

اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات  
دراسة ميدانية على عينة من اللاعبين والمدربين -

dependency of the elite Algerian football on sports channels as a source of information  
A field study about a sample of footballers and coaches

لموشي محمد<sup>1</sup>، بن زروق جمال<sup>2</sup>

LEMMOUCHI MOHAMMED<sup>1</sup>, BENZEROUK DJAMEL<sup>2</sup>

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة / الجزائر / m.lemmouchi@univ-skikda.dz

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة / الجزائر / Benzeroukd@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/12/01

تاريخ القبول: 2022/10/23

تاريخ الاستلام: 2022/06/12

الملخص : تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات، وانعكاسها عليهم من خلال التأثيرات المعرفية، الوجدانية والسلوكية، وتحقيقا لهدف الدراسة اعتمدنا على المنهج المسح الوصفي، واستندنا على أدبيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تم جمع المعلومات باستعمال أداة استمارة الاستبيان الالكتروني أجاب عن أسئلتها عينة قوامها 160 فردا.  
وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها أن النخبة الكروية تتابع هذه القنوات بصفة دائمة منذ أكثر من 5 سنوات وتختار أغلبها أكثر من 3 قنوات بمعدل من ساعة إلى ثلاثة ساعات يوميا، وتفضل القنوات الناطقة بالعربية، من بين الآثار المترتبة عن هذا الاعتماد تعزيز البعد المعرفي في الحصول على آخر الأخبار الكروية المحلية والعالمية، التنفيس عن المشاعر تجاه الأخبار الإيجابية الخاصة بنوادهم والمنتخب الوطني ونوادهم.  
- الكلمات المفتاحية : الإعلام الرياضي، النخبة الكروية، القنوات الرياضية، مصدر المعلومات

**Abstract :** This study aims to know how much depend of the extent of elite Algerian football on sport channels as a source of information and their reflection of cognitive, behavioral influences. To achieve the objective we use the mass media, we gathered information by using the electronic questionnaire form which 160 persons answered them. these are the results: the extent of the elite football always followed sport channels more than 5 years ago and they choose 3 Arab channels for hour to 3 hours a day .They watched them to have the latest local and global news also venting feeling towards the positive news about their National team and favorite clubs.

**Keywords:** football elite, sports media, sport channels ,source of information

1- \*مقدمة وإشكالية الدراسة : إن المطر الإعلامي الغزير الذي بات يحظى به جهاز التلفاز اليوم لم يسبق وإن كان له مثيل منذ نشأته، الأمر الذي وجّه الأنظار أكثر إلى ما يقدمه هذا الجهاز ويجعل منه وسيلة ضرورية عند أغلب المجتمعات عبر إحصائيات يقوم بها معهد " رويترز لدراسة الصحافة " بصفة مستمرة والتي أكدت أن التلفزيون يظل في خلفيّة المشهد محافظا على مكانته رغم المنافسة الشرسة التي يواجهها من طرف شبكة الانترنت. ويبقى أهم ما أضافته التكنولوجيات الحديثة على التلفزيون هو خاصية التنوع والتخصص في المضمون والجمهور. لتتحوّل الخريطة الإعلامية الخاصة بالبث التلفزيوني التي كانت تقتصر على متابعة القنوات العمومية إلى خريطة تحتل صدارتها القنوات الخاصة والمتخصصة، ونجد المجال الرياضي اليوم أحد أبرز التخصصات الذي يحظى باهتمام واسع من طرف القنوات التلفزيونية والجمهور الذي يبحث عن مشاهدة الأحداث والأخبار الرياضية بصفة خاصّة وهو الذي ظلّ لزمن طويل حبيس الممارسة الإعلامية الكلاسيكية الخاصة بالتلفزيوني التي كان ينتظر فيها الجمهور الرياضي لساعات وأيام لمتابعة الجديد في هذا المجال. ولا يختلف اثنان أن رياضة كرة القدم هي الرياضية الشعبية الأولى التي تحظى بمتابعة أغلبية الجمهور الرياضي عبر أقطار العالم ولا غرابة في ذلك إن علمنا أن كأس العالم الأخيرة بروسيا شاهدها أكثر من 3.572 مليار شخص أي أكثر من نصف سكان العالم الذين بلغت أعمارهم أكثر من أربعة سنوات، وتابع المباراة النهائية فقط أكثر من 1.12 مليار شخص بحسب الإحصائيات التي يقدمها الاتحاد الدولي لكرة القدم، إضافة إلى اعتبارها أعلى المسابقات الرياضية في العوائد المالية، والأعلى في حقوق البث التلفزيونية.

وبالنظر أن الإعلام الرياضي اليوم أصبح انعكاسا للحياة الرياضية فإن وسائل الإعلام بات لها دور أكثر أهمية للنهوض بالقطاع الرياضي، باعتبار أنها أحد النوافذ لكل ما هو متقدم ومتطور بعد التغييرات النوعية التي شهدتها البيئة الإعلامية لما فرضته من متطلبات في فضاء مفتوح يزخر بفيض من الأخبار والمعلومات. (جوادي، 2020، ص 307).

ويعتبر المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العربية والعالمية مهووسا بكرة القدم وما تفاعله مع الأحداث الرياضية العالمية والمحلية إلا دليل على ذلك، ولعلّ ما حققه المنتخب الوطني الجزائري مؤخرا وتتويجه باللقب القاري كفيلا باكتشاف ارتباط المجتمع الجزائري بكرة القدم. ومع تنامي الاعتماد على القنوات الرياضية من طرف الجمهور الرياضي الجزائري أصبح من الضروري النظر إلى هذا الجمهور نظرة عمودية وتفنيته إلى فئات

تشابه في الخصائص والسمات، لنصل بذلك إلى من يتصدر المشهد الكروي في الجزائر؟ وهي النخبة الكروية الجزائرية التي تتمحور حولها الأحداث وتجلب أنظار الجمهور الكروي لها، لا سيما مع دخول كرة القدم الجزائرية عالم الاحتراف " وهي المهنة التي بات يمارسها لاعب كرة القدم الجزائري بصفة منتظمة ومستمرة من خلال ممارسة نشاط كرة القدم في الرابطة المحترفة الأولى أو الثانية، بعقد مبرم بين اللاعب والنادي وجب الالتزام بشروطه من كلا الطرفين من أجل الوصول إلى الهدف المرجو الوصول إليه." (موساوي، 2021، ص57)، وهذه النخبة الكروية المحترفة من أكثر الفئات حاجة إلى متابعة كل ما يخص كرة القدم والمنافسة نظرا إلى أهمية المعلومات في التعرف والاطلاع على آخر المستجدات، ومن هنا فلا يمكن للنخبة الكروية في الجزائر البقاء في منأى عن التأثير والتأثر الذي تفرضه تلك السيورة الديناميكية للعملية الاتصالية والإعلامية، وقد فرض هذا الاعتماد نفسه مرتكزا على غزارة المادة الإعلامية الرياضية على هذه القنوات إضافة إلى مدى هذه الأخيرة بما تقدمه القنوات الرياضية واعتمادها عليها، وإن علمنا أن هذه النخبة هي محور دوران الأحداث ومحطة جذب الأنظار لها، سيجرتنا هذا إلى توجيه الأنظار إليها بغرض دراستها دراسة علمية مستندين على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام من جوانبها المعرفية السلوكية والوجدانية.

وتتجسد لنا من هنا مشكلة هذه الدراسة في البحث على حجم اعتماد النخبة الكروية في الجزائر على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد. وانطلاقا مما تناولناه آنفا ولأجل حصر إشكالية الدراسة نطرح التساؤل الرئيسي الآتي: مدى اعتماد النخبة الكروية في الجزائر على القنوات الفضائية الرياضية كمصدر للمعلومات والآثار المترتبة عن هذا الاعتماد؟

ولمعالجة هذا الموضوع من الزوايا الواجب دراستها نطرح التساؤلات التالية:

- ما هي عادات اعتماد النخبة الكروية على القنوات الفضائية الرياضية كمصدر للمعلومات؟
- ما طبيعة الموضوعات التي تتابعها النخبة الكروية من القنوات الفضائية الرياضية؟
- ما هي دوافع اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الفضائية الرياضية؟
- ما التأثيرات المعرفية، الوجدانية والسلوكية المترتبة لدى النخبة جراء هذا الاعتماد؟

2- أهمية وأهداف الدراسة

أهمية الدراسة: تكمن أهمية دراستنا هذه في:

- وجود قناة فضائية رياضية واحدة في الجزائر وهي قناة الهدف، وحجم التنافس على التحليلات والتفسيرات عن طريق قوالب برمجية متنوعة للحدث الرياضي بين القنوات لتكون الدراسة فرصة من أجل الوقوف على أبرز القنوات الرياضية التي تتابعها النخبة.
- الدور المهم الذي تلعبه المعلومات اليوم في حياة الأفراد، وبالأخص لدى النخبة الكروية والدافع وراء توجيهها للقنوات الرياضية، انطلاقاً من حاجة الاطلاع على كل ما هو جديد فيما يخص البيئة الكروية سواء تعلق الأمر بالأخبار أو بأحداث كرة القدم.

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في التعرف على:

- العادات التي تتصف بها النخبة الكروية الجزائرية في الاعتماد على القنوات الرياضية للحصول على المعلومات، والموضوعات التي تتابعها.
- طبيعة ودوافع اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات.
- الآثار المعرفية، الوجدانية والسلوكية المتحققة لدى النخبة الكروية من القنوات الرياضية.

### 3- مفاهيم الدراسة :

1-3 النخبة: عرّف الباحث فريديريك معتوق النخبة على أنها " أقلية ذات نفوذ تسود جماعة أكبر حجماً " (معتوق، 1998، صفحة 129) أما قاموس أكسفورد فقد عرّف النخبة ( ELITE ) على أنها فئة اجتماعية قليلة العدد داخل المجتمع التي يعتقد أنها الأفضل والأهم، تملك القوة والتأثير لامتلاكها السلطة أو الثروة أو مهارات عقلية مثل النخبة الحاكمة والنخبة المثقفة والنخبة السياسية.

([www.oxfordlearnesdictionaries.com](http://www.oxfordlearnesdictionaries.com))، وعرّف مصطلح النخبة الكروية الجزائرية إجرائياً أنها: كل فرد ممارس لرياضة كرة القدم سواء كلاعب أو كمدرّب ينشط في أقسام الصفوة في الجزائر الممثلة بالرابطة المحترفة الأولى والقسم الثاني.

2-3 كرة القدم: باللغة الانجليزية Football وتعني كرة القدم ونطلق عليها أيضاً اسم Soccer ، تعرف أيضاً أنها "رياضة جماعية تلعب بين فريقين لمدة تسعين دقيقة يتكون كل منهما من 11 لاعبا باستخدام كرة. تلعب في ملعب مستطيل الشكل في نهايته مرمين، يحاول كل فريق إدخال الكرة في مرمى الخصم للحصول على أهداف من أجل التفوق في نهاية المباراة." (رحمون، سالمي، وبوعصيدة، 2021، ص48).

3-3 القنوات الفضائية: هي إحدى أشكال الاتصال الحديثة التي اعتمدت على البث المباشر بسرعة وبدقة عالية لاعتمادها على الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع ومستمر. (الشريف، 2004، صفحة 5).

4-3 القنوات الفضائية الرياضية: أشار لها الباحث محمد شطاح أنها تلك القنوات المتخصصة في تقديم البرامج الرياضية المتنوعة، ويمكن تقسيمها إلى قنوات عامة تقدم برامج رياضية متنوعة وقنوات متخصصة تركّز على رياضة واحدة. كما تعرّف على أنها " إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس، تقوم بعرض برامج رياضية متنوعة." (الزويد، 2013، صفحة 326). ونقصد بالقنوات الرياضية في هذه الدراسة كل قناة متخصصة في المجال الرياضي يمكن استقطابها من طرف النخبة الكروية الجزائرية، تتم مشاهدتها ومتابعتها بغية الحصول على المعلومات أو من أجل متابعة المنافسات والأحداث الكروية أو الترفيه والتسلية.

5-3 الإعلام الرياضي: عرفه خير الدين عويس وعطا حسن عبد الرحيم أنه "العملية التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، قصد نشر الثقافة الرياضية في المجتمع وتنمية الوعي الرياضي." (عويس وعطا حسن، 1988، صفحة 22). ونعرّف الإعلام الرياضي على أنه ذلك الشكل من الإعلام الذي يهتم بالمجال الرياضي ويوجّه مضامينه إلى الجمهور الرياضي، يهتم بنقل الأخبار والمعلومات وبث كل ما يخص المنافسات والأحداث الرياضية.

6-3 مصدر المعلومات: يعرّف مصدر المعلومات أنه " جميع الأوعية أو الوسائل أو القنوات التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات إلى المستفيدين منها، وكل ما يمكن جمعه وحفظه وتنظيمه واسترجاعه بغرض تقديمه إلى المستفيدين كالمكتبات ومراكز المعلومات." (قنديلجي وآخرون، 2000، الصفحات 13-14)، ونقصد بمصدر المعلومات في هذه الدراسة بالقنوات الفضائية الرياضية وحاجة الاعتماد الذي توليه النخبة الكروية لها بغية الحصول على المعلومات المتعلقة بالمجال الكروي، أو تجديدها أو من أجل الترفيه.

4- الدراسات السابقة: نظرا إلى ندرة الدراسات القريبة من موضوع الدراسة فقد ألقينا الضوء على الدراسات المشابهة التي نذكر منها الدراستين التاليتين:

➤ الدراسة الأولى: اعتماد الرياضيين ذوي الإعاقة على وسائل الإعلام الأردنية الحكومية كمصدر للمعلومات الرياضية - دراسة مسحية - (عبيدات، 2017).

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة اعتماد رياضيّ الأردن ذوي الإعاقة على وسائل الإعلام الأردنية الحكومية. وهي دراسة وصفية اتبعت المنهج المسحي لجمهور وسائل الإعلام، تم انتقاء وجمع البيانات فيها اعتمادا على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات على عينة قدرها 462 مفردة لجميع الرياضيين ذوي الإعاقة. انتهت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها أن غالبية أفراد العينة حريصون على متابعة وسائل الإعلام الأردنية بنسبة قدرت بـ 95%، فيما تصدرت رياضة كرة القدم اهتماماتهم. وكانت الآثار الناتجة من اعتمادهم بمتوسط حسابي مرتفع قدره 3.89، احتلت الآثار الوجدانية فيها مقدمة الترتيب.

➤ الدراسة الثانية: دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك (الزيود، 2013).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور متابعة الفضائيات الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى كلية جامعة اليرموك، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وانطلق من عينة حجمها 327، مستخدما أداة الاستبانة. وأظهرت النتائج أن القنوات الرياضية تلعب دورا إيجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية واحتل المجالين المعرفي والاجتماعي أعلى مجالات الاهتمام. تبين أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في المجال المعرفي لنشر الثقافة الرياضية بين الطلبة تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الذكور وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات الأخرى.

5- المدخل النظري للدراسة: ذهبت هذه الدراسة للارتكاز على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهذا تماشيا مع توافق النظرية وخصائصها مع أهداف البحث.

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media System Dependency Theory

وتتلخص الفكرة الأساسية لهذه النظرية أن لوسائل الاتصال القدرة على تحقيق القدر الأكبر من التأثير المعرفي والسلوكي والعاطفي وهذه المقدرة تزداد بزيادة وظائف وسائل الاتصال في تقديم المعلومات بشكل مكثف ومتميز، وتزداد قوة وسائل الإعلام والاتصال ودورها في التأثير في المجتمع كلما كانت هناك حالة عدم استقرار بنائي في المجتمع، إضافة إلى أن تغيير السلوك، المعارف والوجدان سيكون تغييرا ممتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهو المغزى الحقيقي الذي تحمله النظرية من العلاقة بين وسائل الاتصال، الجمهور والمجتمع (المزاهرة، 2012، صفحة 208). من أبرز الفرضيات التي قدمها مؤسس النظرية ميلفن ديفليبر وساندرا بول روكيتش أن اعتماد الجمهور على

وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي يمتلك المقدرة على الاستجابة لتطلعات وحاجات النظام الاجتماعي، وفي هذه الحالة ينبغي على الإعلامي أن يواكب حاجات الجمهور. في حين ترى النظرية أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام هو في الحقيقة من أجل تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، التوجيه والتسلية (مكاوي وليلى، 1988، صفحة 320). وحسب مؤسس النظرية فإن الاعتماد على وسائل الإعلام تترتب عنه ثلاثة فئات رئيسية للأثار هي: الأثار المعرفية، الأثار السلوكية والأثار الوجدانية.

### -الجانب التطبيقي

#### 1- الطرق المنهجية المتبعة:

الدراسة الاستطلاعية: تعتبر " مرحلة أولية أو دراسة قبلية تسبق الدراسة الأساسية تهدف إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الموضوع" (مرنين وبوسكرة، 2019، صفحة 280) تمثلت المرحلة الاستطلاعية لدراستنا في إجراء حوارات مع بعض لاعبي ومدربي الصفوة واستغلال الفرصة لطرح أسئلة الاستبيان عليهم بصورة أولية في شهر ديسمبر 2021، من أجل معرفة مدى فهم المبحوثين للاستمارة وبساطة أسئلتها. نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى "تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة معينة، أو موقف يغلب عليه صفة التحدي" (بدر، 1999، صفحة 32)، "ولا تقف الدراسات الوصفية عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها" (شفيق، 2003، صفحة 108) وهو الإسقاط المناسب لهذه الدراسة التي نسعى من خلالها إلى وصف ظاهرة اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات ومن ثم تحليلها وتفسيرها للتعرف على الأثار المعرفية، الوجدانية والسلوكية المترتبة من هذا الاعتماد، وانطلاقا من تحديد نوع الدراسة يقودنا هذا إلى تحديد نوع المنهج الذي سنعتمده للوصول إلى نتائج علمية سليمة ودقيقة، ومن هنا فالمنهج الملائم لدراستنا هو منهج المسح الوصفي، "والذي يعتبر أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات على سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام... كما أن له دورا تفسيريا بشرح الأحداث والظواهر المدروسة، ويعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة المدروسة." (حسين، 2006، صفحة 147) واعتمدنا هذا المنهج لوصف اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية

والآثار المترتبة عن ذلك، معتمدين على تقنية استمارة الاستبيان الالكترونية، ومن ثم معالجتها وتحليلها في ضوء النظرية.

والمسح عبر الإنترنت من أشهر الأساليب المنهجية في بحوث الميديا الجديدة، ويعكس التصور القائم حول دور مختلف الوسائط الحديثة بوصفها أداة تساعد على انجاز البحوث التقليدية، بالنظر إلى قدرتها على اختصار المسافات والوقت وقدرتها على جعل حجم المبحوثين في متناول الباحث (هميسي، 2014، صفحة 75)

مجتمع وعينة الدراسة: مجتمع البحث في هذه الدراسة في النخبة الكروية الجزائرية والتي يمثلها لاعبي ومدربي أقسام الصفوة (الرابطة المحترفة الأولى والثانية) من الموسم الكروي 2021/2022، تغيير هذا الموسم مسمى الرابطة المحترفة الثانية إلى القسم الثاني بعد إعادة هيكلة الاتحاد الجزائري لنظام البطولة بسبب جائحة كورونا. على اعتبار أن أندية محترفة وتملك شركة احترافية معترف بها من طرف الهيئة المسيرة.

أما بالنسبة للعينة فتتمثل في العينة العرضية "أين لا يكون هناك تحديد مسبق لمن تشملهم، بل نختار وحداتها بين أول أقرب وأسهل مجموعة يتواصل معها الباحث" (بن جخدل، 2014، صفحة 64) وفي المسوح عبر الإنترنت يستخدم الباحثون العينات الملائمة أو العرضية، والتي تدعو لمشاركة كل من يرى دعوة المسح عبر الإنترنت، وتتعرض بدورها لنفس قصور المسوح التي تعتمد عينات غير احتمالية، أين العلاقة بين العينة والمجتمع غير معلومة، ولذلك لا يوجد أساس نظري لحساب هامش خطأ المعاينة ومن ثم تقدير حجم تمثيل العينة للمجتمع ككل. (ذيب و حجام، 2020، صفحة 534)، ورغم هذه الإشكالية المنهجية فإن اختيارنا لهذا النوع من العينات نابع من تشتت أفراد مجتمع البحث الأصلي والمكوّن من لاعبي ومدربي أندية الصفوة، يمثلون نوادي تنشط وتمثل مناطق مختلفة من الوطن، ناهيك أن لاعبيها يقطنون في ولايات أخرى غير التي يمثلون نواديها. والعينة في دراستنا هذه ستمثل جميع اللاعبين والمدربين الناشطين في الرابطة المحترفة الأولى والقسم الثاني والذين سيتعرضون للاستبيان ويجيبون عن الأسئلة مما سيسهل علينا الوصول والتواصل معهم ويختزل لنا الكثير من الجهد والوقت، وتم طرح استمارة الاستبيان بداية شهر فيفري 2022.

وبلغة الأرقام تكوّن لنا مجتمع البحث الأصلي من قرابة 1600 فرد، يمثلون لاعبون ومدربون في الرابطة الأولى والقسم الثاني ممثلين بجميع اللاعبين والأطقم الفنيّة حسب

قانون الإجازات التي يسمح بها الاتحاد الجزائري والهيئة المكلفة بتنظيم المنافسات، وتمكنا بعدما حوالي شهر من الاتصال بالأندية وإرسال وطرح الاستمارة لديهم عبر مختلفة مواقع التواصل الاجتماعي من الحصول على 176 استمارة، قمنا باستبعاد 16 استمارة لعدم استيفائها الشروط اللازمة واحتفظنا بـ 160 استمارة مثلت عينة الدراسة. وتكونت عينة الدراسة من 120 لاعبا بنسبة 75% و40 مدريا بنسبة 25% وهي قراءة إحصائية عادية إن نظرنا أن النخبة الكروية في الجزائر وفي العالم ككل أغلب نسبتها من فئة اللاعبين الذين يمثلون أكثر من 80% في الكتلة البشرية للفرق والنادي الرياضية. حدود الدراسة: تمثلت حدود دراستنا في:

**المجال الجغرافي:** هي جميع أندية الرابطة المحترفة الأولى والقسم الثاني.

**المجال الزمني:** امتدت حدود الدراسة بين شهر أكتوبر 2021 حتى شهر مارس 2022. حددنا موعد مزاولة البطولات المحلية والعالمية ليكون البحث أكثر دقة، تفاديا للفترة الصيفية التي تشهد توقف البطولات وعزوف النخبة عن متابعة الأحداث الرياضية

**المجال البشري:** جميع لاعبي ومدربي أندية الرابطة المحترفة الأولى والثانية موبيليس (قُسمت الرابطة الثانية هذا الموسم إلى مجموعتين بـ 18 ناديا لكل مجموعة) .

أداة جمع البيانات: تماشيا مع طبيعة وأهداف الموضوع ارتأينا إلى جمع البيانات بواسطة استمارة الاستبيان لكونها الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة ويعرف أنه "مجموعة من الأسئلة المرتبطة حول موضوع معين، ترسل إلى أشخاص أو يتم تسليمها باليد للحصول على أجوبة، لتتوصل إلى حقائق جديدة أو التأكد من معلومات متعارف عليها." (زرارة وآخرون، 2007، صفحة 104). واعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان الإلكتروني، "حيث يتلقى فيه المبحوث دعوة للمشاركة عن طريق أي وسيلة أخرى مع ضرورة إرسال البيانات عبر الإنترنت، باستخدامها كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبيان إلكترونيًا." (دليو، 2004، صفحة 223). أما فيما يخص الاستمارة فقد تم تصميم الاستمارة الإلكترونية لهذه الدراسة باستخدام "خدمة النماذج لـ قوقل google drive"، واستعان الباحث أيضا بمزايا هذه الخدمة التي تقدم لنا أيضا النسب المئوية لإجابات المبحوثين واعتبرناه أسلوب إحصائي اعتمدنا عليه إلى جانب التكرارات. فيما تضمنت الاستمارة المتغيرات القابلة للقياس وانقسمت إلى المحاور التالية:

المحور الأول: طبيعة اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات.

المحور الثاني: دوافع اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات.  
 المحور الثالث: وتضمن ثلاثة أبعاد هي: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية والآثار السلوكية.  
 الشروط العلمية للأداة: تم عرض الاستبيان في صورته الأولى على مجموعة من المحكمين وهم أساتذة جامعيين في التخصص إضافة إلى الأستاذ المشرف لمعرفة ملاءمته وأهداف البحث وما نريد قياسه، إضافة إلى مراجعة صياغة ووضوح العبارات والأخذ بعين الاعتبار الملاحظات بإجراء بعض التعديلات عليه قبل إخراجها في صورته النهائية.  
 2- عرض النتائج وتفسيرها: من خلال الدراسة الميدانية تم الوصول إلى النتائج التالية:  
 1-2 محور طبيعة اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات.  
 الجدول رقم (01): يوضح منذ متى تتابع النخبة الكروية القنوات الرياضية

النسبة المئوية%	التكرار	فترة المتابعة
1.25	2	أقل من سنة
19.38	31	من سنة إلى 5 سنوات
79.37	127	أكثر من 5 سنوات
100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية الباحثين يتابعون القنوات الرياضية منذ أكثر من 5 سنوات بنسبة 79.37% تلتها الفئة التي تتابع القنوات الرياضية من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 19.38%، فيما كانت الفئة التي تتابع القنوات الرياضية منذ أقل من سنة بنسبة 1.25%، وتعكس هذه الإحصائيات المتابعة الكبيرة للنخبة الكروية الجزائرية للقنوات الرياضية، والعلاقة الممتدة على مدار سنوات بينهم.

الجدول رقم (02): يوضح اعتماد القنوات الرياضية كمصدر رئيسي أم ثانوي

النسبة	التكرار	المصدر
70	112	مصدر
30	48	مصدر
100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

يتضح لنا من خلال الجدول الذي يشمل اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية مصدر رئيسي أم ثانوي للمعلومات، أن أغلبية أفراد العينة يعتمدون على القنوات الرياضية كمصدر رئيسي للمعلومات بنسبة 70% مقارنة بمصادر أخرى، ويرجع اعتماد أغلب أفراد العينة على القنوات الرياضية كمصدر رئيسي للمعلومات إلى اعتمادها على مصادر رسمية وجهات موثوقة وتوثيق الأحداث عبر فيديوهات من المصدر بالصوت والصورة، ما ينمّي عامل الثقة بين النخبة والقنوات الرياضية والتي تصبح بعدها مصدرهم الرئيسي في معلوماتهم.

الجدول رقم (03): يوضح مدى متابعة النخبة الكروية للقنوات الرياضية

مدى المتابعة	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
التكرار	102	47	11	160
النسبة المئوية%	63.75	29.37	6.88	100

المصدر: المؤلفان

أبان الجدول الثالث أن أغلب أفراد العينة يتابعون القنوات الرياضية بصفة دائمة نسبة 63.75% من إجمالي العينة التي تمت دراستها، تلتها الفئة التي تتابع تلك القنوات أحيانا بنسبة 29.37%، فيما كانت النسبة الأقل هم الفئة التي تتابع القنوات الرياضية نادرا، وهي راءة تؤكد حجم واستمرارية متابعة النخبة الكروية الجزائرية للقنوات الرياضية بالنظر إلى حاجاتهم للحصول على المعلومات ومتابعة الأحداث الرياضية الكروية أولا بأول. الجدول رقم (04): يوضح عدد القنوات الرياضية التي تتابعها النخبة.

عدد القنوات	التكرار	النسبة المئوية %
قناة واحدة (1)	03	01.88
قناتان (2)	21	13.12
ثلاثة قنوات أو أكثر (3)	136	85
المجموع	160	100

المصدر: المؤلفان

يوضح الجدول أعلاه أن جل أفراد العينة التي تمت دراستها من النخبة الكروية الجزائرية تتابع ثلاثة قنوات رياضية أو أكثر وبلغت نسبة تلك الفئة 85% من إجمالي العينة ككل، ثم الفئة التي تتابع قناتان بنسبة 13.12%، تلتها الفئة التي تتابع قناة واحدة، وتمثل هذه الإحصائيات حجم اعتماد النخبة الكروية على التنوع في متابعتها للقنوات الرياضية بين المحلي، العربي وحتى العالمي، وعدم الاكتفاء بقناة واحدة.

الجدول رقم (05): يوضح اللغة المحبذة للنخبة الكروية عند متابعة القنوات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	اللغة
53.61	156	اللغة العربية
28.52	83	اللغة الفرنسية
16.84	49	اللغة الانجليزية
1.03	03 (الأمازيغية)	لغات أخرى
100	291	المجموع

المصدر: المؤلفان

يوضح الجدول أن اللغة المحبذة بالنسبة لأفراد العينة عند متابعة القنوات الرياضية هي اللغة العربية ومثلت أغلبية الإجابات بنسبة 53.61%، تلتها الفرنسية والانجليزية بنسبة 28.52% و 16.84% على التوالي، وحضرت لغات أخرى يعتمدونها كاللغة الأمازيغية بنسبة ضئيلة، ويعود اعتماد اللغة العربية كونها اللغة الأم والتي تسهل عملية التلقي لديهم، فيما حضرت اللغتين الفرنسية والانجليزية على أساس التنشئة الأكاديمية للبعض خاصة فئة المدربين الذين كانت إجاباتهم نحو لغات أجنبية.

الجدول رقم (06): المدة التي تستغرقها النخبة الكروية في متابعة القنوات الرياضية يوميا

النسبة المئوية %	التكرار	المدة
23.13	37	أقل من ساعة
60.62	97	من ساعة إلى ثلاثة ساعات
16.25	26	أكثر من ثلاثة ساعات
100	160	المجموع

المصدر: المؤلفان

أبان الجدول أنّ الفئة التي تتابع القنوات من ساعة إلى ثلاثة ساعات مثّلت أغلبية العينة بـ 60.62% تلتها الفئة التي تتابع لفترة زمنية أقل من ساعة بـ 23.13% ثم المتابعون لأكثر من ثلاثة ساعات بـ 16.25%، ويعود متابعة أغلبية أفراد العينة بفترة من ساعة إلى ثلاثة ساعات إلى درجة ارتباطهم واهتمامهم بالقنوات الرياضية، وهو وقت كافٍ لمتابعة نشرة أخبار ومباراة في كرة القدم أو برامج رياضية محبذة لهذه الفئة.

الجدول رقم (07): يوضح القنوات الرياضية التي تتابعها النخبة الكروية

النسبة المئوية %	التكرار	القناة
23.73	136	قناة الهدف
27.92	160	باقة الـ BEIN SPORT
14.31	82	باقة الـ RMC SPORT
8.55	49	باقة الـ EURO SPORT
5.06	29	قناة الوطنية السادسة
3.49	20	قناة دبي الرياضية
2.62	15	قناة السعودية الرياضية
8.73	50	قناة الدوري والكأس
2.97	17	قنوات أخرى
100	573	المجموع

#### المصدر: المؤلفان

يتبين من خلال الجدول أن باقة الـ BEIN SPORT القطرية وقناة الهدف الجزائرية يمثلان أغلب نسب المتابعة بـ 27.92% و 23.73% على التوالي، وحلّت باقة الـ RMC SPORT في المرتبة الثالثة والأكثر متابعة أيضا بالنسبة للقنوات الناطقة بلغة أجنبية (اللغة الفرنسية) بنسبة 14.31%. تلتها بقية القنوات العربية الرياضية بنسب متقاربة، وكانت قناة الدوري والكأس القطرية هي القناة العربية الأكثر متابعة من طرف المبحوثين بنسبة 8.73%. فبالنسبة لاحتلال باقة الـ BEIN SPORT القطرية وقناة الهدف الجزائرية كأبرز القنوات متابعة فهذا راجع إلى اعتبار قناة الهدف القناة الرياضية الوحيدة في الساحة الإعلامية الجزائرية وحجم اهتمامها بأخبار وشؤون الكرة المحلية والمنتخب الوطني، وأيضا

باقة الـ BEIN SPORT القطرية التي تمتلك حقوق بث أفضل الدوريات العالمية وشبكة قنواتها ومراسلها الذين يوفرون الخدمات الإخبارية أولاً بأول على مدار الساعة بجودة بث عالية، فيما احتلت باقة RMC SPORT الفرنسية كأول قناة أجنبية متابعة من طرف العينة لعامل اللغة كونها تبث باللغة الفرنسية، إضافة أنها تبث أيضاً أبرز الدوريات الأوروبية الأكثر متابعة في الجزائر، ناهيك عن سهولة استقطابها على أكثر من قمر بالجزائر وأيضاً جودة البث التي تمتلكها. فيما استمدت قناة الدوري والكأس القطرية مكانتها لدى العينة من بثها لمباريات وبرامج تخص الدوري الجزائري.

الجدول رقم (08): يوضح البرامج التي تحرص النخبة الكروية على متابعتها .

النسبة المئوية %	التكرار	البرامج
13.11	124	نشرة الأخبار
09.30	88	برامج البطولة المحلية
13.42	127	برامج المنتخب الوطني ولعبيه
15.75	149	برامج البطولة العالمية
10.26	97	البرامج التحليلية
16.91	160	بث مباريات البطولة المحلية
15.54	147	بث مباريات البطولات الأوربية
5.71	54	برامج رياضات الأخرى
100	946	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أبرز البرامج التي تحرص أفراد العينة على متابعتها بنسب عالية ومتقاربة مقارنة مع برامج أخرى كانت نسبها متوسطة أو ضئيلة، والتي احتل فيها بث مباريات البطولة المحلية الصدارة كأثر ما تتابعه النخبة الكروية الجزائرية بـ 16.91%، ثم برامج البطولات العالمية وبث مبارياتها في الوصافة بـ 15.75% و 15.54% على التوالي، فيما كانت برامج المنتخب الوطني والنشرة الإخبارية في المرتبة الثالثة كأبرز البرامج التي تحرص فيها العينة على متابعتها، فبالنسبة لاحتلال مباريات البطولة صدارة اهتمامات النخبة فهذا راجع إلى كون النخبة تعتبر الممثل الرئيسي للمشهد الكروي المحلي ومن الطبيعي الاهتمام بمشاهدة مبارياتهم كأهم حدث رياضي بالنسبة لهم، فيما يعود

اهتمامهم أيضا ببرامج ومباريات البطولات العالمية إلى كون البطولات العالمية وخاصة الأوربية هي أكثر البطولات جماهيرية ومتعة ما يجذب لها الأنظار لا سيما النخبة، أما اهتمامهم ببرامج المنتخب الوطني وللاعبيه راجع إلى انتمائهم وارتباطهم بالمنتخب خاصة بعد طفرة المنتخب وانجازاته بحصوله على كأس إفريقيا 2019 ومنافستهم بطاقة الصعود إلى مونديال قطر 2022، فيما حضرت البرامج الإخبارية أيضا لترجم رغبتهم حاجتهم إلى المعلومة التي عادة ما تتعلق بالبطولة.

## 2-2 المحور الثاني: دوافع اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الرياضية الجدول رقم (09): يوضح دوافع اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية

النسبة المئوية %	التكرار	دوافع الاعتماد
13.85	158	الإطلاع على آخر الأخبار الكروية
11.74	134	مشاهدة وملخصات البطولة المحلية
11.39	130	الثقة فيما تقدمه القنوات من أخبار ومعلومات
06.84	78	الإطلاع على كل الأخبار الجديدة المتعلقة بالمنافسات الكروية
12.97	148	الاحترافية والجودة في البث والتقديم
08.85	101	متابعة أخبار النوادي المحلية والعالمية
11.83	135	بث مباريات البطولة المحلية
11.14	127	بث مباريات البطولات العالمية
07.36	84	متابعة البرامج التحليلية لكرة القدم
04.03	46	الترفيه والتنفيس من خلال الميول الذاتي لكرة القدم

توضح نتائج هذا الجدول دوافع اعتماد أفراد العينة على القنوات الرياضية والتي مثلت فيها الإطلاع على آخر الأخبار الكروية أكبر دافع بنسبة 13.85%، وجاء دافع الاحترافية في البث والتقديم في المرتبة الثانية بـ 12.97%، لتحل بعدها دوافع مقارنة كبث مباريات وملخصات البطولة المحلية، وبث مباريات البطولات العالمية والثقة فيما تقدمه تلك القنوات، ودوافع أخرى كانت بنسب ضئيلة كالترفيه والتنفيس. ويعود كون الإطلاع على آخر الأخبار الكروية أهم دافع بالنسبة لهم إلى ارتباطهم بالحاجة إلى المعلومات خاصة وأن القراءة الإحصائية تترجم أن 158 من مجموع 160 فردا أكدوا أن الحصول على الأخبار الكروية أكبر دافع لهم ما يؤكد أهمية المعلومة في الوسط الكروي، فيما تعكس الاحترافية

والجودة في البث والتقديم رغبة النخبة الكروية في متابعة قنوات تقدم لهم ما يريدون شريطة توفر الاحترافية في التعامل مع الأخبار، البرامج وحتى البث بتقنيات عالية كتقنية الـ HD و4K، أما اهتمامهم بمشاهدة مباريات وملخصات البطولة المحلية فهو نابع من رغبة النخبة في مشاهدة أبرز أحداث مبارياتهم والأندية المنافسة لهم على أساس انه حدث خاص بالنسبة لهم وهم بمثابة الممثلين الرئيسيين في هذا المشهد، فيما أثبتت القراءة الإحصائية أن أحد أبرز دوافع الاهتمام هو الثقة فيما تقدمه القنوات من أخبار ومعلومات، وتأتي هذه الثقة في توثيق ما تقدمه القنوات بمصادر رسمية سواء بمقاطع فيديو للأحداث الرياضية أو لتصريحات من جهات رسمية إضافة أن الخبر التلفزيوني يملك سمات ينفرد بها عن بقية الوسائل الإعلامية سواء من حيث جودة الصوت والصورة وأيضا مرافقة الخبر بالتحليل والآراء المختلفة. فيما سجلت بقية الدوافع نسب ضئيلة وأخرى متوسطة.

3-2 المحور الثالث: وتضمّن الأبعاد الثلاثة: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية والآثار السلوكية.

الجدول رقم (10): يوضح الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد النخبة للصفحات الرياضية

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		الآثار المعرفية	
160	06	11	143	التكرار	زيادة معلوماتك حول آخر الأخبار الكروية المحلية والمنتخب الوطني				
100	53.7	76.8	89.38	النسبة%					
160	08	39	113	التكرار	زيادة معلوماتك ومعارفك حول مختلف الأحداث والمنافسات الكروية العالمية				
100	05	24.38	70.62	النسبة%					
160	51	63	82	التكرار	تحسين مستواك المعرفي التكتيكي				
100	09.37	39.38	51.25	النسبة%					
160	43	31	86	التكرار	إزالة الغموض حول بعض المواضيع والقضايا الرياضية				
100	26.88	19.37	53.75	النسبة%					
160	30	59	71	التكرار	اكتساب معارف ومعلومات جديدة تخص رياضات أخرى				
100	518.7	36.88	744.3	النسبة%					
160	11	28	121	التكرار	تكوين آراء جديدة تجاه مختلف المواضيع الرياضية				
100	6.87	17.50	75.63	النسبة%					
160	06	17	137	التكرار	تعزيز قيم الروح الرياضية				
100	53.7	210.6	85.63	النسبة%					

- يوضح الجدول أعلاه الأثار المعرفية المترتبة من متابعة النخبة للقنوات الرياضية كالتالي:
  - زيادة معلوماتك حول آخر الأخبار الكروية والمنتخب الوطني: أبدى 89.38% من المبحوثين موافقتهم بأن القنوات الرياضية تزيد من معلوماتهم الكروية المحلية أو الخاصة بالمنتخب الوطني، بالنظر إلى اهتمام تلك القنوات التي يتابعونها وفي مقدمتهم قناة الهدف الرياضية بأخبار البطولة المحليّة والمنتخب الوطني ناهيك عن ارتباطهم بنواديمهم والمنافسة في البطولة والتي يتابعون آخر أخبارها.
  - زيادة معلوماتك ومعارفك حول مختلف الأحداث والمنافسات الكروية العالمية: كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية نسبة المبحوثين يوافقون على هذا المؤشر بنسبة 70.62%، وهذا راجع إلى حجم الاعتماد وغازرة المضامين الإعلامية الكروية المتنوعة حول شتى المنافسات الكروية ما جعلها تقدم حجم كبير من المعلومات والبيانات الكروية.
  - تحسين مستواك المعرفي التكتيكي: أوضحت النتائج أن 51.25% كانوا موافقين حول هذا المؤشر في حين التزم 39.38% بالحياد في إجاباتهم، بالمقابل فقد كان أغلبية المدربين موافقين عليه، وأن البرامج التحليلية المقدمة في القنوات الرياضية تحمل الكثير من الإضافة حول الأمور الفنية والتكتيكية، التي تعود بالإيجاب على اللاعبين والمدربين.
  - إزالة الغموض حول بعض المواضيع والقضايا الرياضية: أبدى ما نسبته 53.75% من أفراد العينة موافقتهم حول هذا المؤشر، فيما لم يوافق منهم 26.88% والتزم 19.37% الحياد. وهو الغموض الذي يتشكل جراء إشاعات داخل المحيط الكروي إلى غير ذلك، والذي عادة ما تعالجه القنوات الرياضية عن طريق نشرة الأخبار أو البرامج التحليلية وتتناوله على أساس أنه تحاول إزالة الغموض أو اللبس.
  - اكتساب معارف ومعلومات جديدة لرياضات أخرى: تقاربت نسبة الموافقة والحياد حول هذا المؤشر من طرف المبحوثين أين وافق ما نسبته 44.38% والتزم 36.88% الحياد. على أساس أن معظم القنوات الرياضية لا تكون مخصّصة فقط لكرة القدم ما يعني عرض مضامين لرياضات أخرى وهي فرصة لاكتساب معارف جديدة حول رياضات أخرى.
  - تكوين آراء جديدة تجاه مختلف المواضيع الرياضية: صرح أغلب المبحوثين بنسبة 75.63% أنهم يوافقون حول هذا المؤشر، على أساسا كم المعلومات والأخبار والأفكار التي تقدمها القنوات الرياضية التي تمنحهم فرصة تكوين آراء جديدة.

## اعتماد النخبة الكروية الجزائرية على القنوات الرياضية كمصدر للمعلومات

- تجعلنا هذه معطيات نستنتج بأن القنوات الرياضية ساهمت في تعزيز البعد المعرفي لأفراد العينة من خلال ما تقدمه من مضامين إخبارية ومعلومات وأفكار ومعارف بصفة مستمرة تخص مختلف المواضيع والقضايا الكروية والرياضية التي تثير اهتمامهم وتشبع حاجاتهم والتي يكون الاعتماد عليها هو مفتاح تعزيز البعد المعرفي لديهم.
- الجدول رقم (11): يوضح الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد النخبة للصفحات الرياضية
- يوضح الجدول أنّ الآثار الوجدانية المترتبة من متابعة النخبة للقنوات الرياضية كالتالي:
- التنفيس عن مشاعرك من خلال متابعة أخبار ناديك المفضل والمنتخب الوطني: صرح أغلبية المبحوثين بأنهم يوافقون على هذا المؤشر بنسبة 83.75%، بما أن الأمر يتعلق بالانتماء لألوان النادي المفضل أو المنتخب الوطني، من خلال الوصول إلى حالة من الراحة والاستقرار النفسي.
- الشعور بالفرح تجاه الأخبار الإيجابية التي تخص ناديك وعدم الرضا تجاه الأخبار السلبية: أبدى أغلبية أفراد العينة عن موافقتهم حول هذا المؤشر، فما نسبته 58.13% يشعرون بالفرح تجاه الأخبار الإيجابية لناديتهم المفضل و68.75% يشعرون بعدم الرضا تجاه الأخبار السلبية، وهو ما يعكس أن متابعة القنوات الرياضية ينمي لهم الشعور بالفرح للأخبار الإيجابية ليتحول إلى حالة من عدم الرضا إذا تعرض للأخبار السلبية الخاصة بالنادي، وهي نقطة يتحكم فيها بالأساس عامل الانتماء.

المجموع	غير موافق	محايد	موافق	الآثار الوجدانية	
				التكرار	النسبة %
160	10	16	134	التكرار	التنفيس عن مشاعرك من خلال متابعة أخبار ناديك المفضل والمنتخب الوطني
100	06.25	10	83.75	النسبة %	
160	26	41	93	التكرار	الشعور بالفرح تجاه الأخبار الإيجابية التي تخص ناديك
100	16.25	25.62	58.13	النسبة %	
160	21	29	110	التكرار	الشعور بعدم الرضا تجاه الأخبار السلبية التي تخص ناديك
100	13.12	18.13	68.75	النسبة %	
160	03	24	133	التكرار	الشعور بالقلق والاضطراب بسبب مظاهر العنف والفساد الكروي
100	01.87	15	83.13	النسبة %	
160	16	52	92	التكرار	الشعور بالثقة بالنفس والاعتزاز بالانتماء إلى ناد معين
100	10	32.50	57.50	النسبة %	
160	22	57	81	التكرار	الشعور بالإحباط عند مشاهدة فارق المستوى بين البطولة المحلية والبطولات الأوروبية
100	13.75	35.63	50.62	النسبة %	

- الشعور بالقلق والاضطراب بسبب مظاهر العنف والفساد الكروي: أبدى أغلب أفراد العينة وبنسبة 83.13% موافقون أن عرض القنوات لهذه المظاهر يخلق لهم حالة من الشعور بالقلق والاضطراب تجاه هذه المظاهر، بالنظر أنهما تهددان استقرار النخبة التي هي محور هذه المظاهر السلبية، ومن شأنها أن تؤثر عليهم بصفة مباشرة.
  - الشعور بالثقة بالنفس والاعتزاز بالانتماء لنادي معين: كشف 57.50% من المبحوثين موافقتهم حول هذا المؤشر في حين التزم 32.50% الحياد ولم يوافق بقية أفراد العينة عن هذا المؤشر. وهذا يتم عن طريق عرض الأخبار الإيجابية للفرد أو للفريق.
  - الشعور بالإحباط عند مشاهدة فارق المستوى بين البطولة المحلية والبطولات الأوروبية: أبان 50.62% من المبحوثين أنهم يشعرون بالإحباط عند عرض مضامين تعكس فارق المستوى بين الكرة الجزائرية والأوروبية، مقابل 35.63% كانوا محايدين، ما يعكس إحباط النخبة من فارق الإمكانيات الذي تعاني منه بطولتنا مقارنة بنظيراتها الأوروبية. خاصة إذا تعلق الأمر بعرض المباريات التي تظهر فيها جودة الملاعب أو الأرضيات وحتى ظروف العمل المادية والمعنوية مقارنة بما يحصل محليا.
- ومن خلال القراءة الأخيرة نستنتج أن اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية كان له آثار وجدانية تتمثل في الراحة الشعورية والوجدانية الخاصة بالانتماءات الرياضية والمضامين الإعلامية الإيجابية المتعلقة بالنادي والمنتخب الوطني، وحالة من عدم الرضا والقلق تجاه مضامين السلبية التي تؤثر على محيطهم الكروي المحلي.

الجدول رقم(12): يوضح الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد النخبة على القنوات الرياضية

المصدر: المؤلفان

يوضح الجدول أنّ الآثار السلوكية المترتبة من متابعة النخبة للقنوات الرياضية كالتالي:

- الخروج للاحتفال بانجازات المنتخب الوطني: كشف أغلبية المبحوثين 76.88% موافقتهم على خروجهم للاحتفال بهذه الانجازات، ما يعكس عامل الانتماء والتعلق بالألوان الوطنية.
- مشاركة ما تبثه القنوات حول ناديك والمنتخب الوطني عبر حساباتك في مواقع التواصل: أعرب ما نسبته 51.88% موافقتهم حول المؤشر، في حين عبّر 38.12% أنهم لا يتخذون

المجموع		غير موافق	محايد	موافق	الآثار السلوكية	
160	31	06	123	التكرار	الخروج للاحتفال بانجازات المنتخب الوطني بعد مشاهدة مبارياته	
100	19.37	3.75	76.88	النسبة%		
160	61	16	83	التكرار	مشاركة ما تبثه القنوات الرياضية حول ناديك والمنتخب عبر حسابك في مواقع التواصل	
100	38.12	10	51.88	النسبة%		
160	31	48	81	التكرار	اكتساب سلوكات ومهارات جديدة من خلال البرامج الكروية	
100	19.37	30	50.63	النسبة%		
160	39	43	78	التكرار	التفاعل داخل مواقع التواصل الاجتماعي وحسابات القنوات لدعم ناديك أو المنتخب	
100	24.38	26.87	48.75	النسبة%		
160	23	51	86	التكرار	تغيير نمط وأسلوب تفكيرك بشأن مختلف المواضيع والقضايا الرياضية	
100	14.37	31.88	53.75	النسبة%		

ذات السلوك. ما يؤكد أن اعتماد النخبة الكروية على القنوات الرياضية قد يمتد أيضا إلى حياتهم داخل مواقع التواصل الاجتماعي، سواء بمشاركة ما تبثه القنوات ويتعلق بأفراد العينة أو نوادهم عبر حساباتهم الخاصة أو التفاعل مع تلك المنشورات.

- اكتساب سلوكات ومهارات جديدة من خلال البرامج الكروية: صرّح 50.63% من أفراد العينة أنهم يستفيدون من مهارات وسلوكات جديدة (فنية، تقنية، تحليلية) من القنوات الرياضية في حين التزم 30% الحياد تجاه هذا المؤشر. وهو مؤشر للتعلم عن طريق الاعتماد، خاصة فيما يخص البرامج التحليلية التي يقف فيها اللاعبون والمدربون على أخطائهم داخل الملعب أو أخطاء المنافس والعمل على تصحيحها أو استغلالها.

- التفاعل داخل مواقع التواصل الاجتماعي وحسابات القنوات الرياضية لدعم ناديك أو المنتخب الوطني: كشف 48.75% أنهم يتفاعلون داخل موقع التواصل الاجتماعي لدعم ناديمهم أو المنتخب الوطني، في حين تقاربت نسبة المحايدين والرافضين لهذا المؤشر.
- تغيير نمط وأسلوب تفكيرك بشأن المواضيع الرياضية: كشف ما نسبته 53.75% من المبحوثين موافقتهم حول هذا المؤشر، والتزم 31.88% الحياد تجاهه، ما يؤكد أن النخبة تعتمد على هذه القنوات في حياتها وتستفيد مما تقدمه في تغيير نمط حياتهم العملية. وهي معطيات تجعلنا نستنتج أن متابعة النخبة للقنوات الرياضية كانت لها آثار سلوكية على أفراد العينة متمثلة في التنشيط والاستفادة والتعلم مما تقدمه تلك القنوات في الحياة الخاصة والعملية للنخبة، كترجمة لتلك الآثار المعرفية والوجدانية.

### 3- الاستنتاجات والاقتراحات: أهم النتائج التي انتهت لها الدراسة هي:

- تتابع أغلب النخبة الكروية الجزائرية القنوات الفضائية الرياضية منذ أكثر من خمسة (5) سنوات، وتكون هذه المتابعة بصفة دائمة، وبمعدل يتراوح بين ساعة وثلاثة ساعات يوميا، وتعتبر أغلب النخبة الكروية القنوات الرياضية مصدرا رئيسيا لمعلوماتها، مقارنة بوسائل إعلامية أخرى وهذا رغم المنافسة الشرسة التي تعيشها القنوات الرياضية اليوم من طرف الوسائط الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي.
- تفضل أغلب النخبة الكروية الجزائرية متابعة القنوات الرياضية الناطقة باللغة العربية، ويميلون معظمهم إلى متابعة ثلاثة (3) قنوات أو أكثر، مثلت قناتي الهدف الرياضية وباقة الـ BEIN SPORT القطرية أكثر القنوات متابعة، فيما كانت باقة RMC SPORT الفرنسية أكثر القنوات الناطقة بلغة أجنبية متابعة عند النخبة، بالمقابل فقد حلت قناة الدوري والكأس القطرية كأول قناة عربية متابعة من دون باقة BEIN SPORT بالنظر إلى بث القناة لبرامج ومباريات الدوري الجزائري.
- تمثل الأخبار بمختلف برامجها إضافة إلى مباريات البطولات المحلية وكذا الأوروبية أكثر البرامج متابعة لدى النخبة الكروية الجزائرية إلى جانب مباريات المنتخب الوطني، وهي حصيلة تؤكد أهمية المعلومة التي تضعها النخبة دائما أعلى هرم اهتماماتها بمتابعتها للأخبار بصفة دائمة سواء تعلق الأمر بشريط الأخبار أو بنشرة الأخبار.
- يعتبر الحصول على آخر الأخبار الكروية والجودة والاحترافية في البث والتقديم إضافة إلى الثقة فيما تقدمه القنوات الرياضية أهم دوافع النخبة في متابعة تلك القنوات وانتقاء

- قناة على حساب الأخرى، ما يترجم دور التكنولوجيا في ترجيح كفة المؤسسات الإعلامية الكبرى المستثمرة في هذا المجال على حساب المؤسسات الناشئة ومحدودة الدخل.
- من بين الآثار المعرفية المترتبة عن متابعة النخبة للقنوات الرياضية تعزيز البعد المعرفي وزيادة معلوماتهم ومعارفهم حول آخر الأخبار الكروية، وأيضا تصحيح الآراء المغلوطة مقابل تكوين آراء جديدة، وتحسين المستوى المعرفي التكتيكي بالنسبة للمدربين من خلال البرامج الكروية التي تقدم في قوالب التحليلية.
- من بين الآثار الوجدانية الناتجة للنخبة من هذا الاعتماد التنفيس عن المشاعر والشعور بالفرح والارتياح تجاه كل الأخبار الإيجابية المتعلقة بهم وبنوادهم والاعتزاز والفخر بالمنتخب الوطني وانجازاته، بالمقابل الشعور بعدم الرضا والقلق تجاه الأخبار والقضايا السلبية كمظاهر العنف والفساد الكروي وحتى فارق المستوى مقارنة بالبطولات الأوروبية.
- من بين الآثار السلوكية الناتجة عن متابعة النخبة للقنوات الرياضية مشاركة أنديةهم والمنتخب أوقات الفوز والهزيمة والخروج حتى للاحتفال بانجازات المنتخب، ويمتد أيضا ليصل إلى حياتهم عبر الفضاء الإلكتروني والتفاعل هناك، إضافة إلى اكتساب سلوكيات ومهارات جديدة تسهل لأغلبهم اندماجهم ومحيطهم الرياضي داخل إطار التنشيط والاستفادة والتعلم خاصة في الحياة العملية كخلاصة لتلك الآثار المعرفية والوجدانية.
- **الاقتراحات:**
- ومن خلال ما تناولناه سابقا نقدّم بعض الاقتراحات أو التوصيات تمثلت فيما يلي:
- الاهتمام ببحوث الإعلام المرئي الرياضي في الجزائر بالنظر لحدثة التجربة الجزائرية.
- ضرورة اهتمام باحثين آخرين بموضوع البحث أو أحد جوانبه من أجل تعزيز وتغذية البحوث الجزائرية والدراسات الخاصة بالإعلام المرئي الرياضي بصفة خاصة.
- ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية الجزائرية بالتوجه والاستثمار في مجال الإعلام الرياضي المرئي، نظرا إلى كثافة وحجم الجماهير الرياضية بصفة عامة وجماهير كرة القدم بصفة خاصة، وأيضا لتطوير هذا المجال في حد ذاته من الناحيتين الفنية والتقنية.

#### 4- قائمة المصادر والمراجع .

##### الكتب:

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط9، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1999
2. الشريف سمير، الفضائيات العربية -رؤية نقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004
3. خير الدين عويس وعبد الرحيم عطا حسن، الاعلام الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ، 1988
4. سعد الحاج بن جخدل، العينة والمعاينة، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014
5. عامر إبراهيم قنديلجي وآخرون، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الانترنت، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، 2000
6. عماد حسن مكاوي وحسين السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 1988
7. فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2004
8. فيروز زارقة وآخرون، سلسلة البحوث الاجتماعية في منهجية البحث الاجتماعي، مكتبة إقرأ، الجزائر، 2007
9. محمد سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2006
10. محمد شفيق، البحث الاجتماعي الأسس والخطوات المنهجية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2003
11. معتوق فريدريك، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديمية أنترناشيونال، بيروت، 1998
12. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012

##### المذكرات:

13. أحمد حسين عبيدات، إعتقاد الرياضيين ذوي الإعاقة على وسائل الاعلام الأردنية الحكومية كمصدر للمعلومات الرياضية- دراسة مسحية، رسالة ماجستير في الإذاعة والتلفزيون، جامعة اليرموك، الأردن، 2017 .

##### المقالات:

14. صفاء جوادى، المعوقات المؤسسية والميدانية التي تواجه المرأة الاعلامية أثناء تغطية الأحداث الرياضية، مجلة الابداع الرياضي ، المجلد 11، العدد01، 2020.

15. محمد جلال مرين و أحمد بوسكرة، دور الإعلام الرياضي في تغطية المنافسات والأحداث الرياضية - دراسة ميدانية، مجلة الإبداع الرياضي ، المجلد 10، العدد 02 مكرر، 2019
  16. نورالدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة - قراءة نقدية، مجلة علوم الانسان والمجتمع ، المجلد3 العدد 12، 2014
  17. محمد أمين رحمون، عقبة سالي و أنيسة بوعصيدة، تأثير برنامج تدريبي مقترح بالألعاب المصغرة على تنمية تركيز الانتباه لدى لاعبي كرة القدم، مجلة الابداع الرياضي ، المجلد 12، العدد 02، 2021.
  18. يوسف ذيب و الجمعي حجام، الشباب الجزائري والإعلام الرياضي عبر السوشيل ميديا - دراسة في آثار صفحات الفايسبوك على عينة من مستخدميها، مجلة الابداع الرياضي ، المجلد 11 العدد 05، 2020
  19. خالد محمد الزيود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 21 ، العدد 04، 2013
  20. أمال موساوي، دور الدعاية والإعلان في تنمية الموارد المالية لنادي رياضي محترف لكرة القدم بالجزائر- دراسة ميدانية على بعض أندية كرة اقدم للرابطة الأولى، مجلة الابداع الرياضي ، المجلد 12، العدد 01 مكرر، 2021.
- مواقع الانترنت:

21. www.oxfordlearnesdictionaries.com. (n.d).