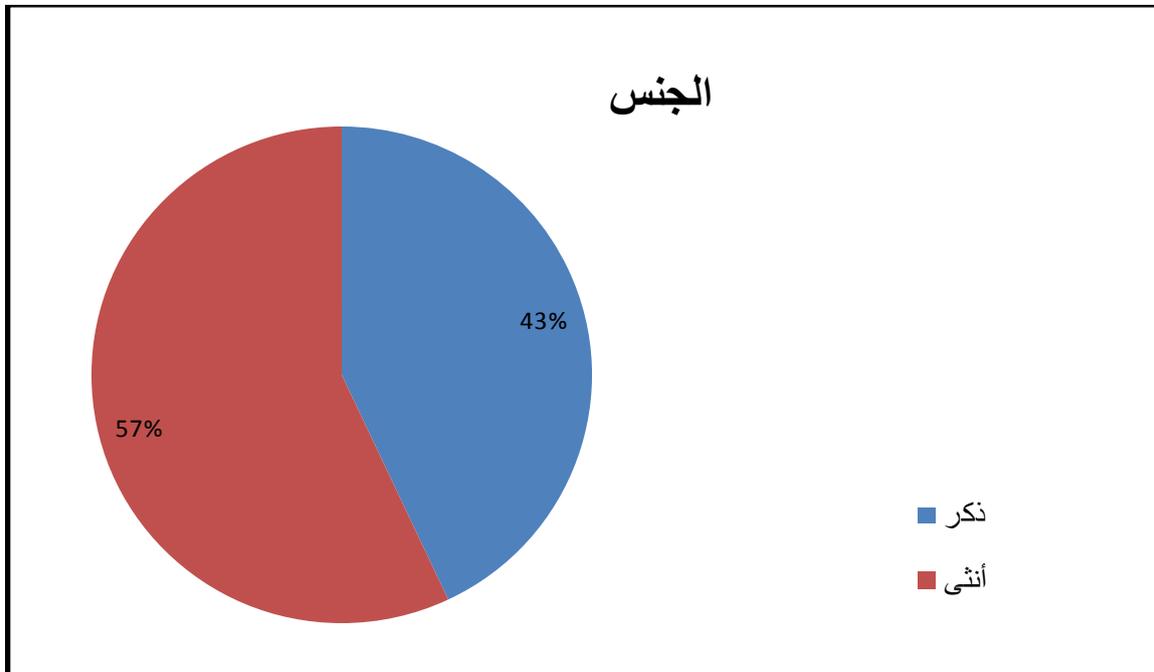
يعدّ الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال بحيث يستخدم الأداة الأساسية والملائمة للحصول على الحقائق والمعلومات أو البيانات المرتبطة بحالة معينة أو مشكلة، وهو بمجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف المراد الوصول إليه (بن مرسل، 2005، ص197)

IV. عرض وتحليل نتائج الدراسة

الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة من حيث الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	43	%43
أنثى	57	%57
المجموع	100	%100

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (1): دائرة نسبية توضح توزيع نسب أفراد العينة من حيث الجنس:

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين من جنس الإناث حيث بلغت نسبتهم 57%، بينما قدرت نسبة الذكور بـ 43%، وهذا راجع إلى ارتفاع عدد الإناث في مجتمع البحث الأصلي حتى تكون العينة ممثلة لحقيقية مجتمع البحث الأصلي.

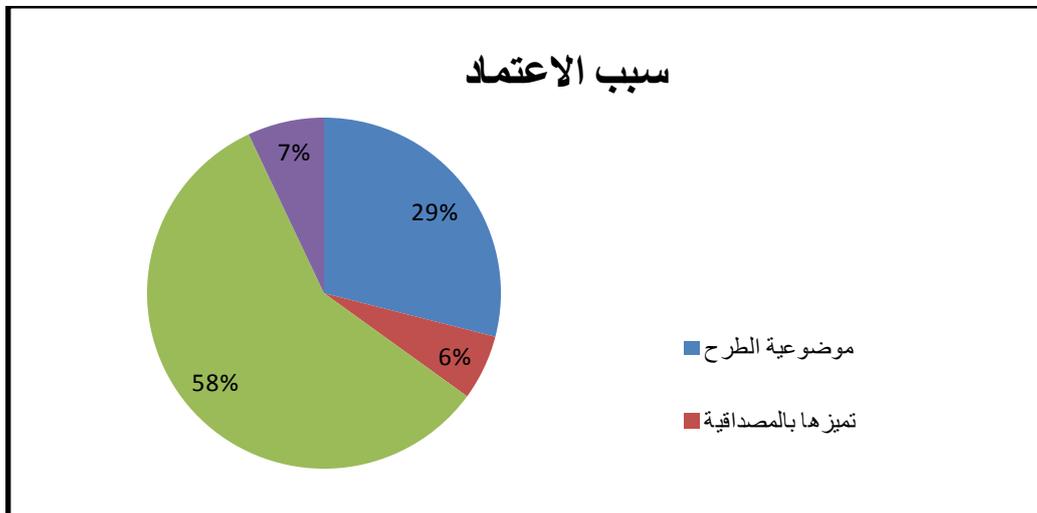
ان ارتفاع نسبة الإناث في عينة الدراسة يرجع إلى طبيعة التركيبة الإجمالية لمجتمع البحث حيث ان فئة الإناث تمثل النسبة الأكبر. وما لمسناه من خلال توزيع الاستمارة هو اهتمام الإناث بالشأن الرياضي الذي لم يعد مقتصرًا على الذكور. حيث أن الممارسة والثقافة الرياضية تلامس فئة الإناث وتبرز ضمن اهتماماتهم والعمل في مجال الإعلام الرياضي خاصة مع بروز صحفيات رياضيات جزائريات على غرار ليلى سماتي .

"جاء الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبح عاملاً هاماً ومؤثراً في هذه العملية، لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت وحاطب النشء والشباب والكبار ذكورا وإناثا، واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مروراً بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي". (جوادي، 2022، ص242)

الجدول رقم (2): سبب اعتماد المبحوثين على مشاهدة برامج قناة الهدف.

سبب الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
موضوعية الطرح	29	29%
تميزها بالمصداقية	6	6%
تمكن الإعلاميين من إثراء النقاش	58	58%
الضيوف والشخصيات التي يتم استضافتها	7	7%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (02): دائرة نسبية توضح سبب اعتماد المبحوثين على مشاهدة برامج قناة الهدف

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

يتضح لنا من خلال القراءة الأولية للجدول أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على مشاهدة برامج قناة الهدف "لتمكن الإعلاميين من إثراء النقاش" بنسبة قدرت بـ 58%، تليها اعتماد المبحوثين على مشاهدة البرامج لأنها "موضوعية الطرح" حيث بلغت نسبتها بـ 29%، أما سبب اعتماد المبحوثين على مشاهدة البرامج لأجل "الضيوف والشخصيات التي يتم استضافتها" قدرت نسبيته بـ 7%، تليه مباشرة "تميزها بالمصداقية" بنسبة 6%.

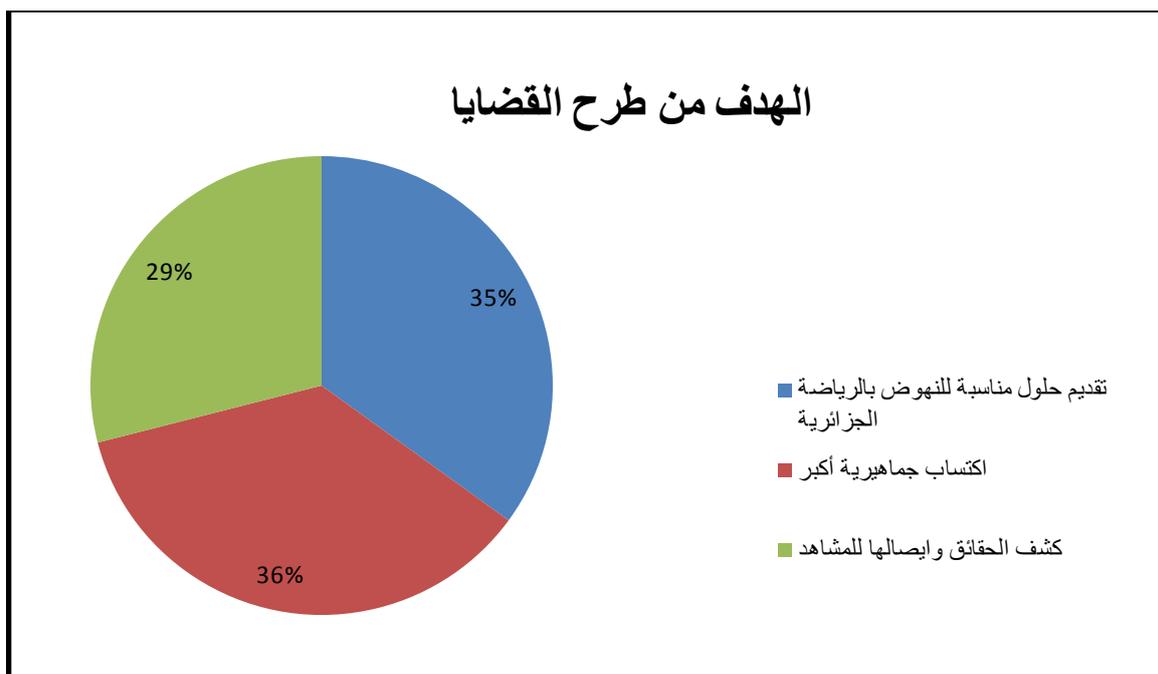
يتضح من خلا التحليل الكمي أن غالبية الطلبة يتابعون برامج قناة الهدف بسبب قدرة الإعلاميين على إثراء النقاش وهذا يعود لامتلاكها مجموعة من الإعلاميين المتمكنين في مجال إدارة الحوار واستقاء المعلومة وهو ما يتماشى مع النسبة الثانية من خلال موضوعية الطرح في البرامج المختلفة.

ان الرأي السائد لدى المتابعين لواقع الإعلام الرياضي يؤكدون أن مساحة الحرية في التعبير عن القضايا الرياضية فيه متسع كبير إذا ما قارناه بالجوانب السياسية والاقتصادية وهو ما يسمح للصحفيين بتناول القضايا الرياضية بأريحية أكبر. فمن خلال التحولات التي طرأت على المشهد الإعلامي عالميا وماليا من انفجار رهيب في القنوات الرياضية التي لا تنحصر في البعد التقني فحسب بل أصبح العامل الأساسي في بناء رؤية فكرية شاملة للحياة المعاصرة عبر إشاعة الوعي وإغناء الفكر وتجديد المفاهيم وتحقيق الأثر، إذ أن التعامل مع ما هو مرئي تتولد عنه علاقات جديدة بالمصادر الإعلامية والرياضية وهي علاقة متفاوتة التأثير، بحسب ما توفره من معلومات ومضامين وبرامج رياضية تستثير المتلقي في حلاوة الانجذاب والانهمار بالعالم الكبير من وراء شاشات العرض". (حمزة، مجادي، ربوح، 2019، ص244)

الجدول رقم (03): الهدف من طرح القضايا الرياضية بالنسبة للمبحوثين.

الهدف من طرح القضايا	التكرار	النسبة المئوية
تقديم حلول مناسبة للتهوض بالرياضة الجزائرية	35	35%
اكتساب جماهيرية أكبر	36	36%
كشف الحقائق وايقالها للمشاهد	29	29%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (03): دائرة نسبية توضح نسب الهدف من طرح القضايا الرياضية في رأي الباحثين.

المصدر: من إعداد الباحثين 2022

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الباحثين يرون أن الهدف من طرح القضايا الرياضية لأجل "اكتساب جماهيرية أكبر" والذين بلغت نسبتهم بـ 36% وهذا راجع إلى اكتساب قناة الهدف إلى محللين لهم شعبية وجماهيرية كبيرة لدى طلبة الإعلام ، لتليه مباشرة نسبة 35% من الباحثين الذين يرون أن الهدف من طرح القضايا الرياضية يكون لأجل "تقديم حلول مناسبة للنهوض بالرياضة الجزائرية"، وهو الهدف الرئيسي لهذه البرامج من خلال إعطاء آراء وتحليل تهدف إلى تطوير الرياضة الجزائرية خاصة كرة القدم، في حين يرى بقية الباحثين أنها لأجل "كشف الحقائق وإيصالها للمشاهد" بنسبة 29%.

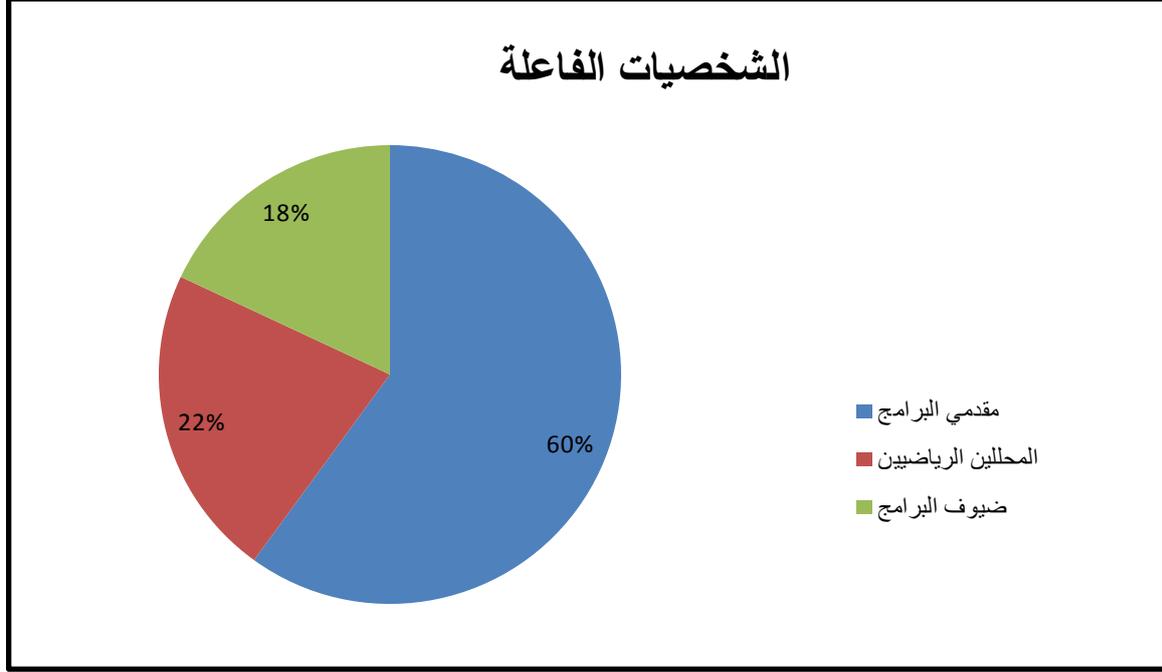
إن النسب المتقاربة تعكس حقيقة تموقع قناة الهدف لدى الشباب الجزائري، حيث أن مقاطع الفيديوهات المنتشرة عبر مختلف المنصات الاجتماعية تؤكد ذلك خاصة للمحلل الفني علي بن شيخ الذي أصبحت له شعبية كبيرة لدى الجمهور الجزائري حيث أن آراءه وتحليلاته تخلق دائما نقاشات سواء مع آرائه أو ضدها. كما أن برامج قناة الهدف تسعى دائما إلى تسليط الضوء على مختلف المشاكل التي تواجه كرة القدم ومحاولة اقتراح حلول لها .

"اذ يتحمل الإعلام الرياضي اليوم على عاتقه في عملية الارتقاء بمستوى الرياضة نحو الأفضل عن طريق نشر الثقافة الرياضية، ويحتل الإعلام المتلفز مكانة متميزة بين مختلف وسائل الإعلام الأخرى لحجم التأثير الواسع باستقطابه لشرائح عديدة من جمهور وسائل الإعلام (حمزة، مجادي، ربوح، 2019، ص 244)

الجدول رقم (04): الأشخاص الذين يساهمون في تنمية الثقافة الرياضية لدى الباحثين .

الأشخاص المساهمة	التكرار	النسبة المئوية
مقدمي البرامج	60	60%
المحللين الرياضيين	22	22%
ضيوف البرامج	18	18%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (04): دائرة نسبية توضح الشخصيات الفاعلة في تنمية الثقافة الرياضية لدى المبحوثين.

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

من خلال القراءة الأولية للجدول يتبين لنا أن أغلب المبحوثين بنسبة 60% يرون أن مقدمي البرامج هم الأشخاص الأكثر إسهاما في تنمية الثقافة الرياضية لدى المبحوثين وهذا راجع إلى الدور الذي يلعبه مقدم البرامج في إيصال المعلومة من خلال مناقشتها وعرضها وهو ما يصنع التميز في مجال الإعلام الرياضي ، من خلال الإعلاميين المتمكنين من كل الزوايا المتعلقة بقضايا الرياضة، في المقابل نجد نسبة 22% من الطلبة المبحوثين يرون في المحللين الرياضيين هم الأكثر إسهاما في تنمية ثقافتهم الرياضية وهذا يرجع إلى معرفة مقدمي البرامج في استقطاب محللين لهم وزن وخبرة على المستوى الإعلامي والرياضي، أما نسبة 18% من أفراد العينة يرون أن ضيوف البرامج هي التي تسهم في تنمية ثقافتهم.

"فواقع الإعلام الرياضي في الجزائر الذي نستطيع أن نقول عنه أنه بدأ ينتعش بظهور الإعلام الخاص حيث نجد أغلب القنوات الخاصة الجزائرية تخصص مساحة إعلامية للرياضة، سواء على

شكل نشرات إخبارية أو حصص حوارية وتحليلية باستضافة رياضيين ومحليين في الرياضة" (ياقوت، 2022، ص184).

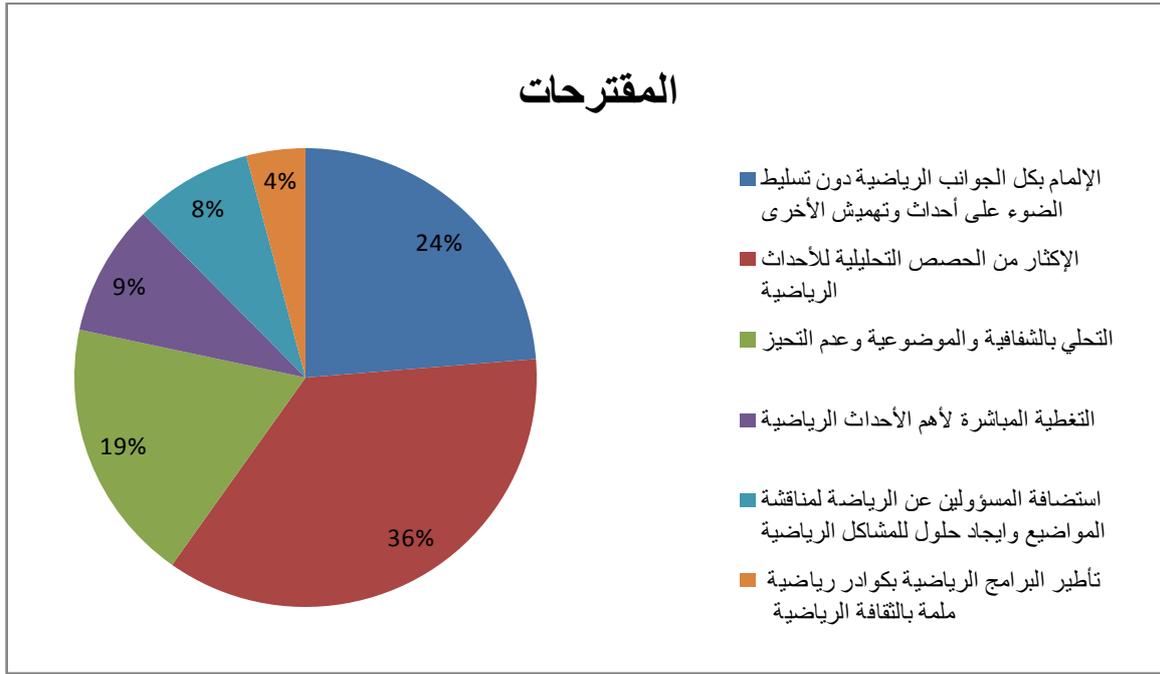
يعد توجه الطلبة نحو تتبع برنامج تلفزيوني دون آخر يرجع أساسا إلى الصحفي الذي يقدم البرنامج، حيث أن طريقة المذيع في صياغة الأسئلة والتفاعل مع الضيوف إضافة إلى حضوره في الكاريزماتي وثقافته الرياضية المتجددة تجذب المتابعين إلى البرنامج وتنتهي العلاقة الارتباطية بين المشاهد والبرامج الرياضية، لذلك تسعى كبريات القنوات العالمية إلى استقطاب أفضل الصحفيين والمعلقين الرياضيين. ومنهم الجزائريون الذين لديهم شهرة كبيرة في الوطن العربي.

إن انتشار الثقافة الرياضية يقتضي اجتماع الصحفي المقتدر والمحلل الكفاء وكذلك حسن اختيار الضيوف في مختلف البرامج، فالتمعق في الطرح يقتضي أن تكون التركيبة في البرامج متكاملة تسعى إلى خلق إعلام رياضي متميز قادر على تقديم معلومات وتحليل بكل موضوعية بعيدا عن التعصب للفريق والذاتية.

الجدول رقم (05): مقترحات المبحوثين لتفعيل الإعلام الرياضي الجزائري في تنمية ثقافتهم الرياضية.

المقترحات	التكرار	النسبة المئوية
الإلمام بكل الجوانب الرياضية دون تسليط الضوء على أحداث وتهميش الأخرى	23	23%
الإكثار من الحصص التحليلية للأحداث الرياضية	35	35%
التحلي بالشفافية والموضوعية دون التحيز	18	18%
التغطية المباشرة لأهم الأحداث الرياضية	9	9%
استضافة المسؤولين عن الرياضة لمناقشة المواضيع وإيجاد حلول للمشاكل	8	8%
تأطير البرامج الرياضية بكوادر رياضية ملمة بالثقافة الرياضية	4	4%
التحلي بالمصداقية	3	3%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (05): دائرة نسبية توضح مقترحات المبحوثين لتفعيل الإعلام الرياضي الجزائري في تنمية ثقافتهم الرياضية.

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين والمتمثلة نسبتهم بـ 35% اقترحوا الإكثار من الحصة التحليلية للأحداث الرياضية وهو ما يعتقد المبحوثون وثون لتفعيل الإعلام الرياضي الجزائري في تنمية ثقافتهم الرياضية، أما بعض المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 23% اقترحوا ضرورة الإلمام بكل الجوانب الرياضية دون تسليط الضوء على أحداث وتهميش الأخرى ، باعتبار أن الإعلام الرياضي لا يقتصر على رياضة واحدة، في المقابل اقترح 18% من أفراد العينة التحلي بالشفافية والموضوعية وعد التحيز لطرف معين، أما 9% من المبحوثين اقترحوا التغطية المباشرة لأهم الأحداث الرياضية كالمسابقات والبطولات الرياضية، تلمها نسبة 8% من باقي المبحوثين اقترحوا استضافة المسؤولين عن الرياضة لمناقشة المواضيع وإيجاد حلول للمشاكل الرياضية، واقترح 4% من أفراد العينة تأطير البرامج الرياضية بكوادر رياضية ملمة بالثقافة الرياضية وهذا لما تلعبه البرامج من دور هام في تفعيل الإعلام الرياضي، وفي الأخير اقترح 3% من المبحوثين ضرورة التحلي بالمصداقية التي تسهم في تفعيل الإعلام الرياضي.

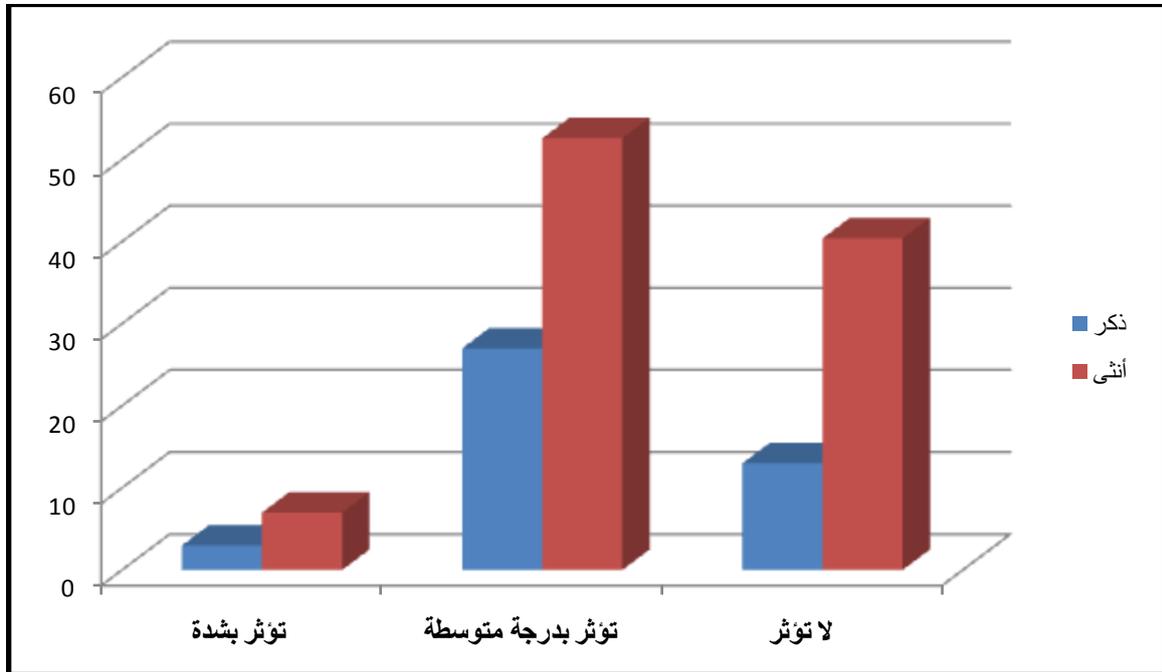
أن اتجاهات الطلبة نحو اقتراح الإكثار من البرامج التحليلية للأحداث الرياضية، يعطي الانطباع أن نقل المباريات ونقل التصريحات الصحفية لا يعطي القنوات التلفزيونية الجزائرية التميز، إذ أن الجمهور أصبح يبحث عن الإضافة من خلال التحليلات والتفسير في خطط اللعب والتعمق في خفايا التصريحات. كما أن الإلمام بكل الجوانب الرياضية دون أخرى يرجع إلى إغفال الرياضات الجماعية والفردية الأخرى، التي لا تأخذ حقها في التغطيات والاهتمام الإعلامي.

"إن تعاضم دور الإعلام الرياضي بجميع وسائله لاسيما المرئية منها في مواكبة الظاهرة الرياضية التي ارتبطت بمفهوم الاحتراف يفرض تحديات كبيرة على الدول العربية، التي لا تزال تخطو خطواتها

الأولى نحو هذه المفاهيم المعقدة المرتبطة بالمال والاستثمار وحتى الهيمنة ، والحفاظ على مقومات الهوية المشتركة كل ذلك يفرض على الإعلام الرياضي مستوى عال من الاحترافية في الخطاب والتحليل والنقد الذاتي ، الذي يعزز دور المؤسسات الرياضية في تطوير النتائج ومواجهة بعض الإفرازات السلبية ، كالعنف والعنصرية والتطرف .وهنا يبرز دور الإعلام الرياضي في نشر الاحتراف والتسامح والروح الرياضية التي تجعل من الرياضة مجموعة أهداف إنسانية سامية تقوم على غرس بذور تقبل ثقافة الفوز والهزيمة"(حمزة، مجادي، ربوح، 2019، ص 25).

الجدول رقم(06): تأثير مضامين قناة الهدف على ثقافة المبحوثين حسب الجنس.

						الجنس
المجموع		أنثى		ذكر		مدى التأثير
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%7	7	%7	4	%7	3	تؤثر بشدة
%57	57	%52.6	30	%62.8	27	تؤثر بدرجة متوسطة
%36	36	%40.4	23	%36.2	13	لا تؤثر



الشكل رقم(06): تأثير مضامين قناة الهدف على ثقافة المبحوثين حسب الجنس.

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

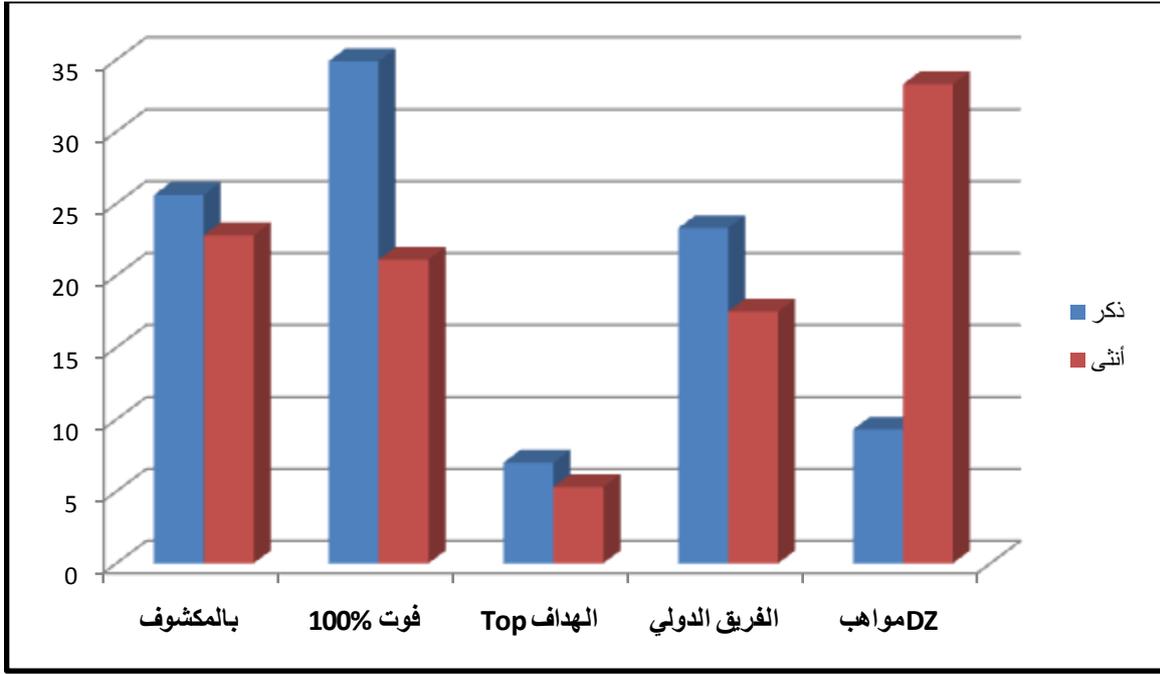
يوضح الجدول أعلاه مدى تأثير مضامين قناة الهدف على ثقافة المبحوثين، حيث نجد نسبة 62.8% من الذكور تؤثر عليهم بدرجة متوسطة، في المقابل نسبة 30.2% من الذكور لا تؤثر عليهم المضامين كونهم يطلعون على آخر الأحداث الرياضية بصفة مستمرة، كذلك نجد نسبة 7% فقط من الذكور الذين تؤثر على ثقافتهم بشدة مضامين قناة الهدف، أما فيما يتعلق بالإناث هناك 52.6% منهن تؤثر عليهن المضامين بدرجة متوسطة، و 40.4% لا تؤثر عليهن، و 7% تؤثر على ثقافتهم بشدة.

من خلال النتائج نجد أن تأثير تلفزيون الهدف على الثقافة الرياضية للطلبة يكون متوسطا أو بشدة بنسبة 70%، حيث تبدو العلاقة جلية بين الإعلام والثقافة الرياضية من خلال تقديم معلومات جديدة متنوعة، تشمل نتائج المباريات وأهم التعديلات في اللوائح والتنظيمات التي تستجد في مختلف الرياضات الجماعية والفردية. وتمثل البيئة الاجتماعية عاملا أساسيا في طبيعة الرياضة المحببة والثقافة الرياضية المرتبطة بها، حيث تجد بعض المجتمعات تركز على الرياضات الفردية مثل الجيدو والكاراتي في اليابان، وتنس الطاولة في الصين، والريكي في الولايات المتحدة الأمريكية وكرة القدم في غالبية بلدان العالم. إن الحصول على ثقافة رياضية معلوماتية لا يكفي إذا لم يرتبط بسلوك إيجابي من حيث طبيعة النظام الغذائي، والممارسة الرياضية وصولا إلى نبذ العنف واحترام المنافس، وتشجيع الروح الرياضية. أما بالنسبة للإناث فإن التأثير يمثل ما نسبته 64% فيظهر التأثير للقنوات الرياضية في اهتمامهن باكتساب معلومات وأخبار متعلقة خاصة باللاعبين ورياضيي المستوى العالي.

الجدول رقم (07): البرامج الأكثر مشاهدة حسب الجنس.

		الجنس				البرامج
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
24%	24	22.8%	13	25.6%	11	بالمكشوف
27%	27	21.2%	12	34.9%	15	100% فوت
6%	6	5.3%	3	7%	3	Top الهدف
20%	20	17.5%	10	23.3%	10	الفريق الدولي
23%	23	33.3%	19	9.3%	4	مواهب DZ

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.



الشكل رقم (07): البرامج الأكثر مشاهدة حسب الجنس.

المصدر: من إعداد الباحثين، 2022.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح لنا أن غالبية المبحوثين من جنس ذكور يفضلون مشاهدة حصة 100% فوت بحيث قدرت نسبتهم بـ 34.9%، وتأتي نسبة 25.6% من الذكور يفضلون مشاهدة حصة بـ المكشوف، في حين ونسبة 23.3% يشاهدون الفريق الدولي، ونسبة 9.3% يشاهدون مواهب DZ، وأخيرا نسبة 7% من الذكور يشاهدون Top الهداف، أما الإناث نجد نسبة 33.3% تشاهد حصة مواهب DZ وذلك لغرض التعرف عن المواهب الرياضية في الجزائر خاصة المواهب تحت المجهر، ونسبة 22.8% تشاهد حصة بالمكشوف، ونسبة 21.1% تشاهد 100% فوت، ونسبة 17.5% تشاهد الفريق الدولي، ونسبة 5.3% من الإناث Top الهداف.

يعد برنامج 100 فوت البرنامج الأكثر متابعة سواء بالنسبة للذكور أو الإناث وذلك أن البرنامج يبث سهرة كل يوم أحد، أي بعد إجراء المباريات الرياضية للقسم الأول المحترف، حيث يقدم البرنامج حوصلة شاملة عن النتائج الكاملة لجولات البطولة إضافة إلى لقطات الأهداف، وكذا تصريحات اللاعبين والمدربين. ليتتبع بأراء المحللين. ففعل المناصرة ينتقل من الملعب إلى متابعة كل الأخبار المتعلقة بفريق القلب.

كما أن النتائج تبرز بصورة جلية اهتمام الطلبة بالرياضة المحلية وخاصة كرة القدم حيث أن البرامج المخصصة للرياضة المحلية تستهوي الطلبة أكثر من برنامج الفريق الدولي، الذي يركز على الدوريات الأوروبية. ليبقى اهتمامهم راجع إلى متابعة أخبار اللاعبين الجزائريين المحترفين خارج الجزائر.

ومن خلال التحليل الكمي للجدول يتضح أن الذكور يركزون متابعتهم على الحصص التي لها اهتمامات بعالم كرة القدم ،وتعلقهم بنجومية محلي البرامج الرياضية لقناة الهدف وهو ما يعكسه تواجد فيديوهات كثيرة على مواقع التواصل الاجتماعي .

إذ يركز برنامج بالمكشوف على التنوع في المواضيع المعالجة عبره لكنه يقوم بشكل أساسي على تناول الشأن الرياضي الداخلي ببعده الوطني والمحلي، وهذا ما يتوافق مع مبدأ الخدمة العمومية الذي يعتبر من الالتزامات المحددة في النصوص والتشريعات الإعلامية الوطنية والدولية . (عبادة، عباد، 2021، ص96)

٧. خاتمة:

استنادا إلى المعطيات الكمية لقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تجيب على التساؤلات البحثية للدراسة، حيث لمسنا اهتمام طلبة السنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري بمتابعة قناة الهدف وذلك بالميزة التي تمتلكها باعتبارها القناة المتخصصة الوحيدة في مجال السمعي البصري الجزائري المهمة بالشأن الرياضي، كما أن مضامينها تساهم في نشر ثقافة رياضية مرتبطة أساسا بالحصص الحوارية التي تبثها خاصة برنامجي 100 فوت وبالمكشوف.

فالمتابعة التي تكتسبها القناة نابعة من ارتباط طلبة السمعي البصري بحلم الإعلام والنجومية، وهو ما يتجلى في نتائج الاستبيان من خلال نجومية مقدمي البرامج الحوارية، إضافة إلى دور محلي هذه البرامج في نشر ثقافة رياضية متكاملة وتعكس المسار الرياضي الطويل والمتكامل في سبيل تطوير الرياضة الجزائرية وخلق روح الممارسة الفعلية للرياضة لدى الطلبة خاصة وأن الإناث لديهم حماس ورغبة في الولوع لعالم الرياضة .

"إن الإعلام الرياضي المرئي يساهم من خلال معالجته للمواضيع الرياضية المختلفة بشكل دائم في التزام الشباب الجزائري بما يقدم لهم من نصائح وإرشادات، من أجل الحفاظ على أمن وسلامة الوطن والتضحية من أجله، مهما كانت الظروف...كما يشارك الشباب الجزائري المعلومات والأخبار والنصائح والإرشادات الرياضية التي يتلقونها من خلال متابعتهم للبرامج الرياضية مع أفراد الأسرة والمجتمع". (ounissi;2022; p358).

وعليه فإن الواجب على القائمين بالإعلام الرياضي خاصة في قناة الهدف، السعي إلى تكثيف الجهود لإنتاج برامج رياضية جديدة تهتم بالرياضات الجماعية الأخرى غير كرة القدم، والمساهمة في توسيع الثقافة الرياضية للمشاهدين في مجال الرياضات الفردية التي تبقى مغيبة في المجال الإعلامي الرياضي.

قائمة المراجع:

1. Million Boom et autres : lexique de l'information, sous la direction de pierre Miquel, Dalloz 1990.
2. Khaled Ounissi, the role of visual sports media in establishing the values of citizenship for young Algerians, scientific journal for sport and physical education, volume 21, N02, 2022.
3. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، (الاصدار 02) (مصر: دار الفكر العربي، 1995).
4. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الاصدار 02) ، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005).

5. رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (الإصدار 01)، (الجزائر: دار هومة، 2002).
6. سعيد سبعون: الدليل المنهجي في إعداد مذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، (الجزائر: دار القصبه للنشر، 2012).
7. علي قسايسية: عوامل تطور دراسات الجمهور، مجلة الوسيط في الدراسات الجامعية، (ج 5)، (الجزائر: دار هومة للنشر، 2003).
8. محمد الحمامي وأحمد سعيد رجب، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ، (الإصدار 01)، (مركز الكتاب للنشر، 2006).
9. طريف عطاء الله، الإعلام والممارسة الرياضية في المجتمعات المعاصرة، المكتب الجامعي الحديث، ط 1، مصر، 2020.
10. جوادي ابراهيم، الإعلام الرياضي بين ترقية معاني المواطنة وتكريس قيم الروح الوطنية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2022.
11. لاوسين سليمان، الإعلام الرياضي والإعلام المتخصص، دار الكتاب الحديث، ط 1، مصر، 2018.
12. ياقوت زينب، دور الإعلام الرياضي في خدمة وتطوير كرة القدم قناة الأهداف أنموذجا، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 2، 2022.
13. حمزة شريف، مجادي مفتاح، ربوح صادق، مدى مساهمة الإعلام المرئي في نشر ثقافة الاحتراف الرياضي بالجزائر من خلال قناة الأهداف، مجلة علوم الأداء الرياضي، المجلد 1، العدد 2، 2019.