

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم والإنسانية الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة



من إعداد:

الريغي هاجر

تاتي وسام

مذكرة بعنوان:

تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية
(الأنترنت نموذجا)

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة

أ - بن زطة سليم.....(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا.

أ - سرايه الهادي.....(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا.

أ - ثابت مصطفى.....(جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا.

السنة الجامعية: 2015 - 2016

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والسلاة والسلام على اشرفه المرسلين

عليه افضل الصلوات والتسليم أما بعد:

نشكر الله عز وجل الذي انعم علينا بنعمة العقل ووفقنا

للوصول إلى هذا المستوى وانجاز هذه الدراسة.

ثم نتوجه بخالص الشكر والتقدير والامتنان للأستاذ "سرايه الماحدي"

أستاذنا المشرفه على هذه الرسالة.

كما نقفم وفتة المعترفه بالجميل حق العرفان أمام أستاذنا المحترم

"الزاوي محمد الطيب" الذي لم يبخل علينا برصيدته المعرفي والمراجع.

كما نتوجه بالشكر لكل من ساعدنا

في انجاز هذا العمل المتواضع من قريبه أو من بعيد

خاصة طلبة معهد علوم وتقنياته النشاطات البدنية و الرياضية

وسام

هاجر



الصفحة	عنوان المحتوى	الرقم
أ	شكر وعرافان	01
ب	فهرس المحتويات	02
د	فهرس الجداول	03
هـ	فهرس الأشكال	04
ز	ملخص الدراسة باللغة العربية	05
ح	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	06
01	مقدمة	07
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة		
05	تمهيد	
06	الإشكالية	01
07	تساؤلات الدراسة	02
08	أهمية الدراسة	03
08	أهداف الدراسة	04
08	أسباب اختيار الموضوع	05
09	الدراسات السابقة	06
14	منهج الدراسة	07
15	عينة الدراسة	08
16	أدوات جمع البيانات	09
16	تحديد مفاهيم الدراسة	10
18	مجالات الدراسة	11
18	المقاربة النظرية	12
22	خلاصة الفصل	
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة		
24	تمهيد	
25	تعريف القنوات الفضائية المتخصصة	01
25	تعريف الإعلام الرياضي	02
26	أنواع وخصائص الإعلام الرياضي	03

27	أهمية وأهداف الإعلام الرياضي	04
28	تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة	05
28	تطور تكنولوجيا الاتصال	06
29	خصائص تكنولوجيا الاتصال	07
30	وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة	08
31	سلبيات وإيجابيات تكنولوجيا الاتصال	09
33	نشأة الإنترنت	10
34	تعريف الإنترنت	11
35	خصائص الإنترنت	12
35	خدمات الإنترنت	13
36	إيجابيات وسلبيات الإنترنت	14
38	خلاصة الفصل	15
الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة		
40	تمهيد	
41	عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الأول	01
44	عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الثاني	02
49	عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الثالث	03
64	الاستنتاجات العامة للدراسة	04
65	خلاصة الفصل	05
67	خلاصة الدراسة	06
69	قائمة المراجع	07
	قائمة الملاحق	

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	41
(2)	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	42
(3)	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	43
(4)	يوضح مدى مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية	44
(5)	يوضح مكان مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية	45
(6)	يوضح أوقات مشاهدة المبحوثين للقنوات الرياضية	46
(7)	يوضح عدد الساعات المخصصة لمشاهدة القنوات الرياضية في اليوم	47
(8)	يوضح متابعة العينة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	49
(9)	يوضح مكان استخدام العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية	50
(10)	يوضح مدة استخدام الإنترنت في متابعة البرامج الرياضية	51
(11)	يوضح طبيعة استخدام أفراد العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية	52
(12)	يوضح الفترات التي يفضلها المبحوثين في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	53
(13)	يوضح الوسيلة الأكثر استعمالا في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	54
(14)	يوضح البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها	55
(15)	يوضح البرامج التي يفضل تكرارها لدى أفراد العينة	56
(16)	يوضح يبين أسباب تكرار متابعة البرامج الرياضية	57
(17)	يوضح الوسيلة الأكثر تفضيلا لدى المبحوثين في مشاهدة القنوات الرياضية	59
(18)	يوضح الوسيلة الأمتل لتتبع البرامج الرياضية لدى أفراد العينة	60
(19)	يوضح يبين إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمتل في متابعة البرامج الرياضية	61
(20)	يوضح نسبة المتابعة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	62

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
42	رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
43	رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
44	رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	03
45	رسم بياني يوضح مكان مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية	04
46	رسم بياني يوضح مكان مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية	05
47	رسم بياني يوضح أوقات مشاهدة المبحوثين للقنوات الرياضية	06
48	رسم بياني يوضح عدد الساعات المخصصة لمشاهدة القنوات الرياضية في اليوم	07
49	رسم بياني يوضح متابعة العينة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	08
50	رسم بياني يوضح مكان استخدام العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية	09
51	رسم بياني يوضح مدة استخدام الإنترنت في متابعة البرامج الرياضية	10
52	رسم بياني يوضح طبيعة استخدام أفراد العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية	11
53	رسم بياني يوضح الفترات التي يفضلها المبحوثين في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	12
54	رسم بياني يوضح الوسيلة الأكثر استعمالا في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	13
55	رسم بياني يوضح البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها	14
56	رسم بياني يوضح البرامج التي يفضل تكرارها لدى أفراد العينة	15
57	رسم بياني يوضح يبين أسباب تكرار متابعة البرامج الرياضية	16
58	رسم بياني يوضح الوسيلة الأكثر تفضيلا لدى المبحوثين في مشاهدة القنوات الرياضية	17
59	رسم بياني يوضح الوسيلة الأمثل لتتبع البرامج الرياضية لدى أفراد العينة	18
60	رسم بياني يوضح يبين إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة	19

	البرامج الرياضية	
61	رسم بياني يوضح نسبة المتابعة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت	20

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة "مدى تأثير المواقع الرياضية عبر الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية؟"، وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بطرح ثلاثة تساؤلات تمثلت في: ما هي عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية للقنوات الرياضية ، وكذا عاداتهم في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت، وأخيرا تأثير المواقع الرياضية عبر الإنترنت على نسبة مشاهدتهم للقنوات الرياضية. وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمدنا على المنهج الوصفي وفي إطاره استخدمنا منهج المسح بالعينة، واخترنا عينة طبقية بسيطة طبقت على 100 طالب، وقد استخدمنا أداة الاستمارة. ومن خلال الدراسة الميدانية تحصلنا على النتائج التالية:

- أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة القنوات الرياضية لمتابعة مختلف البرامج الرياضية منها أخبار اللاعبين و مشاهدة المباريات وكذلك الأخبار الرياضية وكل ما هو جديد في الساحة الرياضية.
- رغم حصول الطلبة السريع للمعلومات الرياضية وكذلك إمكانية إعادة البرامج الرياضية في أي وقت، إلى أنهم يقضون ساعات قليلة أمام الإنترنت ويرجع هذا إلى الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام هذه الوسيلة.
- وقد توصلنا في الأخير إلى أنه لا يوجد تأثير المواقع الرياضية على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، حيث يعتبر الطلبة أن الإنترنت ليست الوسيلة الأفضل لمشاهدة القنوات الرياضية.

The Summary

This study aims at knowing the impact of sports site on the internet on watching the sports channels among the students of sciences and techniques of physical and sports activities, and in order to answer this problematic. We have asked three questions including the following among the students of institute of sciences and technique of physical and sports activities, in addition to their habits in watching the sports programme on the internet and finally, the impact of internet sports sites on their rate of watching the sports channels. And So as to answer this questions, we have used the descriptive approach and in this context we have used the approach of jing of sample. We have chosen a sample of 100 students, and have made use of a questionnaire divided into three parts including 27 questions. We have dealt in the first parts with the habits and types of watching of physical and sports activities channels among the students of the physical and sports activities institute. In the second part, we have rather dealt with the habits of watching of sports programme on the internet the students of the physical and sports activities institute.

Finally, in the third and last part, we have dealt with the impact of sports sites on the rate of sports channels watching among the students of sciences and techniques of institute of physical and sports activities and through the field study we got following results:

-The individuals included in the sample prefer watching the sports channels to follow the different sports programs including the player news and watching the games in addition to the sports news and every new in sports.

- Even though the students have an easy and quick access to the sports information in addition to their ability to watch again and again the sports programme at any time yet, they only spend a few hours on the internet and this is likely due to the difficulty they encounter in using this means .

- And at the end, we have come to the conclusion that sports sites do not have any impact on the students rate of watching of the sports channels among the students of the institute of science and techniques of sports and physical activities because the students consider that the internet is not the best means for watching the sports channels.

مقدمة

مقدمة:

يعرف قطاع الإعلام والاتصال تطورات تكنولوجية وتقنيات متقدمة انجز عن استخدامها الواسع والسريع أن قربت المسافات بين أجزاء العالم وفتح المجال للتواصل بين أبناء الشعوب المختلفة، وكانت بمثابة وسائط اتصالية متقدمة علميا وتكنولوجيا وفي صدارتها الإعلام المرئي الذي استفاد بشكل كبير من هذا التطور، إذ سخرت لخدمته وسائل جد حديثة أهمها البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية لما لتلفزيون من خصوصيات تميزه عن غيره من الوسائل تتمثل في الصورة، وما تحمله من ميزتي التأثير والتأثر اللتان لا يمكن فصل إحدهما عن الأخرى باعتبارهما العاملين المتكاملين في عملية الاتصال، وإيماننا منه بخطورة هذا الجهاز وما يحمله من خصائص، سعى العالم منذ الخمسينيات من القرن الأخير إلى الاهتمام بموضوع تكنولوجيا البث، وقطع أشواط كبيرة لتحقيق ما وصل إليه اليوم.

وفي خضم الثورة التكنولوجية المعاصرة للمعلومات، نلاحظ أن التكنولوجيا قد نمت وتطورت وتمكنت من المساهمة في تطوير الحضارة الإنسانية ورفي الجنس البشري وبوجه خاص منذ منتصف الثمانينيات، حيث نجد أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية إتصالية جديدة تكاد التطورات التي تحدث فيها أن تعادل كل ما سبق من التطورات في المراحل السابقة بما فيه تغير شكل وأسلوب عمل وسائل الإتصال، إضافة إلى ظهور وسائل إتصال جديدة، كانت لها آثارها الإتصالية.

ولعل من أبرز مظاهر هذه الثورة و أعمقها أثرا في عالم الاتصال هو ظهور الإنترنت والثورة التي أحدثتها على مستوى جمع المعلومات وتوزيعها وكذلك المنتجات والخدمات وطرائق العمل وتتمثل أقوى تأثيرات الإنترنت في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية وأتاح للباحثين إمكانيات غير محدودة.

ولمعرفة تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية وهو موضوع دراستنا، ومن خلالها قادنا الفضول العلمي إلى محاولة التعرف على "مدى تأثير الإنترنت على مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية"، ولكوننا طلبة احتزنا الشريحة التي ننتمي إليها والتي لها وزن في أي مجتمع فاختزنا عينة منه وانطلقنا من بحثنا النظري والميداني، وقد احتوت دراستنا على:

الفصل الاول: وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث تحديد مشكلة الدراسة، وطرح تساؤلاتها، وأهدافها وأسباب إختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم، وعرض الدراسات السابقة والتعقيب عليها، ثم قمنا بعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث

المنهج، وأداة جمع البيانات، وشرح العينة المختارة، ثم مجالات الدراسة، كما قمنا في هذا الفصل بتحديد الإطار النظري للدراسة والمتمثل في نظرية الاستخدامات والاشباع.

الفصل الثاني: قسمناه إلى ثلاث مباحث كل مبحث تضمن:

المبحث الأول: ماهية القنوات الفضائية وتطرقنا أيضا إلى تعريف الإعلام الرياضي أنواعه، وظائفه وأهميته.

المبحث الثاني: وجرى فيه التعريف بماهية تكنولوجيا الاتصال من حيث تحديد مفهومها، تطورها، خصائصها، سلبياتها و إيجابياتها.

المبحث الثالث: وقمنا فيه بالتعريف بماهية الإنترنت من حيث تحديد مفهومها، خصائصها، وقمنا فيه أيضا بتحديد أهم

استخدامات الإنترنت ، فبدأنا بتعدد الاستخدامات الايجابية، ثم انتقلنا إلى الاستخدامات السلبية.

الفصل الثالث: وعرضنا من خلاله النتائج الأولية للدراسة في جداول بعد أن قمنا بتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية وقمنا

بتمثيلها في شكل دوائر نسبية، بعد ذلك قمنا بتقديم قراءات تحليلية حول هذه الجداول، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية

لِلدراسة.

الإطار المنهجي

تمهيد

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1- الإثكالية

2- تساؤلات الدراسة

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- أسباب اختيار الموضوع

6- الدراسات السابقة

7- منهج الدراسة

8- عينة الدراسة

9- أداة الدراسة

10- تحديد مفاهيم الدراسة

11- مجالات الدراسة

12- المقاربة النظرية

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر تحديد مشكلة أي بحث من أهم الخطوات الأساسية التي يخطو عليها المنهج العلمي حيث يخصص لها الباحثون اهتماما كبيرا لأن بفضلها تسهل كل خطوات المنهجية الواردة في البحث، كما يحتوي هذا الفصل على تساؤلات الدراسة، أهميتها وأهدافها، وأسباب اختيارنا للموضوع، الدراسات السابقة، منهج الدراسة، عينة الدراسة، أداة الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسات، مجالات الدراسة، وأخيرا المقاربة النظرية للدراسة.

1- الإشكالية:

في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات التي يشهدها العالم اليوم تعاضم الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام والاتصال المتقدمة، فقد جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، إذ أنها قامت بإلغاء الحدود السياسية والجغرافية، ويعتبر التلفزيون إحدى هذه الوسائل الذي شهد تاريخا عريقا، إذ أنه يتميز بمجموعة من الخصائص تكمن في إمكانية البث المباشر بواسطة الأقمار الاصطناعية التي يتم بواسطتها نقل الصوت والصورة والحركة للأشياء والأحداث من المصدر إلى المستقبل لتحقيق عملية اتصال تتسم بالجودة والفعالية في مجالات متعددة. خاصة بعد تقدم تكنولوجيا أقمار الاتصالات والبث المباشر بخطوات واسعة سواء في مجال الإرسال و الاستقبال وذلك في أواخر القرن العشرين التي سهلت استقبال القنوات التلفزيونية المختلفة باستعمال أجهزة الاستقبال والهوائيات المقعرة.

ويعد التلفزيون في الغالب الوسيلة الأكثر استخداما من قبل الجمهور العام، حيث يعد واحدا من أهم وسائل الاتصال المعاصرة الذي يستخدمها الإنسان بشكل مستمر، ومع ذلك فإن المشاهد يتعرض للتلفاز ويستخدمه لكن بهدف ما، وهذا الاستخدام يختلف من شخص إلى آخر، فهناك من يتعرض للتلفزيون لتنمية البعد السياسي، فيجد السياسة مطلبه الذي يبحث عنه ويرغب في إشباعه، وهناك من يهتم بالمواضيع الاقتصادية، وهذا ما أدى إلى خلق نوع جديد من الإعلام يعرف بالإعلام المتخصص الذي يركز على جانب من جوانب الحياة المختلفة مع الاهتمام بجوانب أخرى لكن بشكل أقل، فبرز في هذا المجال القنوات المتخصصة في البرامج. فظهرت لدينا قنوات رياضية، سياسية، دينية، ترفيهية... كل منها متخصصة في المجال الذي تعرضه.

إن القنوات الرياضية تعتبر من القنوات المتخصصة، إذ تعد من أبرز وسائل الاعلام الرياضي لكونها تبث مضامينه وأهدافه إلى

الجمهور، و"الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين

الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتوعية وعيه الرياضي.¹

وقد أدت التطورات التكنولوجية الحديثة في الوقت الحالي إلى اعتماد المجتمع على التكنولوجيا بكل أنواعها، وخاصة الإنترنت حيث برزت أهميتها في حياة الشباب وذلك من خلال الثورة التي أحدثتها على مستوى جمع المعلومات وسرعة الوصول إليها، وكذلك سهولة استخدامها، إذ أنها أتاحت للمستخدمين إمكانيات غير محدودة لمتابعة البرامج والمواضيع المتعلقة بالجانب الرياضي حتى أصبحت الوسيلة الأكثر استعمالاً.

إن المعاينة الميدانية اليومية لمجموعة من الأفراد المستخدمين تفيد بتقبل سريع لشبكة الإنترنت مباشرة بعد اكتساب مهارات استعمالها، بل وأكثر من ذلك يكتفي هذا الاستعمال لدى الكثير من الأفراد بشكل يثير الدهشة أحياناً إلى درجة أنه يتحول إلى عادة يومية جديدة قد تضاف إلى السلوكيات الاتصالية للفرد، وذلك لتمييزها بخصائص جعلتها في مقدمة الوسائل الأخرى، فبهذه الخصائص جعلتها تغير بشكل جذري في عادات وأنماط مشاهدة الشباب للقنوات الرياضية ونظراً لان دراستنا تهدف إلى معرفة استخدام الإنترنت وتأثيرها على مشاهدة القنوات الرياضية، فإنها تندرج ضمن نظرية الاستخدامات والاشباع التي تهدف إلى شرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغبتهم من خلال هذا الاستعمال، وهذا ما سنقوم بدراسته لمعرفة استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت من أجل تلبية حاجاتهم وتحقيق رغبتهم من خلال متابعة البرامج الرياضية وتأثير هذا الاستخدام على مشاهدة القنوات الرياضية، ومن هنا تنطلق إشكالية الدراسة: "ما مدى تأثير المواقع الرياضية عبر الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية؟"

و يندرج تحت هذا الإشكال التساؤلات التالية:

- 1- ما هي عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للقنوات الرياضية؟
- 2- ما هي عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت؟
- 3- هل تؤثر المواقع الرياضية عبر الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية؟

¹ ياسين فضيل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان(الأردن)، 2010، ص46.

3- أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية الدراسة على أهمية الظاهرة التي يتم دراستها وعلى قيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها، والتي يمكن أن تفيدنا في اكتشاف حقائق نستطيع الاستناد إليها في إثبات حقيقة ظاهرة أو مشكلة ما، أو جعلها منطلقاً لبحوث ودراسات أخرى، وتكمن أهمية هذه الدراسة لما لها من أهمية في مجال الإعلام و الاتصال في إبراز استخدامات الطلبة الجامعيين للإنترنت، وذلك قصد تزويدهم بكل ما يحيط بالمجال الرياضي.

مما لاشك فيه أن الطلبة الجامعيين يستخدمون الإنترنت بشكل مختلف ودوافع مختلفة وعليه جاءت الدراسة لمعرفة طبيعة تأثير الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية.

4- أهداف الدراسة:

- تهدف من خلال هذه الدراسة إلى بلوغ مجموعة من الأهداف من الأهداف وتمثل في:
- التعرف عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للقنوات الرياضية.
- محاولة التعرف على عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية للمواقع الرياضية عبر الإنترنت.
- معرفة مدى تأثير المواقع الرياضية عبر الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار موضوع بحثه، منها الموضوعية والذاتية، ونحن بدورنا لنا أسباب في اختيار موضوع بحثنا نلخصها فيما يلي:

1/. الأسباب الموضوعية:

- كثرة استخدام الإنترنت في أوساط الطلبة الجامعيين.
- نقص الدراسات التي تتناول تأثير الوسائل الحديثة على الوسائل التقليدية.

- تدعيم الدراسات حول معرفة تأثير استخدام الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية.

2- الأسباب الذاتية :

- الميل إلى معرفة مدى تأثير الانترنت على القنوات الرياضية، وهذا السبب دفعنا إلى حب التطلع والبحث لمثل هذه الدراسات.

- الاهتمام الشخصي بالإنترنت ومدى تلبيةها لحاجات الطلبة الجامعيين.

6- الدراسات السابقة:

أولا : الدراسات المتعلقة بالقنوات الرياضية

1. الدراسة الأولى:

الزواوي محمد أحمد المهدي: الاعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري من خلال دراسة جمهور حصة من الملاعب (مذكرة

مكاملة لنيل شهادة الماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية جامعة الجزائر 2008).

وتمثلت إشكالية الدراسة : هل استطاعت حصة من الملاعب الرياضية بشكلها ومضمونها إرضاء متبعيها وإطلاعهم على

تطورات الساحة الرياضية الوطنية؟ وهل لبت تطلعاتهم أم أن المطلوب يتجاوز أدائهم؟

وتمحورت تساؤلات الدراسة في:

- كيف يقيم متابعو حصة من الملاعب شكل الحصة؟

- ما هي العوامل الموضوعية التي تساهم في إقبال وتجاوز الجمهور لحصة من الملاعب؟

- هل نجحت حصة من الملاعب في اختيار الأحداث الرياضية وإثراءها حسب آراء الجمهور أم المتبعين؟

- كيف يتصور المتبعين الحصة الرياضية النموذجية وما هي البدائل والاقتراحات التي يقدمها في حالة عدم رضاه؟

- على أي أساس يتم اختيار مواضيع حصة من الملاعب والمدعوين من الضيوف والمحللين؟ وإلى أي مدى تكون حرية المناقشة

والإدلاء بالرأي؟

وتمثلت الفرضيات في:

- تحقق حصة من الملاعب بشكلها ومضمونها في إرضاء متبعيها باطلاعهم على تطورات الساحة الرياضية، وتفرغ عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية:

- تقدم حصة من الملاعب في شكل يقبله الجمهور.

- يمثل وقت بث حصة من الملاعب و أهمية المواضيع المختارة أهم العوامل المؤثرة على إقبال المشاهدين.

- يرجع نجاح حصة من الملاعب اختيار الحدث الرياضي الذي يشد إليه اهتمام الجمهور.

- يتطلع الجمهور الرياضي إلى حصة متنوعة.

- تتجاوز تطلعات الجمهور الرياضي أداء حصة من الملاعب.

وتمثلت أهداف الدراسة في أن معرفة مدى رضا الجمهور على شكل حصة من الملاعب، محاولة معرفة العوامل الموضوعية التي

تساهم في إقبال الجمهور على متابعة الحصة، معرفة مدى نجاح حصة من الملاعب في استقطاب الجمهور من خلال اختيار

الموضوع، كما أن الباحث يحاول تشخيص الحصة النموذجية لدى الجمهور الرياضي.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي وتم اختيار هذا المنهج لمناسبته لطبيعة الدراسة وسهولة استعماله ميدانياً،

وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المتابع لحصة من الملاعب لبلدية المسيلة من مختلف شرائح المجتمع، وبلغ حجم العينة 250 مفردة

وهي عينة قصدية، واستخدم أداة الاستمارة تكونت من 27 سؤال موزعة في 04 محاور. وتوصل الباحث إلى مجموع من النتائج

تمثلت في: كون مشاهدي التلفزيون الجزائري وأن الحصة الرياضية تأتي في مقدمة البرامج التي تشد لها أكبر عدد من المتابعين، كما

تأتي أهمية حصة من الملاعب بالأحداث الرياضية المحلية مما يعد متميزاً ومعطى إيجابي يجب استخدامه بشكل جيد في مواجهة

التوترات العالية للعبة.

2. الدراسة الثانية:

خالد محمود الزيود "دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك".

وقد حدد الباحث إشكالية دراسته في ما دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك.

- وتمثلت تساؤلات الدراسة في: ما دور القنوات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك من وجهة نظرهم؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة جامعة اليرموك في مستوى الثقافة الرياضية تعزى لمتغير الجنس و الكلية؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على وجهات نظر الطلبة كليات جامعة اليرموك (باستثناء كلية التربية الرياضية).

- دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة الرياضية.

واعتمد الباحث في دراسته منهج المسح بهدف الحصول على المعلومات حول دور الفضائيات الرياضية في رفع مستوى الثقافة

الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة جامعة اليرموك وكان عددهم 15135 طالب، وبلغت عينة

بجته 327 مفردة تم اختيارهم عشوائياً. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن القنوات الفضائية الرياضية دوراً إيجابياً في تزويد المشاهد للثقافة الرياضية، وأن المجال الاجتماعي و المعرفي احتلا أعلى المجالات

وبدرجة مرتفعة، وتبين من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجال المعرفي لنشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك

تبعاً لمتغير الجنس ولصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات الأخرى.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالإنترنت:

3- الدراسة الثالثة:

باديس لونيس "جمهور الطلبة الجزائريين و الإنترنت" دراسة في استخدامات و اشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة"،

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال فرع اتصال وعلاقات عامة.

وقد حدد الباحث إشكالية دراسته في التعرف على استخدامات وإشباعات جمهور الطلبة الجزائريين من الإنترنت.

وقد تمحورت التساؤلات حول متغيرين هما: الاستخدامات و الاشباعات.

1. الاستخدامات:

- ما هي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت؟

- ما هي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت.

2. الاشباعات:

- ما هي الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الإنترنت؟

- هل الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الإنترنت تغنيهم عن استخدام وسائل الاعلام الأخرى؟

بالإضافة إلى طرح تساؤل آخر عن العلاقة بين الاستخدامات و الاشباعات وبعض متغيرات البيانات الشخصية.

أما عن الأهداف التي تسعى إليها هذه الدراسة تتمثل فيما يلي:

- معرفة عادات وأنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت.

- الكشف عن الاشباعات التي تتحقق للطلبة من خلال استخدام الإنترنت.

- معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات و الاشباعات وفق متغيري الجنس والتخصص.

أما منهج البحث فقد استخدم الباحث المنهج المسح بالعينة، وطبق أداة البحث الإستبانة وشملت محورين، وقد توصل الباحث

إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها ما يلي:

- مكانة الإنترنت عند الطلبة تحتل المرتبة الرابعة في سلم اهتمامات الطلبة، وذلك بعد التلفزيون و الإذاعة و الجريدة.

- مدة استخدام الطلبة للإنترنت 34,46% من الطلبة قد بدءوا استخدام الإنترنت منذ سنة إلى 4 سنوات.

- نوع الوسيلة التي يستخدمها الطلبة هي الحاسوب الشخصي بنسبة 55%.
- 26،29% من أفراد العينة يواجهون صعوبات في استخدامهم للإنترنت.
- يستخدمون جمهور الطلبة للإنترنت بشكل غير منتظم بنسبة 04،78%.
- تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الإنترنت في يومي الخميس بنسبة 69،25%.

7- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج موضوعية، ويعرف هذا المنهج: " بأنه الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحث من خلاله الوصول إلى الحقيقة.¹

إن اختيار منهج البحث في دراسة أي ظاهرة إعلامية أو اجتماعية لا يأتي من قبيل الصدفة والعشوائية، أو ميل الباحث ورغبته في اختيار منهج معين، بل أن موضوع الدراسة من جهة وأهدافه من جهة أخرى هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة أو البحث وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية أكثر للنتائج المتوصل إليها.²

وانطلاقاً من موضوع دراستنا تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية، والتي نسعى من خلالها التوصل إلى معرفة طبيعة تأثير الانترنت على مشاهدة القنوات الرياضية على الطلبة الجامعيين وبناء على ما جاء في إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ونظراً لأن دراستنا دراسة استكشافية، فإن هذا ما يجعلنا نختار المنهج الوصفي، ويمكننا أن نعرف المنهج الوصفي: "بأنه عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها".³ وفي إطار المنهج الوصفي يتم استخدام منهج المسح بالعينة" الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث لعدد من المفردات المكونة من مجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة.⁴

¹ مصطفى محمد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ص 288

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، 2010، ص 286.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث (القواعد والمراحل والتطبيقات)، دار وائل للنشر، ط 2، الأردن (عمان)، 1999، ص 46.

⁴ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية (شهادة مقدمة لنيل درجة الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010، ص 57.

8- عينة الدراسة:

إن الباحث في دراسته لمختلف الظواهر المتنوعة يواجه مشكلة ضخامة مجتمع البحث و شساعته لدرجة يصعب عليه القيام بدراسة كل الوحدات المكونة له نظرا لارتباط هذا الإنجاز بآجال محددة لا بد من احترامها لذلك يعتمد الباحثون اليوم إجراء بحوثهم الميدانية و غيرها من الأبحاث على طريقة العينة¹: "و العينة هي اختيار الأفراد بحيث يسمح لنا أن نقدر الدرجة التي يعتبر فيها أفراد العينة ممثلين لمجتمع التي تم إنتقاؤهم منه"².

وتعرف كذلك " بأنها جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختاره الباحث بأساليب مختلفة، وتضم عدد من الأفراد في المجتمع الأصلي، وأشار "قنديلجي" بأن العينة تمثل نموذجا يشمل جزءا من وحدات المجتمع الأصلي للبحث، تكون له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة وحدات مفردات المجتمع الأصلي³.

وقد قمنا باختيار العينة الطبقية البسيطة: وهي نوع من العينات يستعمل في الحالات يعرف فيها المجتمع اختلافات منتظمة، وفي هذا النوع من العينات، يضع الباحث شروط معينة لاختيار أفراد العينة، بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس، وبنفس نسبة وجودها، وبعد تقسيم المجتمع إلى فئاته المختلفة، يعتمد الباحث الطريقة المتبعة في اختيار العينة العشوائية ضمن فئات المجتمع المدروس، ولكي يتم الاختيار، يحدد الباحث الفئات المختلفة في المجتمع الأصلي بناء على خاصية معينة وبطريقة تناسبه، أي أن الباحث يختار كل طبقة وبطريقة عشوائية عددا من المفردات يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي⁴.

وقد طبقنا هذا النوع من العينة على طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، والمكونة من 100 طالب.

9- أدوات جمع البيانات :

يتم جمع البيانات باستخدام الأدوات التي تتوفر فيها الخصائص اللازمة، وتتنوع هذه الأدوات من اختبارات مقننة، استبيانات تقدير ذاتي، إلى أدوات ملاحظة و مشاهدة لتوفير بيانات صادقة و موثوقة.

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 99.

² سعيد التل، مناهج البحث العلمي تصميم البحث و التحليل الإحصائي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان بالأردن، 2007، ص 95

³ حسين محمد حواد الجبوري، منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط 1، 2013، ص ص 125، 126.

⁴ رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي (أساسياته النظرية وممارسته العملية)، دار الفكر، ط 1، سوريا (دمشق)، 2000، ص 311.

ولغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة اعتمدنا على الاستبيان: "حيث يمثل قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة من جوانبها المختلفة". ويعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستبار، وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة Questionnaire أو Sondje.¹

- "و يعرف الاستبيان بأنه إحدى الوسائل شائعة الاستعمال للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين".²

وتشتمل الاستمارة التي قمنا بتصميمها على ثلاث تساؤلات رئيسية، تتضمن 24 سؤال فرعي، و 03 أسئلة متعلقة بالبيانات الشخصية. وقمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على 100 طالب من ثلاث مستويات (سنة أولى ليسانس، سنة ثانية ليسانس و سنة ثالثة ليسانس)، واسترجعنا منها 97 فقط.

10- تحديد المفاهيم:

1- تأثير:

1- اصطلاحاً: هو إحداث تأثيرات وتغيرات في السلوك والتفكير، وتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير.³

- ويشير إلى قدرة أي كان في تغيير أفكار الآخر وأفعاله غالباً دون علم منهم.⁴

2- إجرائياً: هو التغيير الذي يطرأ على سلوك الفرد نتيجة للتعرض للوسائل الإعلامية المختلفة مثل الإنترنت، القنوات الفضائية.

2- القنوات الفضائية الرياضية:

1- اصطلاحاً: هي إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس لما لها من مزايا كسهولة الانتشار وقوة التأثير، وهي تقوم بعرض برامج رياضية متنوعة من شتى دول العالم بنفس زمن الحدث.⁵

¹ أحمد بن مرسل، نفس المرجع، ص 288.

² كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الثقافة، ط4، الأردن، 2010، ص 135.

³ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي، عمان (الأردن)، ط1، 2010، ص 52.

⁴ جان فرنستو دورنيه، ت. جوج كتورة، معجم العلوم الإنسانية، المؤسسة الجامعية للدراسات، ط1، بيروت، 2009.

⁵ خالد محمد الزبود، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، جامعة اليرموك (الأردن)، 2013، ص 25.

2- إجرائيا: هي الوسيلة التي تنقل التظاهرات الرياضية بمختلف أنواعها إلى المشاهدين قصد تزويدهم بكل ما يجري في الساحة الرياضية.

3- تكنولوجيا الاتصال:

1- اصطلاحا: عبد الباسط محمد عبد الوهاب نقلا عن ج.ب. بافليك: "تلك الأدوات أو المعدات أو الأجهزة التي تختص بجمع وتخزين و استرجاع و إرسال و عرض المعلومات و البيانات سواء كانت مرئية أو مصورة أو بيانية أو مكتوبة أو مسموعة أو مرسومة، ليستفيد منها الفرد أو المجتمع، وذلك في اختياره ما تتضمنه من معلومات وبيانات يحتاج إليها وتسهل عليه ذلك الاختيار"¹

2- إجرائيا: هي تلك الوسائل و الأدوات التي ظهرت إلى الوجود وإلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة لتطورات الحاصلة في ميدان الاتصال والإعلام، وهذا نتيجة لزيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته اليومية.²

4- الإنترنت:

1- اصطلاحا: تعرف الموسوعة الإعلامية الإنترنت أو شبكة المعلومات الدولية بأنها: "شبكة عملاقة تمثل الحاضر والمستقبل معا، تختصر الزمن، وتنشر العلم والثقافة والمعلومات والأفكار والآراء والأخبار، وتشارك في إعادة صياغة حياة الإنسان وحياة المجتمع، بل وحياة المجتمعات والدول بأسرها، وهي تتيح لأجهزة الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم الاتصال ببعضها من أجل تبادل المعلومات بل والمشاركة في صنعها أيضا، وبذلك أصبحت شبكة الإنترنت نافذة عريضة نطل منها على العالم عبر شاشة كمبيوتر لا تتوقف عن العمل."³

2- إجرائيا: هي الوسيلة الإعلامية والاتصالية التي يستخدمها الفرد في حياته اليومية من أجل تحقيق مختلف أهدافه وحاجاته.

¹ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (المفهوم- الاستعمالات -الآفاق)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2011، ص26.

² حسن الباتع وآخرون، التعلم الإلكتروني الرقمي (النظرية، التصميم، الإنتاج)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص398.

³ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 1464, 1465.

11- مجالات الدراسة:

1- **المجال البشري:** يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة للطلبة الذين يزاولون دراستهم الجامعية في مرحلة التدرج في جامعة قاصدي مرباح خلال الموسم الجامعي 2015-2016، ووصل عدد الطلبة خلال هذا الموسم 608 طالب، واخترنا منهم طلبة سنة أولى، ثانية، ثالثة من مستوى الليسانس الذي يبلغ عددهم 433 طالب.

2- **المجال الزمني:** أنجزت هذه الدراسة في سنة 2015-2016، وقد شرعنا في الجانب الميداني في أفريل 2016 وذلك من خلال تصميم الاستمارة، ثم ما تلاها من تصحيح وتوزيعها وتفرغ البيانات في الجداول والقيام بالعمليات الإحصائية. ثم ما تبع ذلك من تحليل وتفسير والوصول إلى النتائج النهائية إلى بداية ماي.

3- المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

12- المقاربة النظرية:

1- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تتم نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، إذ صار الاهتمام منصبا على رضا المستخدمين وذلك بطرح تساؤل جديد هو: "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام".¹

و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. وكانت النظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية، فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة. ويشير ويرنر وتانكرد إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها

¹ محمد عبد الحميد، نظريات واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004، ص113.

استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينيات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية، وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام، والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية، أصبح هناك كم هائل ووفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والاشباعات التي تحققها.¹

ويذهب إدلستاين وزملاؤه إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباعات جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، ويضفي هذا النموذج صفة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة، وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار.²

علاوة على ذلك، فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمر عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم و يشبعونها، حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام. ولكن غيرها من الحاجات ليس بالضرورة أن تكون نابعة من استعمال وسائل الإعلام، ولذلك يمكن إشباعها سواء عن طريق مصادر وسائل الإعلام أو عن طريق غيرها.³

وقد تطورت هذه النظرية في التسعينيات لتغطي ثلاثة مجالات أساسية هي:

- 1- دور البحث عن الاشباعات في التعرض لوسائل الاتصال.
- 2- العلاقة بين الاشباعات والأطر التفسيرية التي يدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.
- 3- العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري والاشباعات.⁴

¹ حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، ط2، 2012، ص256.

² محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص298.

³ صالح خليل أبو أصيب، الاتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 1999، ص215.

⁴ بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتابة، ط1، القاهرة، 2008، ص122.

فروض وأهداف النظرية:

ويرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية وتتضمن هذه فروض النموذج مايلي:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

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

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 الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال المحتوى الرسائل فقط.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

¹ حمد منير حجاب، مرجع سابق، ص300,299.

الانتقادات الموجهة للنظرية:

- شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على إرادة الجمهور والرأي العام من باب أي الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت للنظرية:
- 1- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج والذي يعتمد على الاسئلة المفتوحة للباحثين حول الاشباع التي تقدمها وسائل الاعلام.
 - 2- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراراً وتدرجياً تبعاً لكثافتها .
 - 3- لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الاشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها.
 - 4- فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الاعلام أيضاً كميماً أو مفاهيمياً.
 - 5- إن هذه الدراسات لم تعطي صورة مفصلة وأكثر تصاعدياً لاشباع وسائل الاعلام، ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.¹

¹مشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان(الاردن)، 2010، ص14

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل الإطار المنهجي وجاء فيه إشكالية الدراسة، حيث تفرعت عنها تساؤلات الدراسة، كما جاء فيه أهمية وأهداف الدراسة، وقمنا بتحديد الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع، واخترتنا دراسات سابقة متعلقة بالقنوات الرياضية ودراسات تتعلق بالإنترنت، وكانت عينة الدراسة عينة طبقية بسيطة والتي قمنا بتطبيقها على 100 طالب من معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، كما اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات والمكونة من 27 سؤال مقسمة على ثلاث تساؤلات رئيسية، وقمنا بتحديد مفاهيم الدراسة المتمثلة في الكلمات المفتاحية (تأثير، تكنولوجيا الاتصال، الإنترنت، القنوات الرياضية)، كما قمنا بتحديد مجالات الدراسة والمتمثلة في المجال الزمني والمكاني والبشري، وأخيرا اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والاشباعات كمقاربة نظرية للدراسة.

الإطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

المبحث الأول: القنوات الرياضية المتخصصة

- 1- تعريف القنوات الفضائية
- 2 - تعريف الإعلام الرياضي
- 3 - أنواع وخصائص الإعلام الرياضي
- 4 - وظائف الإعلام الرياضي
- 5 - أهمية الإعلام الرياضي

المبحث الثاني: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

- 1 - تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 2 - تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 3 - خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 4 - وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- 5 - سلبيات وإيجابيات تكنولوجيا الاتصال

المبحث الثالث: الأنترنت

- 1- نشأة الأنترنت
- 2 - تعريف الأنترنت
- 3 - خصائص الأنترنت
- 4 - خدمات الأنترنت
- 5 - إيجابيات وسلبيات الأنترنت

خلاصة الفصل

تمهيد:

أفرزت تكنولوجيا الاتصال نتاجاً متنوعاً حضياً باهتمام كبير من طرف الجمهور المتلقين وخاصة ما يعرف بقنوات البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، التي أصبحت مزامينها متخصصة في كل المجالات من بينها قنوات متخصصة في الإعلام الرياضي، كما أفرزت وسائط حديثة سهلت التواصل الأفراد مع بعضهم البعض وجعلت من العالم قرية كونية صغيرة تستطيع معرفة أحداثه في فترة زمنية محدودة والتي تتمثل في الإنترنت، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل.

المبحث الأول: القنوات الفضائية الرياضية**1. تعريف القنوات الفضائية المتخصصة:**

تعريف القنوات لغة: هي جمع قناة، والمراد بها في اللغة الرمح، و(قناة) الظهر، والقناة (الحفورة)، ويجمع الكل على (قنى) مثل حصة وحصى، وعلى (قناة) مثل حبال، و(قنوات)، و(قنو) على فعول و(قنيت)، (القناة) بالتشديد احتفرتها و(قنوات) القناة الرمح والجمع قنوات، وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا و الرمح وجمعها قنى وقنى.

الفضائية لغة: بالمد المكان الواسع و(فضا) المكان و(فضوا) من باب قعد إذا اتسع فهو (فضاء).

القنوات الفضائية: ويعرفها محمد منير حجاب: " هي وسيلة إعلامية تتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير، ومنه محطة إلى الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة.¹

2. تعريف الإعلام الرياضي:

نظراً لأن القنوات الفضائية الرياضية وسيلة من وسائل الإعلام الرياضي، لهذا لا بد لنا من التطرق لمفهوم الإعلام الرياضي كونه وثيق الصلة بالقنوات الفضائية الرياضية.

أ. لغة: هو إبلاغ وتوصيل للشيء، فنجد أنه أي كان كنه هذا الشيء فإنه يمثل معلومة أو مادة تؤخذ من مصدر كجهة لتسلم لجهة متلقية أخرى، فكذا حال الإعلام الرياضي يوصل حال وواقع أحداث رياضية من مصادرها ومواقع حدوثها إلى متلقي يرغب ويتلهف لمعرفة هذه الأحداث.¹

¹ إبراهيم ناصف ناصر عبد الله، عادات وأتماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية، درجة الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010، ص11.

ب - اصطلاحاً: "هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتوعية وعيه الرياضي".

3 أنواع الاعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الاعلام الرياضي وتنوعت أشكاله يمكن تصنيف هذه الأنواع كالاتي:

- الاعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والملصقات وغيرها.

- الاعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو.

- الاعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل التلفاز والسينما والفيديو وشبكة الانترنت.

4. خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص، ولكن من أبرز هذه الخصائص:

-الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا: برنامج

إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تلفزيوني موجه إلى جمهور كرة القدم

وهكذا .

-الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس

باستثناء ما يوجب إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين وغيرها.²

¹ ياسين فضيل ياسين، مرجع سابق، ص 46.

² ياسين فضيل ياسين، مرجع سابق، ص ص 46,49

5-أهمية الإعلام الرياضي:

تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تأثيرها على كل من الجمهور و العاملين في الحقل الرياضي، حيث أن وسائل الإعلام وخصوصا الرياضية منها تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث، فقد أصبحت هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث و الأخبار الرياضية في مكان في العالم، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار وسائل الإعلام من ناحية والتطور الصناعي المعاصر من ناحية أخرى، حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون و المحطات الفضائية و الأنترنت و الصحف و المجلات باختلاف أنواعها و مجالاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات.

إن للإعلام الرياضي دورا متشعبا في المجتمع أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف وقنوات الراديو و التلفزيون وتوجهها نحو تحقيق أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة، واستخدامها أيضا للوصول إلى أهداف خارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية .

ومن خلال هذا العرض الموجز يمكن القول أن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج إذاعية وتلفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكي و القيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي.

6-أهداف الاعلام الرياضي:هناك عدة أهداف.

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها، وتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، حيث إن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ فيكون التوافق سمة من سمات المجتمع.¹

¹ ياسين فضيل ياسين, مرجع سابق, ص 46,49,50

المبحث الثاني: تكنولوجيا الاتصال

1تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ- لغة: عرفها القاموس الجديد للطلاب "أن التكنولوجيا هي التقنية وعلم الفنون والمهن".¹

ب- اصطلاحاً: "هي مجموعة من التقنيات و الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي و الاتصالي الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المسموعة و المكتوبة حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال و المجالات التي يشملها هذا التطور".

2تطور تكنولوجيا الاتصال :

شهد عام 1824 اكتشاف العالم الإنجليزي "وليم ستجرون" الموجات الكهرومغناطيسية واستطاع "صمويل موريس" اختراع التلغراف عام 1837 وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام النقط والشرط وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا و أمريكا و الهند خلال القرن 19، وعد التلغراف فيما بعد من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل الإلكتروني.

وفي عام 1876 استطاع "جهام بيل" أن يخترع التلفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدماً تكنولوجيا التلغراف، وفي عام 1877 اخترع "توماس أديسون" جهاز الفوتوغراف "حيث تمكن العالم الألماني "اميل برلنر" في عام 1987 من ابتكار القرص الصلب.

وفي عام 1896 استطاع العالم الإيطالي "جوليمو ماركوني" من اختراع اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام أسلاك.

وخلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة وخاصة (برامج التلفزيون) الوسائل الإلكترونية، باعتبارها قنوات أساسية، مع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر عدد كبير من وسائل الاتصال.²

¹ علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، 1991، ص140.

² محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة الاستخدام و التأثير، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2010، ص11.

الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة في العالم على مستوى الأحداث، وأصبحت وسائل الاتصال الالكترونية وفق هذا المفهوم، النافذة السحرية التي نرى من خلالها أنفسنا. شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الاتصال و الإعلام و المعلومات مايتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات، شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات وثورة الاتصال وثورة الحاسبات الالكترونية التي امتزجت بكافة وسائل الاتصال.

3- خصائص تكنولوجيا الاتصال:

تتميز تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة بعدة خصائص تميزها عن بقية الوسائل التقليدية وهذا ما تناوله المفكر "الفن تولفر" ومن بين هذه الخصائص:

- **التفاعلية:** حيث يؤثر المشاركون العملية الاتصالية على أدوار الآخرين ويتبادلون معهم المعلومات وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل و المتفاعل عن بعد.
- **الاجماهيرية:** ما يؤخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصا.
- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه.
- **القابلية الحركية:** تعني أن هناك وسائل الاتصال كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال، من أي مكان، ثم نقله إلى آخر حركته.¹

¹ محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سابق، ص ص 10,11.

- التعقيد وكثافة الاستخدام: تكنولوجيا الاتصال و بالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال و التعقيد الشديد و ارتفاع التكلفة، وهي بكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي أصحاب القوة و النفوذ السائد في المجتمع.¹

- التوجه نحو التصغير(قابلية التحرك أو الحركية): تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلائم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، ومن الاسئلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

- قابلية التحول: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. قد زال بعضها وبعضها.

4. وظائف تكنولوجيا الاتصال:

إن الانتشار الواسع في تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة في وقتنا الحاضر أدى إلى زيادة التفاف الجماهير حولها و الاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية وإعلامية، ومن بين هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة نذكر منها:

- وظيفة التوثيق: لتكنولوجيا الاتصال الممثلة في الحاسوب و الأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال و الإعلام بتناول البحوث و الدراسات الأكاديمية أو التطبيقية والعملية و المعلومات المتخصصة في فروع الإعلام بتناولها لعمليات التجميع، ووضع النظم و الأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وفهرسته وتصنيفه.

- أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية و اللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني حيث يتم طباعة الكلمات على وسيلة العرض المتصل بالحاسب الإلكتروني.²

¹محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سابق، ص11.

²حورية بولعويديت، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة قسنطينة، 2008، ص 75

5 إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال:

1. الإيجابيات:

- إن الوسائط الاتصالية و الإعلامية توفر اليوم الذكاء العملياتي لأقل العقول توافقا وهي في سبيلها لإلغاء الفروق الجسدية بين المعوقين و الأصحاء.

- إن هذه التكنولوجيا حققت انفتاحا جديدا في مجال الاقتصاد فيما يطلق عليه اليوم الاقتصاد الجديد، ويقصد به تلك القطاعات الجديدة العاملة في مجال التكنولوجيا الدقيقة والمعلوماتية و الاتصالات و التي تشكلت في العقد الأخير و اكتسحت أسهمها الأسواق المالية بسرعة.

2. السلبيات:

- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا و الدول المستورة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية و الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية و الإعلامية الجديدة فإن هناك خطر احتمال زيادة تهميشها و حدوث العزلة الثقافية و الدينية التي قد تؤدي إلى صراعات.

- اندماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الإعلام في منظومة واحدة، هو أحد الأدوات الرئيسية للعملة الرأهنة بأبعادها الاقتصادية و السياسية و الثقافية.

- إن خطورة تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة تتجسد من خلال تفكيك الثقافات و الغزو الثقافي، لأنه وبكل بساطة إن هذه التكنولوجيا لا تعبأ بانتقاداتنا وأخلاقيتنا، بل تتقدم دون أن تنتظر أن نصبح منتهيين لمعانقتها.

- لقد عملت تكنولوجيا الحديثة على تكريس و إشاعة قيم الاستهلاك الغربي و فرض النموذج الثقافي الأورو- أمريكي، وترسيخ قيم الامتثالية و الفضاء على التنوع الثقافي للمجتمع.¹

¹ محمد فاتح الحمدي و آخرون، مرجع سابق، ص ص 14، 15.

- تنميط العالم على نحو من نمط المجتمعات الغربية وبالذات المجتمع الأمريكي وذلك من خلال نقل قيم المجتمع القومي و الأمريكي ليكون القدوة، وكذلك ترويج الإيديولوجيات الفكرية الغربية وفرضها في الواقع من خلال الضغوط الإعلامية و السياسية.
- لم يعد هنا مجال الحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه، في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره، وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك في وضعية من المرئيات المكشوفة على وسائل الإعلام و الاتصال.
- التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال و الإعلام على الجانب البيولوجي و الفيزيولوجي و النفسي للأفراد، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية.¹

¹ محمد فاتح الحمدي و آخرون، مرجع سابق، ص ص 17،18.

المبحث الثالث: ماهية الإنترنت

1- نشأة الإنترنت:

بدأت الأصول الأولى لشبكة الأنترنت منذ ظهور الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي، ولاسيما بعد إطلاق المركبة السوفياتية (سبوتنيك) عام 1957، حيث اتجهت الحكومة الأمريكية إلى تطوير أبحاثها الخاصة في مجال الدفاع، عن طريق تأسيس وكالة قومية أمريكية أسمتها (وكالة مشروعات البحث المتقدمة) المعروفة اختصاراً بـ arpa، واستغلت في ذلك خبرات معظم الجامعات الأمريكية في هذا المجتمع.¹

وكان يوم 2 يناير 1969 هو اليوم الذي صدرت فيه شهادة ميلاد شبكة الأنترنت من الحكومة الأمريكية، حين بدأ مجموعة من العلماء أبحاثهم لإنشاء شبكة كمبيوتر كبيرة في مشروع تابع لإحدى إدارات وزارة الدفاع الأمريكية، وبالفعل تم إنشاء هذه الشبكة التي عرفت وقتها باسم (arpanet)، وكانت أهداف هذه الشبكة تركز أساساً على إمكانية تبادل المعلومات فيما بين العلماء في أنحاء البلاد.²

وفي سنة 1972 تم تشكيل فريق عمل الأنترنت، الذي قام بتحديد مجموعة من القواعد والمفاهيم للغة تخاطب الحواسيب وهي البروتوكولات. أما سنة 1979 فقد تم إنجاز أول بروتوكول لمجموعة النقاش، الذي يتمثل في مجموعة نقاش تبحث في مواضيع شتى. وفي بداية الثمانينيات عرفت شبكة الأنترنت عدة تحسينات وتطورات، ففي سنة 1980 قام "vinton cerf" باقتراح إنشاء خط رابط بين "csnet" و "arpanet" باستعمال بروتوكول ip/tsp وفي 1983 قامت أربانت بالاعتماد على هذا البروتوكول متخلياً بذلك عن بروتوكول ncp كم قام قبل ذلك في 1981 "بيل جوي" من جامعة كاليفورنيا بمزج tcp/ip و unix، كم شهدت نفس السنة ظهور شبكة pitnet، وقد تواصلت التطورات والتحسينات في مختلف برمجيات وشبكات الاعلام الآلي والانترنت، حتى جاءت سنة 1989 أين قام المركز الأوروبي للبحث في الذرة "cern" بابتكار تقنية عرض معطيات الموزعات على شكل نصوص.³

¹ جودة أحمد سعادة وآخرون، الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2007، ص71.

² فؤاد شعبان، وعبيدة الصبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ب.ط، الجزائر، 2012، ص187.

³ إبراهيم بعزير، الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2011، ص ص22، 23، 24.

ويعتبر عام 1995 بداية الانطلاقة الكبرى للشبكة وذلك باكتمال تطور المنهجيات والبرامج، وفي 1995 بداية الاستغلال التجاري ودخول الشركات التجارية على اختلاف أنواعها، حتى أن الشبكة تحولت إلى وسيلة نشر وإعلان وترويج لكل أنواع المنتجات والخدمات.¹

2- تعريف الإنترنت:

1- أصل التسمية: يطلق على الإنترنت أيضا اسم "the net" وتكتب بعض الجهات كلمة إنترنت بالانجليزية بحروف استهلاكية Internet كدلالة على الاسم، مثل جمعية الإنترنت.

وبعض الجهات الأخرى تستخدم الحروف الاستهلاكية الصغيرة internet .

تاريخيا فإن كلمة Internet وinternet تعطيان دلالات مختلفة، فالأخيرة تستخدم للتعبير عن التشبيك، والأولى تشير إلى الشبكة العالمية.²

2- اصطلاحا: عرفها أحمد الكبيسي: "بأنها عبارة عن مجموعة من الشبكات المعلوماتية التي تعتبر من أهم و أكبر شبكات المعلومات في العالم فهي مجموعة شبكات متصلة ببعضها البعض وتسمح بتبادل المعلومات بكل حرية بين شبكات المؤسسات الكبرى وحتى أصغر الشبكات الخاصة والشخصية".³ وهذه الشبكات المترابطة أطلق عليها في البداية الشبكة المتداخلة ثم تحول المسمى إلى الإنترنت.⁴

- وهي عبارة عن شبكة عالمية للحواسيب مكونة من عدد كبير من الشبكات الدولية، الوطنية، الإقليمية و المحلية، هذه الحواسيب الخادمة المتعددة تصنف ملفات المعلومات المرسله إليها عبر حواسيب زبونة متصلة بجهاز الاتصالات (جهاز يستعمل خط هاتفى لإرسال المعلومات الإلكترونية أو كابل).⁵

¹ إياد شاكر البكري , تقنيات الاتصال بين زمنين, دار الشروق للنشر والتوزيع, ط1, الأردن, 2003,ص122.

² عباس مصطفى صادق, الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات), دار الشروق للنشر والتوزيع, ط1, عمان, 2008, ص59

³ جودت أحمد سعادة, عادل فايز السرطاوي, الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم, دار الشروق للنشر والتوزيع, ط1, عمان, 2007,ص67.

⁴ فؤاد أحمد الساري, وسائل الاعلام(النشأة والتطور), دار أسامة للنشر والتوزيع, ط1, عمان, 2011, ص368.

⁵Kamel Hamdi, Guide paratique de L INTERNET, imprime sur press de imprimerie ELSALAM, 2000, p12.

- الشبكة في مفهوم الإعلام الآلي هي مجموعة من عتاد الإعلام الآلي ذات الاتصال الداخلي، يميز الشبكات المحلية (LAN محلية لأشغال النت)، وشبكات متباعدة (WAN منطقة الشبكة العنكبوتية لأشغال النت).¹

3- خصائص شبكة الانترنت:

- تتميز شبكة الانترنت بمجموعة من الخصائص جعلتها وسيلة اتصالية تختلف عن غيرها من الوسائل الاتصالي، فهي تجمع أكثر من وسيلة في وقت واحد. ولهذا فإن شبكة الانترنت لها سمات جعلتها تتفوق عن بقية الوسائل الأخرى، وتتمثل خصائص الانترنت فيما يلي:

- تتميز شبكة الانترنت بأنها مفتوحة، ليست ملكا لأي جهة، الأمر الذي يحول دون تركز المعطيات في يد مؤسسة واحدة من جهة، ويجنب السيطرة على الشبكة من قبل أي كان من جهة أخرى.

- قدرة شبكة الانترنت على الوصول إلى أبعد نقطة في الكرة الأرضية، لتغطي بذلك مختلف المناطق الجغرافية، وتفسح المجال أمام عوالة المعلومة.

- تمكن شبكة الانترنت بالمشاركين فيها في تبادل المعلومات بين بعضهم البعض، على نحو ماهو سائد في تجربة فيديوتكس.

- التفاعلية، حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية.

- الكونية، حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان.²

¹Que sais- je ? INTERNET, editions DAHLAB, ALGER, 1995, p 04. Arnaude Dufour,

²إبراهيم بعزير، مرجع سابق، ص 26,27

4- خدمات الانترنت: توفر الانترنت العديد من الخدمات نذكر منها:

- البريد الإلكتروني: يمكن تشبيه البريد الإلكتروني من محادثة تليفونية أو برسالة يقوم بإرسالها حاسوب معين، ويقوم باستخدامها حاسوب آخر في مكان قريب أو بعيد وتكلفة بسيطة.

- تحويل الملفات: أما نظام نقل الملفات فهو يربط بين جهازين ويمكن جلب البرامج والملفات، وتكون السرعة بطيئة لنظم الانترنت مغلقا عند نقل الملفات الضخمة مثل الصور والتسجيلات الصوتية، ولكن استعمال الانترنت عبر الكوابل أو الأقمار الصناعية قد يكسبه سرعة فائقة تحد من زمن النسخ، وبالتالي من كلفة المكالمات الهاتفية.

- التشغيل عن بعد: وهو عبارة عن نظام يتيح الدخول إلى الكمبيوتر ما موجود في مكان ما على الانترنت الانتفاع بإمكانيات أو خدمات أو برامج حاسوب ضخمة يوجد في جامعة أو مؤسسة بحيث توظف إمكانياته للبحث والإجابة على الأسئلة.¹

- التجارة الإلكترونية: أتاحت الانترنت لطرفي العقد التقابل وجها لوجه بالصوت والصورة رغم تباعدهما، والاتفاق على التفاصيل الدقيقة، بعد إبداء الإيجاب، ثم إبرام العقد والتوقيع عليه بطريقة التوقيع الإلكتروني دون حاجة الاجتماع المتعاقدين في مكان واحد.²

4- إيجابيات وسلبيات الإنترنت:

1- إيجابيات الإنترنت

- استخدام البريد الإلكتروني لإرسال رسائل وملفات لشخص أو لعدة أشخاص خلال ثواني حول العالم والرد خلال ثواني.
- عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من أجل أهداف تجارية أو أهداف أخرى بحيث يمكن مشاهدتها حول العالم (وهذا ما يسمى بإنشاء صفحات الويب على موقع خاص أو عام) والاتصال مع القائمين والتواصل معهم.
- الحصول على معلومات مطلوبة للأبحاث فمثلا مجلة بايت للحاسوب واسعة الانتشار في العالم تتيح لك فرصة الوصول مجاناً إلى جميع المقالات التي كتبت عام 1993.

¹ محمد الهاشمي، مرجع سابق، ص 248.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 30، 31.

- إمكانية البحث عبر الإنترنت عن بضائع معينة فمثلا يمكنك مجانا من تنزيل كتالوج كامل مكون من 60 صفحة عن أجهزة الحاسوب.
- تسهيل الحصول على معلومات عن شركات أو أفراد أو صور أو برامج أو صحف أو نشرات ومجلات.
- تحديث وعي الطالب الجامعي خاصة و المواطن عامة كل في مجاله عن اتجاهات السوق العالمي الآنية مثل معرفة البضائع الحالية التي أثبتت جودتها في السوق العالمي وأسعارها الحالية.
- الاشتراك مجانا بمجلات إلكترونية عبر البريد الإلكتروني لكافة مجالات الحياة الأكاديمية وغير الأكاديمية وفي الجانب الآخر سهولة إيصال معلومات معينة إلى عدد من المشتركين.
- توسيع أفق الطالب والتلميذ وتكوين الروح العالمية عندهم عن طريق تشجيعه للدخول في منافسات أكاديمية وذهنية مع طلاب من دول أخرى.
- تسهيل إمكانيات التعاون بين الأفراد والمؤسسات في الوطن الواحد وفي العالم أجمع.
- الاتصالات الصوتية والمرئية. وذلك من نت إلى هاتف أو بالعكس من خلال الميكروفون بالحاسوب أو من خلال الكاميرا.

2. سلبيات الانترنت:

- التحديث المستمر لمعلوماتها، مما يسبب الإرباك عند الرجوع إلى معلومات سابقة.
- احتوائها على معلومات غير أخلاقية تافهة، أي انتشار ما يسمى بالإباحية الإلكترونية مثل تبادل الصور الفوتوغرافية المؤدية للأخلاق والقيم.
- انتشار الجريمة الإلكترونية والمتمثلة بالكثير من الأمور منها جرائم الملكية الفكرية، سرقة البرامج والاحتياال المالي من خلال بطاقات الائتمان، وأصبحت مقرا للإرهابيين والجواسيس، فضلا عن سهولة الاختراق والتجسس.¹

¹ هادي طوالة وآخرون، تكنولوجيا الوسائل المرئية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، صص 244، 245، 246

- انتشار ظاهرة إدمان الإنترنت، حيث أكد بعض علماء النفس على انتشار الأمراض النفسية والعصبية نتيجة لاستخدام التكنولوجيا وعلى رأسها الإنترنت، فإن الإنترنت قد تتحول إلى إدمان في حالة الإكثار من استخدامها دون وعي.
- تجاوز حقوق النشر، تعد حقوق الطبع والنشر للإنتاج الفكري من الأمور المهمة والحساسة للمؤلفين والناشرين، والتي يترتب عليها أمور قانونية ومالية. وهذه مشكلة مثيرة للجدل للوقائع والمعلومات المتوفرة على شبكة الإنترنت.
- تقلل من مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف لدى الشباب، أشارت الدراسة التي أجرتها الدكتورة نجوى عبد السلام على أن هناك علاقة معنوية بين مستوى التعليم واستخدام الانترنت بدافع التسلية والترفيه.
- تأثير الانترنت على النشاط العقلي للإنسان، يعتقد البعض بأن الوصول إلى المعلومات والمعارف أصبح سهلا عن طريق الإنترنت والحاسبات الإلكترونية المتطورة، وبشكل لا يحتاج إلى جهد عقلي أو إبداع.
- الغزو الفكري تساعد الإنترنت على بث الكثير من المواد التي تساعد على الغزو الفكري وبخاصة فيما يتعلق بمساعدة المبشرين في إيصال رسالتهم إلى الأقطار العربية والإسلامية.¹

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل ماهية القنوات الفضائية، وتطرقنا أيضا إلى تعريف الإعلام الرياضي أنواعه، وظائفه وأهميته وتناولنا كذلك ماهية تكنولوجيا الاتصال من حيث تحديد مفهومها، تطورها، خصائصها، سلبياتها و إيجابياتها ماهية الانترنت من حيث تحديد مفهومها، خصائصها، وقمنا فيه أيضا بتحديد أهم استخدامات الانترنت ، فبدأنا بتحديد الاستخدامات الايجابية، ثم انتقلنا إلى الاستخدامات السلبية.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان ، 2010، ص ص61، 62.

الإطار التطبيقي

تمهيد

الفصل الثاني: عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة

1- عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الأول

2- عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الثاني

3- عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج التساؤل الثالث

4- الاستنتاجات العامة للدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعدما تطرقنا إلى الجانب النظري تحديد تساؤلات و الفرضيات، وبعد التطرق لأهم الجوانب التي لها علاقة بموضوع البحث، يستدعي بالضرورة التطرق إلى الجانب التطبيقي الذي يعتبر من أهم خطوات البحث العلمي الذي يعتمد عليها الباحث وذلك لتوظيف و التأكد من المعطيات التي وردت في الفصول السابقة و إعطاء الدراسة جانبا كميًا و إحصائيًا أي تحويل المعطيات الكيفية إلى المعطيات كمية بواسطتها يستطيع الباحث أن ينفى أو يثبت تساؤلات وفرضيات الدراسة.

الفصل الثالث: عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة:

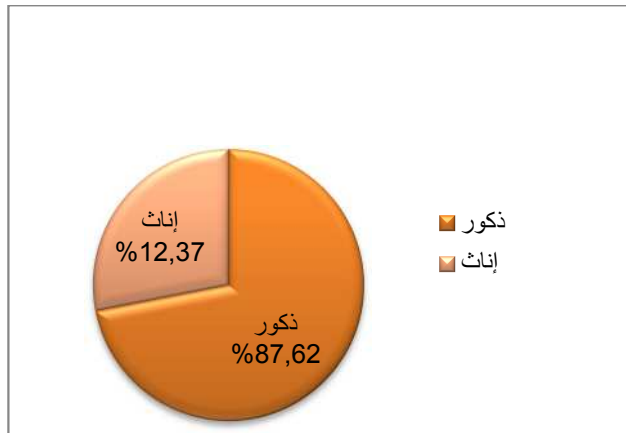
- البيانات الشخصية: وتمثل في الجنس، السن والمستوى الجامعي.

1- الجنس: نلخص النتائج من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(01): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ذكر	85	62,87%
أنثى	12	37,12%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية العينة كانت من الذكور بتكرار 85 بنسبة 62,87% بالمقابل نجد تكرار الإناث 12 بنسبة 37,12%، وهذا راجع إلى أن نسبة قليلة من الإناث الذين يقبلون على تخصص التربية البدنية، يكون أن المجال الرياضي كان الأكثر اهتماما من قبل الذكور، أما في الوقت الحالي أصبح الإقبال عليه من طرف الإناث ولكن بنسبة قليلة، وهذا يظهر من خلال أفراد العينة.



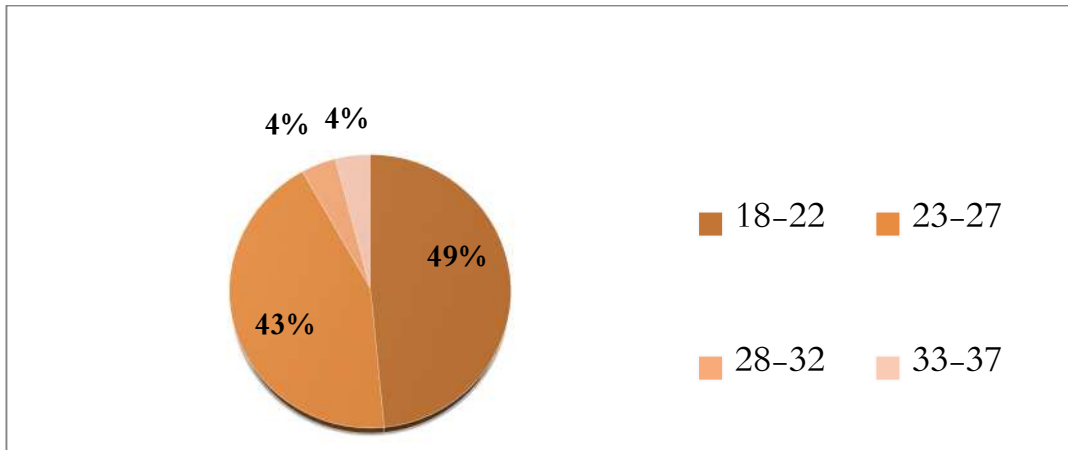
الشكل رقم (01): رسم بياني يوضح توزيع العينة حسب الجنس.

2- السن: نلخص نتائج السن من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(02): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	الاحتمالات
45,48%	47	22-18
29,43%	42	27 - 23
12,04%	04	32 - 28
12,04%	04	37 - 33
100%	97	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة اقتصرت تقريبا على الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (18- 22) والتي قدرت بنسبة 45,48%، ثم تليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (23- 27) والتي قدرت بنسبة 29,43%، وينسب متساوية بين الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (28 - 32) و (33 - 37) التي قدرت النسبة ب 12,4%.



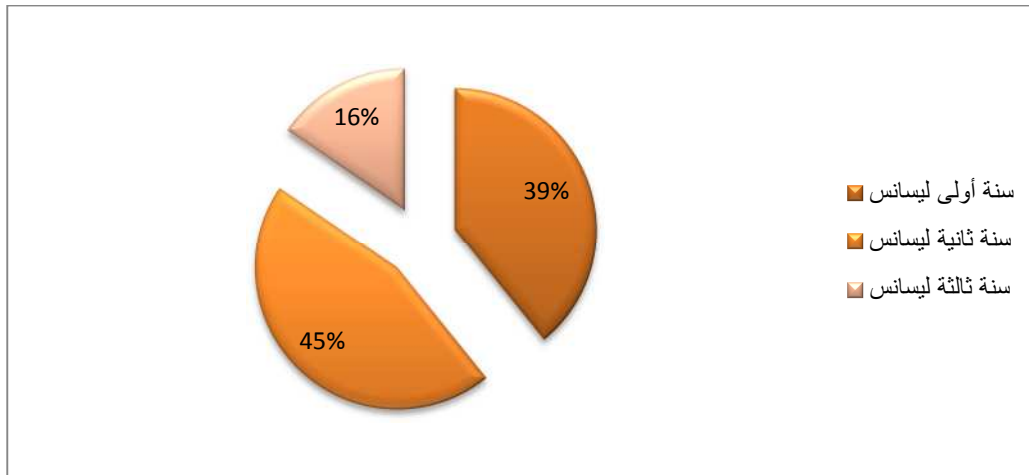
الشكل رقم (02): رسم بياني يوضح توزيع العينة حسب السن.

3 المستوى الجامعي: نلخص نتائج المستوى الجامعي من خلال الجدول التالي.

جدول رقم(03): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
سنة أولى ليسانس	38	17,39%
سنة ثانية ليسانس	44	36,45%
سنة ثالثة ليسانس	15	46,15%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة هم من مستوى ثانية جامعي والتي قدرت بنسبة 36,45%، ثم تليها سنة أولى بنسبة 17,39% وهذا يعود إلى كثرة ساعات الدراسة في السنوات الأولى، ثم سنة ثالثة بنسبة 46,15% ويرجع هذا إلى قلة ساعات الدراسة، وكذلك نظرا إلى طبيعة العينة .



الشكل رقم (03): رسم بياني يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.

التساؤل الأول: "ما هي عادات مشاهدة الطلبة للقنوات الرياضية؟"

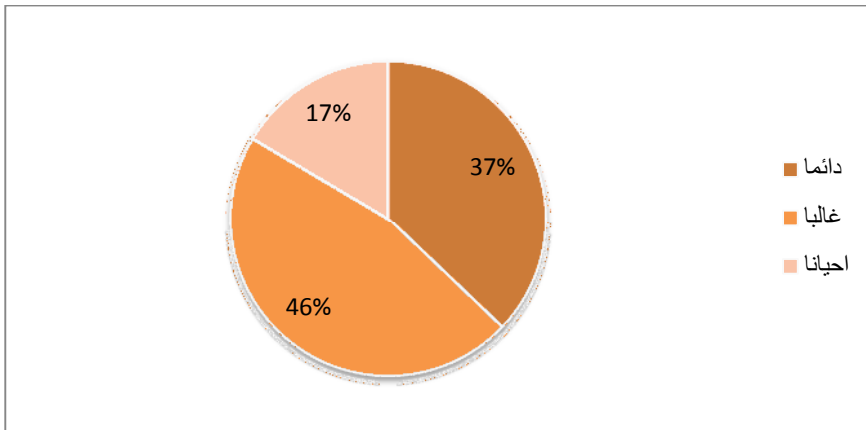
السؤال (04): هل تشاهد القنوات الرياضية؟

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول (04): يبين مدى مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
11,37%	36	دائما
39,46%	45	غالبا
49,16%	16	أحيانا
100%	97	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة كانت لأفراد العينة الذين يشاهدون القنوات الرياضية غالبا قدرت بنسبة 39,46% وهذا يعود إلى أن أفراد العينة يشاهدون القنوات الرياضية بشكل كبير نظرا للاهتمام الكبير بكل ما يدور في هذا المجال وكذلك طبيعة التخصص، ثم تليها دائما بنسبة 11,37%، ثم أحيانا بنسبة 49,16% وهي أقل نسبة، ومن بين القنوات التي يشاهدونها أفراد العينة تتمثل في المهداف، bien sport، دبي سبورت، قناة الكأس.



الشكل رقم (04): رسم بياني يوضح مدى مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية.

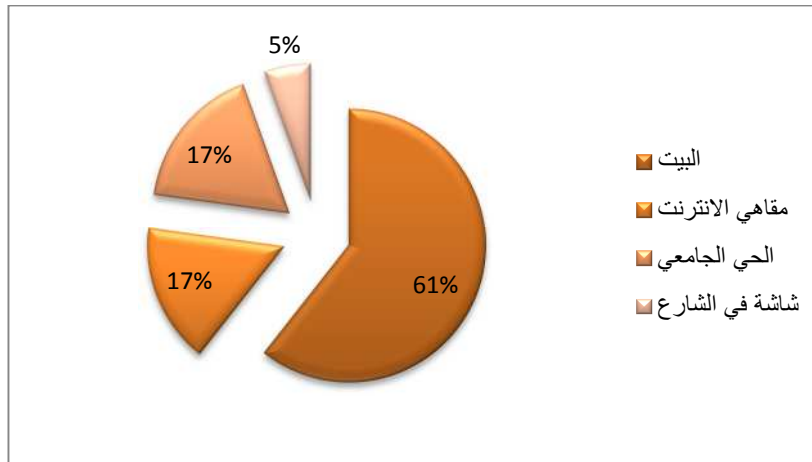
السؤال (06): مكان مشاهدة أفراد العينة القنوات الرياضية؟

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم (06): يبين مكان مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
البيت	77	62,60%
مقاهي الانترنت	21	53,16%
الحي الجامعي	22	32,17%
شاشة في الشارع	07	51,05%
المجموع	127	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون القنوات الرياضية في البيت والتي قدرت بنسبة 62,60% وهذا يرجع إلى انتشار هذه الوسيلة في أوساط البيوت، ثم يليها الحي الجامعي وهذا يرجع إلى وجود شاشات في الحي الجامعي قصد الترويج عن النفس لدى الطلبة، مقاهي الأنترنت بنسب متقاربة أما شاشة الشارع بنسبة ضعيفة قدرت ب 51,05%، وهذا راجع إلى أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة البرامج الرياضية بمختلف أنواعها مع العائلة.



الشكل رقم (06): رسم بياني يوضح مكان مشاهدة العينة القنوات الرياضية.

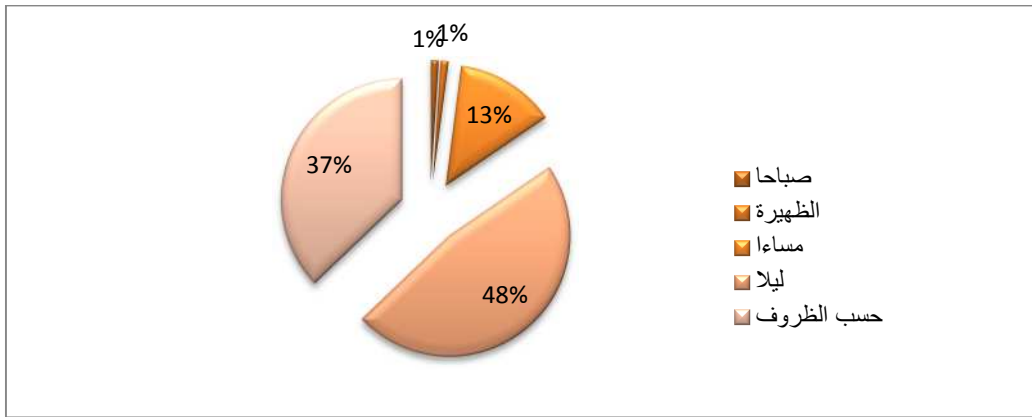
السؤال (07): متى تشاهد القنوات الرياضية؟

نلخص نتائج هذا السؤال من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (07): يبين أوقات مشاهدة المبحوثين للقنوات الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صباحا	01	03,01%
الظهرية	01	03,01%
مساء	13	40,13%
ليلا	46	42,47%
حسب الظروف	36	11,37%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الأوقات المفضلة لدى أفراد العينة لمشاهدة القنوات الرياضية في الفترة الليلية والتي قدرت بنسبة 42,47% وهو الوقت المفضل لدى أفراد العينة، وهناك نسبة من العينة من يشاهدون القنوات حسب ظروفهم اليومية والتي قدرت بنسبة 11,37%، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 40,13%، ثم بنسب متساوية في الفترة الصباحية ووقت الظهرية والتي قدرت بنسبة 03,01% وهذا يعود إلى كون الأوقات الأخرى أوقات الدراسة بالنسبة لأفراد العينة.



الشكل رقم (07): أوقات مشاهدة المبحوثين للقنوات الرياضية

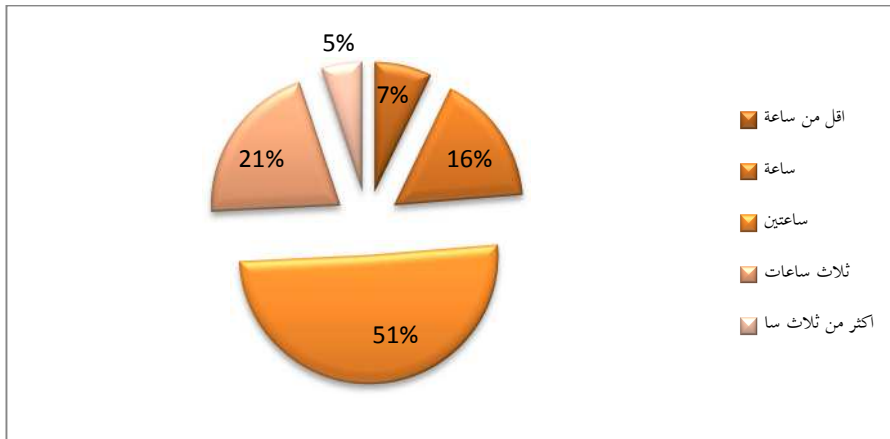
السؤال رقم (09): "ما عدد الساعات التي تخصصها عادة لمشاهدة القنوات الرياضية في اليوم؟"

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم (09): يبين عدد الساعات المخصصة لمشاهدة القنوات الرياضية في اليوم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	07	21,07%
ساعة	16	49,16%
ساعتين	49	51,50%
ثلاث ساعات	20	61,20%
أكثر من ثلاث ساعات	05	15,05%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن عدد الساعات التي يخصصها أفراد العينة لمشاهدة القنوات الرياضية في اليوم كانت ساعتين والتي قدرت بنسبة 51,50%، وكانت النسب متقاربة بين ساعة و ثلاثة ساعات، وكان الاختيار أكثر من ثلاث ساعات نسبة ضعيفة قدرت ب 15,05%، ومن هنا نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الرياضية ساعتين في اليوم وهذا يدل على أن الطلبة يشاهدون القنوات الرياضية يوميا وبالتالي تتبع كل ماهو جديد في الساحة الرياضية.



الشكل رقم (09): رسم بياني يوضح عدد الساعات المخصصة لمشاهدة القنوات الرياضية.

مناقشة وتفسير نتائج التساؤل الأول:

من خلال النتائج المتحصل عنها من خلال الإجابات على التساؤل الأول:

إن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الرياضية غالباً بنسبة 39,46%، وبمقابل ذلك كانت بنسبة 11,37% من أفراد العينة دائماً ما يشاهدون القنوات الرياضية، وفيما يخص بمكان متابعة أفراد العينة للقنوات الرياضية فكان ما يقارب نصف العينة يفضلون المشاهدة في البيت بنسبة 62,60%، أما باقي أفراد العينة فكانوا يفضلون المشاهدة في الأماكن الأخرى، أما عن أوقات مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية فمعظمهم استحسنوا مشاهدتها في الفترة الليلية وذلك بنسبة 42,47%، ثم تليها أفراد العينة من يشاهدون حسب الظروف بنسبة 11,37%، وبنسبة لعدد الساعات المخصصة لمشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية فكانت ساعتين وبنسبة 51,50%.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن القنوات الرياضية، لازالت تحظى بنسبة متابعة عالية من قبل المبحوثين وهذا ما لحظناه من خلال جدول رقم (04) الذي يظهر أن أغلب المبحوثين يشاهدون القنوات الرياضية من خلا ما تبثه من مضامين مختلفة، وكانت الفضائيات الرياضية المفضلة لديهم تتمثل في bien sport، الهذاف، قناة كووورة. ونظراً لأن وسيلة التلفزيون منتشرة بصورة كبيرة فإن معظم الأفراد يشاهدونها في البيت، ومعظم أفراد العينة يفضلون الفترة الليلية للمشاهدة وهي الفترة التي يتواجد فيها معظم أفراد العينة في البيت.

التساؤل الثاني: "ما هي عادات متابعة الطلبة للبرامج الرياضية عبر مواقع الانترنت؟"

السؤال (10): "هل تتابع البرامج الرياضية على مواقع الأنترنت؟"

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم (10): يبين متابعة العينة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت.

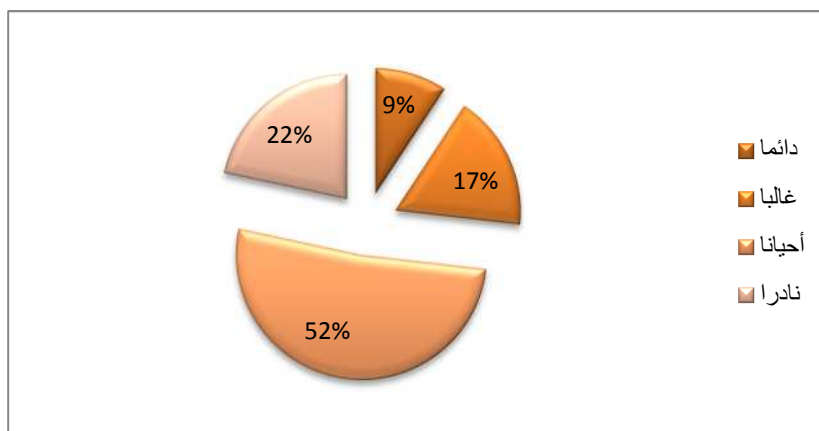
الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	09	9,27%
غالبا	17	52,17%
أحيانا	50	54,51%
نادرا	21	64,21%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يتابعون البرامج الرياضية عبر مواقع الأنترنت أحيانا والتي قدرت بنسبة

54,51% وهذا يعود إلى تصفح العينة للأنترنت من أجل تتبع البرامج الرياضية والإحاطة بكل ما يحصل في هذا المجال من خلال

المواقع مفضلة فمن بين هذه المواقع يلا شوت، كووورة سبورت الصفحة الخاصة بحفيظ دراجي في تحليل المباريات، وكانت

النسب متقاربة بين غالبا و نادرا، في حين الخيار دائما تحصل على أقل نسبة والتي قدرت ب 9,27%.



الشكل رقم (10): رسم بياني يوضح متابعة العينة للبرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت.

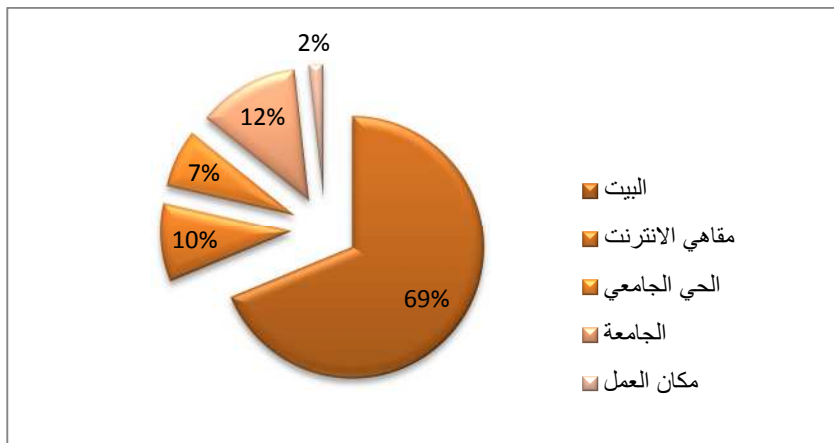
السؤال رقم(12): "مكان استخدام الإنترنت."

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم(12): يبين مكان استخدام العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
البيت	77	%78,68
مقاهي الإنترنت	11	%82,09
الحي الجامعي	08	%14,7
الجامعة	14	%05,12
مكان العمل	02	%78,01
المجموع	112	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن المكان المفضل لدى أغلبية العينة لاستخدام الإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية في البيت وقدرت النسبة ب %78,68، وهذا لكون وجود الإنترنت أصبح أمراً ضرورياً وأصبح انتشارها كجهاز التلفزيون، في حين كانت النسب متقاربة بين مقاهي الإنترنت بنسبة %82,09 والجامعة بنسبة %5,12، ثم تليها مكان العمل أقل نسبة قدرت ب %78,01.



الشكل رقم (12): يوضح مكان استخدام العينة للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية.

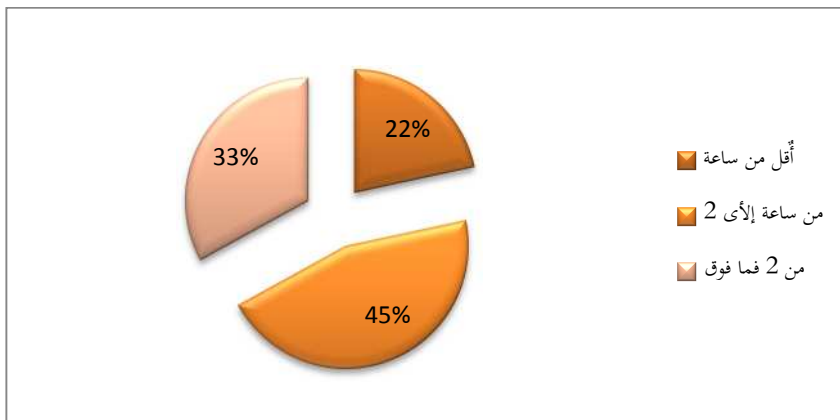
السؤال رقم (13): "ما هي مدة استخدامك للإنترنت في اليوم؟"

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم (13): يبين مدة استخدام الإنترنت في اليوم بالنسبة لأفراد العينة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	21	64,21%
من ساعة إلى 2	44	36,45%
من 2 فما فوق	32	98,32%
المجموع	97	100

يتبين من خلال الجدول أن أكبر معدل للساعات التي يقضيها الطلبة في تصفح الأنترنت من أجل متابعة البرامج الرياضية كانت من ساعة إلى ساعتين وقدرت النسبة بـ 36,45%، ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يتصفحون الأنترنت من ساعة فما فوق من أجل تتبع البرامج الرياضية والحصول على الكم الهائل من المعلومات في هذا المجال، ثم تليها من 2 فما فوق بنسبة 98,32%. في حين التصفح أقل من ساعة بنسبة 64,21%.



الشكل رقم (13): رسم بياني يوضح مدة استخدام العينة للإنترنت في اليوم بالنسبة لأفراد العينة

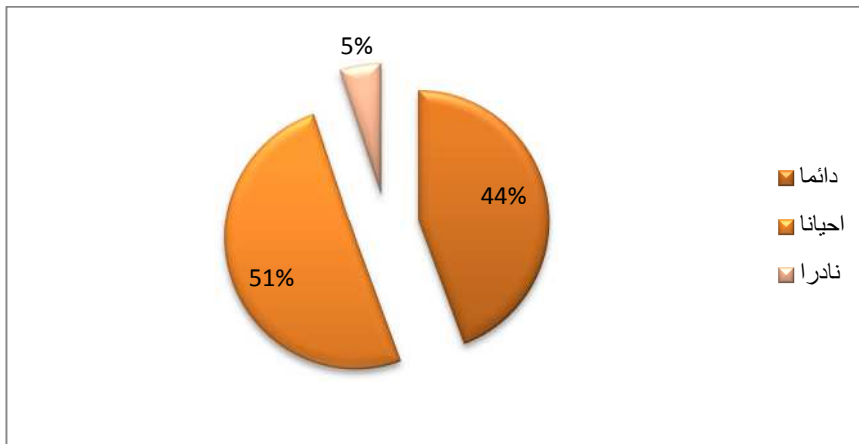
السؤال رقم(14): "طبيعة استخدام الإنترنت."

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم(14): يبين طبيعة استخدام الانترنت في متابعة البرامج الرياضية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	43	32,44%
أحيانا	49	51,50%
نادرا	05	15,05%
المجموع	97	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد العينة الذين يستخدمون الأنترنت من أجل متابعة البرامج الرياضية كانت أفراد العينة الذين يستخدمونها أحيانا بنسبة 51,50% ومن هنا فإن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الأنترنت في متابعة البرامج الرياضية أحيانا، ثم تليها دائما بنسبة 32,44%، في حين أن نادرا كانت بنسبة 15,05%، ومنه نستنتج أن أفراد العينة يستخدمون الأنترنت في البديل أحيانا وهذا يدل على استخدام هذه الوسيلة وتصفحها من أجل متابعة بكل ما يدور في هذا المجال.



الشكل رقم(14): رسم بياني يوضح استخدام العينة للإنترنت في متابعة البرامج الرياضية

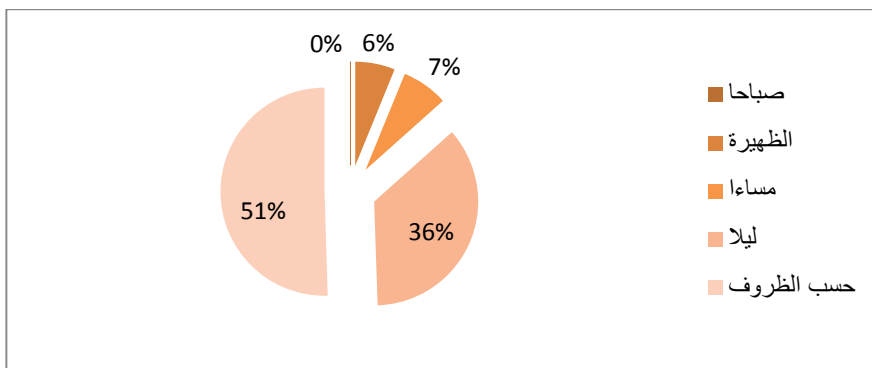
السؤال رقم(15): "ما هي الفترات التي تفضل فيها استخدام الإنترنت في متابعة البرامج الرياضية؟"

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم(15): يبين الفترات التي يفضلها المبحوثين في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صباحا	00	%00
الظهرية	06	%18,06
مساء	07	%21,07
ليلا	35	%08,36
حسب الظروف	49	%51,50
المجموع	97	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الفترات متابعه أفراد العينة للبرامج الرياضية عبر مواقع الأنترنت تكون حسب ظروفهم اليومية وقدرة النسبة ب 51,50% وهذا يرجع إلى عدة أسباب من بينها أوقات الدراسة، في حين تفضيل بعض أفراد العينة الفترة الليلية بنسبة 08,36% وهذا يرجع إلى أوقات الفراغ، تليها الفترة الليلية و الظهرية بنسب متقاربة، وتعدم نسبة 00% عند الفترة الصباحية، ومن هنا نستنتج أن أغلبية أفراد العينة ليست لديهم أوقات محددة لتصفح الأنترنت من أجل متابعة البرامج الرياضية بل يرجع هذا إلى ظروفهم ومدى انشغالهم.



الشكل رقم(15): رسم بياني يوضح الفترات التي يفضلها المبحوثين في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت

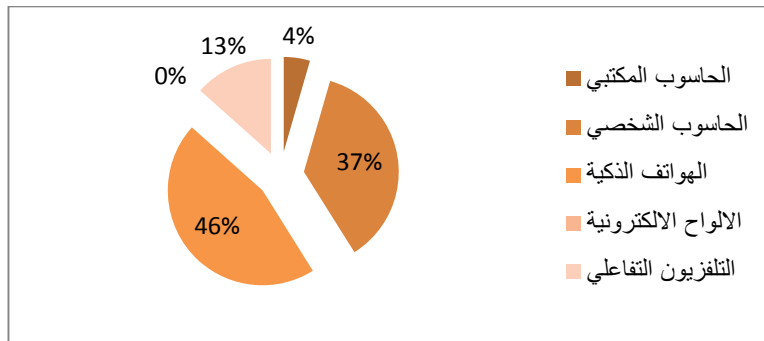
السؤال رقم (16): "الوسيلة الأكثر استعمالا في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت."

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم (16): يبين الوسيلة الأكثر استعمالا في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الحاسوب المكتبي	05	46,04%
الحاسوب الشخصي	41	60,36%
الهواتف الذكية	51	53,45%
الألواح الالكترونية	00	00%
التلفزيون التفاعلي	15	39,13%
المجموع	112	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الوسيلة الأكثر استعمالا لدى أفراد العينة في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت تتمثل في الهواتف الذكية أكثر من الأجهزة الأخرى بنسبة 53,45% وهذا يرجع إلى التطور التكنولوجي الذي شهدها العالم وتحكم فئة الشباب في هذه الوسائل، ثم يليها الحاسوب الشخصي بنسبة 60,36% لكونه شخصي يتسم بالحرية و الخصوصية وسهولة نقله من مكان لآخر، في حين أن استعمال الحاسوب المكتبي قدرة النسبة ب 46,04%، وتعدم بنسبة 00% عند الألواح الإلكترونية. وأن مجموع التكرارات يزيد ب 12 تكرارا من عدد أفراد العينة لأن هناك البعض أجابوا أكثر من إجابة واحدة. ومنه نستنتج أن أكثر الوسائل المستعملة لدى أفراد العينة لمتابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت هي الهواتف الذكية.



الشكل رقم (16): رسم بياني يوضح الوسيلة الأكثر استعمالا في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت

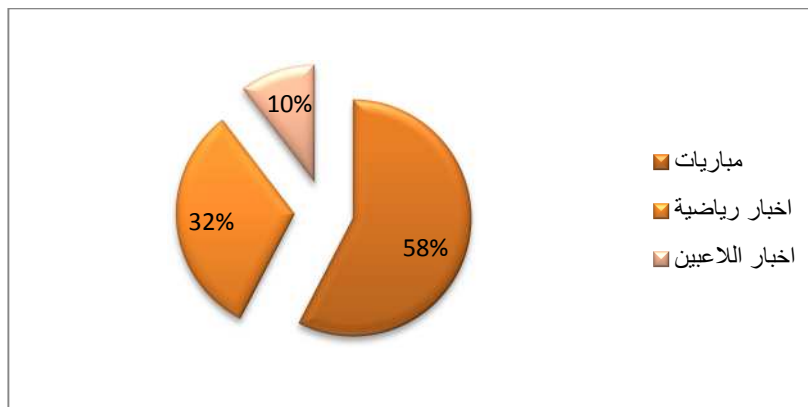
السؤال رقم (17): "ما هي البرامج الرياضية التي تفضل متابعتها؟"

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم (17): يبين البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مباريات	72	6,57%
أخبار رياضية	40	32%
أخبار اللاعبين	13	4,10%
المجموع	125	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها هي المباريات والتي تقدر بنسبة 6,57% وهذا يرجع إلى أن أفراد العينة يفضلون أجواء المنافسة ولأن المباريات تعكس كل ما يجري في الساحة الرياضية، تليها برامج الأخبار الرياضية بنسبة 32% وهذا يعكس مدى فضول العينة لمعرفة الأخبار الرياضية التي تخص النوادي و الفرق، تليها البرامج التي تختص بأخبار اللاعبين بنسبة 4,10%، فالملاحظ أن أفراد العينة يفضلون في المرتبة الأولى البرامج التي تهتم بالمباريات أكثر من البرامج الأخرى. وأن مجموع التكرارات يزيد ب 25 تكرارا من عدد أفراد العينة لأن هناك البعض أجابوا أكثر من إجابة واحدة.



الشكل رقم (17): رسم بياني يوضح البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها.

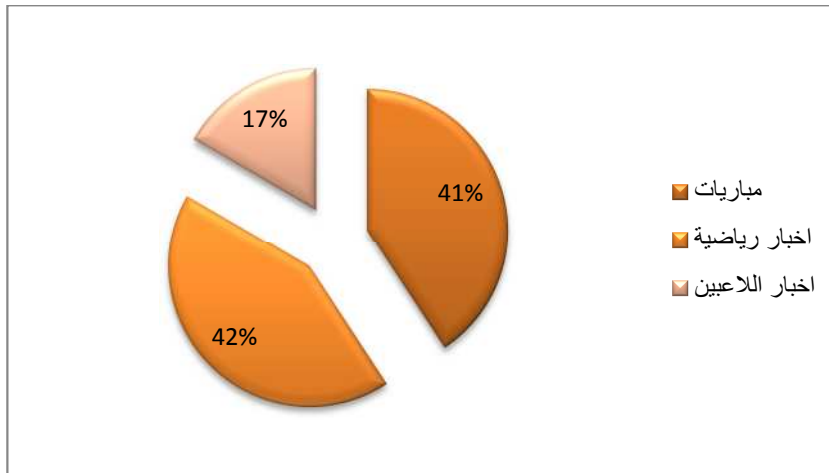
السؤال رقم(18): "ما هي البرامج الرياضية التي تفضل تكرارها؟"

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم(18): يبين البرامج التي يفضل تكرارها لدى أفراد العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مباريات	44	%74,40
أخبار رياضية	46	%59,42
أخبار اللاعبين	18	%66,16
المجموع	108	%100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن البرامج التي يفضل أفراد العينة تكرارها تمثلت في الأخبار الرياضية بنسبة 59,42% والمباريات بنسبة 74,40% فالنسب متقاربة، أما بالنسبة للبرامج التي تهتم بأخبار اللاعبين بنسبة 66,16%. والملاحظ أن أفراد العينة يفضلون تكرار البرامج التي تهتم بالمباريات و الأخبار الرياضية بخلاف البرامج الأخرى. وأن مجموع التكرارات يزيد ب 08 تكرارا من عدد أفراد العينة لأن هناك البعض أجابوا أكثر من إجابة واحدة.



الشكل رقم(18): رسم بياني يوضح البرامج التي يفضل تكرارها لدى أفراد العينة.

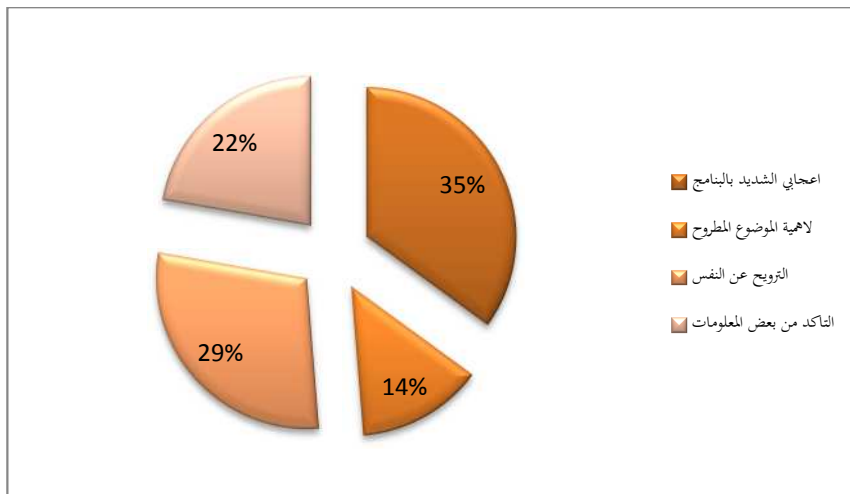
السؤال (19): أسباب تكرار مشاهد البرامج الرياضية؟

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم(19): يبين أسباب تكرار متابعة البرامج الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
إعجابي الشديد بالبرنامج	41	04,35%
التأكد من بعض المعلومات	26	22,22%
الترويح عن النفس	34	05,29%
لأهمية الموضوع المطروح	16	67,13%
المجموع	117	100%

يوضح الجدول أدناه الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لتكرار البرامج الرياضية، ونلاحظ أن النسبة الأكبر من الطلبة 04,35% كان سببهم الإعجاب الشديد بالبرنامج، ثم تليها نسبة 05,29% من الطلبة بسبب الترويح عن النفس، ثم بنسبة 22,22% من عينة الدراسة بسبب التأكد من بعض المعلومات، وهذا السبب قد يرجع إلى بعض الدراسات والبحوث التي يقوم بها الطلبة، أما بقية الطلبة بنسبة 67,13% لأهمية الموضوع المطروح أو البرنامج المتابع.



شكل رقم(17): رسم بياني يوضح أسباب تكرار متابعة البرامج الرياضية

مناقشة وتفسير نتائج التساؤل الثاني: "ما هي عادات متابعة الطلبة للبرامج الرياضية عبر مواقع الانترنت؟"

من خلال النتائج المحصل عليها من الإجابات على التساؤل الثاني نستنتج أن:

54,51% من الطلبة غالبا ما يتابعون البرامج الرياضية عبر مواقع الانترنت. أما فيما يخص مكان استخدام الطلبة للانترنت فإن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت لمتابعة البرامج الرياضية في البيت بنسبة 78,68%. أما عن مدة استخدام الطلبة للبرامج الرياضية عبر مواقع الانترنت فإن من ساعة إلى 2 هي الوقت الذي تقضيه أفراد العينة في استخدام الانترنت في متابعة البرامج الرياضية بنسبة 36,45%. أما فيما يخص طبيعة استخدام الطلبة للانترنت لمتابعة البرامج الرياضية عبر مواقعها فإن أفراد العينة أحيانا ما يستخدمون الانترنت لمتابعة القنوات الرياضية بنسبة 51,50%. أما عن الفترات التي يفضلها أفراد العينة في استخدام الانترنت لمتابعة البرامج الرياضية فإن 51,50% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت في أي فترة حسب ظروفهم اليومية. أما عن نتيجة الوسيلة الأكثر استعمالا لدى أفراد العينة في متابعة البرامج الرياضية على مواقع الانترنت، فإن أغلب أفراد العينة يستعملون الهاتف الذكي لمتابعة البرامج الرياضية على مواقع الانترنت بنسبة 53,45%، وبنسبة 50,36% أفراد العينة يستعملون الحاسوب الشخصي لمتابعة البرامج الرياضية على مواقع الانترنت. أما فيما يخص البرامج الرياضية التي يفضل أفراد العينة متابعتها فكانت المباريات بنسبة 6,57%، وهناك من أفراد العينة من يفضل متابعة أخبار رياضية بنسبة 2,32%. وكانت نتيجة البرامج التي تفضل أفراد العينة تكرارها هي الأخبار الرياضية بنسبة 59,42%، و بنسبة 59,42% من أفراد العينة من يفضل تكرار المباريات. ومن أسباب تكرار أفراد العينة لهذه البرامج يرجع إلى إعجابهم الشديد بالبرنامج وذلك بنسبة 04,35%.

ومنه نستنتج أن الانترنت حصلت على نسبة عالية من المتابعة من قبل أفراد العينة من حيث تصفحهم للانترنت بشكل عام، أما من أجل تصفح الانترنت لمتابعة البرامج الرياضية فإن معظم أفراد العينة يتصفحون الانترنت لمتابعة البرامج الرياضية بصورة غير مستمرة، وهذا ما يظهر في الجدول رقم (14)، وفي مدة قصيرة من ساعة إلى ساعتين، وهذا ما صرح به معظم الباحثين.

التساؤل الثالث: "هل تؤثر المواقع الرياضية عبر الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية؟"

السؤال (21): "أيهما الوسيلة الأكثر تفضيلاً لديك في مشاهدة القنوات الرياضية؟"

نلخص نتائج هذا السؤال في الجدول التالي:

جدول رقم (21): يبين الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة في مشاهدة القنوات الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الإنترنت	16	49,16%
القنوات الرياضية	81	50,83%
المجموع	97	100%

يمثل الجدول رقم (21) الوسيلة المفضلة في متابعة البرامج الرياضية لدى المبحوثين، وتبين النسب أن القنوات الرياضية الوسيلة

المفضلة في متابعة البرامج الرياضية بنسبة 50,83%، في حين أن نسبة الإنترنت 49,16%.

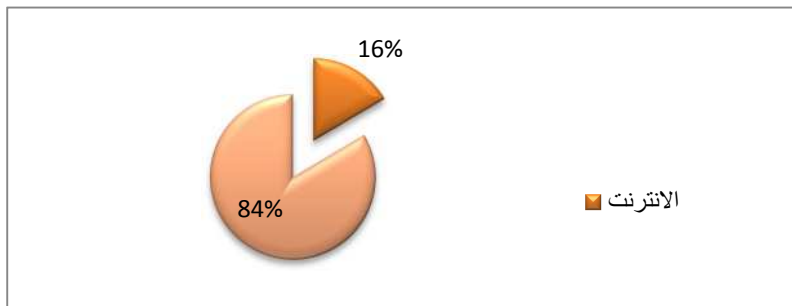
إذ أن من الملاحظ أن التلفزيون بصفة عامة والقنوات الرياضية صورة خاصة تبقى الوسيلة الأولى المفضلة لدى الطلبة نظراً إلى

سهولة مشاهدة البرامج، بالإضافة لانتشاره على نطاق واسع وإمكانية تواجده في كل منزل، كما يستطيع الأفراد مشاهدة البرامج

الرياضية مع كل أفراد العائلة أو مع الأصدقاء. و يرجع سبب عدم تفضيل الطلبة للإنترنت إلى ضعف في تدفق الإنترنت،

بالإضافة أنها ليست في متناول الجميع، بالرغم من انتشارها على نطاق واسع في الآونة الأخيرة، كما أن أغلب أفراد العينة

يتصفحونها بصفة فردية على عكس القنوات الرياضية.



شكل رقم (21): رسم بياني يوضح الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين في مشاهدة البرامج الرياضية

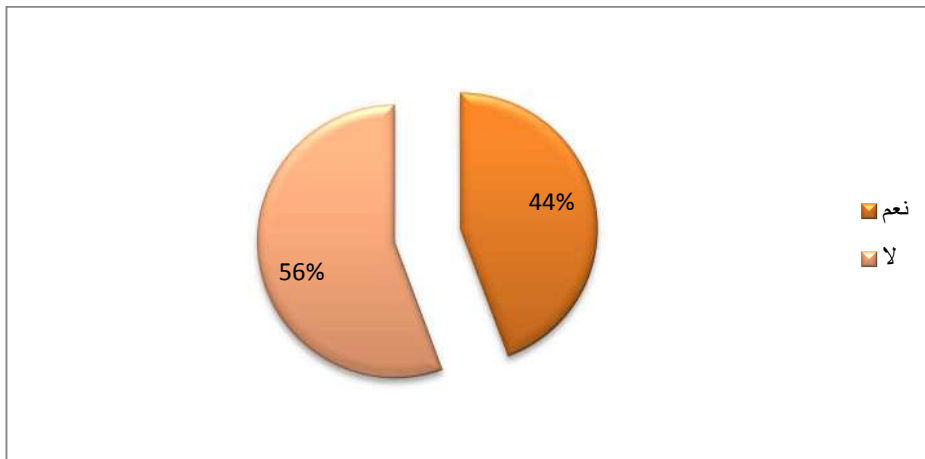
السؤال(24): "هل ترى أن القنوات الرياضية تراجعت نسبة مشاهدتها بعد إنشاء مواقع رياضية عبر الإنترنت؟"

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم (24): رأي العينة حول إذا تراجعت نسبة مشاهدة القنوات الرياضية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	43	32،44%
لا	54	67،55%
المجموع	97	100%

يمثل الجدول رقم(23) معرفة إذا تراجعت نسبة مشاهدة القنوات الرياضية بعد إنشاء مواقع رياضية عبر الإنترنت، فنلاحظ أن نسبة 67،55% من الطلبة كانت إجاباتهم ب لا وهذا يرجع للأسباب التي ذكرت سابقا كون القنوات الرياضية الوسيلة الأمثل والأفضل في مشاهدة برامجهم، ولكون الإنترنت لا يزال الإقبال عليه محدود في تتبع البرامج الرياضية. في حين نجد أن نسبة 32،44% أجابوا بنعم، أي أن القنوات الرياضية تراجعت نسبة الإقبال عليها، وهذا قد يرجع إلى النسبة الأقلية التي لا تملك الوقت لمتابعة برنامج معين في القنوات الرياضية أو أنه يعرض في وقت غير ملائم مع ظروف الطلبة.



شكل رقم (23): شكل بياني يوضح رأي العينة حول إذا تراجعت نسبة مشاهدة القنوات الرياضية.

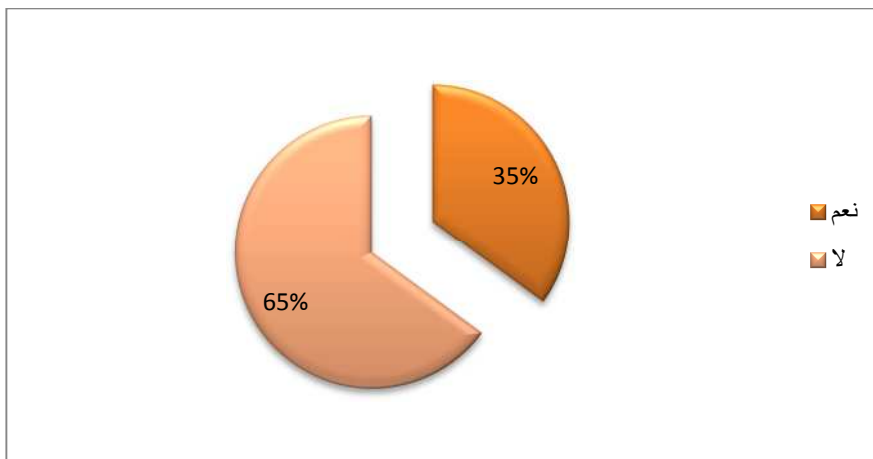
السؤال (24): "إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية؟"

نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم (24): يبين إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	34	05,35%
لا	63	94,64%
المجموع	97	100%

يبين الجدول رقم (24) إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية، فكانت إجابة معظم الطلبة ب لا بنسبة 94,64%، أما بنسبة 05,35% من الطلبة أجابوا بنعم. إذ أن من الملاحظ أن نسبة كبيرة من الطلبة لا تثق في المواقع الرياضية عبر الإنترنت، وهذا يرجع إلى تقليد بعض البرامج وتزييف في الحقائق، كما أن بعض الطلبة يصعب عليهم الوصول إلى هذه المواقع، وهذا التفسير يؤكد ما توصلنا إليه في الجدول رقم (21).



شكل رقم (24): رسم بياني يوضح كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية.

السؤال (25): هل ترى أن المواقع الرياضية عبر الإنترنت حصلت على نسبة تتبع عالي مقارنة بالقنوات الرياضية؟

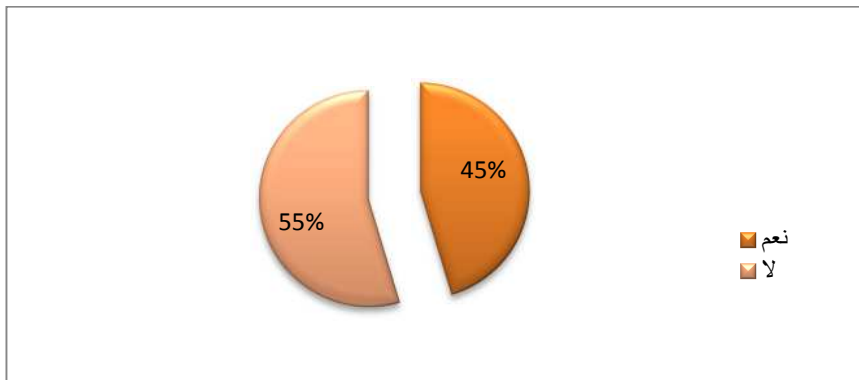
نلخص نتائج هذا التساؤل في الجدول التالي:

جدول رقم (25): رأي الطلبة إذا كانت المواقع الرياضية عبر الإنترنت حصلت على نسبة تتبع عالي

مقارنة بالقنوات الرياضية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	44	36.45%
لا	53	63.54%
المجموع	97	100%

الجدول رقم (25) والذي يوضح معرفة رأي الطلبة في أن المواقع الرياضية عبر الإنترنت حصلت على نسبة تتبع عالي مقارنة بالقنوات الرياضية، فنجد أن معظم الطلبة أجابوا ب لا بنسبة 63,54%، وهذا راجع إلى عدم مصداقية بعض مواقع الإنترنت، ضعف في تدفق الشبكة بالإضافة إلى عدم امتلاك بعض الطلبة الوسيلة المناسبة لتصفح هذه المواقع. في حين نجد أن نسبة 36,45% من الباحثين أجابوا بنعم أي يرون أن المواقع الرياضية عبر الانترنت حصلت على نسبة تتبع عالي.



شكل رقم (25): رسم بياني يوضح رأي الطلبة إذا كانت المواقع الرياضية عبر الإنترنت حصلت على

نسبة تتبع عالي مقارنة بالقنوات الرياضية

- نتائج التساؤل الثالث: تأثير الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية

إن الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة في متابعة البرامج الرياضية هي القنوات الرياضية وذلك بنسبة 50,83%، أما عن نتائج ما إذا تراجعت نسبة مشاهدة القنوات الرياضية بعد إنشاء مواقع رياضية عبر الإنترنت فإن أغلب أفراد العينة ترى أنها لم تتراجع نسبة مشاهدة القنوات الرياضية بعد إنشاء مواقع رياضية عبر الإنترنت وذلك بنسبة 67,55%، وفيما يخص نتائج ما إذا كانت الإنترنت الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية، فإن أغلب أفراد العينة من ترى أن الإنترنت ليست الوسيلة الأمثل في متابعة البرامج الرياضية بنسبة 94,64%. أما عن نتائج ما إذا كانت المواقع الرياضية في الإنترنت حصلت على نسبة تتبع عالية مقارنة بالقنوات الرياضية فإن بنسبة 63,54% من أفراد العينة من يرون أن المواقع الرياضية في الإنترنت لم تحصل على نسبة تتبع عالية مقارنة بالقنوات الرياضية.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن المواقع الرياضية عبر الإنترنت لم تؤثر على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية، وهذا يظهر في الجدول رقم (21) الذي يوضح أن نسبة كبيرة من الباحثين يفضلون مشاهدة البرامج الرياضية عبر القنوات الفضائية الرياضية أكثر منها على مواقع الإنترنت، وذلك لعدة دوافع من بينها أن القنوات الفضائية الوسيلة المتاحة للجميع، وبإمكانهم مشاركة ما يشاهدونه مع العائلة أو الأصدقاء، كما أن معظم الباحثين في تقييمهم للقنوات الرياضية صرحوا بأنها الوسيلة الأمثل لمتابعة كافة البرامج الرياضية من مباريات وتتبع أخبار اللاعبين و الأخبار الرياضية وغيرها من البرامج.

الاستنتاجات العامة للدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول " مدى تأثير المواقع الرياضية على الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية توصلنا إلى:

1- أن القنوات الرياضية مازالت لديها نسبة مشاهدة عالية، وهذا نتيجة التطورات المتلاحقة التي عرفت القنوات الفضائية، وهذا ما يعكس الاقتناء الواسع لأجهزة الاستقبال والقنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية في الجزائر مقارنة لما كانت عليه في السنوات الأولى مع ظهور ظاهرة البرابول في التسعينات، وكان لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة دور متعاظم. كما تظهر نسبة المشاهدة العالية من خلال عدد الساعات التي يخصصها أفراد العينة في مشاهدة القنوات الرياضية، فكانت ساعتين في اليوم بنسبة 50،5% حيث يعتبر الحجم الزمني أحد المؤشرات الأساسية والفعالة لكشف درجة المشاهدة من الحساب الكمي لعدد ساعات التعرض.

2- إن التقدم التكنولوجي الذي شهده العصر الحالي بظهور الإنترنت كوسيلة اتصال وإعلام، وانفراد هذه الوسيلة بخصائص تميزها عن بقية الوسائل الأخرى والتي تتمثل في سرعة الحصول على المعلومات، ولكن بسبب الصعوبات التي يواجهها الطلبة أثناء تصفحهم للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية من انقطاعات متكررة وضعف التدفق.

3- من خلال معرفة عادات وأنماط مشاهدة أفراد العينة للقنوات الرياضية وكذا استخدام الإنترنت ومتابعة البرامج فقد توصلنا إلى أن إنشاء المواقع الرياضية عبر الإنترنت لم تؤثر على نسبة مشاهدة الطلبة للقنوات الرياضية، وهذا ما ظهر من خلال عادات و أنماط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بتفضيلها لمشاهدة القنوات الرياضية على متابعتها على مواقع الإنترنت، كما أنهم لا يعتبرون الإنترنت الوسيلة الأمثل وذلك من خلال الصعوبات التي يواجهونها أثناء تصفحهم.

خلاصة الفصل:

وعرضنا من خلال هذا الفصل عرض وتحليل وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة، وذلك من خلال التساؤل الأول "ماهي عادات مشاهدة القنوات الرياضية لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية؟"، وكذلك "ماهي عاداتهم في متابعة البرامج الرياضية عبر موقع الانترنت؟"، أما التساؤل الأخير تمثل في: "هل تؤثر المواقع الرياضية عبر الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية؟"، قمنا بتفريغ البيانات في جداولو قمنا بتحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية وتمثيلها في شكل دوائر نسبية، بعد ذلك قمنا بتقديم قراءات تحليلية حول هذه الجداول، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراس

خلاصة الدراسة

خلاصة الدراسة :

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة موضوع "مدى تأثير المواقع الرياضية عبر الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية, ولقد خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى أن القنوات الرياضية لديها نسبة تتبع عالي رغم التطور التكنولوجي الذي حدث في مجال الاتصالات والذي أدى إلى ظهور وسيلة حديثة ألا وهي الإنترنت التي تعتبر شبكة عالمية عملاقة والتي تتميز بمميزات جعلتها في مقدمة الوسائل الأخرى من سرعة ودقة المعلومات وانتشارها في مختلف أنحاء العالم واستعمالها في جميع مجالات الحياة.

فالبرغم من وجود هذه الوسيلة العملاقة وانفرادها بهذه الميزات لم تؤثر على مشاهدة القنوات الرياضية لدى عينة من معهد طلبة علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية, وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من خلال أجوبة أفراد العينة واستعمال أداة متمثلة في استمارة الاستبيان, فمن خلالها هدفنا إلى معرفة مدى تأثير الإنترنت على مشاهدة القنوات الرياضية من خلال كثافة المشاهدة ومتابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت, فعرضنا في التساؤل الأول إلى عادات مشاهدة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية للقنوات الرياضية من خلال طبيعة المشاهدة والساعات المخصصة لمشاهدة القنوات وكذلك الأوقات المفضلة للمشاهدة, أما التساؤل الثاني عادات متابعة طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات الرياضية عبر الأنترنت من خلال طبيعة استخدام الأنترنت لمتابعة البرامج الرياضية والساعات المخصصة للمتابعة وكذا الأوقات المفضلة بالإضافة إلى الوسيلة المستخدمة, أما الفصل الثالث و الأخير تأثير المواقع الرياضية على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية في أوساط طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية وذلك من خلال الوسيلة المفضلة لدى الطلبة وكذلك تقييم الطلبة للقنوات الرياضية وكذلك الأنترنت, وبعد عرض وتحليل وتفسير ومناقشة النتائج توصلنا إلى أن الإنترنت رغم انتشارها الواسع وتطورها في شتى مجالات الحياة, إلا أنها لم تؤثر على مشاهدة القنوات الرياضية بنسبة كبيرة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- 1- أبو أصبع صالح خليل، الاتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، عمان ، 1999.
- 2- البائع حسن وآخرون، التعلم الإلكتروني الرقمي (النظرية ،التصميم ،الإنتاج)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009.
- 3- البكري إياد شاكر، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2003.
- 4- التل سعيد ، مناهج البحث العلمي تصميم البحث و التحليل الإحصائي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
- 5- الجبوري حسين محمد جواد، منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية)، دار الصفاء للنشر و التوزيع، ط1، 2013.
- 6- الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، عمان ، 2010
- 7- الساري فؤاد أحمد، وسائل الاعلام (النشأة والتطور)، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2011.
- 8- الطائي مصطفى محمد، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 9- المغربي كامل محمد ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الثقافة، ط4، الأردن، 2010.
- 10- الهاشمي محمد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 11- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتابة، ط1، القاهرة، 2008.
- 12- بعيزي إبراهيم، الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2011.
- 13- بن مرسللي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.
- 14- حجاب محمد منير، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2010.

قائمة المراجع

- 15- حمدي محمد الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة الاستخدام و التأثير، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2010.
- 16- دليو فضيل، التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الإتصال (المفهوم- الاستعمالات -الآفاق)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2011.
- 17- دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي (أساسياته النظرية و ممارسته العملية)، دار الفكر، ط1، سوريا(دمشق)، 2000.
- 18- سعادة جودة أحمد وآخرون، الحاسوب و الأنترنت في ميادين التربية و التعليم، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، عمان الأردن، 2007.
- 19- شعبان فؤاد ، و الصبطي عبيدة ، تاريخ و سائل الاتصال و تكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ب.ط، الجزائر، 2012.
- 20- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2008 .
- 21- طالبة هادي وآخرون، تكنولوجيا الوسائل المرئية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2010
- 22- عبد الحميد محمد، نظريات و اتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004.
- 23- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث (القواعد و المراحل و التطبيقات)، دار وائل للنشر، ط2، الأردن(عمان)، 1999
- 24- مشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان(الأردن)، 2010.
- 25- مكاوي حسن عماد، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، ط2، 2012.
- 26- ياسين فضيل ياسين، الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان(الأردن)، 2010.
- القواميس و المعاجم:
- 27- الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي، عمان(الأردن)، ط1، 2010.
- 28- بن هادية علي وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، 1991.

29-حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003

30- جانفر نستو دورنيه، ت. جورج كتورة، معجم العلوم الإنسانية، المؤسسة الجامعية للدراسات، ط1، بيروت، 2009.

المجلات:

31-عمرون مفتاح، تعدد القنوات الرياضية الجزائرية التلفزيونية ودورها في تحفيز الاستثمار بالأندية الرياضية الجزائرية

المحترفة، مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، العدد03، جانفي 2012.

الرسائل الجامعية:

32-الزيود خالد محمد، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، جامعة اليرموك (الاردن)،

2013.

33-بولعويديات حورية، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية(دراسة مكملة لنيل شهادة

الماجستير)، جامعة قسنطينة قسم علوم الاعلام والاتصال، قسنطينة، 2008.

34-ناصر عبد الله إبراهيم ناصف، عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية، درجة

الماجستير في تخصص الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010.

المراجع باللغة الأجنبية:

35-Kamel Hamdi، Guide paratique de L INTERNET، press ، imprime sur

2000. ،de imprimerie ELSALAM

36-Que sais- je ? INTERNET، editions DAHLAB، ALGER. ، 1995Arnaude Dufour،

الملاحق

الأساتذة المحكمين:

اسم الأستاذ	التخصص	الدرجة العلمية
أ - الزاوي محمد الطيب	إعلام واتصال	أستاذ مساعد أ
أ - بلمولاي بدر الدين	إعلام واتصال	أستاذ مساعد أ
أ - بن زطة سليم	إعلام واتصال	أستاذ مساعد ب
أ - قندوز عبد القادر	إعلام واتصال	أستاذ مساعد أ

الجدول يبين العبارات التي تم صياغتها بناء على رأي الأساتذة المحكمين:

العبارات	التصحيح حسب رأي المحكمين
ما هو الوقت المفضل لمشاهدة القنوات الرياضية؟	متى تشاهد القنوات الرياضية؟
إضافتها كخيار لسؤال متى تشاهد القنوات الرياضية	حسب الظروف
إضافتها كخيار لسؤال ما هي الفترة التي تفضل فيها استخدام الانترنت	حسب الظروف
حذف الدوافع والحاجات من التساؤل الأول	باعتباره لا يدخل ضمن عادات المشاهدة
حذف الدوافع والحاجات من التساؤل الثاني	باعتباره لا يدخل ضمن عادات المتابعة

الملاحق

جامعة قاصدي مرياح . ورقلة .

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



من إعداد الطلبة: الريغي هاجر

قسم علوم الاعلام والاتصال

تاتي وسام

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

عنوان المذكرة:

تأثير تكنولوجيا الاتصال على مشاهدة القنوات الرياضية

(دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية)

في إطار إعداد لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي

تتضمن مجموعة من الأسئلة، الرجاء الإجابة عنها مع العلم أن المعلومات التي تقدم لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، وشكرا على تعاونكم.

ملاحظة: ضع علامة (X) في مكان الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية: 2015 - 2016

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن:

المستوى الجامعي : سنة أولى ليسانس سنة ثانية ليسانس سنة ثالثة ليسانس

التساؤل الأول: "ما هي عادات مشاهدة الطلبة للقنوات الرياضية؟"

4- هل تشاهد القنوات الرياضية؟

دائما غلبا أحيانا

5- ما هي الفضائيات الرياضية المفضلة لديك (أذكرها مرتبة 1،2،3،.....)

1-.....

2-.....

3-.....

4-.....

6- أين تشاهد الفضائيات الرياضية؟

البيت الحي الجامعي

المقاهي شاشة في الشارع

الملاحق

7- متى تشاهد الفضائيات الرياضية؟

صباحا مساء

ليلا الظهرية

حسب الظروف

8- ما هي البرامج التي تشاهدها في الفضائيات الرياضية المفضلة لديك؟ (أذكر أسمائها مرتبة 1،2،3،.....)

1-.....

2-.....

3-.....

9- ما عدد الساعات التي تخصصها عادة لمشاهدة الفضائيات الرياضية في اليوم؟

أقل من ساعة ساعة ساعتين ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

التساؤل الثاني: "عادات متابعة الطلبة للبرامج الرياضية في مواقع الانترنت؟"

10- هل تتابع البرامج الرياضية على مواقع الانترنت؟

دائما غالبا أحيانا نادرا

11- ما هي المواقع المفضلة لديك (أذكرها مرتبة)؟

1-.....

2-.....

الملاحق

3-.....

4-.....

12- مكان استخدامك للإنترنت:

مقاهي الإنترنت البيت

الجامعة مكان العمل

الحي الجامعي

13- مدة استخدامك للإنترنت في اليوم :

أقل من ساعة

من ساعة إلى 2

من 2 فما فوق

14 - طبيعة استخدامك للإنترنت:

دائما

أحيانا

نادرا

15- ما هي الفترات التي تفضل فيها استخدام الانترنت في متابعة البرامج الرياضية؟

صباحا المساء

الظهيرة ليلا

الملاحق

حسب الظروف

16- الوسيلة الأكثر استعمالاً لديك في متابعة البرامج الرياضية عبر مواقع الإنترنت:

الحاسوب الشخصي الحاسوب المكتبي

الهاتف الذكي التلفاز التفاعلي HD

الألواح الإلكترونية

17- ما هي البرامج الرياضية التي تفضل متابعتها؟

مباريات

أخبار رياضية

أخبار اللاعبين

.....أخرى، أذكرها.....

18- ما هي البرامج التي تفضل تكرارها؟

مباريات

أخبار رياضية

أخبار اللاعبين

.....أخرى، أذكرها.....

19- أسباب تكرار مشاهدة هذه البرامج:

إعجابي الشديد بالبرنامج

الملاحق

التأكد من بعض المعلومات

الترويح عن النفس

لأهمية الموضوع المطروح

20- ما هي الصعوبات التي تواجهك أثناء تصفحك للإنترنت لمتابعة البرامج الرياضية؟

.....

.....

.....

التساؤل الثالث: "تأثير الإنترنت على نسبة مشاهدة القنوات الرياضية؟"

21- أيهما الأكثر تفضيلاً لديك في مشاهدة البرامج الرياضية؟

القنوات الفضائية الرياضية

الإنترنت

22- ما هو دافع تفضيلك لهذه الوسيلة؟

.....

.....

23- هل ترى أن القنوات الرياضية تراجع نسبة مشاهدتها بعد إنشاء مواقع رياضية عبر الإنترنت؟

لا

نعم

حسب رأيك، لماذا؟

.....

.....

24- هل ترى أن الإنترنت الوسيلة الأمثل في تتبع البرامج الرياضية؟

الملاحق

لا

نعم

25- هل ترى أن المواقع الرياضية في الإنترنت حصلت على نسبة تتبع عالي مقارنة بالقنوات الرياضية؟

نعم

26- ماهو تقييمك للقنوات الرياضية؟

.....

.....

.....

27- ماهو تقييمك للمواقع الرياضية عبر الإنترنت؟

.....

.....

.....