

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال نيل متطلبات شهادة ماستر اكااديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: اتصال جماهيري و وسائل جديدة

مقدمة من طرف:

صابر فيصل

ريغي بهاء الدين

الموضوع:

استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت و الاشباكات المحققة منها
دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

لجنة المناقشة مكونة من السادة :

(أستاذ، جامعة ورقلة) رئيسا

(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة) مشرفا و مقررا

(أستاذ محاضر "أ"، جامعة ورقلة) مناقشا

د/ قانة مسعود

أ / بوكرموش عيسى

د/ حفيان عبد الوهاب

السنة الجامعية: 2023-2024

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال نيل متطلبات شهادة ماستر اكايمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام و الاتصال

التخصص: اتصال جماهيري و وسائط جديدة

مقدمة من طرف:

صابر فيصل

ريغي بهاء الدين

الموضوع:

استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت و الاشباكات المحققة منها
دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

لجنة المناقشة مكونة من السادة :

(أستاذ، جامعة ورقلة) رئيسا

(أستاذ محاضر أ، جامعة ورقلة) مشرفا و مقررا

(أستاذ محاضر "أ"،جامعة ورقلة) مناقشا

د/ قانة مسعود

أ/ بوكرموش عيسى

د/ حفيان عبد الوهاب

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين وصل اللهم وبارك على سيد أجمعين إلى يوم الدين أما
بعد :

فإني أهدي ثمرة هذا النجاح إلى كل من مهد لي طريق العلم وأعطى فأجزل بالعطاء إلى من
أحمل اسمه بكل فخر " أبي العزيز " حفظه الله ورعاه إلى من كان دعائها سر نجاحي
وبوجودها عرفت معنى الحياة إلى رمز الحب والحنان " أمي الحبيبة " إلى ملاذي قوتي
وسندي بعد الله أخوتي واخواني الذين لم تدهم أمي ورفاق درب الحياة حلوها ومرها ورمز
الايثار والوفاء أصدقائي وفقهم الله وإلى كل من أحبني بصدق فدعا لي بالتوفيق والسداد
وإلى كل من أحبهم قلبي ونسبهم قلبي .

صابر فيصل

ريغي بهاء الدين



الاهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى

الذرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع اشتياقي، لك أقدم وسام

الاستحقاق إلى أبي العزيز أطال الله عمرك .

رمز العطاء وصدق الإيلاء ، إلى ذروة العطف والوفاء ، لك أجمل حواء ، أنت أُمي الغالية أطال الله
عمرك .

وإلى رمز الصداقة وحسن العلاقة زملاء الدراسة

إلى من هم انطلاقة الماضي وعون الحاضر سند المستقبل الذين لا عيش بدونهم و لا متعة إلا برفقتهم
إخوتي الأعزاء

إلى الزملاء

وفي الأخير يا رب ..

يا رب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا نصاب باليأس إذا فشلنا بل ذكرنا دائما بأن الفشل هو

التجربة التي تسبق النجاح أمين يا رب العالمين

فهرس المحتويات

- I. اية قرآنية
- II. الشكر و التقدير
- III. فهرس الجداول الدراسة الميدانية
- IV. فهرس الأشكال

الإطار المنهجي للدراسة

- ملخص الدراسة:
- أ مقدمة:
- 19 الإشكالية:
- 20 التساؤلات:
- 20 اسباب اختيار الموضوع:
- 21 الأهمية:
- 21 الأهداف:
- 21 منهج البحث وأدواته:
- 22 ادوات جمع البيانات:
- 23 مجتمع البحث وعينة الدراسة:
- 24 تحديد المفاهيم والمصطلحات:
- 28 الدراسات السابقة:
- 32 حدود الدراسة:

33 المقاربة النظرية :

39 خلاصة الفصل:

الاطار التطبيقي للدراسة

42..... تحليل و تفسير معطيات الدراسة الميدانية.....

62..... النتائج العامة للدراسة.....

66..... الخاتمة.....

68..... قائمة المراجع و المصادر.....

70..... الملاحق.....

قائمة جداول الدراسة الميدانية

رقم الصفحة الجدول	عنوان الجدول	رقم الجدول
42	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
43	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
44	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	03
45	يوضح توزيع العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت	04
46	يوضح توزيع أفراد العينة حسب منذ متى تشاهد متى تشاهد قنوات بي إن سبورت	05
47	يوضح توزيع العينة حسب الوقت المفضل لمشاهدة قنوات بي إن سبورت	06
48	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تستغرقها في مشاهدة قنوات بي إن سبورت	07
49	توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل للمشاهدة	08
50	توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت مع	09
51	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت عبر	10
52	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الرياضات التي تفضل متابعتها	11
53	يوضح توزيع العينة حسب المنافسات الكروية التي تفضل مشاهدتها عبر القنوات بي إن سبورت	12
54	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت بدافع	13
55	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تفضل متابعة قنوات بي إن سبورت بسبب	14
56	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية تفاعل مع قنوات بي إن سبورت	15

57	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشجيع الآخرين لمشاهدة قنوات بي إن سبورت	16
58	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أثناء مشاهدة قنوات بي إن سبورت تشعر ب	17
59	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات المعرفية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	18
60	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات النفسية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	19
61	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات السلوكية من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	20

قائمة اشكال الدراسة الميدانية

رقم الصفحة الشكل	عنوان الشكل (الدوائر النسبية)	رقم الشكل
42	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
43	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
44	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	03
45	يوضح توزيع العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت	04
46	يوضح توزيع أفراد العينة حسب منذ متى تشاهد متى تشاهد قنوات بي إن سبورت	05
47	يوضح توزيع العينة حسب الوقت المفضل لمشاهدة قنوات بي إن سبورت	06
48	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تستغرقها في مشاهدة قنوات بي إن سبورت	07
49	توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل للمشاهدة	08
50	توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت مع	09
51	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت عبر	10
52	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الرياضات التي تفضل متابعتها	11
53	يوضح توزيع العينة حسب المنافسات الكروية التي تفضل مشاهدتها عبر القنوات بي إن سبورت	12
54	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت بدافع	13
55	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تفضل متابعة قنوات بي إن سبورت بسبب	14
56	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية تفاعل مع قنوات بي إن سبورت	15

57	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تشجيع الآخرين لمشاهدة قنوات بي إن سبورت	16
58	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أثناء مشاهدة قنوات بي إن سبورت تشعر ب	17
59	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات المعرفية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	18
60	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات النفسية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	19
61	يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات السلوكية من مشاهدة قنوات بي إن سبورت	20

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت وعادات وأنماط مشاهدتهم لها، وكذا كيفية تفاعلهم معها ، بالإضافة إلى الإشباعات التي تحققها لهم ، ولأجل الإحاطة الكافية بمختلف جوانب دراستنا ، وتحقيق هذه الأهداف اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي، واستخدمنا أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين ، إذ تم تقسيم الاستمارة إلى أربع محاور مقسمة على 20 سؤال، أسئلة البيانات الشخصية ، المحور الأول عادات وأنماط مشاهدة طلبة الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة لقنوات بي إن سبورت ، المحور الثاني دوافع استخدام طلبة الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة لقنوات بي إن سبورت ، أما المحور الثالث كان عن كيفية تفاعل طلبة الإعلام و الإتصال مع قنوات بي إن سبورت ، والمحور الرابع خصصناه للإشباعات المحققة لطلبة الإعلام و الإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة من متابعة قنوات بي إن سبورت ، حيث تم تطبيق الدراسة بجامعة قاصدي مرباح -ورقلة - على عينة مكونة من 50 طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها.

-أن طلبة الإعلام والاتصال يشاهدون قنوات بي إن سبورت بشكل كبير ، بدافع الترفيه و التسلية ومتابعة المستجدات الرياضية، كما كشفت أنهم يتفاعلون بشكل كبير مع ما تبثه هذه القنوات، كما تختلف طرق تفاعلهم من طالب لآخر، كما أثبتت الدراسة أن قنوات بي إن سبورت تحقق لهم مختلف الحاجات و الإشباعات كما تحقق لهم السعادة، والترفيه والمتعة.

- الكلمات المفتاحية. الشباب، قنوات بي إن سبورت ، الاستخدام والإشباع

Abstract:

This study aims to identify the motives of Algerian youth to watch BeIN Sport channels and their viewing habits and patterns, as well as how they interact with it, in addition to the gratifications it achieve for them, and in order to adequately cover the various aspects of our study, and to achieve these objectives, we relied in our study on the Survey approach, and we used the questionnaire tool to collect data from the researchers, as it was divided into four axes divided into 20 questions, personal data questions, the form was divided into four axes, The first axis is the habits and patterns of media and communication students at university of Kasdi Merbah Ouargla to BeIN Sport channels, the second axis is How media and Communication students interact with BeIN Sport channels, the third axis was about how media and communication students interact with BeIN Sport channels, The fourth axis was devoted to the gratifications achieved by media and communication students at University of Kasdi Merbah Ouargla from watching BeIN Sport channels, where the study was applied at University of Kasdi Merbah Ouargla - on a sample of 50 male and female students who were selected in a purposive manner.

The study has produced a series of findings, the most important of which.

-The media and communication students watch BeIN channels greatly, motivated by entertainment and sports updates, and also revealed that they interact greatly with what these channels broadcast, as well as their interaction methods vary from student to another. The study also proved that BeIN channels achieve for them various needs and gratifications as well as happiness, entertainment and pleasure.

Keywords. Youth, BeIN Sport Channels, Use and Gratifications.

مقدمة

يمر العالم اليوم بتحولات جذرية شملت جميع مجالات الحياة جعلته يسير نحو تطورات تكنولوجية لم تكن موجودة من قبل ، حيث فتحت آفاق جديدة وتغيرات عميقة في مختلف الجوانب ، مؤثرة بذلك على جل أنشطة الإنسان ،منها النشاط الاتصالي، والذي يعتبر ظاهرة اجتماعية فطرية تقوم على علاقات تفاعلية مختلفة بين الأفراد، إذ تظهر هذه التطورات التكنولوجية من خلال انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع وظهور وسائل اتصالية جديدة أكثر تطوراً و تقدماً، جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في الحياة الإجتماعية ، ومدى تأثيرها على الأفكار والقيم و الاتجاهات و السلوكيات حيث سهلت هذه الوسائل عملية التواصل بين الأفراد والمجتمعات ،وبين الثقافات والأمم جاعلة من العالم قرية كونية واحدة يتلاشى فيها البعد الزماني والمكاني.

وفي هذا السياق برزت العديد من الوسائل ومن أهم هذه الوسائل نجد وسيلة التلفزيون الذي يعتبر من أهم هذه الوسائل حيث أخذ حيزاً مهماً في المجتمع، بفضل التطور التقني و التكنولوجي وكذا مزامنة الصوت والصورة معاً، وللتلفزيون دور أساسي وفعال في حياة المجتمعات كونه مرآة عاكسة لواقع الحياة داخل المجتمع، حيث ظهرت مؤشرات جديدة تدل على تجدد واستمرار الأثر والفعل البارز للثورة الإعلامية، كما زاد عدد الموضوعات التي أدت إلى اتساع مفهوم وأهمية وسائل الإعلام و الإتصال في عصرنا الحالي، وبالتالي ازداد الاهتمام بموضوع أهمية هذه الأخيرة في تغيير السلوك الإنساني، وأصبح الرهان الأكبر هو التوجه نحو التخصص في الرسائل الإعلامية ، لذا تطورت العديد من القنوات الإعلامية العاملة في حقل من الحقول ومنها القنوات الرياضية ، إذ توفر القنوات الرياضية المتخصصة خدمة كبيرة للمشاهدين على امتداد قارات العالم نظراً لما تقدمه هذه القنوات من نشر في الوعي الثقافي بين عموم المشاهدين والرياضيين بشكل خاص.

تعد قناة بي إن سبورت من أشهر القنوات الرياضية على المستوى العربي ولها شعبية كبيرة على الساحة العربية والعالمية بسبب استحواذها على معظم البطولات والدوريات العربية والعالمية ، سعيها منها لتلبية حاجات الجمهور المتلقي المتنوعة ومنحهم الفرجة والمتعة الكبيرة، ومن خلال هذا المنطلق ستعمل الدراسة

على محاولة معرفة كيفية استخدام طلبة الإعلام والاتصال لقنوات بي إن سبورت و الإشباعات المحققة ،
وعليه تستلزم الإحاطة بهذا الموضوع تقسيم الدراسة إلى فصلين أساسيين وهما كالتالي:

الفصل الأول: والذي قمنا فيه بالتعريف بالدراسة، من حيث تحديد مشكلة الدراسة، وطرح تساؤلاتها،
وأهميتها، وأسباب اختيارها و أهدافها، ومنهج الدراسة، وأيضا مجالات ومجتمع البحث، وعينة الدراسة،
وأدوات جمع البيانات، وتحديد المفاهيم، والدراسات السابقة و المقاربة النظرية.

الفصل الثاني: وهو الذي يمثل في الجانب الميداني لدراسة وقمنا فيه بعرض وتحليل النتائج التي توصلنا لها
في دراستنا.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. منهج البحث و أدواته
7. أدوات جمع البيانات
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. نظرية الدراسة

الإشكالية :

احتل النشاط الرياضي جانبا مهما من مساحة الاهتمام في وسائل الاعلام، وأدى إلى المساهمة في خلق بيئة اعلامية تنافسية تعبر عن طبيعة النشاط الرياضي وأهدافه، حيث لم تعد الرياضة مجرد وسيلة للتسلية فحسب بل أضحت وسيلة فاعلة لتطوير ثقافات الشعوب على مختلف الصعد كونها تهتم بالبناء القيمي والأخلاقي للشباب بشكل خاص والمجتمع بشكل عام.

وتقوم أهمية الاعلام الرياضي في نقله للأحداث والمناسبات الرياضية حول العالم، كما أنه يساعد على تكوين الرأي العام حول حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي، حيث أصبح الإعلام الرياضي يتدخل في حاجات الجمهور من خلال اتجاهاتهم وآرائهم بمتابعة الاخبار والمباريات، وأصبح الشباب يتابع القنوات الرياضية على حسب ميوله لفريق ما أو لمتابعة الأحداث.

وظهر الإعلام الرياضي في الوطن العربي في الثلث الأول من القرن العشرين ، عندما صدرت مجلة النادي الرياضي العراقية عام 1922 ، ثم ظهر التلفزيون الرياضي في الوطن العربي نتيجة ظهور القنوات المتخصصة ، فكانت أول قناة رياضية متخصصة تتبع بشبكة راديو وتلفزيون العرب ART في الأردن ، وفي ظل المنافسة الشديدة بين القنوات الرياضية في المنطقة العربية تميزت شبكة قنوات الجزيرة الرياضية ، التي انتقلت للبث تحت مسمها الجديد bien sports عام 2014 ممتدة باسمها الجديد للبث على مستوى العالم بأكمله وبلغات مختلفة وخاصة عقب احتكارها لنقل وتغطية أهم البطولات والأحداث الرياضية لتحصل تدريجيا على نسب مشاهدة مرتفعة بالرغم من استخدامها لنظام البث المشفر، واستهدفت بذلك جمهور الشباب العربي بوجه عام والشباب الجزائري موضوع هذه الدراسة بباقات متنوعة من المضامين الرياضية الحصرية منها خصوصا، أي تلك التي لا تظهر على شاشات أخرى ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

ماهي استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي ان سبورت (bien sport) والاشباع المحققة منها؟

التساؤلات:

1. ماهي عادات وانماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح لقنوات بي ان سبورت ؟
2. ماهي دوافع استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح لقنوات بي ان سبورت ؟
3. كيف يتفاعل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة مع قنوات بي ان سبورت ؟
4. ماهي الإشباعات المحققة لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح من متابعة قنوات بي ان سبورت؟

اسباب اختيار الموضوع:

الذاتية:

- الرغبة والميل لدراسة مضامين قنوات بي ان سبورت.
- الرغبة الشخصية في معرفة انماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لقنوات بي ان سبورت.
- كوننا من متابعي برامج هذه القنوات الرياضية

الموضوعية:

- معرفة مدى متابعة الشباب الجزائري لهذه القنوات و إشباعاته منها.
- ملاحظة تزايد استخدام قنوات بي ان سبورت في اوساط الطلبة الجامعيين.
- معرفة الإشباعات التي تحقّقها قنوات بي ان سبورت .

الأهمية:

جاءت أهمية دراستنا من أهمية الاعلام الرياضي الذي ازداد حضوره في الأوساط الشبابية العربية لما يوفره له من عرض مختلف الاحداث الرياضية ومن ترفيهه، وبالتالي اصبح ملاذا للكثير من الشباب الجزائري من اجل اشباع رغباتهم واثراء رصيدهم الفكري، وهنا تكمن اهمية دراستنا من خلال معرفة عادات وانماط استخدامهم لقنوات بي ان سبورت بإبراز الحاجات والدوافع من متابعة هذه القنوات وكيفية التفاعل معها لمعرفة الإشباع التي حققها الشباب الجزائري من متابعة مضامين هذه القنوات (بي ان سبورت)

الأهداف:

- محاولة التعرف على عادات وأنماط مشاهدة طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال لقنوات بي أن سبورت.
- محاولة التعرف على دوافع استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال لقنوات بي أن سبورت.
- محاولة التعرف على كيفية تفاعل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال مع قنوات بي ان سبورت
- محاولة الوصول الى الإشباع المحققة لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال من متابعة قنوات بي ان سبورت.

منهج البحث وأدواته:

بما أن كل دراسة أو بحث علمي يقوم على أساس منهج معين باعتباره القانون أو المبدأ أو القاعدة التي تحكم أي محاولة للدراسة العلمية في أي مجال ومناهج البحث متعددة طبقا لتعدد أنواع العلوم وطبيعة الدراسة والمنهج العلمي و يعرف على أنه " الأسلوب الذي يستخدمه الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة وموضوع الدراسة"¹.

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء، ط3، 2019، ص35

ويعرف ايضا على أنه " البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة او الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم"¹

وتماشيا مع أهداف و طبيعة دراستنا، وبناء على ما جاء في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، فإن هذا ما يجعلنا نعتد على المنهج المسحي، ويمكننا أن نعرف المنهج المسحي: " بأنه الطريقة العلمية، التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك".²

ولهذا اعتمدنا الاستمارة كأداة أساسية للبحث محاولين اعدادها جيدا على أن تغطي جميع جوانب الموضوع من خلال تعدد وتنوع الأسئلة.

ادوات جمع البيانات:

يتم جمع البيانات عادة باستخدام الادوات التي تتوفر فيها الخصائص اللازمة، ولغرض الاجابة على تساؤلات الدراسة اعتمدنا على الاستبيان ،الذي يعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الإجتماعية ويرجع ذلك إلى المميزات التي يحققها سواء لاختصار الجهد أو التكلفة وكذا من ناحية سهولة معالجة البيانات الإحصائية، وهي ما اعتمدنا عليه في دراستنا.

حيث يعرفه أحمد مرسلي على أنه " قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة"³.

¹ عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، ط2، 1977، ص6

² أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، ط4،

2003، ص287

³ أحمد مرسلي، مرجع سابق، ص220.

وقد مرت عملية إعداد استمارة الاستبيان على عدة مراحل حيث قمنا بتصميم الاستبيان بمساعدة الأستاذ المشرف وتم عرضها على أساتذة محكمين منهم الأستاذ الزاوي محمد الطيب من قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة ورقلة الذي اقترح علينا بعض التوجيهات، وكذلك الأستاذ محمد السعيد بن غنيمة الذي بدوره قدمنا لنا بعض النصائح و الإضافات في الموضوع، و قد شملت استمارة الاستبيان في شكلها النهائي على أربع محاور هي:

البيانات الشخصية.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة لقنوات بين أن سبورت.

المحور الثاني: دوافع متابعة طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة لقنوات بي أن سبورت.

المحور الثالث: كيفية تفاعل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة مع مضامين قنوات بي أن سبورت.

المحور الرابع: الاشباع المحققة لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة من متابعة قنوات بي أن سبورت.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن الباحث في دراسته لمختلف الظواهر المتنوعة يواجه مشكلة ضخامة مجتمع البحث و شساعته ويعرف مجتمع البحث على أنه " مجموعة من عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي".¹

كما يعرف أيضا على أنه " جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها سواء كانت هذه المفردات بشر أو مؤسسة أو أنشطة تربوية أو غير ذلك"¹

¹ موريس أنجرس، ترجمة صحراوي بوزيد، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط2،

حيث يصعب على الباحث القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له نظرا لارتباط هذا الانجاز بآجال محددة لا بد من احترامها، لذلك يعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث على طريقة العينة: "و تعرف العينة" على أنها تلك التي يتم اختيارها بشكل يجعلها ممثلة للمجتمع تمثيلا صحيحا و عندئذ يستطيع الباحث ان يستخلص من دراسة العينة نتائج تصلح للتعبير عن المجتمع بأكمله.

ويعرفها "رحيم يونس كور الغزاوي" على أنها جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا²

وقد اعتمدنا في دراستنا التي تهدف إلى معرفة عادات وانماط استخدام طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة لقنوات بي إن سبورت و الإشباعات المحققة من ذلك، ونظر لاتساع الموضوع ارتأينا ان تكون العينة القصدية العينة المناسبة لدراستنا والتي يختار فيها الباحث المفردات بطريقة عمدية لا تتوفر فيها العشوائية طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، وينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناء على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص³.

وبناء على ما سبق قمنا باختيار عينة البحث المتمثلة في طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة باعتبارهم اقرب للتخصص كما انهم اكثر الطلبة معرفة بالاعلام ومؤسساته والتي من بينها قناة بي ان سبورت حيث كان حجم عينة دراستنا متمثلة في 60 مفردة تم استرجاع منها 50 مفردة صالحة للدراسة وقد تم توزيعها ورقيا وقد اعتمدنا على هذه العينة للأسباب التالية:

- لأنها تخدم أهداف الدراسة
- التركيز على المفردات التي تهتم بالقنوات الرياضية

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2019، ص85

² رحيم يونس الغزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط2007، ص1، 173.

³ سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص96

(أ): الاستخدام:

لغة:

مأخوذ من استخدام الرجل غيره، استخدمه استخداما فهو مستخدم والآخر مستخدم، أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه، واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعملها في خدمة نفسه¹

اصطلاحا:

هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفعل التكرار والقدم، وقد أصبح ضروريا من أجل الاستجابة لحاجة ما وهي الحاجة إلى المعلومات، إن صيرورة الاستخدام صيرورة معقدة تتداخل فيها عوامل اقتصادية واجتماعية وتكنولوجية و سوسيولوجية، حيث عن العوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر هذه الصيرورة، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية لتشجع على الاستخدام أو تعمل على إعاقته.²

إجرائيا:

هي عملية المتابعة التي يقوم بها الفرد او الجمهور للبرامج الرياضية التي تقدمها قنوات بي ان سبورت.

(ب): الشباب:

لغة:

من شب يشب جمع شباب وشبان وشبيبة، مؤنثه شابة، جمع شواب، المرء في سن الشباب الحداثة ، أي ما بين سن البلوغ إلى سن الثلاثين³

¹ عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت، 1971، ص102

² عبد الوهاب بوخروفة، المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال التمثل والاستخدامات ، أطروحة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، 2007، ص51

³ عصام نور الدين، مرجع سابق، ص740

اصطلاحا:

يعتبر المرحلة العمرية التي تبدأ في غالبية بلدان العالم من سن 18 سنة، حيث يكون الفرد مسؤولاً عن تصرفاته أمام القانون و القضاء. ونهاية سن الشباب تنتهي نظريا في الثلاثينيات، حيث تبدأ مرحلة الرجولة، حيث يمكن لبعض الناس الشعور بأنهم مازالوا يعيشون مرحلة شبابهم، رغم أن أعمارهم تتجاوز الأربعين وأحيانا حتى الخمسين و الستين.¹

إجرائيا:

هو مرحلة عمرية تبدأ من سن البلوغ والمراهقة وتنتهي بدخول الفرد إلى سن الثلاثين.

(ج): بي ان سبورت (bien sport):

اصطلاحا:

(بي إن) وتعني في اللغة العربية يكون في و كلمة (سبورت) تعني الرياضة، وهي بذلك تعني في مجملها يكون في مجال الرياضة، ويعني الشعار في مجمله وجود الشبكة في قلب الأحداث الرياضية.²

اجرائيا:

هي شبكة إعلامية عالمية تختص في المجال الرياضي تضم مجموعة من القنوات التي تبث اكبر البطولات على غرار كأس العالم ودوري الأبطال..) وتغطي مناطق مختلفة على مستوى العالم ، حيث تأسست قنواتها العربية ضمن شركة الجزيرة الرياضية ثم انتقلت إلى مسماها الجديد في عام 2014.

(د): الإشباعات:

لغة:

¹ابراهيم مجدى عزيز، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2009، ص660
² غيث سالم علي العمري، استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات بي إن سبورت والإشباعات المتحققة منها، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص22

من الفعل أشبع، إشباعاً، مصدره الفعل شبع، نقول أشبعه أي أطعمه حتى شبع، ويقال أشبع الثوب وغيره أي رواه، ويقال أشبع البحث ونحوه¹.

اصطلاحاً: هو من المصطلحات المستقاة من أدبيات نظرية الاستخدامات والاشباعات، ويعني الآثار التي تحدث للمستخدم بعد تعرضه للوسيلة فإذا كانت الدوافع قبل الاستخدام فإن الاشباعات تحدث بعده، ويقسمها الباحثون الى اشباعات اجتماعية وتوجيهية وإشباعات تتعلق باستخدام وسيلة معينة، وإشباعات تتعلق بمضمون رسائل اتصالية محددة².

اجرائياً:

هي جملة الإشباعات الناتجة عن اختيار طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة لقنوات بي أن سبورت.

الاعلام المتخصص:

يمكن القول بأن الاعلام المتخصص يقصد به كل اعلام سواء كان مقروءاً، أو مسموعاً، أو مرئياً، (صحف، اذاعة، تلفزيون) يهتم في الأساس بجانب من جوانب المعرفة الانسانية، ويصل الى جمهور متخصص تجمه عدد من الخصائص أو السمات المشتركة³.

الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي¹.

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2008، ص471.

² نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعية و الإشباعات المتحققة منها، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2012، 2011، ص7.

³ طلاب الفرقة الثالثة بقسم الاعلام كلية الآداب، الاعلام المتخصص، دار المعرفة للطباعة والنشر، مصر، ط1، 2019،

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من أهم خطوات البحث العلمي إذا تمكن الباحث من تكوين تصور شامل وموضوعي حول ظاهرة معينة وتفاديه لأخطاء الآخرين وفهم موضوع بحثه وكذلك اختيار الإجراءات والطرق المنهجية الملائمة لدراسته.

بعد عملية البحث البيوغرافي توصلنا لمجموعة من الدراسات السابقة والمشابهة واخترنا منها ما يتناسب مع المتغيرات الواردة في موضوع دراستنا وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي.

الدراسة الأولى:

لغيث سالم علي العمري بعنوان: استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات بين سبورت و الإشباعات المحققة منها:

تناولت الدراسة معرفة استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لقنوات بين سبورت و الإشباعات المحققة منها جراء استخدامهم لهذه القنوات، وأيضاً إلى الوقوف على كيفية وحجم استخدام شبكة بين سبورت من قبل الطلبة، حيث تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية استخدام طلبة الجامعات الأردنية لقنوات بين سبورت من خلال التعرف على عادات المشاهدة و الإشباعات المحققة من متابعة القنوات الرياضية بين سبورت.

ويهدف الإجابة عن هذه الإشكالية اعتمد الباحث على تساؤلات فرعية تمثلت في طبيعة ودوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لقنوات بين سبورت و الإشباعات المحققة منها.

أما عن أهمية الدراسة وحسب رأي الباحث هي التعرف على حجم استخدام الطلبة والتعرف على الإشباعات المحققة لشبكة قنوات بين سبورت وللإجابة عن تساؤلات هذه الدراسة وتحقيق أهدافها تم الاعتماد على

¹ خير الدين علي عويس وعطاء حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1، 1998، ص22.

المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف ظاهرة أو حدث معين من خلال جمع الحقائق والمعلومات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين، واستخدام الباحث أسلوب المسح لجمع البيانات، وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية.

وقد أسفرت دراسة الباحث عن جملة من النتائج أهمها:

يفضل طلبة الجامعات الأردنية مشاهدة شبكة بين سبورت مساءً بالنسبة بلغت 80.5

أظهرت النتائج الإحصائية أن الدافع لمشاهدة شبكة بين سبورت، حيث حل أولاً متابعة للعبة الرياضية المفضلة يليها دافع متابعة الفرق المفضلة.

أظهرت النتائج الإحصائية للإشباع المحققة من مشاهدة قنوات بين سبورت وقد حل في المرتبة الأولى تعزيز المعلومات الرياضية، يليها إشباع المعرفة لآخر الأخبار الرياضية¹.

الدراسة الثانية:

لغريال سميحة وأنيس عواطف، مذكرة ماجستير حول تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي، قناة بين سبورت نموذجاً جامعة قاصدي مباح ورقلة .

تناولت هذه الدراسة معرفة تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بورقلة جراء استخدامهم لقناة بين سبورت من خلال معرفة العلاقة وطبيعة التأثير بينهما حيث تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بورقلة من خلال معرفة تأثير قناة بين سبورت على سلوك وعادات الشباب الجامعي وعلى الجانب المعرفي .

¹ غيث سالم علي العمري، استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات (Bein sports) والإشباع المحققة منها، مذكرة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016

ويهدف الإجابة عن هذه الإشكالية اعتمد الباحث على تساؤلات فرعية تمثلت في كيفية تأثير الإعلام الرياضي على سلوك وعادات الشباب الجامعي وكيفية تأثيره على الجانب المعرفي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بورقلة .

أما عن أهمية الدراسة وحسب رأي الباحث هي التعرف على حجم تأثير الإعلام الرياضي على شباب الجامعي بمعهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية وللإجابة على تساؤلات هذه الدراسة وتحقيق أهدافها تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف ظاهرة أو حدث معين لجمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين وقد استخدم الباحث أدواتي الملاحظة والاستبيان لجمع المعلومات وقد تم اختيار العينة التطبيقية.

ومن هنا لخص الباحث نتائجه في :

- أن أغلبية الطلبة الجامعيين يرون أن الإعلام الرياضي يؤثر بشكل كبير على الشباب الجامعي بنسبة قدرها 60%

- أن أغلبية الطلبة الجامعيين يرون أن القيم التي تعكسها برامج قناة بين سبورت تدعم المبادئ والقيم التربوية الرياضية بنسبة قدرها 72%

أن أغلبية الطلبة الجامعيين يرون أن قناة بين سبورت تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية نحو التربية البدنية والرياضية في المحيط العائلي والجامعي بنسبة قدرها 73%¹.

الدراسة الثالثة:

لمقران زكرياء وميعوات فاتح بعنوان اقبال الطلبة الجامعيين على القنوات الرياضية بين سبورت نموذجا تناولت هذه الدراسة معرفة اقبال الطلبة الجامعيين بكلية الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة على قنوات بين سبورت ودوافع استخدامهم لهذه القنوات و الإشباع المحققة منها وأيضا الوقوف على كيفية وحجم إقبالهم

¹ غريال سميحة و وانيس عواطف، تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي قناة بين سبورت نموذجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة ورقلة ، 2016

على قناة بين سبورت من قبل الطلبة حيث تتمثل مشكلة الدراسة في كيفية اقبال طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة قسنطينة على قنوات بين سبورت من خلال التعرف على عادات وأنماط المشاهدة والدوافع والإشباع المحققة من متابعة قناة بين سبورت .

ويهدف الإجابة عن هذه الإشكالية اعتمد الباحث على تساؤلات فرعية تمثلت في عادات وأنماط ودوافع استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قسنطينة لقناة بين سبورت و الإشباع المحققة منها

أما عن أهمية الدراسة وحسب رأي الباحث هي التعرف على عادات وأنماط ودوافع استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قسنطينة لقناة بين سبورت و الإشباع المحققة منها ولإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها تم الاعتماد على المنهج الوصفي وقد استخدم الباحث أداتي الملاحظة والاستبيان لجمع المعلومات وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية.

وقد اسفرت الدراسة على جملة من النتائج أهمها:

-أوضحت نتائج توزيع العينة حسب إتباعهم للقنوات الرياضية أن الطلبة يتابعون هذه القنوات حسب الفعاليات الرياضية المقامة.

- يعد سبب اقبال الطلبة على متابعة قنوات بين سبورت في المقاهي أنهم يفضلون الأجواء التي تقدمها من حماس ومتعة.

- أكد أفراد العينة أنهم يتابعون القنوات الرياضية بين سبورت بدافع الاطلاع على آخر المستجدات الرياضية إضافة إلى التسلية.

- يرى أفراد العينة أن نوع الرياضات التي يفضل الطلبة متابعتها عبر القنوات الرياضية بين سبورت كرة القدم هي الرياضة الأكثر متابعة هذا للشعبية الكبيرة التي تحظى بها.

- يعتبر التحفيز على ممارسة الرياضة من أهم الإشباعات السلوكية التي يحققها الطالب من الإقبال على القنوات الرياضية بين سبورت¹ .

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع دراستنا والتي تناولت موضوع استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بين سبورت و الإشباعات المحققة منها ، لدى عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة حيث وجدنا أن بعض الدراسات اتفقت في نواحي كثيرة واختلفت في غيرها ، وكان أبرز ما توصلنا إليه:

أن بعض الدراسات التي تناولناها تهدف للتعرف على دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للقنوات الرياضية بين سبورت ومحاولة التعرف على الإشباعات التي تحققها وبعض الدراسات التي تهدف إلى معرفة تأثير قنوات بين سبورت على الشباب الجامعي حيث لاحظنا من خلال تحليلنا لتلك الدراسات أنها توصلت لنتائج متقاربة فقد توصل الباحثون في دراستهم إلى أن برامج قنوات بين سبورت تساهم في التأثير على الشباب الجامعي وتشبع لهم رغباتهم كما أن هذه الدراسات تتشابه في عدة نقاط نذكر منها:

-أنها كلها تخص الإعلام الرياضي متمثلة في قنوات بين سبورت.

- إسهامها في اكتساب الوعي المعرفي الرياضي .

-كما أنها قامت باستخدام المنهج الوصفي في الوصول إلى هدف الدراسة ، واستخدام الأدوات البحثية للوصول إلى النتائج ، وكان الاختلاف في هذه الدراسات عن بعضها البعض يكمن في نوعية العينات المستخدمة وأيضا في البيئة التي أجريت فيها .

من هنا نستنتج ان الدراسات السابقة كانت لها أهمية كبيرة في دراستنا خاصة في ضبط اشكالية الدراسة والتعرف على الأداة المناسبة لدراستنا.

¹ ميعوات فاتح و مقران زكرياء، اقبال الطلبة الجامعيين على القنوات الرياضية بين سبورت نموذجا، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، 2021,2022

حدود الدراسة:

- المجال المكاني للدراسة:

تمت هذه الدراسة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورقلة.

- المجال الزمني:

المرحلة الاولى كانت في وضع خطة البحث وجمع المعلومات التي تخدم الموضوع في الفترة الممتدة من شهر فيفري واستمرت حتى شهر مارس.

المرحلة الثانية كانت في الجانب التطبيقي للدراسة تحديدا في شهر ماي 2024 حيث قمنا بتوزيع الاستمارة على عينة من طلبة الإعلام والاتصال ثم استرجاعها وتحليلها.

- المجال البشري:

تمت الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة، و قدرت افراد العينة ب 50 طالب وطالبة من كل مستوى والذين يتعرضون لقنوات بي إن سبورت

المقاربة النظرية :

تعتبر النظرية الموجه الأساسي للدراسة وتعرف النظرية على أنها " مجموعة من الفرضيات، التجارب و الحقائق التي يتم استخدامها لتحقيق الإدراك الذهني عبر تفسير الظواهر المختلفة، كما تستخدم لفهم العلاقات بين مسببات الأمور وتأثيراتها على المحيط. ونجد في نظرية الاستخدامات و الاشباعات أفضل موجه لدراستنا باعتبار دراستنا تحاول الكشف عن استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة لقنوات بي إن سبورت ، وكذا معرفة دوافع وحاجات و الإشباعات المحققة من جراء هذا الاستخدام وكيفية تفاعلهم مع مضامينها ، فارتأينا إلى تطبيق نظرية الاستخدامات و الاشباعات على هذه الدراسة لأنه رأينا أن فروض هذه النظرية وأهدافها تتطابق مع تساؤلات وأهداف دراستنا.

مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

وهذا المفهوم يتضمن العناصر التي بنيت عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات

1- الاستخدام: ويعني ذلك أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية وليس العكس، فهو الذي

يشاهد المضمون الإعلامي أو يقرأه أو يسمعه، وكل ذلك يتم بإرادته واختياره.

2- الفروق الفردية: وهي الاختلافات التي تكون بين الجمهور، قد تكون فروق شخصية مثل العمر

والجنس...وإما أن تكون فروق في الميول والاهتمامات بين الجمهور هذه الفروقات في الميول

والاهتمامات بين فئات الجمهور تؤثر إلى حد كبير في طبيعة المضمون الذي يتعرضون له.

3- الإشباعات: وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام استجابة لحاجاته

ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل¹

نشأة نظرية استخدامات والإشباعات:

كانت بداية نظرية الاستخدامات و الإشباعات الأولى مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال

الجماهيري تاليف " كاتز و بلومر " عام 1974م، و دار هذا الكتاب حول فكرة اساسية مؤداها تصور

الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر

حيث قام بتحويل الانتباه من الرسالة إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل

الإعلام المسيطرة، حيث كان الاعتقاد السائد أن متابعة جمهور لوسائل الإعلام يتم وفق التعود على الوسيلة

الإعلامية، لكن نظرية الاستخدامات و الإشباعات لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك الفروق الفردية والتباين

الاجتماعي على سلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وقد افترض " كاتز " أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم

وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية التعرض وتوجيه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه²، واستمر

الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات في أعمال " لازارسفيلد " و"ستانون " و "بيرلسون" وفي الخمسينيات

¹ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر، الرياض، ط1، 2014، ص123

² مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر، الاردن، ط1، 2015، ص214.

في أعمال " ريليز " ، و "فريديسون " و "ماك كوبي " وفي الستينيات في أعمال " شرام " و " ليل " و " باركر " .

ويقدم نموذج الاستخدامات والإشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

ويذهب " إدلستين " وزملاؤه إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباعات جاء كرد فعل لمفهوم " قوة الإعلام الطاغية " ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام ، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبل سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري ، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال الذي يرغبون في التعرض إليها ، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹.

وتقول نظرية الاستخدامات والإشباعات أن جزءا هاما من استخدام الأفراد والجمهور لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم مثل ما قال مارك ليفي هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة، التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي)،².

- فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

وهي خمس فروض حسب "كاتز " وزملائه:

1- أن الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم³.

¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998، ص240

² خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص68

³ عبد الحافظ صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، (د.د.ن) (د.م) (د.ط) 2011,2012، ص9.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الإجتماعي وتنوع الحاجات.

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم ، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات¹.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى رسائل فقط².

وتشير تلك الفرضيات إلى وجود عوامل نفسية واجتماعية تجعل من الجمهور يتعرض للوسائل للتحقيق حاجاته ورغباته.

و يقسم الباحثون دوافع الاستخدام إلى:

- دوافع نفعية: وتشير إلى اختيار الجمهور لوسيلة أو مضمون معين لإشباع حاجاتهم و رغباتهم

- دوافع طقوسية: ترتبط بعادات الفرد التي يمارسها دون التخطيط المسبق. وتتمثل في التفاعل مع الرسالة الإعلامية بغض النظر عن المضمون فيها بهدف الهروب من الواقع والمشكلات.

ويميز وينر بين أنواع الإشباع التي تحقق نتيجة التعرض لوسائل الإعلام على النحو التالي:

1- إشباع المضمون : وهي الإشباع الناتجة عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

¹ نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي، عمان، ط1، 2016، ص245.

² عبد الحافظ صلوي، مرجع سابق، ص10

- أ- إشباعات توجيهية : تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- ب- إشباعات إجتماعية : وتعني ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد من خلال العلاقات الاجتماعية.
- 2- الإشباعات العلمية: وهي الاشباعات التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة. ولا ترتبط بخصائص الرسالة وتنقسم إلى نوعين :
- أ- إشباعات شبة توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج الترفيه و التسلية والمتعة.
- ب- إشباعات شبة اجتماعية : وتتحقق من خلال التوحد مع وسائل الإعلام خاصة الأفراد الذين يعانون من العزلة الإجتماعية¹.

أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

لنظرية مجموعة من الأهداف التي يمكن تحديدها فيما يلي :

1. تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم، وذلك بافتراض انه جمهور نشط يختار الوسيلة المناسبة التي تشجع حاجاته ودوافعه.
2. تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري.²

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على نظرية الاستخدامات والإشباعات ، والتي تناولت موضوع استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت لدى عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة .

¹ نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي للشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها، قسم الإعلام كلية الاداب، جامعة الملك سعود، 2011، 2012، ص10

² عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الاحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط.ع، 2016، ص254

وما يهمننا في دراستنا هو محاولة معرفة دوافع متابعتهم لها وكذا عادات وأنماط مشاهدتهم لمضامينها بالإضافة إلى كيفية تفاعلهم معها و الإشباعات المحققة منها.

ويمكن تلخيص إسقاط هذه النظرية في النقاط التالية :

- طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يعتبرون من الطبقة المثقفة في المجتمع باعتبارهم فئة المتلقي والمتفاعل مع هذه القنوات ويعتبرون من الجمهور النشط لإقبالهم على متابعة مضامين قنوات بي إن سبورت ، وهذا حسب اهتماماتهم وحاجاتهم.

- قنوات بي إن سبورت من أهم القنوات لإعلامية التي وفرت فرصة لمستخدميها من اختيار مختلف المضامين التي تلبى حاجاتهم وتشبع ميولاتهم.

- تفسير دوافع متابعة الطلبة لقنوات بي إن سبورت وطرق تفاعلهم مع مضامينها

كما تسعى دراستنا لمعرفة الإشباعات التي تحقّقها قنوات بي إن سبورت في مختلف حاجاتهم اليومية.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل نستنتج بان الإطار المنهجي للدراسة يشكل طريق الصحيح لأي دراسة، خاصة أننا تمكنا من خلاله من تحديد الإشكالية و تساؤلات الدراسة ، كما حددنا الأهمية و الأهداف و كذا الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع إضافة إلى استخدام المنهج ونوع عينة الدراسة و اختيارنا لأداة البحث المتمثلة في استمارة الاستبيان ، كما قمنا بتحديد المقاربة النظرية التي تتوافق مع موضوع دراستنا بشكل كبير.

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي

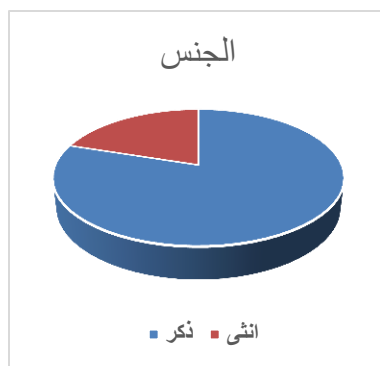
1. عرض و تحليل البيانات
2. نتائج الدراسة
3. خاتمة
4. قائمة المصادر و المراجع
5. الملاحق

تمهيد:

يعتبر الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل الدراسة فمن خلاله تمكنا من جمع المعلومات حول موضوع دراستنا من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها ، إذ سنتطرق إلى تحليل بيانات استمارة الاستبيان التي وزعناها على عينة قوامها 50 مفردة ، على طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة و فيما يلي عرض تحليل نتائج الدراسة.

عرض الجداول و تحليلها:

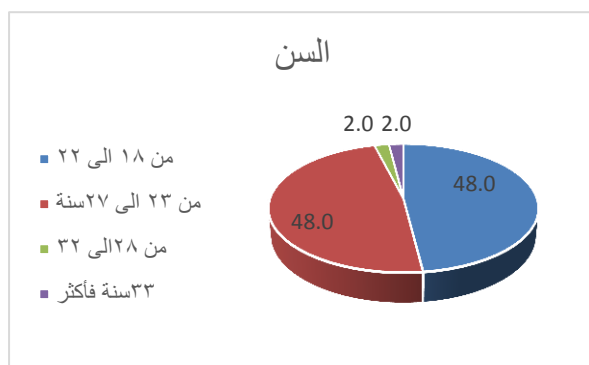
المحور الأول البيانات الشخصية: الجدول رقم 1 يبين توزيع العينة حسب الجنس .



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	40	%80
أنثى	30	%20
المجموع	50	%100

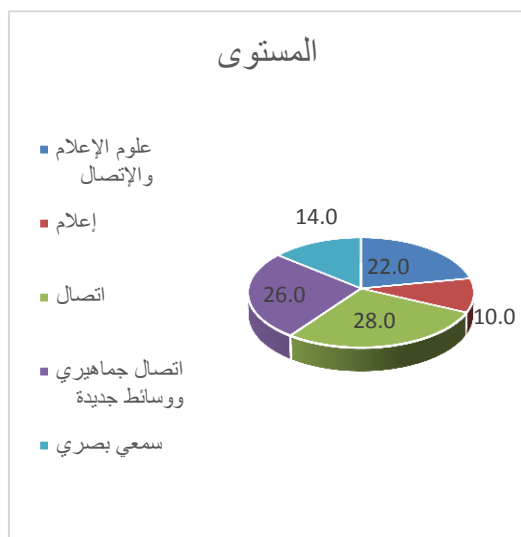
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس أن نسبة الذكور فاقت نسبة الإناث المقدر ب 80% مقابل 20% للإناث ويمكن تفسير ذلك من خلال طبيعة سحب عينة الدراسة قصديا ليتلاءم مع موضوع الدراسة الخاصة بالإعلام الرياضي حيث أن فئة الذكور هم الفئة الأكثر متابعة للقنوات الرياضية خاصة قنوات بي إن سبورت ، حيث نجد العديد من الطلبة يقبلون على هذه القنوات لتعلقهم بالرياضات المختلفة كونها تشبع رغباتهم و اهتماماتهم و توجهاتهم.

الجدول رقم 2: توزيع العينة حسب السن



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
من 18 الى 22	24	48%
من 23 الى 27 سنة	24	48%
من 28 الى 32	1	2%
33 سنة فأكثر	1	2%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث قدرت نسبة الفئة العمرية ما بين (18 سنة إلى 22 سنة) و الفئة العمرية (23 سنة إلى 27 سنة) كانت متساوية بنسبة قدرت بـ 48% ثم تليها الفئة العمرية (28 سنة إلى 32 سنة) والفئة العمرية (33 سنة فأكثر) كانت متساوية هي أيضا حيث بلغت نسبتها 2%.



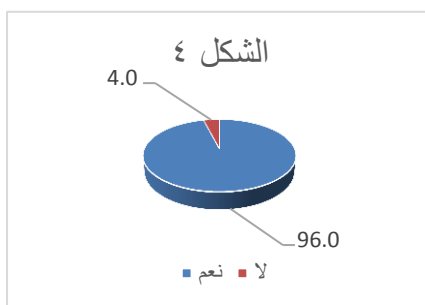
الجدول رقم 3: توزيع العينة حسب التخصص

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
علوم الإعلام والاتصال	11	22%
إعلام	5	10%
اتصال	14	28%
اتصال جماهيري ووسائط جديدة	13	26%
سمعي بصري	7	14%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) والذي يمثل توزيع أفراد العينة على حسب التخصص الجامعي حيث سجلت الفئة الذين يدرسون اتصال أعلى نسبة ب 28% وجاءت بعدها الفئة التي تدرس اتصال جماهيري و وسائط جديدة بنسبة 26%، تليها بنسبة 22% الفئة التي تدرس علوم الإعلام والاتصال وجاءت بعدها الفئة الذين يدرسون سمعي بصري بنسبة قدرها 14 % فيما جاءت الفئة الأخيرة التي تدرس إعلام بنسبة قدرت ب 10%

المحور الثاني: عادات وانماط استخدام طلبة قسم الأعلام والاتصال

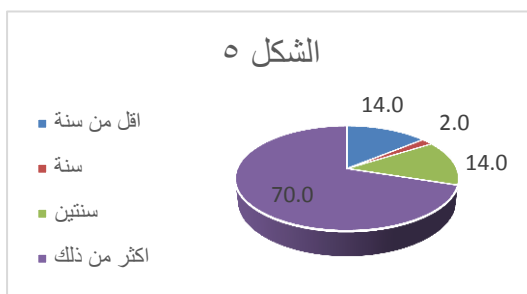
الجدول رقم 4: توزيع العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	48	96%
لا	2	4%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (04) والشكل (04) أعلاه نلاحظ أن 96% من أفراد العينة يشاهدون قنوات بي إن سبورت و هذا يدل على أن أغلب أفراد العينة هم من جمهور هذه القنوات.

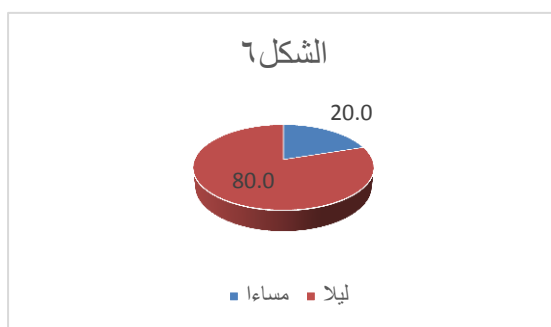
الجدول رقم 5: توزيع العينة حسب منذ متى تشاهد قنوات بي إن سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	7	14.0%
سنة	1	2.0%
سنتين	7	14.0%
أكثر من ذلك	35	70.0%
المجموع	50	100.0%

يوضح الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) الذي يمثل المدة التي تشاهد فيها قنوات بي إن سبورت حيث يتضح من خلال الجدول أن أكثر من نصف العينة علاقتهم بقناة بي إن سبورت قد كانت أكثر من سنتين بنسبة 70% وهذا يدل على الاهتمام الكبير بها، ثم تليها منذ أقل من سنة و سنتين بنسبة 14% لكل منهما أما بالنسبة للسنة فسجلت أضعف نسبة قدرت ب 2% وهذا راجع إلى أن طلبة قد تعرضوا لهذه القنوات لأكثر من ذلك.

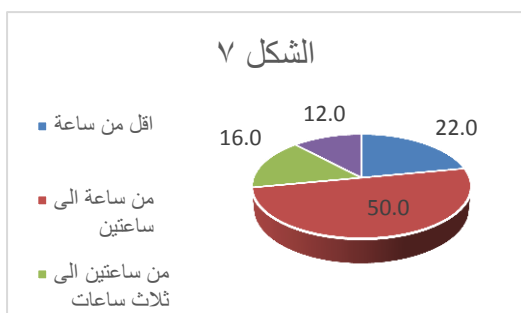
الجدول رقم 6: توزيع العينة حسب الوقت المفضل لديك لمشاهدة.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مساء	10	20.0%
ليلا	40	80.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) أعلاه والذي يمثل الوقت المفضل لطلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة في مشاهدة قنوات بي إن سبورت أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لهم بنسبة 80% و يرجع هذا إلى أن الفترة الليلية تمثل وقت تفرغهم ، وأنهم غير مقيدين بأي أعمال وأن غالب البطولات الرياضية العالمية تكون بنسبة كبيرة في الليل ، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 20% و هو وقت الرجوع من الدراسة لمعظم الطلبة.

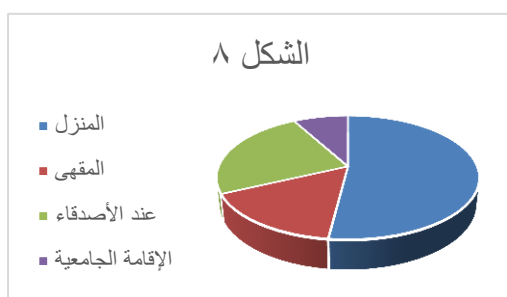
الجدول رقم 7: توزيع العينة حسب المدة التي تستغرقها في مشاهدة بي إن سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	11	22.0%
من ساعة إلى ساعتين	25	50.0%
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	8	16.0%
أكثر من 3 ساعات	6	12.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (07) والشكل رقم (07) الذي يمثل المدة التي يستغرقها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة في مشاهدة قنوات بي إن سبورت إلى أنهم يشاهدونها بشكل معتبر، حيث قدرت أكبر مدة زمنية يشاهدون فيها هاته القنوات كانت (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة 50% وهذا ما يدل على اهتمامهم الكبير بهذه القنوات، ثم تليها مدة (أقل من ساعة) بنسبة 22%، ثم الفترة الممتدة (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) بنسبة 16% و (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة قدرت 12%.

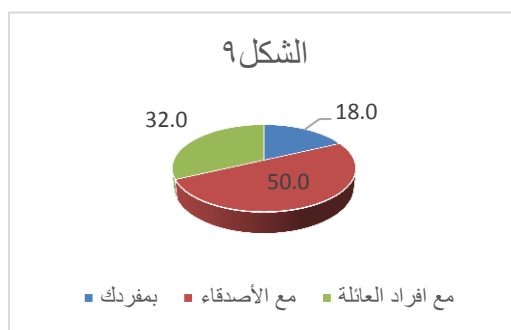
الجدول رقم 8: توزيع العينة حسب المكان المفضل للمشاهدة.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	26	52.0%
المقهى	8	16.0%
عند الأصدقاء	12	24.0%
الإقامة الجامعية	4	8.0%
المجموع	50	100.0%

يوضح الجدول رقم (08) والشكل رقم (08) أعلاه الأماكن المفضلة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة في مشاهدة قنوات بي إن سبورت ، حيث يتضح من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يفضلون مشاهدة قنوات بي إن سبورت في المنزل بنسبة 52% ويمكن تفسير ذلك أن أغلبية طلبة يشتركون في قنوات بي إن سبورت ، ثم تليها نسبة عند الأصدقاء ب 24% و يمكن تفسير ذلك للحماس والمتعة الذي يصنعه الأصدقاء فيما بينهم ، ثم جاءت نسبة المقاهي بنسبة قدرها 16% ، وذلك لأجواء المقاهي التي تمتاز بالتنافس والتشاحن بين المتابعين، ثم جاءت أقل نسبة هي الإقامة الجامعية بنسبة 8%.

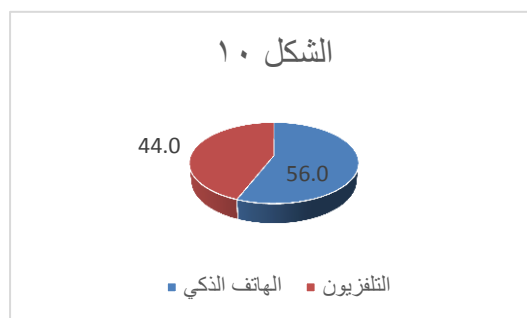
الجدول رقم 9: توزيع العينة حسب تشاهد بي إن سبورت مع:



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بمفردك	9	18.0%
مع الأصدقاء	25	50.0%
مع أفراد العائلة	16	32.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (09) و شكل رقم (09) أعلاه أن طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يفضلون متابعة قنوات بي إن سبورت مع الأصدقاء بنسبة 50% ويمكن تفسير ذلك من خلال الأجواء الخاصة والحماسية التي يصنعونها وتكون شبيهة كما هو الحال في مدرجات الملاعب، ثم تليها المشاهدة مع أفراد العائلة بنسبة قدرها 32% حيث يفضل الكثير من الطلبة متابعة قنوات بي إن سبورت مع في جو اسري عائلي وهذا ما يدل على أن قنوات بي إن سبورت أصبحت تستهوي و تجذب أنظار العائلات وتجمع شملها و تكون المشاهدة في هكذا جو يتميز بالحماس والمتعة في التشجيع، ثم تليها المشاهدة بمفردك بنسبة 18% وذلك يرجع إلى عدة أسباب منها أن العائلة التي يعيش فيها لا تملك أي اهتمام بالرياضة .

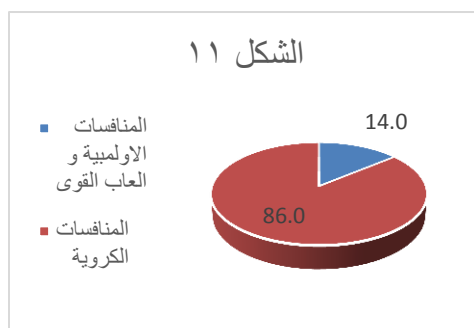
الجدول رقم 10: توزيع العينة حسب تشاهد قنوات بي إن سبورت عبر:



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	28	56.0%
التلفزيون	22	44.0%
المجموع	50	100.0%

يوضح الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) أعلاه الوسيلة الأكثر استخداما من قبل طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة في مشاهدة قنوات بي إن سبورت ، حيث قدر عدد الطلبة الذين يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة قدرها 56% ثم يليه التلفزيون بنسبة 44% ، و يمكن تفسير ذلك أن الهاتف الذكي يعتبر الوسيلة أكثر انتشارا وهذا بفضل المميزات التي يتمتع بها والتي تتمثل في سهولة استخدامه كما يوفر للطلبة الكثير من الخصوصية وهذا ما يفضله الطلبة ، أما بالنسبة لوسيلة التلفاز يرجع إلى الميزة التي يتحلى بها من سرعة في عرضه للأحداث بالإضافة إلى جودة الصورة والحجم الكبير، حيث يقدم راحة في المشاهدة خاصة في المقاهي أو المنزل حيث يضيف الكثير من الحماس والمتعة.

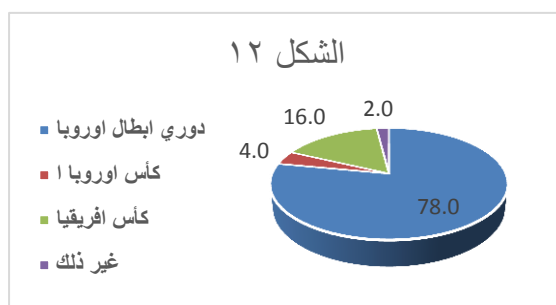
الجدول رقم 11: توزيع العينة حسب الرياضات التي تفضل متابعتها.



النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
14.0%	7	المنافسات الأولمبية وألعاب القوى
86.0%	43	المنافسات الكروية
100.0%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الرياضة التي يفضل طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة مشاهدتها عبر قنوات بي إن سبورت ، لذا فإن أغلبية الطلبة يتابعون المنافسات الكروية بنسبة قدرها 86 % ، كونها الرياضة الأكثر انتشار لدى الطلبة كونها وسيلة ترفيهية وتعتبر متنفسا للضغوطات ، وكذلك الأجواء التي تتسم بشدة المنافسة ، حيث حازت أيضا المنافسات الأولمبية وألعاب القوى باهتمام بعض الطلبة بنسبة معتبرة قدرها 14%، ويمكن تفسير ذلك لشهرتها في العالم وأيضا إلى انتشارها في الكثير من الجامعات .

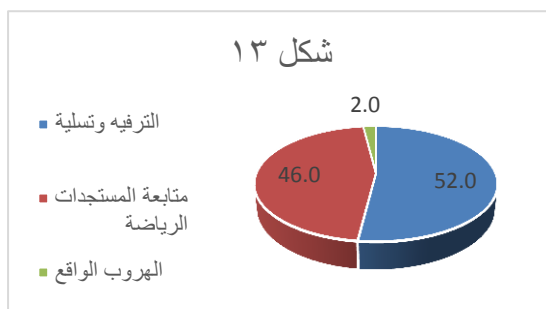
الجدول رقم 12: توزيع العينة حسب المنافسات الكروية التي تفضل مشاهدتها عبر القنوات بي ان سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دوري أبطال أوروبا	39	78.0%
كأس أوروبا	2	4.0%
كأس إفريقيا	8	16.0%
غير ذلك	1	2.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب المنافسات الكروية التي يفضلها طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة مشاهدتها عبر قنوات بي إن سبورت ، حيث يفضل أغلبية الطلبة مشاهدة دوري أبطال أوروبا بنسبة قدرها 78% ويمكن تفسير ذلك إلى الشهرة التي يحظى بها دوري الأبطال باعتباره البطولة رقم واحد في العالم و تضم هذه البطولة أكبر الأندية العالمية ، تليها بطولة كأس إفريقيا بنسبة قدرها 16% و تحظى كأس إفريقيا بمتابعة طلبة كونها بطولة محلية و يشارك في المنتخب الوطني التي تتسم بمبارياته بروح الحماس والقوة في التشجيع ، تم تليها كأس أوروبا بنسبة قدرها 4%، التي رغم شهرتها لكنها لا تحظى بمتابعة الكثير من الطلبة، ثم جاءت أقل نسبة غير ذلك بنسبة 2%.

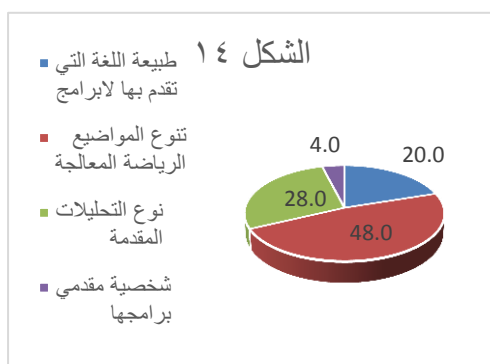
الجدول رقم 13: توزيع العينة حسب دوافع مشاهدتهم لقنوات بي إن سبورت .



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الترفيه وتسلية	26	52.0%
متابعة المستجدات الرياضية	23	46.0%
الهروب الواقع	1	2.0%
المجموع	50	100.0%

أشارت نتائج الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب دافع مشاهدة قنوات بي إن سبورت أن طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يشاهدون قنوات بي إن سبورت من أجل الترفيه و التسلية بنسبة قدرها 52 % وهذا يدل على أن قنوات بي إن سبورت تقدم لهم محتويات ترفيهية ، ثم تليها متابعة المستجدات الرياضية بنسبة قدرها 46 % وهذا راجع لما تقدمه هذه القنوات من أخبار والمعلومات الرياضية، ثم تليها الهروب من الواقع بنسبة قدرها 2 % ، ونستنتج من خلال هذه المعطيات أن أغلب الطلبة يتابعون قنوات بي إن سبورت بدافع الترفيه والتسلية ومتابعة المستجدات الرياضية.

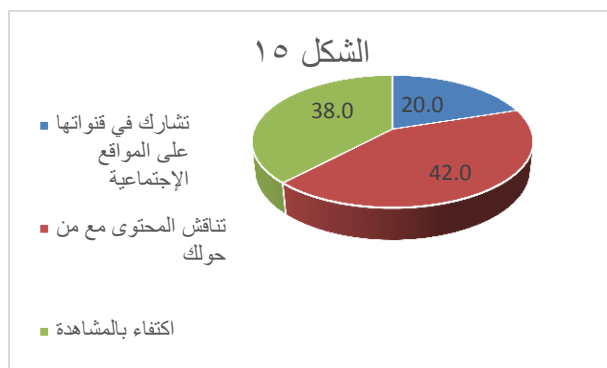
الجدول رقم 14: توزيع العينة حسب تفضيل متابعة قنوات بي أن سبورت بسبب



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
طبيعة اللغة التي تقدم بها البرامج	10	20%
تنوع المواضيع الرياضية المعالجة	24	48%
نوع التحليلات المقدمة	14	28%
شخصية مقدمي برامجها	2	4%
المجموع	50	100%

ينتضح من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب سبب متابعة قنوات بي إن سبورت حيث نلاحظ بأن أغلب طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يتابعون قنوات بي إن سبورت من أجل تنوع المواضيع الرياضية المعالجة بنسبة قدرها 48%، ثم تليها نوع التحليلات المقدمة بنسبة قدرها 28%، ثم تليها طبيعة اللغة التي تقدم بها البرامج بنسبة قدرها 20%، ثم تليها شخصية مقدمي برامجها بنسبة 4%، ونستنتج من خلال المعطيات أن أغلب الطلبة يفضلون متابعة قنوات بي إن سبورت بسبب تنوع المواضيع الرياضية المعالجة و نوع التحليلات المقدمة.

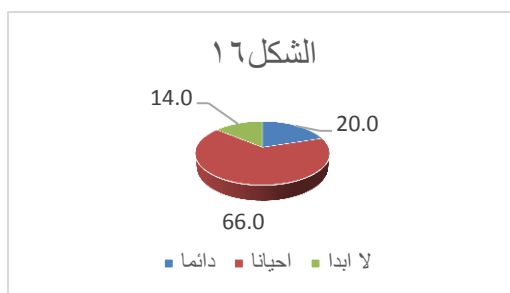
الجدول رقم 15: توزيع العينة حسب كيفية تفاعل مع قنوات بي إن سبورت .



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تشارك في قنواتها على المواقع الإجتماعية	10	20.0%
تتفاعل مع المحتوى مع من حولك	21	42.0%
اكتفاء بالمشاهدة	19	38.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (15) وشكل رقم (15) أعلاه والذي يبين كيفية تفاعل طلبة علوم الإعلام و الاتصال مع مضامين قنوات بي إن سبورت ، حيث سجلت مناقشة المحتوى مع الغير بنسبة بلغت 42% ثم تليها نسبة الاكتفاء بالمشاهدة بنسبة 38% ، ثم تليها تشارك في قنواتها على المواقع الاجتماعية بنسبة مقدارها 20% ، وعليه نستنتج أن طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يتفاعلون مع مضامين قنوات بي إن سبورت من خلال مناقشة المحتوى مع الغير و الاكتفاء بالمشاهدة .

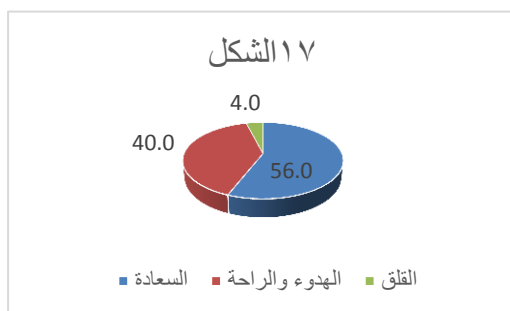
الجدول رقم 16 توزيع العينة حسب تشجيع الآخرين لمشاهدة بي إن سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	10	20%
أحيانا	33	66%
لا ابدا	7	14%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) أعلاه أن توزيع أفراد العينة حسب تشجيع الآخرين لمتابعة قنوات بي إن سبورت، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة تمثلت في حالة أحيانا بنسبة تقدر بـ 66%، ثم تليها حالة دائماً بنسبة مقدارها بـ 20%، في حين كانت أقل نسبة في حالة لا ابدا بـ 14%، ومن هنا نستنتج أن ما تبثه قنوات بي إن سبورت لاقت إعجاب الطلبة وتوافقت مع رغباتهم ودوافعهم الأمر الذي دفعهم لتشجيع الآخرين لمتابعتها .

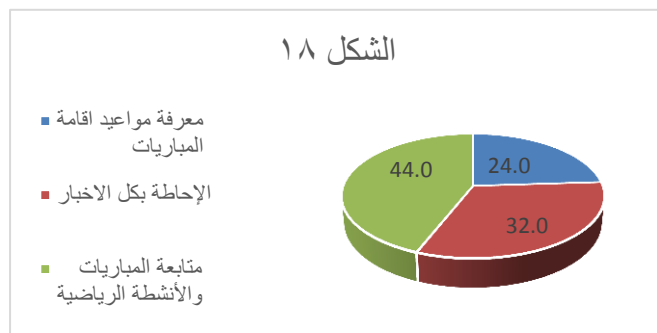
الجدول رقم 17: توزيع العينة حسب أثناء مشاهدة قنوات بي إن سبورت تشعر ب:



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
السعادة	28	56%
الهدوء والراحة	20	40%
القلق	2	4%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (17) و الشكل رقم (17) أعلاه أن أغلبية طلبة علوم الإعلام بجامعة ورقلة أثناء مشاهدتهم لمضامين قنوات بي إن سبورت يشعرون بالسعادة بنسبة قدرها 56% ثم تليها الهدوء و الراحة بنسبة قدرها 40% ، فيما جاءت حالة القلق بنسبة تقدر ب 4% ويمكن تفسير ذلك من خلال ضغط مباريات الفريق المفضل، ومن هنا نستنتج من خلال النتائج أن قنوات بي إن سبورت تجعل الطلبة يشعرون بالسعادة و الهدوء والراحة.

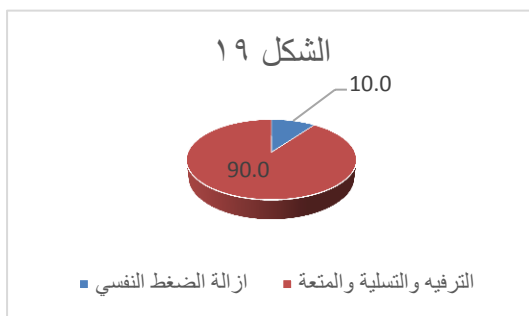
الجدول رقم 18: توزيع العينة حسب الإشباعات المعرفية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
معرفة مواعيد إقامة المباريات	12	24.0%
الإحاطة بكل الأخبار	16	32.0%
متابعة المباريات والأنشطة الرياضية	22	44.0%
المجموع	50	100.0%

يتضح من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم (18) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المعرفية التي تحققها قنوات بي إن سبورت حيث يرغب طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة بإشباع رغباتهم المعرفية أثناء مشاهدتهم لقنوات بي إن سبورت من خلال متابعة المباريات و الأنشطة الرياضية بنسبة قدرها 44 % و تليها الإحاطة بكل الأخبار بنسبة قدرها 32% ثم تليها معرفة مواعيد إقامة المباريات بنسبة 24 % . ومن هنا نستنتج ان طلبة علوم الإعلام و الاتصال يستخدمون قنوات بي إن سبورت من أجل إشباع حاجاتهم المعرفية والتي تتمثل في متابعة المباريات والأنشطة الرياضية والاحاطة بكل الأخبار .

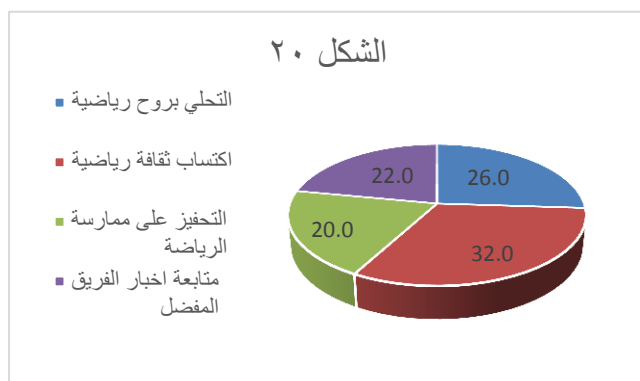
الجدول رقم 19: توزيع العينة حسب الإشباعات النفسية التي تحققها قنوات بي إن سبورت.



النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
10%	5	إزالة الضغط النفسي
90%	45	الترفيه والتسلية والمتعة
100%	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (19) و الشكل (19) توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات النفسية التي تحققها قنوات بي إن سبورت ، حيث يرغب طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة في تحقيقها ، حيث كانت إجابة أغلبية افراد العينة عن الترفيه والتسلية و المتعة بنسبة قدرها 90% ، ثم تليها إزالة الضغط النفسي بنسبة قدرها 10 %، أما الاشباعات الأخرى فكانت منعدمة ، ومن هنا نستنتج ان طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يميلون إلى هكذا قنوات من أجل الترفيه والتسلية والمتعة.

الجدول رقم 20: توزيع العينة حسب الإشباعات السلوكية التي تحققها قنوات بي إن سبورت.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التحلي بروح رياضية	13	26%
اكتساب ثقافة رياضية	16	32%
التحفيز على ممارسة الرياضة	10	20%
متابعة أخبار الفريق المفضل	11	22%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (20) أعلاه أن الإشباعات السلوكية التي يرغب طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة تحقيقها هي اكتساب ثقافة رياضية بنسبة قدرها 32% ثم تليها، التحلي بالروح الرياضية بنسبة بلغت 26% ، ثم تليها متابعة أخبار الفريق المفضل بنسبة تقدر بـ 22% ، ثم تليها التحفيز على ممارسة الرياضة بنسبة 20%.

ومن هنا نستنتج أن طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة يتابعون قنوات بي إن سبورت من أجل اكتساب ثقافة رياضية والتحلي بالروح الرياضية و متابعة أخبار الفريق المفضل والتحفيز على ممارسة الرياضة.

استنتاجات الدراسة:

يعد جمع البيانات وتفريغها وتحليلها توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

عرض نتائج المحور الأول: عادات و أنماط استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال لقنوات بي إن سبورت:

من خلال تحليل نتائج جدول المحور الأول استنتجنا ما يلي:

أوضحت النتائج أن أغلب الطلبة يشاهدون قنوات بي إن سبورت ، حيث أن أغلب العينة تشاهد هذه القنوات منذ أكثر من سنتين بنسبة قدرها 70%.

يتضح من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة يشاهدون قنوات بي إن سبورت في الفترة الليلية بنسبة 80%.

أوضحت نتائج الدراسة أن نصف أفراد العينة تستغرق مدة من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة قنوات بي إن سبورت بنسبة قدرها 50%.

يفضل نصف أفراد العينة مشاهدة قنوات بي إن سبورت في المنزل بنسبة 52%.

يتضح من خلال النتائج أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة قنوات بي إن سبورت مع الأصدقاء بنسبة 50%.

أوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة يفضلون وسيلة الهاتف الذكي لمشاهدة قنوات بي إن سبورت بنسبة 56% ، و وسيلة التلفزيون بنسبة 44%.

عرض نتائج المحور الثاني : دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال لقنوات بي إن سبورت.

✚ تعتبر المنافسات الكروية هي الأكثر متابعة من قبل الطلبة بنسبة 86%، كونها الرياضة الأكثر

شعبية و متابعة عالميا.

✚ يفضل أغلبية الطلبة متابعة دوري أبطال أوروبا عبر قنوات بي إن سبورت بنسبة 78%، وذلك

للسهرة التي يحظى بها و روح الحماس التي تمتاز بها مبارياته.

✚ يتابع نصف أفراد العينة قنوات بي إن سبورت بدافع الترفيه والتسلية بنسبة بلغت 52%.

✚ يتابع الطلبة قنوات بي إن سبورت بسبب تنوع المواضيع الرياضية المعالجة بنسبة 48%.

عرض نتائج المحور الثالث: تفاعل الطلبة مع كيفية قنوات بي إن سبورت .

أوضحت نتائج الدراسة أن الطلبة يتفاعلون مع قنوات بي إن سبورت بمناقشة المحتوى مع من حولك
بنسبة بلغت %42.

يتضح من نتائج الدراسة أن الطلبة يشجعون الآخرين للمشاهدة قنوات بي إن سبورت أحيانا بنسبة
قدرها %66.

عرض نتائج المحور الرابع: الإشباع المحققة لدى الطلبة من متابعة قنوات بي إن سبورت:

أوضحت نتائج الدراسة أن الطلبة أثناء مشاهدتهم لقنوات بي إن سبورت تشعرهم بالسعادة بنسبة
%56.

الإشباع المعرفية التي يحققها أفراد العينة من متابعة قنوات بي إن سبورت هي متابعة المباريات
والأنشطة الرياضية بنسبة بلغت %44.

تتمثل الإشباع النفسية المحققة لدى الطلبة من متابعة قنوات بي إن سبورت هي الترفيه والتسلية
والممتعة بنسبة بلغت %90.

توضح نتائج الدراسة أن الإشباع السلوكية التي يحققها أفراد العينة من التعرض لقنوات بي إن
سبورت هي اكتساب ثقافة رياضية بنسبة %32.

خاتمة

خاتمة:

من خلال ما سبق نستنتج بأن قنوات بي إن سبورت يستعملها الشباب الجزائري لأجل إشباع مختلف ميولاتهم وأذواقهم ، وقد سعينا في دراستنا هذه إلى تناول موضوع استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت والإشباع المحققة، أين كان طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورقلة عينة لها، هذا في محاولة منا للكشف عن الإشباع المحققة لهم منها ، وهذا انطلاقا من مجموعة من التساؤلات والمتمثلة في عادات وأنماط مشاهدة الطلبة لقنوات بي إن سبورت ، دوافع استخدامهم لها ، كيفية تفاعلهم معها ، والإشباع المحققة من وراء متابعتهم لمضامينها.

حيث أظهرت الدراسة أن طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة يشاهدون مضامين قنوات بي إن سبورت بشكل كبير، حسب الظروف المناسبة لهم، وأن الدافع الترفيهي و التسلية هو الذي يجعلهم يتابعونها ، كما كشفت الدراسة أن طلبة علوم الإعلام والاتصال يتفاعلون بشكل كبير مع ما تبثه قنوات بي إن سبورت وتختلف طرق تفاعلهم من طالب لآخر، وأثبتت أن هاته القنوات تشبع حاجاتهم ورغباتهم .

توصيات الدراسة:

- ❖ العمل على مراجعة أسعار الإشتراك في شبكة قنوات بي إن سبورت، وذلك بالعمل على وضع أسعار في متناول الجميع، لجذب أكبر قدر من المشاهدين.
- ❖ الإهتمام بالألعاب الرياضية الأخرى على غرار كرة القدم التي تأخذ الإهتمام الأكبر للمشاهدين.
- ❖ القيام ببرامج رياضية ممتعة وحماسية خلال الفترات التي تشهد أحداث رياضية، لجذب المتابعين وملئ أوقات فراغهم.
- ❖ العمل على التطوير المستمر في تحسين الخدمة من قبل قنوات بي إن سبورت لزيادة الإقبال على مشاهدة هذه القنوات من المشاهدين.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم و القواميس:

1. ابراهيم مجدى عزيز، معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2009.
2. عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت، 1971.
3. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط4، 2008.

الكتب:

1. أحمد مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، ط4، 2003 .
2. حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
3. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015.
4. خير الدين علي عويس وعطاء حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ط1، 1998.
- a. دار الإعصار العلمي، عمان، ط1، 2016.
5. رحيم يونس الغزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007، ص173.
6. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2019.
7. طلاب الفرقة الثالثة بقسم الاعلام كلية الآداب، الاعلام المتخصص، دار المعرفة للطباعة والنشر، مصر، ط1، 2019.
8. عبد الحافظ صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، (د.د.ن) (د.م) (د.ط) 2011,201.
9. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، ط2، 1977 .

10. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الاحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،الأردن،ط.ع،2016.
11. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر، الرياض، ط1، 2014.
12. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء، ط3، 2019.
13. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر،الأردن،ط1، 2015.
14. موريس أنجرس، ترجمة صحراوي بوزيد ،منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2004 .
15. نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي، عمان، ط1، 2016.

مذكرات و الرسائل الجامعية:

1. عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال التمثل والاستخدامات ، أطروحة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2006،2007.
2. غربال سميحة و وانيس عواطف، تأثير الإعلام الرياضي على الشباب الجامعي قناة بين سبورت نموذجاً، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة ورقلة ،2016.
3. غيث سالم علي العمري، استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات بي إن سبورت والاشباعات المتحققة منها، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة ، الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
4. ميعوات فاتح و مقران زكرياء، اقبال الطلبة الجامعيين على القنوات الرياضية بين سبورت نموذجاً، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، 2021،2022.
5. نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعية و الإشباعات المتحققة منها، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2011،2012.

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة

استبيان حول استخدامات الشباب الجزائري لقنوات بي إن سبورت والإشباع المحققة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة نرجوا منكم زملائي الطلبة قراءة الأسئلة بعناية والإجابة عليها بوضع علامة (+)، هذا الاستبيان هو عبارة عن دراسة موجهة للبحث العلمي فقط وكل المعلومات تبقى سرية لدى الباحث.

الأستاذ المشرف :

أ. بوكرموش عيسى

من إعداد الطلبة:

صابر فيصل

ريغي بهاء الدين

المحور الاول: البيانات الشخصية:

1. الجنس:

ذكر انثى

2. السن:

من 18 الى 22 سنة من 23 الى 27 سنة
 من 28 الى 32 سنة 33 سنة فأكثر

3. المستوى الجامعي:

علوم الإعلام والاتصال إعلام
 اتصال جماهيري وسائط جديدة سمعي بصري
 اتصال

المحور الثاني: عادات وانماط استخدام الطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح لقنوات بي إن سبورت

1. هل تشاهد قنوات بي إن سبورت؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بلا نشكرك على الإجابة.

2. منذ متى وانت تشاهد قنوات بي إن سبورت؟

اقل من سنة سنة
 سنتين اكثر من ذلك

3. ما هو الوقت المفضل لديك لمشاهدة قنوات بي إن سبورت؟

صباحا مساء ليلا

4. ماهي المدة التي تستغرقها في مشاهدة قنوات بي إن سبورت؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين

من ساعتين الى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

5. ما هو المكان المفضل للمشاهدة؟

المنزل المقهى

عند الاصدقاء الإقامة الجامعية

أخرى أذكرها:

6. تشاهد قنوات بي إن سبورت:

بمفردك مع الاصدقاء مع افراد العائلة

أخرى

أذكرها:

.....

7. تشاهد قنوات بي إن سبورت عبر:

الهاتف الذكي التلفزيون

اللوحة الالكترونية الحاسوب

المحور الثالث: دوافع طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي ورقلة وراء متابعة قنوات بي إن سبورت.

1. ماهي الرياضات التي تفضل متابعتها:

المنافسات الأولمبية والعباب القوى المنافسات الكروية

2. ماهي المنافسات الكروية التي تفضل مشاهدتها عبر قنوات بي إن سبورت؟

دوري الابطال أوروبا كأس أوروبا
 كأس افريقيا غير ذلك

اذكرها:

3. تشاهد قنوات بي إن سبورت بدافع:

الترفيه والتسلية
 متابعة المستجدات الرياضة الهروب من الواقع

4. تفضل متابعة قنوات بي إن سبورت بسبب:

طبيعة اللغة التي تقدم بها البرامج تنوع المواضيع الرياضة المعالجة
 نوعية التحليلات المقدمة شخصية مقدمي برامجها

المحور الرابع: كيفية يتفاعل طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مباح ورقلة مع
مضامن قنوات بي إن سبورت

1. عند مشاهدة قنوات بي إن سبورت الفضائية:

تشارك في قنواتها على المواقع الاجتماعية

الاكتفاء بالمشاهدة تناقش المحتوى مع من حولك

أخرى اذكرها:.....

2. هل تشجع الاخرين لمشاهدة قنوات بي إن سبورت؟

دائما احيانا لا ابدا

المحور الخامس: الإشباعات المحققة لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مباح
ورقلة من متابعة قنوات بي إن سبورت

1. اثناء مشاهدة قنوات بي إن سبورت تشعر بـ:

السعادة الهدوء والراحة القلق

أخرى اذكرها:.....

2. ماهي الاشباعات المعرفية التي تحققها من مشاهدة قنوات بي إن سبورت؟

معرفة مواعيد اقامة المباريات

الاحاطة بكل الاخبار المتعلقة بالمجال الرياضي

متابعة المباريات والانشطة الرياضية

أخرى اذكرها:.....

3. ماهي الاشباعات النفسية التي تحققها قنوات بي إن سبورت؟

إزالة الضغط النفسي الترفيه والتسلية المتعة الهروب من الواقع

أخرى اذكرها:.....

4. ماهي الاشباعات السلوكية التي تحققها قنوات بي إن سبورت؟

التحلي بالروح الرياضية اكتساب ثقافة رياضية
 التحفيز على ممارسة الرياضة متابعة اخبار الفريق المفضل

أخرى اذكرها:.....

قائمة الأساتذة محكمي الاستبيان:

الأستاذ الزاوي محمد الطيب

الأستاذ عيسى بوكرموش

الأستاذ محمد السعيد بن غنيمة

بطاقة فنية حول قناة بي إن سبورت:

الاختصاص	الرياضة
النوع	قناة رياضية مدفوعة
التأسيس	1 نوفمبر 2003 قناة الجزيرة الرياضية 1 جانفي 2014 باقة قنوات بي إن سبورت
المالك	
اللغة	العربية، الفرنسية، الانجليزية، الإسبانية
المقر	قطر
القطاع	الرياضة
البت	تمائلي: فضائي، كبلي، دي أس أل، أبي تي في، ويب رقمي: جهاز استقبال بي إن سبورت عبر الساتل: اسهيل عبر النت: الموقع الرسمي
دقة العرض	عالية بوضوح 1080i
التغطية	منطقة الشرق الاوسط شمال افريقيا