

استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لقنوات بي إن الرياضية واشباعاتهم

The use of bein sports channels by students of science and technology of physical and sports activities and their gratifications

ناحي بولهار¹ ، كمال عيسات²

1 جامعة جيجل (الجزائر) ، boulemharnadji@univ-jijel.dz

2 جامعة جيجل (الجزائر) ، kamel.aissat@univ-jijel.dz

تاريخ النشر: 2022/03/31

تاريخ القبول: 2022/03/26

تاريخ الاستلام: 2021/06/10

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دوافع طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لقنوات بي إن الرياضية والإشباع المحققة لديهم، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استمارة إستبيان إلكترونية، وتوزيعها على عينة تطوعية مكونة من 84 مفردة من الطلبة الذين لديهم استعداد للمشاركة في الدراسة، وشملت الدراسة أقسام علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في أربع جامعات جزائرية، وهي: جامعة جيجل، جامعة سطيف2، جامعة قسنطينة2 وجامعة باتنة2. توصلت الدراسة إلى أن جمهور طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، ويستخدم قنوات بي إن الرياضية من أجل تحقيق أهداف معينة خاصة به، حيث يمكنه تحديد دوافع تعرضه لهذه القنوات، ولديه القدرة على تحديد أهدافه وحاجاته، وهو المسؤول على اختيار الوسيلة أو المضمون الذي يلبي حاجاته؛ وأن قنوات بي إن الرياضية تتنافس مع القنوات الأخرى، الاتصال الشخصي مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة لإشباع حاجات الطلبة المتعددة والمتنوعة. كلمات مفتاحية: استخدام، إشباع، طلبة ع ن ب ر، قنوات بي إن الرياضية، إعلام رياضي.

ABSTRACT:

This study aimed to reveal the motivations of science and technology of physical and sports activities' students for BEIN sports channels, and the gratifications they have achieved by using a descriptive analytical approach, through the design of an online questionnaire form, that is distributed to a voluntary sample consist of 84 students; those who were willing to participate in the study, so the study took place in four Algerian universities, namely as follow : Jijel University, Setif University 2, Constantine University 2 and Batna University 2.

The study has concluded that the students of science and technology of physical and sports activities are an active, positive and effective audience, they use bein sports channels in order to achieve their own specific goals, where they can determine the motives for their exposure to these channels, and they have the ability to define their own goals and needs, they are responsible for choosing the medium or content that meets their needs, And bein sports channels compete with other channels, as well as personal contact with family, friends and classmates to satisfy the many and varied needs of students.

Keywords: usage, gratification, staps students, BEIN sports channels, sports media.

- المؤلف المرسل: ناحي بولهار

doi: 10.34118/ssj.v16i1.1968

<http://journals.lagh-univ.dz/index.php/ssj/article/view/1968>

ISSN: 1112 - 6752

رقم الإيداع القانوني: 66 - 2006

ISSN: 2602 - 6090

1- مقدمة:

مثل ظهور البث الفضائي مرحلة حاسمة في تطور التلفزيون وخدماته وبرامجه، فمن المؤكد أن اختراع الأقمار الاصطناعية قد غير شكل الاتصال الإنساني تغييرًا جوهريًا، فبعد أن كانت وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية مركزية تقدم نموذج اتصال شاقولي يقوم على نقل المعلومات من مصدر واحد إلى عدد كبير من المتلقين، أصبحت تتسم باللامركزية وتتيح نموذج آخر من الاتصال يقوم على نقل المعلومات من عدد كبير من المصادر إلى متلقي واحد أو عدد قليل من المتلقين، ومثال ذلك العدد الهائل من القنوات التلفزيونية الواقعة تحت رحمة كبسة زر من جهاز التحكم عن بعد بين يدي المتلقي الذي لديه الحرية الكاملة في اختيار ما يناسبه من قنوات وما يفضله من برامج.

تحاول القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الاصطناعية إلى الوصول إلى قاعدة عريضة من الجماهير المختلفة، حيث لا تكتفي بجمهورها في البلد الذي تتواجد فيه، بل تسعى جاهدة إلى استقطاب جمهور من بلدان أخرى، وتتنافس فيما بينها لتحقيق أعلى نسبة مشاهدة، هذا التنافس أدّى إلى التنوع في البرامج والمضامين، أو التخصص في نوع برامجي واحد، حيث ظهرت القنوات الإخبارية، القنوات الغنائية، القنوات التعليمية... القنوات الرياضية... هذا التخصص صاحبه ظهور فئات جديدة من الجمهور، إذ أصبح لكل قناة جمهورها الخاص، ولكل برنامج جمهوره الخاص، حيث لا يمكن بأي شكل من الأشكال تجاهل ثقل القنوات المتخصصة وثقل جمهورها الخاص في سيرورة العملية الإعلامية، وصار لا بُدَّ من وضعها تحت مجهر الدِّراسة بُغية فهم وتفسير عملية الاتصال الجماهيري التي تتمُّ على مستواها، ويتأتَّى ذلك من خلال دراسة علاقة هذه القنوات بجمهورها.

تلعب وسائل الاعلام دور كبير في التعريف بمختلف الرياضات، ويُعتبر التلفزيون أهم هذه الوسائل كونه ينقل الحدث الرياضي صوتا وصورة وعلى المباشر في كثير من الأحيان، وأصبحت البرامج الرياضية من البرامج الأساسية لأي قناة تلفزيونية، حيث أن هذه البرامج تستقطب عدد كبير من المشاهدين، وتقريبا كل القنوات تخصص ركن أو حصة أو جزء من أخبارها للرياضة، ناهيك عن بعض القنوات ذات الطابع الرياضي المحض على شاكلة قنوات بي إن الرياضية.

2- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يُحاول الباحثان في هذا الطَّرح تقديم صورة وصفية عن استخدام طلبة أقسام علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في الجزائر لقنوات بي إن الرياضية والإشباع التي يُحقِّقونها من خلال هذا الاستخدام؛ وتمَّ اختيار هذه الفئة من الجمهور كونها متخصصة في المجال، وتمثل مشروع مدرب أو مدرس أو باحث أكاديمي في مجال الرياضة والتربية البدنية، وهي بحاجة إلى إعلام متخصص يزودها بالمعلومات المناسبة لتخصصها ويساعدها في تنمية قدراتها المعرفية وكذا التعرف على آخر المستجدات في عالم الرياضة وأساليب التدريب؛ وتتجلى العلاقة بين الاستخدام والإشباع في كون كلِّ طالب مسجل في قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لديه مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تُؤلِّد عنده حاجات مُعيَّنة، ومن خلال خبرته يبدأ في رسم توقُّعاته حول تلبية قنوات بي إن الرياضية لهذه الحاجات مقارنة بوسائل ومصادر أخرى؛ يترتَّب عن ذلك اتِّخاذ قرار الاختيار بين هذه القنوات أو مصادر أخرى، ونتيجةً للتعرُّض يتمُّ إشباع بعض الحاجات، كما يُمكن لهذا التعرُّض في نفس الوقت أن يؤدي إلى نشوء أو بروز حاجات أو توقُّعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية؛ وهكذا تُكوِّن دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرُّض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها. وحتى لا يحيد الباحثان عن الأهداف المسطَّرة، تمَّ الاستناد إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات واعتماده كبوصلة فكرية توجيهها في معالجة هذا الموضوع، كون هذا المدخل هو ثمرة لدراسات مستفيضة، يقدِّم للباحثان رؤية منهجية، ويزوِّدهما بالمصطلحات والتعريفات والافتراضات المترابطة ببعضها البعض، ويساعدهما

في ترجمة العلاقة بين المتغيرات، من خلال سعيهما للتعرف على أهم السمات التي تميز جمهور طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المستخدم لقنوات بي إن الرياضية ودوافع تعرّضه لهذه القنوات.

بغية معالجة هذا الموضوع انطلق الباحثان من التساؤل المحوري الآتي:

ما هي دوافع واشباكات استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية لقنوات بي إن الرياضية؟

تندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي أهم السمات التي تميز جمهور الطلبة المستخدم لقنوات بي إن الرياضية؟
- ما هي دوافع وأهداف استخدام جمهور الطلبة لقنوات بي إن الرياضية؟
- هل قنوات بي إن الرياضية قادرة على إشباع حاجات الطلبة المتعددة والمتنوعة في ظل منافسة مصادر أخرى؟

3- أهداف الدراسة:

- الكشف عن كيفية استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية لقنوات بي إن الرياضية، وذلك بالنظر إليهم على أنهم جمهور نشيط، يستطيعون اختيار الوسيلة والمضمون المناسبين لإشباع رغباتهم وحاجاتهم.
- دراسة استخدام جمهور الطلبة لقنوات بي إن الرياضية، وتصنيف استخدامهم في فئات تحدد شدته وكثافته.
- شرح دوافع استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية للإعلام الرياضي من خلال قنوات بي إن الرياضية، وما يحدث من تفاعل نتيجة هذا التعرض، أي السعي إلى إيجاد العلاقة بين رغبات الجمهور وتأثير وسائل الاعلام، ومن ثم التعرف على رغبات الجمهور التي يتم تلبيتها عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام.
- التعرف على الإشباع الذي تحققه قنوات بي إن الرياضية للطلبة الذين يتعرّضون إليها من خلال مجموعة من الوظائف التي ينتظر ويتوقع من هذه الوسائل أن تقوم بها.
- فهم عملية الاتصال الجماهيري بين قنوات بي إن الرياضية مع جمهور متخصص في الرياضة من خلال التأكيد على نتائج استخدام هذه القنوات من طرف جمهور الطلبة.

4- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها العلمية (النظرية) كونها تنفرد بموضوع استخدام جمهور خاص لنوع متخصص من الإعلام، حيث يمكن اعتبارها إسهاما علميا إضافيا في مجال الاعلام الرياضي، فبعد استقراء الأرشيف البحثي في الجزائر، لاحظ الباحثان شح في الدراسات على مستوى الجامعات الجزائرية التي تتناول علاقة القنوات المتخصصة في الرياضة بجمهورها من ذوي التخصص، حيث جاءت هذه الدراسة للوقوف على موضوع استخدام طلبة أقسام علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للبرامج الرياضية التي تبث على قنوات بي إن الرياضية؛ وضرورة التعرف على حاجات جمهور طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وتوقعاتهم من قنوات بي إن الرياضية، وتوفير معلومات وبيانات علمية ومقترحات قد يعتمد عليها القائمون بالاتصال في هذه القنوات لإنتاج مواد ومحتويات تكون في مستوى تطلعات هذه الفئة من الجمهور، ويطمح الباحثان من خلال هذه الدراسة فتح المجال أمام باحثين آخرين للاستثمار في هذا الموضوع.

تستمد الدراسة أهميتها العملية من دور وسائل الإعلام ومضامينها باعتبار أن كل وسيلة لها خصائصها ومميزات تجعلها من المستحيل الاستغناء عنها من طرف الجمهور المتعرّض لها في حياته اليومية، فما بالك إذا كان هذا الجمهور متخصص وهو بحاجة إلى إعلام متخصص يساهم في تكوينه المعرفي والعملية، حيث يتوجه إلى وسائل معينة لتحقيق ذلك؛ وتستمد أهميتها أيضا من حاجة

طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية إلى إعلام متخصص في الرياضة والنشاطات البدنية يساهم في مساهمهم الأكاديمي ويفيدهم في مشاورها المهني.

5- مفاهيم الدراسة:

الاستخدام: لغة مأخوذ من استخدم الرجل غيره، استخدمه استخدامًا فهو مستخدم والآخر مستخدم، أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه، واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه (نور الدين، 2005، صفحة 102). أما في اللغة الفرنسية فقد ورد في قاموس لاروس مصطلح Usage بمعنى النشاط أو العمل، استعمال شيء بطريقة، استعمال آلة (Larousse، 2001، p. 439)؛ واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه (نور الدين، 2005، صفحة 102). والاستخدام في الاصطلاح هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفعل التكرار والقدم، فعندما يصبح الاستعمال متكررًا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يُمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام (Le Coadic، 2004، p. 56)؛ ومفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته (بوخنوفة، 2007، صفحة 36).

الإشباع: جاء في المعجم العربي الأساسي: أشبع يُشبع إشباعًا، أشبع الشيء: بالغ فيه، أشبع الطفل ضربًا: بالغ في ضربه، أشبع نهمه العلمي: أكثر من البحث والقراءة، أشبع الشيء: وفاه (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1989، صفحة 426). والإشباع في الاصطلاح هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما وتدلُّ الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يُوصفون بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بُغية الحصول على نتائج خاصة يُطلق عليها "الإشباع" ويُشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المرتبطة بالحاجة (عبد المجيد، 2010، صفحة 302)، فإشباع مشاهدة التلفزيون مثلا يرتبط أيضا بمدى ما تحقَّقه هذه المشاهدة من حاجات يستهدفها المشاهد، فيتحقَّق لديه الرضا والإشباع، فيقبل على المشاهدة إذا جاءت برامج التلفزيون ومحتواها ملبِّية لتلك الدوافع والحاجات، أو يتجنَّب المشاهدة إذا لم تُرض بشكل أو بآخر دافعًا لديه أو حاجة من حاجاته التي يستهدف إشباعها (عقبى، 2003، صفحة 87).

يُقصد بالاستخدام والإشباع في هذه الدراسة هو أنَّ الجمهور الجزائري المقيم في فرنسا هو جمهور نشيط يستخدم وسائل الإعلام الجزائرية بوعي وإدراك ويختار الوسائل أو المضامين المناسبة لإشباع رغباته وحاجاته. ويُمكن تصنيف إشباع وسائل الإعلام إلى إشباعات تنتج عن تعرُّض الجمهور للمحتوى، وإشباعات تتحقَّق نتيجة اختيار وسيلة معينة.

الدافع: يُشار إلى مفهوم الدافع في اللغة الإنجليزية بكلمة Motivate ومعناها "يُحرِّك" فالدافع عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات، أي كلمة دافع مأخوذة من الفعل الثلاثي (دفع) أي حرَّك الشيء من مكانه إلى مكان آخر وفي اتجاه معين (بن يونس، 2007، صفحة 14). والدافع في الاصطلاح هو "مثير داخلي يُحرِّك سلوك الفرد ويوجِّهه للوصول إلى هدف معين، ويُعرَّف بأنه القوة التي تدفع الفرد لأن يقوم بسلوك من أجل إشباع وتحقيق حاجة أو هدف ويُعتبر الدافع شكلا من أشكال الإستثارة الملحة التي تخلق نوعا من النشاط أو الفعالية" (حجاب، 2004، صفحة 246). والدوافع بعضها فطري مرتبط ارتباطًا مباشرًا بالحاجات الأساسية من طعام وماء وهواء وبعضها مكتسب أو متعلَّم كالخوف والتدخين وإدمان الكحول أو المخدرات ومن الدوافع التي يُكثر علماء النفس من الإشارة إليها الفضول وحُب الاستكشاف والأمومة والدافع الجنسي والنوم واجتناب الألم (بن صالح، 2016، صفحة 43). والدافع في هذه الدراسة هو كل ما يُحرِّك جمهور الجالية الجزائرية في فرنسا ويجعله يُقدِّم على استخدام وسائل الإعلام الجزائرية.

تخصص علوم وتقنيات النشاطات البدنية: هو أحد فروع العلوم الإنسانية والاجتماعية، متعلق بالنشاطات البدنية والرياضية، ذو طابع أكاديمي، ويضم التخصص العديد من المواد العلمية ذات الصلة بالرياضة والحركة، ويتم فيه تكوين مربين رياضيين (أساتذة التربية البدنية والرياضية في مختلف الأطوار التعليمية) ومدربين رياضيين ومحضرين بدنيين، ومحضرين ذهنيين، ومديري ومسيري مختلف المنشآت الرياضية.

قنوات بي إن الرياضية: (bein): هي كلمة مركبة من كلمتين: be in وتعني في اللغة العربية أن يكون في. و (Sports) وتعني الرياضة، وعند جمع الكلمتين تصبح كن في الرياضة، أي أن تعيش وتكون في الحدث الرياضي وقت وقوعه؛ وإجراءيا يشير إلى شبكة رياضية تضم مجموعة من القنوات المتعددة والمتنوعة، تغطي مختلف المناطق عبر العالم، تأسست عام 2003 وكانت تسمى الجزيرة الرياضية، وفي عام 2014 أصبحت تسمى بي إن الرياضية، ويرأسها حاليا رجل الأعمال القطري ناصر الخليفي.

6- الدراسات السابقة والمشابهة الدراسات السابقة والمشابهة:

تعددت الدراسات التي تناولت موضوع علاقة فئة معينة من الجمهور بوسائل الإعلام، حيث استفاد الباحثان في محاولة معالجتهم لموضوع استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية لقنوات بي إن الرياضية والإشباع المحققة من جهود مجموعة من الباحثين الذين سبقوهم، لإكمال ما بدأوه، أو لتغطية جوانب تستحق الدراسة لم يتم التطرق لها، حيث هدف (هيزوم و مجادي، 2018، الصفحات 31-42) إلى التعرف على اتجاهات جمهور خاص يتمثل في طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو إعلام متخصص يتمثل في البرامج الرياضية في قنوات بي إن الرياضية، وكذا اتجاهاتهم نحو الشخصيات المستضافة؛ واعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج الوصفي، مستعينين في ذلك على استمارة الاستبيان، تم توزيعها على عينة قوامها 100 مفردة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة عمار ثلجي بالأغواط؛ وأهم ما توصل إليه الباحثان هو أن قنوات بي إن الرياضية لها دور كبير في تكوين اتجاهات مشاهديها ومتابعيها، من خلال مختلف وسائلها من حصصها وبرامجها وضيوفها، التي تؤدي دور هام في بث رسائل وأهداف هذه القنوات، كما استنتج الباحثان أن طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لديهم اتجاهات إيجابية نحو قنوات بي إن الرياضية. وفي دراسة أخرى تناولت موضوع أثر القنوات التلفزيونية المتخصصة في الرياضة على سلوك المشاهد الرياضي، هدف (بن يحي و بودي، 2018، الصفحات 272-284) إلى الوقوف على كيفية وحجم استخدام عينة الدراسة لقنوات بي إن الرياضية، وأيضا الدور الذي تلعبه هذه القنوات الفضائية الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لديهم، والتعرف على الإشباع المحققة من هذه المتابعة، واعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، حيث قاما بإجراء مقابلة شفوية مع عينة قصدية مكونة من 100 مفردة من الطلبة الذكور المسجلين في كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية بجامعة طاهري محمد بشار، وأهم ما توصل إليه الباحثان هو أن القنوات الفضائية الرياضية تقوم بتزويد المشاهد بثقافة رياضية، كما بينت الدراسة أن المبحوثين يفضلون المتابعة المسائية لمتابعة قنوات بي إن سبورت لوجود وقت فراغ بالنسبة للطلاب، ثم أن أغلب مباريات كرة القدم تقام مساء في مختلف الدوريات. وعن الطريقة المفضلة في متابعة البرامج كانت بمعية الأصدقاء، لما تضيفه هذه الطريقة من حماس وتشويق. وقد حاول (عبد الفتاح، 2008) التعرف على دوافع استخدام فئة خاصة من الجمهور وهي طلاب أقسام اللغة الإنجليزية بالجامعات المصرية لإعلام متخصص يتمثل في المواد التلفزيونية المقدمة باللغة الإنجليزية، والإشباع التي تحققها لهم، وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، كما استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأجريت على عينة عشوائية طبقية قوامها (320) مفردة من طلبة أقسام اللغة الإنجليزية بكليات الألسن، والآداب، والتربية بجامعة عين شمس، ما بين (18-21 عاما). وأهم ما توصل إليه الباحث هو أن جميع مفردات العينة يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بنسبة (100٪)، في حين

يتعرض (790.32) منهم لمشاهدة المواد التليفزيونية المقدمة باللغة الإنجليزية من خلال "القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية"، وجاءت "قناة" MBC Action في مقدمة القنوات التي يفضلون مشاهدة تلك المواد من خلالها وذلك بنسبة (784.08٪)، تلاها "قناة Fox movies" ثم "باقة قنوات" ART، وأن "الأفلام الأجنبية باللغة الإنجليزية" جاءت في مقدمة تلك المواد، تلاها المنوعات الأجنبية باللغة الإنجليزية، ثم المسلسلات الأجنبية باللغة الإنجليزية.

7- نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، في المستوى التصويري من الوصف، حيث يسعى الباحثان إلى التعرف على استخدام جمهور طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لقنوات بي إن الرياضية والاشباعات المحققة، محاولان بذلك تقديم صورة عن استخدام هذا الجمهور المتخصص لهذه القنوات المتخصصة وما تحقّقه له من إشباعات، ولتحقيق هذه الغاية، اعتمد الباحثان على مدخل الاستخدامات والإشباعات، وكان بمثابة دليل توجيهي استرشد به الباحثان لتحديد أهداف الدراسة وصياغة فرضياتها.

8- المنهج المستخدم:

استخدم الباحثان المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي، وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، ويُعرف هذا المنهج عامّة على أنّه "الأسلوب الذي يعتمد على التحليل والتفسير بشكل علمي مُنظّم للوصول إلى أغراض مُحدّدة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية" (خالدي و قدي، 1996، صفحة 43)، حيث يهدف أسلوب المسح في الدراسات الإعلامية إلى وصف خصائص جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه الاتصالي نحو هذه الوسائل، ذلك أنّ هذا المنهج يستهدف تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الزاهن (بوحوش و محمود، 1995، صفحة 129).

9- أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحثان على أداة بحثية تجمع بين الكيف والكم (صحيفة استبيان إلكترونية)، تتألف من 4 محاور، كلّ محور يُحاول الإجابة على أحد تساؤلات الدراسة، وتتضمن 27 سؤال تتنوع بين الأسئلة المغلقة، الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة المفتوحة، وتمّ اختيار هذه الأداة لاقتناع الباحثين بقدرتها على تحصيل البيانات المراد جمعها، إذ يُعتبر الاستبيان "من أهمّ أدوات المنهج المسحي، وهو وسيلة من وسائل جمع البيانات عن طريق مجموعة أسئلة" (فرح و السالم، 1977، صفحة 150)؛ وتم توزيعها على عيّنة تطوعية من مجتمع الدراسة المتمثّل في طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في أربع جامعات جزائرية وهي: جامعة جيجل، جامعة سطيف2، جامعة قسنطينة2 وجامعة باتنة2. بعد الإعداد الأولي لصحيفة الاستبيان، قام الباحثان بالتأكّد من صدقها عن طريق التحكيم لمعرفة مدى صلاحية أسئلتها لقياس ما وُضعت لقياسه فعلا، ومدى وضوح فقراتها ومُفرداتها، حيث أن "صدق الأداة مفهوم واسع وله عدّة معاني، وأولى معاني الصّدق هو مدى نجاح الاختبار في قياس ما وُضع لقياسه، والمقياس الصّدق عادة ما يكون ثابتاً" (عوض، 1998، صفحة 59).

10- مجتمع الدراسة وعينته:

يُعرف مجتمع الدراسة بأنّه جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث (عدس، عبيدات، و عبد الحق، 2016، صفحة 109)؛ ويتمثّل مجتمع هذه الدراسة في كلّ طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المسجلين بيداغوجيا في السنة الجامعية 2021/2020 في الأطوار الثلاث (ليسانس، ماستر، دكتوراه) في جامعات: جيجل، سطيف2، قسنطينة2 وباتنة2. تتميز الدراسات الإعلامية أنّها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة، وهذا ما يجعل من الصّعوبة بمكان أو يحول دون التّعامل

مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها (عبد الحميد، 2000، صفحة 129). لذا لجأ الباحثان إلى أسلوب المعاينة، بإجراء الدراسة على عينة من مفردات هذا المجتمع، وتعدُّ العينة من أكثر الطرق شيوعاً في البحوث العلمية؛ كونها أيسر تطبيقاً وأقلَّ تكلفاً من دراسة المجتمع الأصلي، وتُعرف العينة بأنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها واستخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي" (عبيدات و آخرون، 1998، صفحة 74). واعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة التطوعية وذلك لمناسبتها لهذا الموضوع، حيث قام الباحثان بنشر صحيفة الاستبيان على صفحات أقسام علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية على الفايسبوك مع ارفاقها بتعليق يبين بأن الإجابة على أسئلة الاستمارة مسموحة لكل طالب لديه الرغبة في أن يكون جزء من الدراسة.

تمَّ اختيار عينة تطوعية قوامها (84) مُفردة من الطلبة الأعضاء في صفحات أقسام علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في الجامعات الأربع على الفايسبوك، ولديهم الرغبة والاستعداد للمشاركة في هذه الدراسة باعتبارهم مفردات عينة البحث، والتعامل مع صحيفة الاستبيان بجديّة وموضوعية.

11- الحدود المكانية والزمنية للدراسة:

المجال المكاني: أقسام ومعاهد علوم تقنيات النشاطات البدنية والرياضية في أربع جامعات في الشرق الجزائري، وهذه الجامعات هي: جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، جامعة محمد أمين دباغين سطيف2، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة2 وجامعة الشهيد مصطفى بن بولعيد باتنة2.

المجال الزمني: الفترة التي أنجزت فيها الدراسة هي شهر ماي 2021.

المجال البشري: طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المسجلين بيداغوجيا في السنة الجامعية 2021/2020 في الأطوار الثلاث (ليسانس، ماستر، دكتوراه).

12- الأساليب الإحصائية المعتمدة:

يسمح علم الإحصاء للباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية بتنظيم المعطيات ووصفها وصفاً دقيقاً، وهو يستخدم في ذلك تقنيات إحصائية مختلفة حسب مستويات القياس ومستويات التحليل المراد الوصول إليها. ويُعرف الإحصاء بأنه: "العلم الذي يهتم بجمع وتنظيم وتحليل القياسات المتميزة للظواهر المختلفة، قصد إبراز خصائصها ودراسة العلاقة بينها" (بوحفص، 2005، صفحة 10)، واعتمد الباحثان في هذه الدراسة على الأساليب الجداول الإحصائية (البسيطة والمركبة)، النسبة المئوية الوسط الحسابي (المتوسط، برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

13- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

1-13- التعريف بمفردات عينة الدراسة:

أجريت الدراسة الميدانية على عينة مكونة من 84 مفردة، 88,1% ذكور و11,9% إناث وهذا راجع إلى طبيعة التخصص كونه ذكوري أكثر منه أنثوي، يتوزعون في ثلاث فئات عمرية (7,1% من 18 إلى أقل من 21 سنة؛ 39,3% من 21 إلى أقل من 24 سنة، 53,6% منهم 24 سنة أكثر)، وجاء توزيعهم حسب متغير الطور الجامعي 39,5% ليسانس، 54,1% ماستر، 6,4% دكتوراه، والمفارقة أن عدد طلبة الماستر تجاوز عدد طلبة الليسانس، وهذا راجع في اعتقاد الباحثين إلى تراجع الطلب على هذا التخصص في السنوات الأخيرة بسبب شح مناصب التوظيف والتعليمية الوزارية التي صدرت في السنة الماضية بتسجيل كل طلبة الليسانس المتخرجين في الماستر؛ وحسب الصفة تبين أن 58,3% غير مقيم، و41,7% مقيم؛ وحسب مكان السكن صرح 65,5% من الباحثين أنهم يسكنون المدن في حين أن 34,5% يسكنون الأرياف إلا أن ذلك لم يمنع من استقبالهم لبرامج بي إن الرياضية حيث أن ظروف

العيش في الريف في السنوات الأخيرة لم تعد تختلف عن ظروف السكن في المدينة بسبب سياسات التنمية التي تتبعها الدولة، أما من حيث ملكيتهم للأجهزة والوسائل فقد صرح 97,6% من المبحوثين بأنهم يملكون هاتف ذكي وهذا راجع في اعتقاد الباحثين إلى سعره المناسب وضرورته بالنسبة للطلاب الجامعي، 77,4% منهم يملكون جهاز تلفزيون، 60,7% منهم يملكون حاسب آلي محمول، 23,8% منهم يملكون حاسب آلي مكتبي، و11,9% لاب توب/طابلات، وصرح 41,7% بأنهم مشتركون في النوادي ومنخرطون في الجمعيات الرياضية، ويرجع ذلك حسيهم إلى كونهم يعشقون الرياضة منذ الصغر، وكذا إثراء معارفهم المكتسبة في الجامعة واكتساب خبرة في ميدانية، وتنمية قدراتهم والحصول على شهادات أخرى تدعم وتكمل تخصصهم الجامعي؛ في حين صرح 58,3% بأنهم غير مشتركون في النوادي وغير منخرطون في الجمعيات الرياضية لانعدام الوقت أو أن ظروف العمل لا تسمح بذلك، أو بسبب عدم توفر نوادي جيدة أو الرياضات التي يحبونها في المناطق التي يعيشون فيها، وأرجع البعض سبب ذلك إلى قناعتهم الشخصية تحول دون الانخراط في هذه النوادي والجمعيات، أو إلى البيروقراطية التي ينتهجها مسؤولو النوادي والجمعيات.

السّمات التي تُميّز جمهور الطلبة المستخدم لقنوات بي إن الرياضية:

تبيّن من خلال قراءة وتحليل الجداول أن هناك اختلافا في عادات استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لقنوات بي إن الرياضية، حيث صرح 40,5% بأنهم يشاهدونها دائما، و46,4% يشاهدونها أحيانا، و13,1% يشاهدونها نادرا وهذا راجع في اعتقاد الباحثين لتنوع برامج هذه القنوات وارتباط المبحوثين ببرامج معينة؛ أمام أيام الاستخدام فتتراوح بين يوم واحد إلى سبعة أيام في الأسبوع حيث جاءت النسب: 45,2% حسب الظروف، 21,4% من ثلاثة أيام إلى أربعة أيام، 17,9% من يوم إلى يومين، وأخيرا 15,5% كل أيام الأسبوع؛ والحجم الساعي الأسبوعي بين أقل من 5 ساعات إلى أكثر من 15 ساعة، حيث جاءت النسب: 61,9% أقل من 5 ساعات، 26,2% من 5 إلى 10 ساعات، 10,7% من 10 إلى 15 ساعة، وأخيرا 1,2% أكثر من 15 ساعة أسبوعيا؛ أما من حيث عدد سنوات المشاهدة فصرح 69% من المبحوثين أنهم يشاهدون قنوات بي إن الرياضية منذ أكثر من خمس سنوات، و25% ما بين سنتين إلى خمس سنوات، في حين 6% حديثو الاستخدام أي منذ أقل من سنتين؛ وبالنسبة لوسيلة الاستخدام فصرح 86,9% من المبحوثين يشاهدون قنوات بي إن الرياضية على جهاز التلفزيون، و66,7% على شاشة الهاتف الذكي، و22,6% على شاشة الحاسب الآلي، و4,8% على شاشة اللوحة الرقمية، ويشاهد المبحوثون برامج قنوات بي إن الرياضية في المنزل 78,6%، في المقاهي الشعبية 69%، في نادي الإقامة الجامعية 25% وغرفة السكن في الحي الجامعي 10,7%؛ ويفضل المبحوثون مشاهدة مباريات كرة القدم 89,3% ونشرات الأخبار 59,5% والوثائقيات الرياضية 32,1% مقارنة بالبرامج الحوارية 14,3% والبرامج التفاعلية 7,1%؛ والرياضات التي المبحوثون يفضل مشاهدتها على قنوات بي إن الرياضية جاءت كرة القدم في المرتبة الأولى بنسبة 94%، كرة اليد 43,4%، التنس 36,1%، كرة السلة 30,1%، السباحة 22,9%، كرة الطائرة 21,7%، الفورمولا وان 7,2%.

دوافع وأهداف وحاجات تعرض جمهور الطلبة لقنوات بي إن الرياضية:

تبيّن من خلال قراءة وتحليل الجداول أن طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يرجعون دوافع تعرضهم لقنوات بي إن الرياضية إلى كونهم مولعون بالرياضة 81%، وإلى كونهم يدرسون هذا التخصص في الجامعة بنسبة 42,9% ولا بد لهم من إعلام رياضي يلائم تخصصهم، أو إلى كونهم ممارسين لأحدى الرياضات الجماعية أو الفردية 36,9% ويحاولون معرفة كل ما يتعلق بهذه الرياضة على المستويين العربي والعالمي؛ ويهدف المبحوثون من خلال استخدامهم لهذه القنوات إلى التعرف على الأخبار والأحداث الرياضية الجارية 79,8%، ومتابعة دوريات كرة القدم المحلية والعالمية 69%، وتنمية معارفهم وخبراتهم في مجال الرياضة والتربية البدنية 56%، ومتابعة رياضتهم المفضلة بنسبة 53,6%، ومتابعة نجومهم المفضلين في عالم الرياضة بنسبة

40,5%؛ وقد حدد المبحوثون الحاجات التي يريدون إشباعها من خلال تعرضهم لقنوات بي إن الرياضية في اكتساب ثقافة رياضية 73,8%، تنمية القدرات العلمية في التخصص 60,7%، التسلية والترفيه 51,2%، قضاء وقت الفراغ 32,1%، نسيان الهموم وأتعب الحياة 20,2%، إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين 9,5%؛ وقد صرح 65,5% من المبحوثين بأن لديهم استخدام مناسباتي لقنوات بي إن الرياضية، يكون في المواعيد الرياضية الهامة والحاسمة 82,5%، المنافسات القارية والعالمية 80,7% وأيام العطل الجامعية 15,8%؛ وصرح 91,7% من المبحوثين بأنهم وجدوا ضالتهم في هذه القنوات وأتاحت لهم المعلومات التي كانوا يرغبون في معرفتها.

قدرة قنوات بي إن الرياضية على إشباع حاجات جمهور الطلبة المتعددة والمتنوعة:

تبين من خلال قراءة وتحليل الجداول أن 65,5% من المبحوثين يتفاعلون مع قنوات بي إن الرياضية، ويكون تفاعلهم عبر منصات التواصل الاجتماعي التابعة للقنوات بنسبة 87,3%، أو من خلال المشاركة في سبر الآراء التي تجرّبه القنوات عبر موقعها الرسمي بنسبة 30,9%، أو الاتصال الهاتفي للمشاركة في الحصة التفاعلية التي تبث على قنوات بي إن الرياضية بنسبة 9,1%، وصرح المبحوثون بأن هذا التفاعل يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من جمهور هذه القنوات 78,3%، أو لتقديم مقترحاتهم حول مضامين هذه القنوات 30%، أو لتوجيه انتقاداتهم لهذه المضامين 23,3%؛ وأجاب 81,3% من المبحوثين بأنهم يناقشون مضامين هذه القنوات مع أصدقائهم بنسبة 89,9%، وزملاء التخصص بنسبة 58% وأفراد أسرهم بنسبة 27,5%، وصرح 53,6% من المبحوثين أن استخدامهم لقنوات بي إن الرياضية أثر على استخدامهم للقنوات الأخرى وقد وجدوا فيها البديل المناسب لإشباع نهمهم الرياضي، في حين لم يؤثر استخدامهم لهذه القنوات على تواصلهم مع الأهل، الاصدقاء وزملاء الدراسة، وفي سؤال المبحوثين عن إمكانية استغنائهم على قنوات بي إن الرياضية أجاب 57,1% بأنه لا يمكنهم الإستغناء عن استخدام هذه القنوات.

14- استنتاجات الدراسة:

- يتميز جمهور طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المستخدم لقنوات بي إن الرياضية بأنه جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، واستخدامه لهذه القنوات هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
- طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية قادرين على تحديد أهداف استخدامهم لقنوات بي إن الرياضية وحاجاتهم، وكذلك دوافع تعرّضهم لها، ومن ثمّ هم قادرين على اختيار المضامين التي تلبي حاجاتهم.
- طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية يمتلكون المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاتهم واختيارهم لقنوات بي إن الرياضية أو مضامين هذه القنوات التي يرون بأنها تُشبع حاجاتهم.
- يُحدّد طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجاتهم واستخدامهم لقنوات بي إن الرياضية أو لمضامينها، لأنّ نفس القنوات قد تُستخدم بطرق مختلفة وتكون لها نتائج مختلفة، ونفس المضمون قد يُستخدم بطرق مختلفة وتكون له نتائج مختلفة.
- تتنافس قنوات بي إن الرياضية مع مصادر أخرى (القنوات الأخرى، الاتصال الشخصي مع الأهل، الاصدقاء وزملاء الدراسة) لإشباع حاجات طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية المتعدّدة والمتنوّعة.

15- خاتمة:

ركزت هذه الدراسة اهتمامها على استخدام طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للإعلام الرياضي (قنوات بي إن الرياضية أنموذجاً)، وبيّنت أن هذه الفئة من الجمهور هي فئة نشيطة تتسم بالإيجابية والفاعلية، واستخدامها لهذه القنوات ليس عشوائي، بل هي تسعى من وراءه لتحقيق أهداف معينة، واستخدامها للإعلام الرياضي ما هو إلا استجابة لدوافع خاصة بها،

وهي تمتلك القدرة على تحديد حاجاتها، ما يجعلها تختار هذه القنوات أو أحد مضامينها كونه يلبي حاجاتها؛ وبينت أيضا أن هناك مصادر أخرى تنافس قنوات بي إن الرياضية في جذب واستقطاب طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، حيث أن الطلبة قد يلجؤون إلى قنوات الأخرى أو إلى التواصل مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة لإشباع حاجاتهم الإعلامية. يوصي الباحثان بضرورة الاهتمام بهذه الفئة من الجمهور والمتمثلة في الطلبة المتخصصون في الرياضة والتربية البدنية، والذين يمثلون مشروع مدربين، محضرين بدنيين أو أساتذة في التربية البدنية، حيث لا يمكن لأحد أن ينفي دورهم في المجتمع، إذ لا بد لهم من برامج تساهم في تكوينهم وتزويد من ثقافتهم الرياضية وتكسيهم خبرات جديدة في مجال تخصصهم، ويكون ذلك بإنشاء قنوات رياضية جزائرية في مستوى تطلعاتهم، تزودهم بالمعلومات والمعارف، وتقدم لهم مختلف الخدمات الإعلامية، وتكون قادرة على منافسة القنوات العربية والأجنبية المكلفة في كثير من الأحيان، ويجب على القنوات التلفزيونية أن تدرك أهمية البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية في تطوير عملها وتحسين برامجها والارتقاء بأدائها بما يلبي رغبات المشاهدين وطموحاتهم، كما تمكنها هذه البحوث من معرفة ردود فعل الجمهور، آرائهم واتجاهاتهم إزاء ما تقدمه من مواد.

الملاحق

رابط الاستبيان على google drive : <https://forms.gle/EDgQBb7rcLEGP4m19>

الملحق رقم 02: شعار قنوات بي إن الرياضية

الملحق رقم 01: الاستبيان الإلكتروني

bein
SPORTS

المحور الثاني: السمات التي تميز جمهور الطلبة المستخدم لقنوات بي إن الرياضية.

ما هي عادات مشاهدتك لقنوات بي إن الرياضية؟ *

دائما

أحيانا

نادرا

كم عدد أيام الأسبوع التي تشاهد فيها قنوات بي إن الرياضية؟ *

كل أيام الأسبوع

من ثلاثة إلى أربعة أيام

من يوم إلى يومين

حسب الظروف

المحور الأول: بيانات شخصية

* الجنس /

ذكر

انثى

*Obligatoire

- قائمة المراجع:

- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. (1989). المعجم العربي الأساسي. لاروس.
- الهادي خالدي، و عبد الحميد قدي. (1996). المرشد المفيد في المنهجية تقنيات البحث العلمي. الجزائر، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر.
- توفيق فرح ، و فيصل السالم. (1977). مقدمة في طرق البحث في العلوم الاجتماعية. الكويت: معهد الأبحاث العلمية.
- ذوقان عبيدات، و آخرون. (1998). البحث العلمي مفهومه، أدواته وأساليبه. عمان، الأردن: دار الفكر للطباعة والنشر.
- عباس محمود عوض. (1998). القياس النفسي بين النظري والتطبيقي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عبد الرحمان عدس، ذوقان عبيدات، و كايد عبد الحق. (2016). البحث العلمي: مفهومه أدواته وأساليبه. عمان: دار مجدلاوي للنشر.
- عبد الكريم بوحفص. (2005). الاحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والانسانية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عبد الوهاب بوخنوفة. (2007). المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال دكتوراه غير منشورة (الإصدار دكتوراه غير منشورة). الجزائر: جامعة الجزائر.
- عصام نور الدين. (2005). معجم نور الدين الوسيط: عربي-عربي. بيروت: دار الكتب العلمية.
- عمار بوحوش، و محمد محمود. (1995). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- محمد بن يحي، و عبد القادر بودي. (2018). أثر القنوات التلفزيونية الرياضية على سلوك المشاهد الرياضي دراسة حالة قناة بين سيورت (beIN SPORT) القطرية، مجلة العلوم والتكنولوجيا للنشاطات لبدنية والرياضية (المجلد 15). مجلة العلوم والتكنولوجيا للنشاطات لبدنية والرياضية.
- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار 1). القاهرة: عالم الكتب.
- محمد محمود بن يونس. (2007). سيكولوجيا الدافعية والانفعالات. عمان، الأردن: دار المسيرة.
- محمد منير حجاب. (2004). المعجم الإعلامي (الإصدار 1). القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمد هيزوم، و مصطفى مجادي. (2018). اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالأغواط نحو برامج الإعلام المرئي "شبكة beIN SPORT نموذجاً" (المجلد 2). مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية.
- ناصر عبد الفتاح. (2008). استخدامات طلاب أقسام اللغة الإنجليزية بالجامعات المصرية للمواد التليفزيونية المقدمة باللغة الأجنبية والإشباع التي تحققها لهم. مصر: كلية التربية النوعية.
- نجاة بن صالح. (2016). استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي (الإصدار أطروحة دكتوراه غير منشورة). الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنولوجيا.
- نصيرة عقبي. (2003). جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات والإشباع، دراسة مسحية على عينة من الأسر الجزائرية (الإصدار ماجستير). الجزائر، الجزائر: جامعة الجزائر.
- همت حسن عبد المجيد. (2010). دراسات في نظريات الإعلام (الإصدار 1، المجلد 1). القاهرة، مصر: العربية للنشر والتوزيع.
- Larousse. (2001). Dictionnaire de français, ,, France, P 439. (éd. 1 ed). Paris, France: Larousse Bordas.
- Le Coadic, Y. (2004). Usage Et Usagers De L'information. Paris, France: ADDBS.