

إستراتيجية الإعلام السمعي البصري في ترسيخ الثقافة الرياضية لدى الشباب
الجزائري عبر برامج القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة دراسة مسحية تحليلية
على عينة من متبعي قناة الهداف

Media Strategy Audiovisual In The Consolidation Of Sports
Culture Among The Algerian Youth Through Algerian Television
Channels For Programs Analytical Survey On A Sample Of The
Goals Scorer

نبيل شايب*

جامعة المدية ، (الجزائر)
chaibnabil07@gmail.com

فوزية عبو

جامعة سعيدة ، (الجزائر)
narimanabou@gmail.com

تاريخ الإستلام: 2019/11/12 تاريخ قبول النشر: 2019/12/22 تاريخ النشر: 2019/12/01

ملخص:

لقد أصبحت البرامج الرياضية المتنوعة التي تبثها القنوات الفضائية الخاصة التي عرفتها الساحة الإعلامية الجزائرية مؤخرًا تزامنًا مع ظهور قانون الإعلام الجديد 05/12 الذي شرع بخصوصية الإعلام، محط أنظار العديد من المشاهدين الجزائريين، حيث أن هذه القنوات الخاصة تسعى إلى التنوع في البرامج لاسيما التي تتعلق بالمجال الرياضي وذلك بهدف جلب المشاهد إليها وتحقيق نسب مشاهدة عالية، حيث أضحت هذه القنوات الرياضية الخاصة تجذب المتابعين الشباب إليها من خلال البرامج الرياضية التي يهتم الشباب اليوم بمشاهدتها كالمباريات و الأخبار و الحصص الخاصة بالنقاشات وغيرها على كل الأصعدة محلية كانت أم وطنية أم دولية، التي تترك أثرًا على المشاهد مما يدفعه ذلك الى الاعتماد على مثل هذه القنوات بشكل كبير، تصنف هذه الأخيرة ضمن ما يعرف بالإعلام الرياضي الذي تقل فيه الدراسات والأبحاث، واجتهادًا منا في هذه الورقة البحثية سنتطرق إلى موضوع تمثلات الشباب الجزائري للبرامج الرياضية في الجزائر التي يعتمد عليها بشكل يومي انطلاقًا من نتائج الدراسة التي توصلنا إليها عن طريق اجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب متبعي قناة الهداف الجزائرية من خلال استمارة إلكترونية تمثلت في 100 مفردة، حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على المقترن النظري (نظرية الاشباع والاستخدامات) التي قمنا بإسقاط افتراضاتها على نتائج الدراسة .

الكلمات المفتاحية: الإعلام ، الرياضة ، قانون الإعلام ، الشباب ، الإشباع

Abstract:

The various sports programs broadcast by the private satellite channels that have become familiar with the Algerian media scene recently, coinciding with the emergence of the new media law 12/05, which began to privatize the media, has become the focus of many Algerian viewers. These private channels seek diversity in programs, In the field of sports, in order to bring the viewer and achieve high viewing rates, where these special sports channels attract young followers through sports programs that are interested in the youth today, such as games, news and discussion and others on the All the local levels were national or international, which leave an impact on the viewer, which leads to dependence on such channels significantly, classified the latter in what is known as sports media, which is less studies and research, and diligence in this paper will discuss the subject of symmetries Algerian youth for the sports programs in Algeria, which depends on them on a daily basis from the results of the study we reached by conducting a field study on a sample of young people following the Algerian channel Alhaddaf through an electronic form in 100 individual, where we adopted in this study on the theoretical approach The probability of saturation and the uses) that we have dropped its assumptions on the results of the study.

Keywords: Media, sports, media, youth, Fanon saturation

1. مقدمة:

تعد الرياضة جزء لا يتجزأ من التربية العامة للمجتمعات، فهي تهتم بتنشئة الفرد بنديا واجتماعيا ونفسيا واقتصاديا، وكل ذلك من اجل خلق المواطن الصالح والوصول به إلى أعلى المستويات الرياضية سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي، ويكون ذلك بإشراف ومتابعة من المؤهلين والمتخصصين في المجال الرياضي، وبهذا يهتم الإعلام بصفة عامة بموضوع الرياضة من خلال الارتقاء بمستوى الأنشطة الرياضية و جلب الجمهور نحو ممارسة الرياضة و تنامي اهتماماته نحوها، ففي ظل الثورة الإعلامية الحديثة وعصر العولمة ظهر بما يسمى بالإعلام الرياضي على أنواع مختلفة وما ينتج عنها من تأثيرات كبيرة، لأنه يمتلك القدرة على تصوير القضايا والأحداث والأشخاص في المجال الرياضي على خلاف الواقع الفعلي. فأصبح هناك تداخل بين الرياضة ووسائل الإعلام لما لهم من دور في جذب الجماهير ومعرفة تصورات الشباب للفعاليات الرياضية من خلال إعلام الخاص الذي أعطي متنفس جديد من خلال الحرية في التعامل مع المعلومة وإشراك جمهور الرياضي مشاركة ايجابية وأصبح يصنع المادة الاعلامية مع القائم للاتصال، وعليه نطرح الإشكال التالي: كيف يتصور الشباب الجزائري الفعاليات الرياضية من خلال قناة الهدف؟

تساؤلات الدراسة

- 1- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لقناة الهدف؟
- 2- ما هي تصورات الشباب للفعاليات الرياضية من خلال قناة الهدف؟
- 3- ماهي الاشباعات التي يحققها الشباب من خلال تعرضه لمثل هذه البرامج الرياضية؟
- 4- ماهي القيمة المضافة التي يتحصل على الشباب الجزائري أثناء تعرضهم للمحتويات الرياضية المبثثة في قناة الهدف؟

مفاهيم الدراسة

الإعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والأنشطة الرياضية للجمهور، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، ويهدف لنشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية الرياضي، وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه يهتم بقضايا وأخبار الرياضة والرياضيين. (احمد زكي صالح، 1979، ص 137)

الشباب: تعد مرحلة المراهقة العبور من الطفولة إلى سن النضج ، ويحصل في هذه المرحلة تحولات جسمية وجنسية وغريزية وتؤثر الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية على نمو المراهقين ،ويرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في السن من 15 إلى 25 سنة ،ويبنون رأيهم على أساس أو أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة وبين المراهقة وبين الرجولة الكاملة.

التمثلات: يستخدم هذا المصطلح ليشير إلى فكرة معينة توجه الفهم، وهناك منظورات مختلفة للتمثلات في العلوم الاجتماعية حيث تعتبرها أدوات تستخدم في البحث، يفكر الباحث في ضوءها فهي مركبات عقلية، تعكس وجهة نظر معينة لها تأثير هام في إدراكه للواقع.(محمد عاطف غيث، 2002، ص 90/89)

الهدف تي في:

بالفرنسية El Heddaf (TV) قناة فضائية عربية جزائرية تبث من الجزائر العاصمة، وهي تابعة لـ جريدة الهدف. تأسست سنة 2014، تنقل آخر أخبار كرة القدم بشكل خاص، إضافة إلى قيامها بمقابلات صحفية مع عدد من اللاعبين ومدربي الفرق المحلية الجزائرية كما تقوم بنقل رپورتاجات تخص الفرق العالمية الكبرى ولأعبها.

الإجراءات المنهجية

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، والتي تهتم أساسا بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف

المختلفة، المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المهمة ، ومحاولة تحليل الواقع الذي تكون فيه الأحداث والوقائع، وكذا تفسير تلك الأحداث الظاهرية قصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات وإزالة المعوقات والغموض الذي يكتنف بعض الظواهر.(محمد شفيق، 1998، ص 108)

2. منهج الدراسة

يعد المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى الأهداف المسطرة. ويعرفه " محمد طلعت " « بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة. ويتم اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الهدف منها

والإشكالية التي تم تحديدها (محمد عبيدات و آخرون، 1997، ص 321) ، حيث ان المنهج الأنسب الذي نستخدمه هو منهج المسح الوصفي .

أداة جمع البيانات: للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث على البحث ، والأداة هي الوسيلة المستخدمة في البحث سواء كانت تلك الوسيلة متعلقة بجمع البيانات أو بالتصنيف والجدولة إن استعمال أدوات جمع البيانات من طرف الباحثين يخضع ل :

- نوع البحث و موضوعه
- المواقف الاجتماعية التي تتطلب وسائل معينة دون غيرها
- كذا المنهج المستخدم في الدراسة
- طبيعة مجتمع وعينة الدراسة
- ظروف الباحث و قدراته المالية ومدى معرفته بالأداة (مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم، 2000، ص 81- 82)

وقد تم الاعتماد في هذه الورقة البحثية على أداة الملاحظة بالمشاركة والاستمارة قصد جمع البيانات حول الظاهرة المدروسة غالبا ما يقدم الاستبيان الرقمي في أحد الشكلين : اما أن يعد حاسوبيا ثم يرسل الى المبحوثين الافتراضيين عن طريق ابيد الإلكتروني أو أن يكون الاستبيان موجودا على الخط ضمن صفحة ويب معينة ، أي الاستبيان الرقمي المباشر على شبكة الانترنت.

وقد تم الاعتماد في بحثنا هذا على الشكل الثاني من الاستبيان عن طريق موقع الفيس بوك ، عن طريق تطبيق استبيان فيس بوك ، حيث يمكننا من تصميم الاستبيان ونشره على شبكة الفيس بوك ، وهذا نظرا لان عينة البحث كلها من مستخدمي شبكة الفيس بوك ويمكننا هذا التطبيق من استخراج النسب المئوية ، و الرسومات البيانية .

3. مجتمع البحث والعينة

ان الباحث لا يمكنه أن يشرع في انجاز دراسته قبل ان يتعرف بصورة جيدة على مجتمع البحث والذي يعرف على انه " جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث" (ريان عمر محمد، 1983،ص138)

عينة البحث: نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث ، قمنا باختيار اسلوب العينة ، و نظرا لاقتصار عينتنا على مستخدمي الفيس بوك ، تم الاعتماد على العينة القصدية التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية ، لا مجال لها للصدفة ، وهذا لإدراكه المسبق لمجتمع البحث والعناصر الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا لذلك لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة (أحمد بن مرسل، 2007، ص 198) ، وتتكون عينة بحثنا هذا من سحب مفرداتها بطريقة مباشرة ، وتتكون عينة بحثنا هذا من 100 مفردة من مستخدمي شبكة الفيس بوك تم توزيع الاستبيان عليهم الكترونيا.

4. نتائج الدراسة الميدانية

يمثل الإعلام الرياضي اليوم رهان حقيقي لتكوين وعي حضاري حول الفعاليات الرياضية خاصة في مجتمع يحكمه الانفعالات مثل مجتمعنا الجزائري الذي استفاد من فتح إعلام تلفزيوني للاستثمار فيه وإنشاء قنوات خاصة من بينها قناة الهدف التي تعد مشروعا مكتملا للجريدة المكتوبة والتي تملك بطبيعة الحال قاعدة جماهيرية كبيرة اذا ما تم الاستناد على الملاحظة المباشرة. خلال إجراء البحث الميداني مع العينة التي تمثل الجزء الأساسي في البحوث الإعلامية وتعطي التبرير الاحصائي الذي نحتاجه في تحليل الموضوع المراد دراسته فبعد وضع الاستمارة على صفحات الفايسبوك بطريقة قصدية تم اعتماد 100 مفردة لتشكل لنا بيانات سوسومنية تميزت بحضور قوي لفئة الذكور بنسبة 75% وحضور الإناث ب 25% وهذا نتيجة لتباين في اهتمامات بالمجال الرياضي خاصة فيما هو شائع بالمجتمع المحلي والوطني بالجزائر لعبة كرة القدم كونها لعبة تمتاز بشعبية كبيرة أغلبها من الذكور. أما السن فتم تقسيمه الى فئات عمرية (18-23) بنسبة 32% وتلها الفئة العمرية (24-29) بنسبة 50.30% أما الفئة العمرية الأخيرة (30 فأكثر) بلغت نسبة حضورها 19.70% حضور جميع الفئات العمرية للشباب يعبر عن تنوع العينة وكذلك تنوع تصورات العينة للفعاليات الرياضية التي سنلاحظها في المحاور القادمة. وبالنسبة للمستوى التعليمي تحصلنا على نسبة 44% يمتلكون مستوى جامعي والمستوى الثانوي بنسبة 30% ونسبة المستوى المتوسط 17% وأخيرا المستوى الابتدائي بنسبة 9% ابتدائي.

أنماط الشباب لمشاهدة قناة الهدف:

أسفرت نتائج الاستمارة الالكترونية التي تعبر عن تمثلات وتصورات الشباب للإعلام الرياضي الذي يعرف بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور والتوعية الرياضية لأفراد المجتمع، للإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أ يحدث تغييرات في المعرفة الرياضية لدى الجمهور" (زواوي عبد الوهاب، 2013 ص 135) تأثير وسائل الإعلام على المتلقي تؤكد نظريات التأثير في حقل الإعلام والاتصال سواء التأثير المباشر أو غير المباشر فقد أصبحت المنظومة الإعلامية اليوم خاصة السمعية البصرية تجذب انتباه الجمهور لعدة عوامل من بينها النقل المباشر للاهتمامات الرياضية للمتلقى وعرضها باستعمال تقنيات فنية تكنولوجية تدمج الصورة والنص المكتوب والمسموع أيضا. يتابع أفراد العينة القنوات الجزائرية بشكل دائم بنسبة 75% وفي المتبعة المتقطعة التي تمثل إجابة في بعض الأحيان بنسبة 25% عندما يتعلق بالرياضة المحلية والفعاليات الرياضية حتى العالمية أصبح الفرد الجزائري يبدي اهتماما بالقنوات الوطنية الخاصة كونها فتحت المجال أمامه للتعبير عن ميولاته ورغباته، حيث يشاهد كل من قناة الشروق وقناة النهار بنسبة 45% وقناة الهدف 55% نرى اهتمام المشاهد الجزائري للقنوات الرياضية متصاعد كونها وسيلة للترفيه والترويح عن النفس والتخلص من ارهاق الحياة اليومية.

الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية غالبا ما تمت الإجابة بأنه لا توجد فترة محددة للمشاهدة حيث تتوزع طول الفترة الزمنية لليوم بنسبة 72% ومشاهدة في المساء تأتي بنسبة 18% وأقلية من إجابات أفراد العينة تكون مشاهدتهم ليلا بنسبة 10% وهذا راجع الى ارتباطات الجمهور وانشغالهم بالأدوار الاجتماعية الملتمزمون بها، كما تبلغ مدة هذه المشاهدة وتكون ثلاث ساعات بنسبة

66% وتليها مشاهدة لفترة ثلاث ساعات فقط بنسبة 20% ثم أخيرا نسبة 14% مشاهدة لمدة ساعة فقط كما تبين لنا المعطيات الميدانية الإحصائية متابعة المستمرة والدائمة لقناة الهدف بنسبة 94% لتحقيق واشباعات المتلقي المتمثلة في متابعة الدائمة للنقل القناة لكل الفعاليات الرياضية خاصة ما تعلق منها بكرة القدم، تليها نسبة 16% متابعة متقطعة في بعض الأحيان لكن عموما يمكن القول أن قناة الهدف يمكنها التأثير على الجماهير بشكل كبير انطلاقا من فرضية أساسية تثبت هذا التأثير وهي كلما ارتفعت أنماط مشاهدة القناة لدى المتلقي كلما نتج عن ذلك تأثير سواء بوعي من المشاهد أو بدون وعيه.

دائما ما يضع الإعلام الرياضي كباقي أنواع القنوات الأخرى أجندة ويرتب أولوياته حسب الأهداف التي يطمح لتحقيقها والتي يمكن أن نحصرها في :

- -نشر الثقافة الرياضية
- -تثبيت القيم والاتجاهات الرياضية
- -توعية الجمهور حول القضايا الرياضية الراهنة
- -الترويج عن الجمهور وتخفيف عنه صعوبات الحياة اليومية" (لونس عبد الله، 2008/2007، ص 33)

ولتحقيق هذه الأهداف يستدعي الأمر إنتاج برامج وحصص إعلامية تحرص على جذب انتباه المشاهد وحسب إجابات العينة التي تعاملنا معها فان نسبة 67% يتابعون برنامج "الفريق الدولي" لاهتمامه بكبار اللاعبين الجزائريين الذي يلعبون خارج الأندية الوطنية والاهتمام كذلك بمحطات الفريق الوطني لكرة القدم والكرة المحلية من ناحية واقعا و أفاق المستقبلية التي يرجى منها الوصول إليها ثم يأتي الاهتمام بحصة "استديو الهدف" بنسبة 30% وتليها نسبة 13% "متخيش علينا" التي تهدف لمعالجة الواقع الكروي خاصة والتعرض لمشاكل الفرق والأندية المحترفة.

بالنسبة للجمهور الجزائري الذي تشمل عينة بحثنا جزء منه يختار إجابة أن قناة الهدف تمنحه كل المعلومات حول التظاهرات والفعاليات الرياضية بنسبة 77% ونسبة 23% أجابت بلا كون اهتمامات الشباب لا تتعلق برياضة كرة القدم التي تعطيها قناة الهدف الحصة الكبيرة من اهتمامها وعرضها للبرامج التي هي مولعة بهذا النوع من الرياضة في حين اهتمامات الجمهور تختلف فمثلا خلال الملاحظة المباشرة الكثير من الشباب يتجه نحو متابعة بشغف رياضة التنس، كما يلفت انتباه المشاهد تغطية قناة الهدف كل فعاليات الرياضية الوطنية والمحلية وحتى الدولية لكن دائما باهتمام متزايد بكرة القدم لأنها تملك شعبية ومتابعين بنسب تفوق الخيال ويرى أفراد العينة خلال مشاهدة قناة الهدف أنها تهتم بالجمهور وتشاركه في عملية صنع الرسالة الإعلامية واستضافته على البلاتوهات والتعليق وإبداء الرأي حول موضوع البرنامج وذلك بنسبة 55% وتحاول جاهدا القناة حسب تصورات العينة إلى رفع مستوى الرياضة إلى المستوى المطلوب بنسبة إجابات 27% ، أما نسبة نشر القناة لقيم الروح الرياضية ونشر الوعي الرياضي الحضاري فقد بلغ 18%. كتحقيق للقناة وأدائها حسب تصورات المبحوثين تمت الإجابة بالأغلبية أن مستواها جيد بنسبة 85% وتليها إجابة بأنها جيدة جدا بنسبة 15%

وهذا يرجع الى : كلما عمدت القناة على إشباع رغبات الجمهور وتحقيق أهدافه ومعرفة ماذا يريد كلما نجحت القناة وكسبت قاعدة جماهيرية.

5. قائمة المراجع

1. صالح احمد زكي :علم النفس في إدارة الصناعة ،دار النهضة الحديثة ، القاهرة ، 1979.
2. غيث محمد عاطف: " قاموس علم الاجتماع" ، دار المعرفة الجامعية ، الأزاريطة ، 2002.
3. شفيق محمد ، البحث العلمي ، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتبة الحديثة الأزريطية ، الاسكندرية، 1998.
4. عبيدات محمد وآخرون ، منهجية البحث العلمي ، ط1 ، داروائل ، عمان ، 1997.
5. عليان مصطفى و عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)، ط1 ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2000 .
6. محمد، ريان عمر البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، دار الشروق، جدة، 1983.
7. بن مرسللي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007.
8. زاوي عبد الوهاب ، أهمية الإعلام الرياضي الجزائري في تطوير منظومة الاحتراف الرياضي في الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، عدد 00، جامعة المسيلة، 2013.
9. لونس عبد الله، دور الإعلام الرياضي المكتوب اتجاه ظاهرة العنف الرياضي لدى فئة الشباب الجامعي جريدة الشروق اليومي نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام رياضي تربوي، جامعة الجزائر، 2008/2007.