

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية
بالقنوات الفضائية العربية

**The gratifications achieved from the Saudi university
community's exposure to sports programs on Arab satellite
channels**

د. بن بكري محمد الشيخ¹

¹ جامعة الملك عبد العزيز - جدة - المملكة العربية السعودية.

Wadalbakry@live.com

تاريخ الاستلام 2021/10/25 تاريخ القبول: 2022/02/ 20 تاريخ النشر: 2022/03/06

ملخص

استحوذت البرامج الرياضية التي تبثها القنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة اهتمام الأوساط الرياضية والاقتصادية والسياسية ، باعتبارها من أهم وسائل الترويج السياحي والثقافي نتيجة لتنامي حجم الاستثمارات في المجال الرياضي، كما ساعد الانتشار السريع لبعض القنوات الفضائية التي تقدم النشاط والألعاب الرياضية ، على اتساع دائرة المعجبين الذين يتابعونها بشغف للحصول على المعلومات وتنويرهم بالقضايا التي تهم الراي العام من خلال البرامج التلفزيونية والتي من بينها الرياضية، ، وذلك في ظل التقدم العلمي و التكنولوجي الذي ساهم في تعزيز قدرة الإعلام الفضائي على جذب المشاهدين وإشباع احتياجاتهم من خلال برامجه وفعاليتها .

الكلمات المفتاحية الإعلام الرياضي، البرامج الرياضية، القنوات الفضائية

Abstract

The sports programs broadcast by the open and encrypted Arab satellite channels have gained the attention of the sports, economic and political circles, as they are one of the most

important means of tourism and cultural promotion as a result of the growing volume of investments in the sports field. With a passion for obtaining information and enlightening them on issues of interest to public opinion through television programs, including sports, in light of scientific and technological progress that has contributed to enhancing the ability of satellite media to attract viewers and satisfy their needs through its programs and effectiveness

Key words. sport Mieda, Sports Programs. satellite channels

المؤلف المرسل: د. بن بكري محمد الشيخ

أولاً: إشكالية الدراسة:

يُعد الإعلام الرياضي حالياً من أهم وأكثر أنواع الإعلام انتشاراً وجاذبية لأفراد المجتمع، فهو يستجيب لحاجة قطاعات عريضة من المجتمع التي تهتم بالرياضة، حيث إنه يصف ويحلل الأحداث الرياضية.¹

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً أساسياً في إدارة المواقف داخل المجتمعات، سعياً وراء إحداث تحولات تتعارض أحياناً وتتفق أحياناً أخرى مع وجهات النظر حولها، كما إنها تعد المصدر الأساسي للحصول على المعلومات، حيث تظهر تأثيرات وسائل الإعلام ومن بينها القنوات الفضائية في بناء تصورات الجمهور، وتشكيل وعيه بالقضايا التي تهم الرأي العام، عبر البرامج الرياضية التي صارت في عصرنا الحالي جزءاً من حياة المواطن اليومية.²

تتمثل مشكلة الدراسة وتنحصر في تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية لمشاهدة الأنشطة الرياضية - خصوصاً كرة القدم - باعتبار أن القنوات الرياضية أصبحت عاملاً مؤثراً في

الإشباعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

طريقة تكوين مفهوم الرياضة لدى أفراد المجتمع والإشباعات المتحققة نتيجة لهذا التعرض.

إشكالية الدراسة: مما سبق ذكره تتضح الإشكالية الرئيسة لموضوع البحث، وتبلور في السؤال الرئيس التالي: ماهي الإشباعات التي يحققها المجتمع الجامعي السعودي نتيجة تعرضه للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية؟ والإجابة على التساؤل الرئيس يتطلب الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1-مامدي مشاهدة المجتمع الجامعي للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية العربية؟

2-ما القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى المجتمع الجامعي؟

3-ماهي أفضل البرامج الرياضية لدى المجتمع الجامعي؟

4-ماهي دوافع تعرض المجتمع الجامعي للبرامج الرياضية في الفضائيات العربية؟

5-ماهي المجالات الأكثر تفضيلاً لدى المجتمع الجامعي من البرامج الرياضية؟

7-ما الإشباعات المتحققة لدى المجتمع الجامعي من مشاهدتهم للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية العربية؟

ثانياً: تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته بهدف الاتفاق على المحددات اللغوية والاصطلاحية والإجرائية لكل مفهوم، والتي عادة ما يمكن أن تتداخل هذه المفاهيم مع مفاهيم أخرى مشابهة، وسنركز في دراستنا هذه على مجموعة من المفاهيم التالية:

الإعلام الرياضي: "هو وسيلة اتصال إنسانية وأداة مثالية لنقل المعلومات والتعبير عن الأفكار الهادفة التي تخدم الجانب الرياضي، وتهتم بالرياضة بشكل كبير نظراً لاتساع الجمهور المهتم بها، ومن خلال التعامل مع الحدث الرياضي وتميز الخبر

د. بن بكري محمد الشيخ

الرياضي عن غيره كونه حركي مصور، وذو إيقاع سريع يقدم النص والصورة في حين واحد، كما تواكب الصحافة التلفزيونية النشاط الرياضي لتقديمها نشرات إخبارية رياضية وبرامج تخصص لذلك.³

إجرائياً: هو نشر الأخبار والمعلومات والحقائق وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجماهير بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

البرامج الرياضية: هي البرامج التي تقوم على أسس رياضية من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الرياضية والنقل الخارجي للمباريات الرياضية.⁴

إجرائياً " هو بالأساس برنامج يعنى بالمواضيع والاهتمامات ذات الشأن الرياضي، وتتناول موضوعاً أو أكثر في شكل المواد الإخبارية اليومية.

القنوات الفضائية: هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الاصطناعية، لكن يتجاوز هذا الأرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة للاستقبال والتقاط الإشارة الوافدة من القمر الصناعي.⁵

إجرائياً: هي منصة إعلامية تهدف إلى تقديم محتوى معين، أو مجموعة من المجالات الإعلامية والتلفزيونية المتنوعة، وسميت بالفضائية؛ لأنّها مرتبطة باتصالها بأقمار فضائية، حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم، أو إلى المناطق التي يغطيها البث الخاص بها .

ثالثاً: الدراسات السابقة:

تعتبر البرامج الرياضية التي تبثها القنوات الفضائية أحد أركان الإعلام الرياضي الذي يهتم بموضوعات الرياضة، وما يرتبط بها من أخبار وحوارات وتقارير وتحليلات ونتائج ومنافسات ونشر حقائق متعلقة بالرياضة، إضافة إلى

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

شرح قوانين الألعاب الرياضية والأنشطة للجمهور، بهدف نشر ثقافة الرياضة في المجتمع وتنمية وعي الأفراد بها. وتناولت عدة دراسات عربية وأجنبية الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية اختار الباحث منها الدراسات التالية:

1-دراسة القحطاني، فواز جارالله بعنوان "دوافع استخدامات الشباب السعودي للقنوات الرياضية المتحققة" والتي أجريت علي عينة من طلاب المرحلة الجامعية بالرياض وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: أن 52.7% يشاهدون القنوات كثيرا ، فيما 11.2% لا يشاهدونها إطلاقاً وهي نسبة ضعيفة تؤكد إقبال أفراد العينة علي مشاهدة القنوات. وتوغل الرياضة في حياة الجمهور، وسجلت مشاهدة القنوات الرياضية أيام العطلات والمناسبات و أيام مباريات كرة القدم مشاهدة عالية فيما بلغت نسبة الذين لا يشاهدونها نسبة 1.1% وهي نسبة ضعيفة وتعكس تحول سلوك المشاهدين الي مشاهدة البرامج الرياضية إلى سلوك يومي من خلال مشاهدة مباريات كرة القدم، واحتلت مشاهدة مباريات كرة القدم المرتبة الاولى من حيث المشاهدة فيما جاءت بعدها تفاعلات الجماهير مع الاحداث الرياضية والبرامج المباشرة، ويعتمد أفراد العينة على التلفزيون كمصدر أساسي للمعلومات ثم على الصحف والإذاعات.⁶

2-دراسة سعود، الأمير سعد بعنوان "اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية" وهي دراسة تحليلية لعينة من المقالات الرياضية لعدد من كتاب الأعمدة وكتاب الرأي في الصفحات الرياضية السعودية. وتضمنت الدراسة أسئلة تناولت المؤهلات التعليمية لكتاب المقالات في الصحافة السعودية وماهية الخبرة • والخلفية الصحافية للكتاب، وكذلك الخبرة والخلفية الرياضية لهم. وفي الجانب التحليلي تناولت الأسئلة والموضوعات الرياضية في الصحافة السعودية

د. بن بكري محمد الشيخ

وأكثرها تناولاً ومعلومة، ومجالات تغطية وموضوعات المقالات ووظيفتها الإعلامية وأسلوبها. وأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن الألعاب الرياضية المختلفة مازالت بعيدة عن محور اهتمام الصحافة السعودية الرياضية بسبب الاهتمام بكرة القدم حيث بلغت 90.2% بينما لم تتجاوز الألعاب الأخرى في مجملها 9.8% وهي نسبة ضعيفة، كما كشفت الدراسة أن هناك من الأنشطة الرياضية لم يتطرق لها كتاب الأعمدة طيلة فترة الدراسة.⁷

3-دراسة شطاح محمد بعنوان "القنوات الرياضية المشفرة والبرامج الرياضية" والتي أجريت علي عينة شملت 150 مفردة من المجتمع الجامعي بجامعة الشارقة شملت أعضاء هيئة التدريس والهيئة الإدارية والطلاب موزعة على 50 مفردة لكل فئة واعتمدت الدراسة علي منهج المسح الميداني لأجراء الدراسة الميدانية والتي توصلت على مجموعة من النتائج أبرزها:

كشفت الدراسة عن تكافؤ نسبة فرصة متابعة البرامج الرياضية بين المشاهدة الدائمة (50.7%) والمشاهدة غير الدائمة (49.3%) حيث رجحت كفة إقبال الطلبة على مشاهدة البرامج مقارنة بهيئة التدريس والموظفين باعتبارها شريحة شابة تميل إلى ممارسة الرياضة والاستمتاع بها من خلال الفرجة والمشاهدة.

-وأشارت الدراسة إلى تفوق التلفزيون المكان المفضل لدي عينة الدراسة لمتابعة ومشاهدة الرياضة بنسبة 53% على باقي الفضائات كوسيلة لتقديم الفرجة والمتعة من خلال الصورة وسهولة الوصول على المعلومة مقارنة بالوسائل والفضائات الأخرى.

-بينت الدراسة تفوق كرة القدم على باقي الأنشطة الرياضية من حيث المشاهدة، تلتها كرة السلة وألعاب القوى باعتبارهما من الأنشطة الرياضية التي تستثمر فيها الشركات التجارية وشركات الإعلام كما أنها أكثر جماهيرية ومتابعة.

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

واحتلت المباريات والمنافسات الرياضية المرتبة الأولى البرامج الأكثر تفضيلاً في المشاهدة لدى عينة الدراسة بنسبة 38.2% تلتها الأخبار الرياضية بنسبة 30.4% فيما حصلت الحوارات الرياضية على المرتبة الثالثة بينما سجلت المجالات والتحقيقات الرياضية تفضيلاً ضعيفاً بنسبتي 7.1% و 7.4% على التوالي.

كشفت الدراسة عن ارتفاع معدل المشاهدة بالنسبة للقنوات المفتوحة بنسبة 40.7% مقابل عدم الإقبال على القنوات المشفرة بنسبة 1.5% لأسباب تعود لميزانية أفراد العينة والتركيب المهنية والعمرية لأفراد العينة.

المرتبة الأولى من بين القنوات المشفرة تلتها قنوات أبو ظبي الرياضية ثم قنوات دبي الرياضية Biensport احتلت قناة الوريثة لقنوات الجزيرة الرياضية سابقاً Biensport وهي القنوات المسيطرة على فضاء النقل الرياضي خصوصاً الرياضية وكشفت الدراسة ميل أفراد العينة لمتابعة تلك القنوات باعتبارها تستخدم اللغة العربية ART الوريثة لقنوات في التناول والتعليق على الأحداث.⁸

4-دراسة محمد السيد، زينب و محمد عثمان ،عبد الناصر بعنوان "واقع البرامج الرياضية في القنوات الفضائية السودانية" استخدم الباحثان المنهج الوصفي في الدراسة التي أجريت علي (عينة بلغت 115 مفردة) شملت العاملين بالقنوات الرياضية ، موظفو وزارة الشباب والرياضة ، الحكام وجاءت أبرز نتائج الدراسة علي النحو التالي : تركز البرامج الرياضية على الأنشطة التنافسية التي تستحوذ مساحات زمنية أكبر خاصة منشط كرة القدم، مع قلة الاهتمام بالأنشطة الرياضية الخاصة بكبار السن ،عدم توفير العدد الكافي من المعدين للبرامج مع قلة

د. بن بكري محمد الشيخ

الأستوديوهات المجهزة للتحليل والتعليق على الأنشطة الرياضية، كما يصاحب ذلك عدم وجود التدريب للكوادر الرياضية العاملة في البرامج الرياضية.⁹

5-دراسة ياسر بابكر علي بعنوان "الإعلام الرياضي ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام. دراسة تحليلية أجريت على عينة من البرامج الرياضية بتلفزيون السودان ومشاهديه، وهدفت للتعريف بالإعلام السوداني وتوثيق مسيرة البرامج الرياضية بتلفزيون السودان مع توضيح دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، واستخدم الباحث المنهج الوصفي. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: -لعبت البرامج الرياضية في تلفزيون السودان دوراً في تشكيل رأي عام إيجابي، وتعزيز مفاهيم الروح الرياضية واللعب النظيف، والإلمام بالخطط الفنية وقوانين كرة القدم، وتسهم البرامج الرياضية في إحداث تغيير اجتماعي لمشاهديها الذين يمكن أن يتجاهلوا الارتباطات الاجتماعية أو يقللوا ساعات العمل أو يؤجلوا الواجبات الدراسية لمشاهدة حدث رياضي مهم.¹⁰

6- دراسة رومانين قام بريل Romanin Gamberell (بعنوان "التلفزيون وتأثيره على الرياضة وتنظيم الفعاليات الرياضية"، هذا التأثير الذي تزايد بفعل زيادة اهتمام المشاهدين بالرياضة وتطور تكنولوجيات الاتصال وتطور وانتشار التلفزيون. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-مواءمة التواريخ والمواقيت المتعلقة بالعديد من الأنشطة الرياضية وفق ما تقضيه البرمجة والبت التلفزيوني، وبمعني آخر ماكانت الرياضة هي التي تفرض على التلفزيون التكيف مع اللوائح التنظيمية أصبحت هي الأخرى تتكيف وفق ما يمليه البث التلفزيوني.

-ربط رزنامة المنافسات بالبث التلفزيوني وسياسة الموزعين، بدلا من ربطها بما تقضيه الرياضة من مواقيت ومواعيد.

الإشباعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

-أشارت الدراسة إلى مشكلات حقوق البث وتأثير الارتفاع الفلكي لها والإعلان ومساهمة التلفزيونات في ميزانيات الأندية الرياضية والتدخل من خلالها في العديد من الأنشطة الرياضية.¹¹

التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الرياضية في القنوات الفضائية، ومراجعة أدبياتها يتضح الآتي:

- استفاد الباحث منها في رصد واقع البرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية، والتحديات التي تواجههم من خلال دراسة حالة الشباب بجامعة الملك عبد العزيز ودوافع استخداماتهم للقنوات الفضائية الرياضية والإشباعات المتحققة.

-تنوعت أهداف الدراسات السابقة، منها من تناول دوافع استخدامات الشباب بالمرحلة الجامعية الرياض للقنوات الفضائية الرياضية والإشباعات المتحققة، دور البرامج الرياضية في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ومنها من تناول واقع البرامج الرياضية في القنوات الفضائية السودانية ومنها من تناول اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية "

وتنوعت المقاربات التي تناولتها الدراسات ما بين المقاربات الإعلامية والقانونية والسيكولوجية والاقتصادية. وأثره على الرياضة وتنظيم الفعاليات الرياضية وأكدت بعض الدراسات تأثير التلفزيون على الرياضة في الجوانب التنظيمية وفي قواعد ممارستها ومصادر التمويل والتسويق.

-كشفت الدراسات أن كرة القدم تعدد اللعبة الأولى المفضلة والأكثر متابعة وعرضا في الفضائيات، والأكثر تمويلا من قبل رجال الأعمال والمؤسسات المالية والتجارية.

د. بن بكري محمد الشيخ

وأشارت الدراسات إلى أن الجمهور يعتمد على التلفزيون كمصدر أساسي للمعلومات ثم على الصحف والإذاعات.

استفاد الباحث من الدراسات في رصد الجوانب النظرية، كما أنها مثلت رصيذاً معرفياً لتحديد المشكلة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها وأدواتها والمناهج البحثية المستخدمة ونوع المقاربة، وسنحاول الاستئناس ببعض ما جاء فيها بالإضافة إلى إننا نسعى لتقديمها من خلال بحثنا لموضوع هو محل تفاعل ويحتاج لمزيد من المتابعة والدراسة. وفي إطار سد ثغرة بحثية جديدة.

رابعاً: نوع الدراسة ومنهجها:

استخدم الباحث المنهج الوصفي وذلك لملائمته لموضوع البحث الذي يقوم على تسجيل الحوادث ووصفها وتحليلها وصولاً إلى حقائق علمية عن طريق خصائص الموضوع بأسلوب علمي دقيق.¹²

وتُعد الدراسات المسحية من الدراسات المهمة التي أسهمت بشكل كبير في بناء البيئة البحثية للتخصصات التي كما توفر معلومات جيدة من خلال التعرف على الآراء¹³ تهتم المجتمع وقضاياها والاتجاهات المتعلقة بمواقف أو قضايا معينة¹⁴.

خامساً: مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة أعضاء هيئة التدريس والموظفين الطلاب بكلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز من خلال اختيار عينة متاحة بلغ عدد أفرادها 150 مبحوثاً يمثلون المجتمع الجامعي بكلية الاتصال والإعلام بالجامعة، ويعتمد البحث في جمع البيانات على أداة المسح الميداني (Questionnaire) عبر تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث بعد عرضها على عدد من المحكمين* .

الإشاعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

سادساً الإطار النظري للدراسة:

مقدمة: يعتبر الإعلام الرياضي قديماً وحديثاً بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسة الرياضية ومراكز الشباب، وللإعلام دور مهم يقوم به في المجتمع يتجلى في رفع الوعي الثقافي والمعرفي والفني، وزيادة الوعي بأهمية الرياضة ودورها في الحياة العامة والخاصة.

وتبرز أهمية الإعلام الرياضي في إحاطة المجتمع بكل ما يدور من أحداث وتطورات في المجال الرياضي، فضلاً عن تقديم المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها في ظل تشابك المجال الرياضي مع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

يُعد الإعلام الرياضي حالياً من أهم وأكثر أنواع الإعلام انتشاراً وجاذبية لأفراد المجتمع، فهو يستجيب لحاجة قطاعات عريضة من المجتمع التي تهتم بالرياضة، حيث إنه يصف ويحلل الأحداث الرياضية، فهو انعكاس دقيق للحياة الرياضية والأحداث، ونسبة للتطور الذي حدث للرياضة وتعدد أشكالها وأنواعها، كان من الطبيعي أن يواكب ذلك تطور الإعلام الرياضي بجميع أشكاله¹⁵

المحور الأول: التخطيط التلفزيوني:

التخطيط هو وسيلة لغاية يستخدمها الإنسان استجابة لطموحاته ووفاء لتطلعاته، وهو منهج تستخدمه الأمم المتحضرة لتحقيق غايات سامية، تحشد طاقات المجتمع كافة للوصول إليها وترسم لها الطريق لبلوغها، وتحدد نمط تفاعلها مع بيئتها وعالمها.

ولقد أصبح التخطيط ضرورة في جميع مناحي النشاط الإنساني حيث تعقدت عملية التخطيط في المجتمع لكثرة أعضائه وتداخل اهتماماتهم وتضارب مصالحهم ، مما يتطلب البرمجة والتخطيط لكل شيء، والقنوات الفضائية

د. بن بكري محمد الشيخ

أصبحت عاملاً مهماً في جميع أنماط الحياة ، مما يؤكد أهمية التخطيط في الإنتاج التلفزيوني لتحقيق الأهداف المرسومة التي تحددها سياسة القناة ضمن الخطط التي تضعها، ويعرفه سعد لبيب بأنه "توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة ، أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية الاتصالية، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات"¹⁶

والتخطيط التلفزيوني في المجال الرياضي مهم وأساسي، ويتطلب اتباع الأسلوب العلمي فيه من أجل تحديد الوسائل والأساليب وتوفير المتطلبات البشرية والمادية، واستثمار المتاح من إمكانيات من أجل تنفيذ تلك البرامج خلال الفترة الزمنية المحددة، والتخطيط هو المرحلة النهائية لوضع السياسات الإعلامية ثم ترجمتها إلى الواقع الملموس، أي أن التخطيط ينفذ السياسات والاهداف المقررة وهو جزء مهم من الإنتاج التلفزيوني للبرامج.

المحور الثاني: الإنتاج التلفزيوني:

الإنتاج التلفزيوني هو مجموعة الأنشطة المتصلة بالمنتج أو المنتج، أي تلك المادة التي تصبح بفعل تلك الأنشطة (finished product) للبث، أي تحويل الفكرة إلى منتج نهائي (مثل كتاب أو مسرحية أو فيلم سينمائي أو برنامج ثقافي أو غير ذلك، كما تطلق هذه التسمية على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برامج التلفزيون من الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار وحتى التسجيل.

وفي المجال الإعلامي يشير مصطلح "المنتج" Producer إلى الشخص المسؤول مسؤولية كاملة عن أي إنتاج إعلامي، وقد يطلق على الشخص الذي يقوم بالتمويل الخاص بعملية الإنتاج، كذلك الشخص المسؤول مسؤولية كاملة من الناحية الإدارية والمالية والفنية، واختيار مجموعة العاملين في الإنتاج "Production Team" وعن الإنتاج ذاته من حيث اختيار المخرج والممثلين والتوزيع وتحديد ساعات الإنتاج، بالإضافة على مسؤوليته القانونية أمام الجهات

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

المعنية، وإذا كان المخرج هو المسؤول عن الحصول على المنتج النهائي كعمل فني إبداعي، فمن البديهي أن يكون هناك تفاهم بين المنتج والمخرج، وقد يطلق المنتج يد المخرج بحرية تامة في جميع خطوات التنفيذ بشرط الالتزام بالميزانية المحددة للإنتاج.

إن الإنتاج التلفزيوني هو تحويل الفكرة الخلاقة المصاغة فنياً على الورق، على (هيئة نص أو شبه نص) إلى مادة مسجلة على شريط فيديو أو تكون صالحة للبت، طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً فكراً "17

ويخضع إنتاج البرامج التلفزيونية لإداه عامة، تقوم بدراسة فكرة البرنامج وتعديلها إذا لزم الأمر، تضيف أو تحذف منها، وعندما تلقي الفكرة القبول يبدأ التخطيط الفني لإنتاجها، حيث تعد لها التكاليف المالية والعقود اللازمة وتكاليف الإنتاج وغير ذلك.

كما يخضع إنتاج البرنامج التلفزيوني إلى عدد من الخطوات الرئيسية وهي الفكرة، نوعية المشاهد، الزمن، المادة العلمية، النص، عرض البرنامج، مقدم البرنامج، الإمكانيات الفنية، تجهيز الكاميرات، تحرير العقود استمارة التنفيذ.

المحور الثالث: البرامج التلفزيونية:

تُعرف البرامج التلفزيونية بأنها فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني باستخدام الصورة والصوت بكل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين، وتصنف حسب الوظيفة أو الهدف أو المحتوى أو المضمون والجمهور ودورية البث أو وقت البث أو اللغة والشكل أو القالب الفني، وأهم قوالب الرياضة برنامج الحديث المباشر وبرنامج المقابلة أو "18

د. بن بكري محمد الشيخ

المحور الرابع: النظريات المفسرة للدراسة:

وتستند هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات (*) لتفسير علاقة تفضيل البرنامج، لنوع البرنامج، والقناة المفضلة، وذلك أن البرامج الرياضية من بينها التي تتناول القضايا وتسهم في إشباع حاجات المشاهدين والمعروف أن وسائل الإعلام تشهد حالياً تطوراً ملحوظاً على مدار الساعة سواء التقليدي أم الجديد، ومع هذا التطور تزداد الأهمية بعنصر نقل المعلومات، فوسائل الإعلام أصبحت جزءاً مهماً في الحياة اليومية ومؤثراً فعالاً في تكوين الثقافة الفردية والمجتمعية، وتكوين الآراء والمعتقدات والمستقبل ذاته أصبح فعالاً ونشطاً، فهو يتفاعل مع المحتوى ويختار الوسائل المناسبة والملائمة لتوجهاته، والمصادر الإعلامية التي تلي احتياجاته.¹⁹

ونظرية (الاستخدامات والإشباعات) هي النظرية التي تهتم بدراسة نوعية الوسيلة التي يختارها الجمهور ليستقي منها المعلومات التي تلي احتياجاته وحاجة الأفراد ورغباتهم وتوقعاتهم كما تُعد مجتمعة مغيرات وسطية بين الرسائل الإعلامية وتأثيراتها على المتلقي..²⁰

ولدي كل فرد مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية تساهم في صناعة حاجات معينة، ومن خلال تجاربه السابقة يستطيع أن يحدد توقعاته عما يمكن أن تلبيه وسائل الإعلام وتشبع حاجاته، وهنا يتخذ قراره بشأن الوسائل التي يستخدمها.²¹

نظرية الاستخدامات والإشباعات:²²

تُبني علي نظريات اتصال متعددة وأبحاث سابقة، خصوصاً الدراسات التي ناقشت أنماط الاستماع للراديو في الأربعينات من القرن الماضي، والدراسات التي أهتمت بالرسومات الكترونية للأطفال في الصحف والنشرات الدورية في عام 1970 حيث أشار أبرهام مازلو إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى إنها

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات

الفضائية العربية

نظرية تلبية الاحتياجات ،وفي عام 1972 وضع جي بلومير ودينيس ما كويل أساس النظرية بناء علي تصنيفها لدوافع الجمهور في مشاهدة البرامج السياسية خلال فترة الانتخابات البريطانية عام 1964، وأشار إلى إنها منهجية تركز على كل ما يفعله الأفراد مع وسائل الإعلام علي العكس من النظريات التي تعتمد عل منهجية ما تفعله وسائل الإعلام مع الأفراد .بمعني أنها تفترض أن للجمهور القدرة على التحكم في استخدامات وسائل الإعلام وهي تجيب عن تساؤلات لماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام ؟وفي ماذا يستخدمونها ؟التسلية والترفيه والاسترخاء والعلاقات الشخصية ؟وفي عامي 1973 و1974، عمل كل من بلومير ومكويل وبراون مع مايكل غور فيتش وهادسس هاس وإلهو كاتز على مفهوم كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام الجماهيرية²³

وفي الوقت الراهن أصبح التركيز علي هذه النظرية في الدراسات الاتصالية لدراسة كثير من الظواهر الاتصالية الحديثة، خصوصاً فيما يتعلق بالمعلومات التي بحث عنها الجمهور لإشباع رغباته.

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الإشباعان والرغبات: ²⁴

أ-إن النظرية تواجه منذ نشأتها انتقادات بأنها لا ترتقي لأن تكون نظرية، فنشأتها في الأساس كانت على ما وضعه الباحثون أنفسهم من تصورات خاصة وليس الظواهر ذاتها.

-الظواهر التي تمت دراستها لبناء النظرية لها جوانب متعددة، مثل كالحالة العمرية للأفراد الذي يستخدمون ذات الوسيلة ويستقون منها معلومات مختلفة، مما يجعل من الصعب الحكم على الظاهرة واستنتاج نظرية منها.
-لم تركز النظرية علي الإشباعات التي تحققت بالفعل لدي الجمهور، واكتفت بالإشباعات التي يبحث عنها .

د. بن بكري محمد الشيخ

سابعاً: إجراءات الدراسة الميدانية:

(أ) قياس متغيرات الدراسة: اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على صحيفة الاستقصاء، بعد الاطلاع على الدراسات والأدبيات السابقة حول موضوع الدراسة والدراسات المشابهة لها، وعرضها على السادة الأساتذة والمختصين في الاجتماع والإعلام والأحصاء بجامعة جازان والملك عبد العزيز والإمام محمد بن سعود وبحري وذلك للتأكد من صلاحية الصحيفة للتنفيذ واستبعاد المرادفات والتكرارات من الأسئلة.

وقد تم تصميم صحيفة الاستقصاء لعينة من الوسط الجامعي يمثلون أعضاء هيئة التدريس والموظفين والطلاب بكلية الاتصال والإعلام بواقع 50 مفردة لكل فئة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها للتعرف على تفضيلات الوسط الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة

(ب) اختبار الصدق: كما تم التأكد من صدق أداة الدراسة بحسب الاتساق الداخلي عن طريق حساب درجة الارتباط بين كل فقرة من فقرات صحيفة الاستقصاء، ومعرفة ما إذا كانت الأسئلة جميعها متسقة ومتصلة مع بعضها، أم ان هناك أسئلة يمكن حذفها وتم التأكد من الصدق الظاهري عبر عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين والخبراء والمختصين حيث تم الحكم على مدى ارتباط الاستمارة بأهداف الدراسة وقدرتها على قياس متغيراتها.

(ج) ثبات أداة الدراسة: تحقق الباحث بالثبات إنه يعطي نفس النتائج باستمرار إذا استخدمت الأداة أكثر من مرة وتحت ظروف مماثلة، وتم التحقق من ثبات الأداة في الدراسة الحالية وأشارت البيانات المستخرجة من صحيفة الاستقصاء إلى تمتعها بدرجة ثبات عالية .

الاشباكات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات

الفضائية العربية

(د) الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

* التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري.

* معامل الارتباط (PERSON) لتوضيح (الاتساق الداخلي) لأداة الدراسة.

* التقاطعات واختبار مربع كاي واختبار (T) للعينتين المستقلتين وتحليل التباين

ذي الاتجاه الواحد للفروق في استجابات أفراد العينة تبعاً للمتغيرات

الديموغرافية.

الدراسة الميدانية:

جدول (1) توزيع المبحوثين حسب الخصائص الديمغرافية

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
المهنة	عضو هيئة تدريس	49	24.5
	موظف	46	23.0
	طالب	105	52.5
المجموع		200	100
المؤهل العلمي	دكتورة	42	21.0
	ماجستير	10	5.0
	دبلوم عالي	5	2.5
	بكالوريوس	143	71.5
المجموع		200	100
الدخل	0-1000	63	31.5
	1001-2000	25	12.5
	3001-5000	21	10.5
	أكثر من 5000	91	45.5
المجموع		200	200
العمر	18 إلى أقل من 20 سنة	9	4.5
	من 20 إلى أقل من 25 سنة	88	44.0

د. بن بكري محمد الشيخ

51.5	103	من 25 وأكثر من 25 سنة	
100	200		المجموع

التحليل ومناقشة النتائج:

يضم هذا الجزء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية التي تهدف إلى التعرف على نوعية الفضائيات العربية التي يتعرض عليها المجتمع الجامعي نتيجة مشاهدته للبرامج الرياضية باعتبار أن القنوات الرياضية أصبحت عاملاً مؤثراً في طريقة تكوين مفهوم الرياضة لدى أفراد المجتمع والإشباعان المتحققة نتيجة لهذا التعرض، ومدي وعيهم بأن لتلك البرامج تأثيراً على سلوكياتهم وثقافتهم بشكل عام، حتم جمع الاستبيانات ثم ترميزها وإدخالها الحاسوب ومعالجتها إحصائياً (ثم تأتي نتائج الدراسة تبعاً لذلك. SPSS باستخدامه الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية)

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

س1- للإجابة عن التساؤل الأول الذي ينص علي: "ما مدي مشاهدة المجتمع الجامعي للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية العربية"؟ قم الباحث بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة كما هو موضح في الجدول رقم (2)

الجدول رقم (2) التكرارات والنسب المئوية لمشاهدة المبحوثين للبرامج

الرياضية بالفضائيات العربية

النسبة	العدد	النسبة المئوية	توزيع المبحوثين من حيث مشاهدة البرامج الرياضية بالقنوات العربية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
11.7	23		عالية جدا	41.143 ^a	0.000
26.0	51		عالية		
33.7	66		قليلة		

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات

الفضائية العربية

19.9	39	قليلة جدا		
8.7	17	لا يحدث		
100.0	196	Total		
	4	System		
	200	Total		

بالاطلاع على جدول رقم (2) لدراسة المبحوثين من حيث مشاهدة البرامج الرياضية بالقنوات العربية، جاء الذين يشاهدونها بدرجة عالية جدا 11.7%، والذين يشاهدونها بدرجة عالية 25.5%، الذين يشاهدونها بدرجة قليلة 33%، الذين يشاهدونها بدرجة قليلة جدا 19.3%، والذين لا يشاهدونها إطلاقا 8.7%. علما بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق. 41.143^a بدلالة معنوية أقل من 0.05

ثانيا: التكرارات والنسب المئوية لنوعيات الوسيلة التي يستخدمها المجتمع الجامعي لمتابعة البرامج الرياضية

النسبة المئوية	العدد	توزيع المبحوثين من حيث وسيلة متابعة البرامج الرياضية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
54.1	106	التلفزيون	220.888^a	.000
6.6	13	الحاسب الآلي		
35.7	70	الهاتف المحمول		
3.1	6	الاستراحة		
.5	1	9.00		
100.0	196	Total		
	4	System		

د. بن بكري محمد الشيخ

النسبة المئوية	العدد	توزيع المبحوثين من حيث وسيلة متابعة البرامج الرياضية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
	200	Total		

بالاطلاع على جدول رقم (3) لدراسة المبحوثين من حيث وسيلة متابعة البرامج الرياضية بالقنوات العربية جاء الذين يشاهدونها في التلفزيون في المرتبة الأولى ينسبه 54.1%، يليهم الذين يشاهدونها في الهاتف المحمول بنسبة 35.7%، ثم الذين يشاهدونها في الحاسب الآلي بنسبة 6.6%، والذين يشاهدونها في الاستراحة 3.1%، علماً بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق يساوي 220.888^a بدلالة معنوية أقل من 0.05

جدول رقم (4) توزيع المبحوثين من حيث مكان متابعة البرامج الرياضية

النسبة المئوية	العدد	توزيع المبحوثين من حيث مكان متابعة البرامج الرياضية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
20.5	41	المقاهي	362.950 ^d	.000
3.0	6	قاعة الانترنت		
4.0	8	الاستراحة		
.5	1	6.00		
100.0	200	Total		

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

بالاطلاع على جدول رقم (4) لدراسة المبحوثين من حيث المكان الذي يفضله المبحوثون لمتابعة البرامج الرياضية بالقنوات العربية جاء الذين يتابعونها في المنزل في المرتبة الأولى بنسبة 72%، يليهم الذين يتابعونها في المقاهي بنسبة 20.5%، ثم الذين يتابعونها في قاعات الإنترنت بنسبة 3%، وأخيراً في الاستراحة بنسبة 4%، علماً بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق يساوي 362.950 بدلالة معنوية أقل من 00.05

للإجابة على السؤال الثاني: "ما القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى المجتمع الجامعي؟" قام الباحث بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة كما هو موضح في الجدول رقم (5) القنوات المفضلة لدى المجتمع الجامعي

النسبة المئوية	العدد	نوزع المبحوثين من حيث القنوات العربية . الرياضية. المفضلة	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
14.6	29	قناة دبي	141.623d	0.000
2.5	5	قناة أبوظبي		
14.6	29	قناة mbc		
37.2	74	قناة Biensport		
15.1	30	قناة Spc		
6.5	13	قناة العربية		
2.5	5	قناة الكأس		
7.0	14	8.00		
100.0	199	Total		

بالاطلاع على جدول رقم (5) لدراسة المبحوثين من حيث القنوات العربية المفضلة لمتابعة البرامج الرياضية جاءت في المرتبة الأولى قناة (Biensport) بنسبة 37.3%، يليها قناة (Spc) بنسبة 15.1% ثم قناة (قناة mbc) بنسبة

د. بن بكري محمد الشيخ

14.5% وقناة دبي بنسبة 14.1% ويلهما قناة (العربية) بنسبة 6.5% وقناتي الكاس وابوظبي بنسبة 2.5%.

علما بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق يساوي 141.623 بدلالة معنوية أقل من 00.05

جدول رقم (6)

مستوى المعنوية	المتوسط	العدد	T	
.000	2.2746	192	-13.796	البرامج التي أشاهدها شكلت ثقافتي الرياضية
.000	2.2092	195	-15.745	مقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها يستضيف خبراء في القضية المثارة
.000	2.3622	195	-13.829	مقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها يطرح اسئلة جريئة
.000	2.2564	194	-15.858	مقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها يسمح للضيف الحديث بحرية
.000	2.3711	193	-13.025	مقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها يسمح بطرح آراء الجماهير

فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج في تشكيل ثقافة المشاهدين الرياضية يتضح عدم مساهمة البرامج في تشكيل ثقافة 13.796 بدلالة معنوية أقل من 00.01 T المشاهدين الرياضية حيث كانت قيمة

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

فيما يتصل بمدى استضافة مقدم البرامج خبراء في القضية المثارة يتضح قلة استضافة مقدمو البرامج خبراء في القضية بدلالة معنوية أقل من 0.001 T 15.745 كانت قيمة

فيما يتصل بمدى طرح مقدم البرامج أسئلة جريئة في البرامج التي أشاهدها يتضح قلة الأسئلة الجريئة التي يطرحها مقدم 13.829 بدلالة معنوية أقل من 0.0001 T البرامج حيث كانت قيمة فيما يتصل بمدى سماح مقدم البرامج لضيفه الحديث بحرية في البرامج التي أشاهدها يتضح ضيق فرص سماح مقدم 15.858 بدلالة معنوية أقل من 0.0001 T بطرح آراء الجماهير حيث بلغت قيمة للإجابة علي السؤال الثالث: "ما أسباب تفضيل متابعة البرامج الرياضية بالقنوات العربية؟" قام الباحث بحساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة كما هو موضح في الجدول رقم (7)

جدول رقم (7) توزيع المبحوثين من حيث أسباب تفضيل متابعة البرامج

الرياضية بالقنوات العربية

النسبة المئوية	العدد	توزيع المبحوثين من حيث أسباب تفضيل متابعة البرامج الرياضية بالقنوات العربية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
18.1	36	تعجبي المواضيع المعالجة خلال البرامج	72.382 ^h	0.000
15.6	31	يعجبي مقدم البرنامج		
21.1	42	تعجبي نوع الرياضية التي يتناولها البرنامج		
28.1	56	تعجبي نوع التجليلات الرياضية التي يتناولها البرنامج		
9.5	19	تعجبي اللغة التي تقدم بها البرامج		
7.0	14	أخرى تذكر		

د. بن بكري محمد الشيخ

5.	1	8.00		
100.0	199	Total		
	1	System		
	200	Total		

بالاطلاع على جدول رقم (7) لدراسة المبحوثين من حيث أسباب تفضيل متابعة البرامج الرياضية بالقنوات العربية جاءت تفضيل التحليلات التي يتناولها البرنامج في المرتبة الاولى بنسبة 28% يلها تفضيل نوع الرياضة التي يتناولها البرنامج بنسبة 21% يلها تفضيل المواضيع المعالجة التي يتناولها البرنامج بنسبة 18% ثم تفضيل مقدم البرنامج بنسبة 15.5%، يلها تفضيل اللغة التي تقدم بها البرنامج بنسبة 9.5% ثم أخري تذكر بنسبة 7%،

علما بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق يساوي 72.382 بدلالة معنوية أقل من 00.05

جدول رقم (8)

مستوى المعنوية	العدد	المتوسط	T	
.000	193	2.2320	-14.263-	البرامج الرياضية التي أشاهدها لم تقدم معلومات مفيدة لي
.000	194	1.9538	-20.493-	البرامج الرياضية التي أشاهدها تسهم في حل مشكلات موجودة
.000	192	2.1244	-15.198-	البرامج الرياضية التي أشاهدها لم تطور قدراتي المعرفية
.000	192	2.3782	-13.433-	توقيت البرامج الرياضية التي أشاهدها مناسب لي

الإشباعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات

الفضائية العربية

المساحة الزمنية المتاحة لبرامج الرياضية التي اشاهدها كافية لاكتساب المعلومات	-12.736	2.4011	186	.000
--	---------	--------	-----	------

فيما يتصل بمدى تقديم معلومات مفيدة عبر مشاهد البرامج الرياضية يتضح تدني تقديم برامج مفيدة للمشاهدين حيث كانت 14.263 بدلالة معنوية أقل من 0.001 قيمة-

T20.493 فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج الرياضية التي اشاهدها في حل مشكلات موجودة حيث كانت قيمة بدلالة معنوية أقل من 0.0001

T15.198 فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج الرياضية التي اشاهدها في تطوير قدراتي المعرفية حيث كانت قيمة بدلالة معنوية أقل من 0.001

T13.433 فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج الرياضية التي اشاهدها مناسبة لي حيث كانت قيمة بدلالة معنوية أقل من 0.001

T 12.736 فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج الرياضية كافية لاكتساب المعلومات حيث كانت قيمة T -بدلالة معنوية أقل من 0.001

جدول رقم (9)

الإجابة علي السؤال الرابع: ماهي دوافع تعرض المجتمع الجامعي للبرامج الرياضية في الفضائيات العربية؟

للفروق عن دوافع المشاهدين للبرامج الرياضية X2 ومربع كاي (Cross tabulation) التقاطعات

تبعاً لمتغير العمر

دوافع مشاهدة المبحوث للبرامج الرياضية	العمر			Total
	من 18 إلى أقل من 20 سنة	من 20 إلى أقل من 25 سنة	من 25 وأكثر من 25 سنة	
أدنى	1 11.1%	22 25.0%	29 28.2%	52 26.0%
وسط	6 66.7%	34 38.6%	56 54.4%	96 48.0%
أعلى	2 22.2%	32 36.4%	18 17.5%	52 26.0%
Total	9 100.0%	88 100.0%	103 100.0%	200 100.0%

بالنظر الي الجدول أعلاه نلاحظ دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الرياضية عالية جاء في المرتبة الأولى الذين بلغت أعمارهم ما بين 20 غلي اقل من 25 سنة بنسبة 36% يليهم الذين بلغت أعمارهم ما بين 18 غلي اقل من 20 سنة بنسبة بلغت 22% ثم الذين بلغت أعمارهم ما بين 25 وأكثر من 25 سنة بنسبة بلغت 18%.

الإشباعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

أما الذين جاءت دوافع مشاهدتهم للبرامج الرياضية متوسطة جاءت الفئة العمرية ما بين 25 إلى اقل من 20 سنة في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 67% يليهم الفئة العمرية ما بين 25 وأكثر من 25 سنة بنسبة بلغت 54% ثم الفئة العمرية ما بين 20 غلي اقل من 25 سنة بنسبة 39%

أما الذين جاءت دوافع مشاهدتهم للبرامج الرياضية متدنية جاءت الفئة العمرية ما بين 25 إلى أكثر من 25 سنة في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 28% يليهم الفئة العمرية ما بين 20 إلى اقل من 25 سنة بنسبة بلغت 25% ثم الفئة العمرية ما بين 18 إلى اقل من 20 سنة بنسبة 11%.

ويجدر التنويه هنا أن هذه الفروق لم ترق الى مستوى الفروق الجوهرية حسب اختبار كاي تربيع للاستقلالية حيث بلغت قيمة كاي تربيع، 10.680، بمستوي معنوية أعلي من 0.0005

جدول رقم (10)

مستوى المعنوية	العدد	المتوسط	T	
.000	183	2.2283	-14.275-	مقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها لا يستضيف خبراء في القضية المثارة
.000	181	2.3132	-13.353-	طريقة تقديم البرامج الرياضية التي أشاهدها جاذبة
.000	183	2.1793	-14.690-	البرامج الرياضية التي أشاهدها لم تطور قدراتي المعرفية
.000	182	2.1475	-14.765-	البرامج التي أشاهدها لم تساهم في تعزيز وعي الرياضي

د. بن بكري محمد الشيخ

يما يتصل بمقدم البرامج الرياضية التي أشاهدها وعدم استضافته خبراء في

القضية المثارة حيث كانت قيمة بدلالة معنوية أقل من 14.275 T0.001

بدلالة معنوية أقل من 13.3530T0.001 يما يتصل بجاذبية طريقة تقديم

البرامج الرياضية التي أشاهدها حيث كانت قيمة فيما يتصل بالبرامج الرياضية

التي أشاهدها لم تطور قدراتي المعرفية حيث كانت قيمة بدلالة معنوية 0.001.

14.690T

يما يتصل بالبرامج الرياضية التي أشاهدها لم تساهم في تعزيز وعي الرياضي حيث

كانت قيمة بدلالة معنوية 14.865T 0.001.

س5-ماهي المجالات الأكثر تفضيلاً لدى المجتمع الجامعي من البرامج الرياضية؟

جدول رقم (13) توزيع المبحوثين من حيث أسباب تفضيل الاحداث الرياضية

بالقنوات العربية

النسبة المئوية	العدد	توزيع المبحوثين من حيث أسباب تفضيل الاحداث الرياضية بالقنوات العربية	كاي تربيع لجودة التوفيق	الدالة الاحتمالية
30.1	58	الوطنية	41.143 ^a	0.000
18.7	36	العربية		
51.3	99	العالمية		
100.0	193	Total		
100.0	7	System		

بالاطلاع على جدول رقم (13) لدراسة المبحوثين من حيث أسباب تفضيل

الأحداث بالقنوات العربية جاءت الأحداث العالمية في المرتبة الاولى بنسبة بلغت

51.3% يلها الأحداث العربية بنسبة 18.7% ثم الوطنية بنسبة 30%، علما بأن

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

هذه الفروق لها دلالة إحصائية حسب مقياس كاي تربيع لجودة التوفيق يساوي 41.143 بدلالة معنوية أقل من 00.05

للفروق في مدي تحفيز 2X ومربع كاي Cross tabulation التقاطعات البرامج الرياضية التي يشاهدها المجتمع الجامعي لممارسة الأنشطة الرياضية تبعاً لمتغير الدخل

		الدخل				Total
		0-1000	21.7%	3001-5000	أكثر من 5000	
البرامج الرياضية التي أشاهدها حفزتي لممارسة الأنشطة الرياضية	لا	13	4	6	27	50
		21.7%	16.7%	30.0%	29.7%	25.6%
	إلى حد ما	18	4	10	38	70
		30.0%	16.7%	50.0%	41.8%	35.9%
	نعم	29	16	4	26	75
		48.3%	66.7%	20.0%	28.6%	38.5%
Total		60	24	20	91	195
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

بالنظر لبيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن من قالوا نعم أن البرامج الرياضية التي أشاهدها حفزتي لممارسة الأنشطة الرياضية نجد أن الذين بلغ دخلهم 0-1000 بنسبة 66.7% يليهم 1001-200 بنسبة 20.0% يليهم الذين بلغ دخلهم 3001-5000 بنسبة 28.6% ثم الذين بلغ دخلهم أكثر من 5000 بنسبة بلغت 48.3%.

وبالانتقال لمن قالوا أن أن البرامج الرياضية التي أشاهدها حفزتي إلى حد ما لممارسة الأنشطة الرياضية نجد أن معظمهم بلغ دخلهم ما بين

د. بن بكري محمد الشيخ

الذين بلغ دخلهم أكثر من 5000 بنسبة 41.8% يلهم الذين بلغ دخلهم 3001_5000 بنسبة 50.0% يلهم الذين بلغ دخلهم ما بين 1001-2000 بنسبة 16.7% ثم الذين بلغ دخلهم 0-1000 بنسبة 3.0%.

أما الذين قالوا ان البرامج الرياضية التي يشاهدوها لا تحفزهم لممارسة الأنشطة الرياضية بلغ دخلهم 3001-5000 بنسبة 30.0% يلهم الذين بلغ دخلهم 1001-2000 بنسبة 29.7% ثم الذين بلغ دخلهم أكثر من 5000 بنسبة 16.7%

ويجدر التنويه إلى أن هذه الفروق لم ترق على مستوى الفروق الجوهرية حسب اختبار كاي تربيع للإستقلالية بمستوي أعلي من 0.005^a 17.451 معنوية

س 7 ما الإشباعات المتحققة لدي المجتمع الجامعي من مشاهدتهم للبرامج الرياضية في القنوات الفضائية العربية؟

X2 ومربع كاي Cross tabulation التقاطعات

للفروق حول الإشباعات المتحققة للمجتمع الجامعي من مشاهدتهم البرامج الرياضية التي تبثها القنوات الفضائية العربية تبعاً لمتغير المهنة

		المهنة			Total
		عضو هيئة تدريس	موظف	طالب	
البرامج الرياضية التي أشاهدها تشبع رغباتي	لا	8	5	7	20
		16.3%	11.1%	7.0%	10.3%
	إلى حد ما	26	27	49	102
		53.1%	60.0%	49.0%	52.6%
	نعم	15	13	44	72

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات

الفضائية العربية

		30.6%	28.9%	44.0%	37.1%
	Total	49	45	100	194
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$$X^2 = 6.184 \quad \text{درجة الحرية} = 4 \quad \text{مستوى المعنوية} < 0.05$$

بالنظر لبيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن من قالوا نعم أن البرامج الرياضية التي أشاهدها تشبع رغباتهم نجد أن معظمهم كانوا من الطلاب حيث بلغت نسبتهم 44% . يليهم أعضاء هيئة التدريس بنسبة 31% ويأتي في المؤخرة الموظفون فقد بلغت نسبتهم 29% .

وبالانتقال لمن قالوا أن البرامج الرياضية التي أشاهدها تشبع رغباتهم إلى حد ما فقد كان أكثرهم من الموظفين بنسبة 60% يعقبهم أعضاء هيئة التدريس بنسبة 53% يليهم الطلاب بنسبة 49% ز

أما من قالوا أن البرامج الرياضية التي أشاهدها لا تشبع رغباتهم فقد كان معظمهم من أعضاء هيئة التدريس بنسبة 16% . يليهم الموظفون بنسبة 11% وزيل القائمة الطلاب بنسبة 7% فقط .

ويجدر التنويه هنا أن هذه الفروق لم ترق الى مستوى الفروق الجوهرية حسب اختبار كاي تربيع للاستقلالية حيث بلغت قيمة كاي تربيع 6.184 بمستوى معنوية أعلى من 0.05

للفروق حول المعلومات المفيدة التي تحصل عليها المجتمع الجامعي X2 وممر
بع كاي Cross tabulation التقاطعات من مشاهدتهم البرامج الرياضية التي
تبثها القنوات الفضائية العربية تبعاً لمتغير المؤهل العلمي:

		المؤهل.العلمي			Total
		دكتوراه	ماستر	دبوم. عالي	
البرامج الرياضية التي	لا	10	2	0	33
		23.8%	20.0%	.0%	17.2%
اشاهدها	إلى	19	8	4	92
	حد ما	45.2%	80.0%	80.0%	47.9%
معلومات مفيدة لي	نعم	13	0	1	67
		31.0%	.0%	20.0%	34.9%
Total		42	10	5	192
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

بالنظر لبيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن من قالوا نعم أن البرامج الرياضية التي
أشاهدها قدمت معلومات مفيدة لي نجد أن معظمهم كانوا من حملة
البكالوريوس حيث بلغت نسبتهم 39% . يليهم حملة الدكتوراة بمسبة 31% ثم
حملة الدبلوم العالي في المؤخرة حيث بلغت نسبتهم 20% .

وبالانتقال لمن قالوا أن البرامج الرياضية التي أشاهدها قدمت معلومات
مفيدة لهم ألي حدما فقد كان أكثرهم من حملة الماجستير والدبلوم العالي بنسبة
80% يعقبهم حملة الدكتوراة والبكالوريوس بنسبة 45% .

أما من قالوا أن البرامج الرياضية التي أشاهدها لا تقدم لهم معلومات
مفيدة فقد كان معظمهم من حملة الدكتوراة بنسبة 23% . يليهم حملة
الماجستير بنسبة 20% وزيل القائمة حملة البكالوريوس بنسبة 16% فقط .

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

ويجدر التنويه هنا أن هذه الفروق لم ترق الى مستوى الفروق الجوهرية حسب اختبار كاي تربيع للاستقلالية حيث بلغت قيمة كاي تربيع معنوية بمستوى * 10.413 أعلى من 0.05

علما بأن هذه الفروق لها دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة كاي تربيع للاستقلالية * 10.413 أقل من 0.05

جدول (2)

المستوى المعنوية	العدد	المتوسط	T	
.000	193	2.2680	- 16.030	البرامج الرياضية التي أشاهدها تشبع رغباتي
.000	191	2.1771	- 16.256	البرامج الرياضية التي أشاهدها قدمت معلومات مفيدة لي
.000	194	2.3179	- 13.381	البرامج الرياضية التي أشاهدها ساهمت في تعزيزوعي الرياضي
.000	194	2.1282	- 15.364	البرامج الرياضية التي أشاهدها حفزتني لممارسة الانشطة الرياضية
.000	193	2.2113	- 15.235	البرامج الرياضية التي أشاهدها طورت قدراتي المعرفية

فيما يتصل بمدى إشباع رغبات مشاهدي البرامج الرياضية يتضح تدني تقديم برامج تشبع رغبات المشاهدين حيث كانت 16.030 بدلالة معنوية أقل من 0.001 قيمة T فيما يتصل بمدى تقديم معلومات مفيدة لمشاهدي البرامج الرياضية يتضح عدم تقديم البرامج معلومات مفيدة للمشاهدين حيث كانت قيمة 16.256 بدلالة معنوية أقل من 0.001

د. بن بكري محمد الشيخ

فيما يتصل بمدى تعزيز الوعي الرياضي لمشاهدي البرامج الرياضية يتضح عدم مساهمة البرامج في تعزيز الوعي 13.381 بدلالة معنوية أقل من T0.001 الرياضي للمشاهدين حيث كانت قيمة فيما يتصل بمدى تحفيز البرامج للمشاهدين لممارسة الأنشطة الرياضية يتضح عدم مساهمة البرامج في تحفيز المشاهدين 15.364 بدلالة معنوية أقل من T0.001 حيث كانت قيمة فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج في تطوير قدرات المشاهدين المعرفية يتضح عدم مساهمة البرامج في رفع قدرات 15.235 بدلالة معنوية T0.0001 المشاهدين حيث كانت قيمة المشاهدين المعرفية يتضح عدم مساهمة البرامج في تطوير قدرات

نتائج الدراسة:

- 1- إن أغلبية الذين يتعرضون للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية بدرجة قليلة بنسبة بلغت 33% بينما الذي يشاهدونها بدرجة عالية بنسبة بلغت 25.5%.
- 2- أكثر الفئات العمرية الذين يتعرضون للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية هي الفئة العمرية ما بين 25 وأكثر من 25 سنة.
- 3- أكثر وسيلة يستخدمها المجتمع الجامعي لمتابعة البرامج الرياضية التي تبثها القنوات العربية جاء التلفزيون في المرتبة الأولى ينسبه 54.1%
- 4- أحتلت قناة (Biensport) المرتبة الأولى من حيث القنوات العربية المفضلة لمتابعة البرامج الرياضية بنسبة 37.3% تليها قناة (Spc) بنسبة 15.1%
- 5- فيما يتصل بمدى مساهمة البرامج في تشكيل ثقافة المشاهدين الرياضية يتضح عدم مساهمة البرامج في تشكيل ثقافة 13.745 بدلالة معنوية أقل من T 0.001 المشاهدين حيث كانت قيمة

الإشاعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

-فيما يتصل بمدى استضافة مقدم البرامج خبراء في القضية المثارة يتضح قلة استضافة مقدمو البرامج خبراء في القضية 15.745 بدلالة معنوية أقل من 0.001 T المثارة حيث كانت قيمة فيما يتصل بمدى طرح مقدم البرامج أسئلة جريئة في البرامج التي أشاهدها يتضح قلة الأسئلة الجريئة التي يطرحها مقدم 13.829 بدلالة معنوية أقل من 0.0001 T البرامج حيث كانت قيمة فيما يتصل بمدى سماح مقدم البرامج لضيفه الحديث بحرية في البرامج التي أشاهدها يتضح ضيق قرص سماح مقدم 15.858 بدلالة معنوية أقل من 0.001 T البرامج لضيفه الحديث بحرية حيث كانت قيمة

فيما يتصل بمدى سماح مقدم البرامج بطرح آراء الجماهير في البرامج التي أشاهدها يتضح ضيق فرص سماح مقدم المعنوية أقل من 0 T البرامج بطرح آراء الجماهير حيث كانت قيمة

توصيات الدراسة :

- يتوجب اهتمام الجهات المسؤولة عن البرامج الرياضية، بجودة تلك البرامج بتقديم معلومات مفيدة للمشاهدين تساهم في تطوير قدراتهم المعرفية
- ينبغي على الجهات المسؤولة عن البرامج الرياضية تحمل مسؤولياتها الاجتماعية الخاصة بتثقيف المجتمع وزيادة وعيه من خلال تلك البرامج.
- ضرورة تنظيم ورش العمل المتخصصة في الجامعات والمعاهد العليا خاصة بالبرامج الرياضية والمسئولين للالتقاء ببعضهم وضع خطط تحقق التوجه الإيجابي للرياضة والمفهوم الرياضي في المجتمع..
- ينبغي التركيز عند اعداد البرامج الرياضية علي التحليلات التي تتناول الأنشطة الرياضية كافة عبر باستضافة الخبراء تلك الأنشطة مع تنوع المواضيع المعالجة .

د. بن بكري محمد الشيخ

-عدم وجود دالة إحصائية في مدي متابعة الشباب الجامعي الذين بلغت أعمارهم ما بين 18 وأقل من 20 سنة لتحقيق أهداف البرامج الرياضي التي تبثها القنوات الفضائية العربية.

يتوجب التركيز على الذين يبلغ دخلهم 1001-2000 من المجتمع الجامعي باعتبار ان البرامج التي يشاهدوها تحفزهم لممارسة الأنشطة الرياضية .

احتل الذين يحملون درجة البكالوريوس المرتبة الأولى من حيث فاعلية البرامج الرياضية التي يشاهدها المجتمع الجامعي واستفادتهم من المعلومات مفيدة التي تم تقديمها عبر تلك البرامج.

-ضرورة التركيز على فئة الطلاب في المجتمع الجامعي باعتبار أن البرامج الرياضية التي يتعرضون لها تشبع رغباتهم يلهم أعضاء هيئة التدريس.

-التركيز على أن تضمن الرسالة الإعلامية التي تحملها البرامج الرياضية التي تبثها القنوات الفضائية العربية المفردات الثقافية التي تسهم في تعزيز الوعي الرياضي وسط المجتمع الجامعي.

-لفت أنظار الجهات المسؤولة عن البرامج الرياضية بمدي تأثير تلك البرامج على الشباب، وأهمية الارتقاء ببرامجهم من حيث الطرح والمناقشة ونقل الأخبار والابتعاد عن المفردات الثقافية السالبة بشكل عام.

الإشاعات المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

الهوامش:

- 1- خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي 1996م القاهرة مركز الكتاب للنشر الجزء الأول ط1
- 2- مني سعيد الحديدي سلوي إمام الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص13
- 3- أديب خضور: الإعلام الرياضي دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة الإذاعة والتلفزيون المكتبة الإعلامية دمشق، 1994، ط 1.
- 4- غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر، عمان ط1، 2012، ص47
- 5- هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي ودراسة أثرها علي السلوك الاتصالي دار العربي للنشر القاهرة، 2005 ص37
- 6- فواز بن جارالله القحطاني، دوافع استخدامات الشباب السعودي للقنوات الرياضية المتحققة"، عينة من طلاب المرحلة الجامعية بالرياض (2008-2009)
- 7- الأمير سعد بن سعود، "اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية"، دراسة تحليلية لعينة من المقالات الرياضية لعدد من كتاب الأعمدة وكتاب الرأي في الصفحات الرياضية السعودية. (صحيفة الشرق الأوسط الاحد 19 يناير 2014، العدد 12836
- 8- محمد شطاح، "القنوات الرياضية المشفرة والبرامج الرياضية" المجلة العربية للاتصال والإعلام العدد 16 نوفمبر 2016 الرياض
- 9- زينب محمد السيد وعبد الناصر محمد عثمان، واقع البرامج الرياضية في القنوات الفضائية السودانية مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا العدد (1) مجلد 19، 2018

د. بن بكري محمد الشيخ

10- ياسر بابكر علي "الإعلام الرياضي ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية علوم الاتصال، رسالة دكتوراه 2013.

11-Romain Gambardella. Influence de la télévision sur le sport et l'organisation- d'événements sportiest, faculté des de droit et de science politique, Aix-en-Provence, Marseille, France,2009/2010

12-سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب: القاهرة 1990 ص125

13 -Adms"social survry Method for MassMedia Research: Lawrence Elbaum Association Publisher New Jersy 1989 p2

(14) Bobby,Earl,"Th practice of social research wads worth puplishing company. California 1989p37

15-خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي 1996م القاهرة مركز الكتاب للنشر الجزء الأول ط1

16-سعد لبيب. التخطيط التلفزيوني في دول الخليج، 1985الرياض جهاز تلفزيون الخليج

17-إبراهيم شكري، (ب ات) تكنولوجيا الاتصال، مكتبة الانجلو مصرية ، القاهرة

18-فهد عبد الرحمن (2013)، التربية الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة

19- and gratificationwww.learining-theories.com/uses اطلع عليه في 2021/5/1

20- and gratificationwww.learining-theories.com/uses اطلع عليه في 2021/5/1

21-عماد حسن مكاوي، ليلى السيد (2006) الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة)

الإشباع المتحققة من تعرض المجتمع الجامعي السعودي للبرامج الرياضية بالقنوات الفضائية العربية

22-www.learining-theories.com/uses and اطلع عليه في 2021/5/1

-Blumer&Kat, (1974);The uses of Mass communications: 32
current perspectives on gratification research.p21
Kats,E.,Blumer,J,G.,&Gurevitch,M(1973)uses and 24-
gratification research. The public opinion Quarterly.37 (4) p 509-
523

*المحكمون:

تم عرض استمارة الاستبيان على أساتذة الإعلام والإحصاء الآتية أسمائهم:

أ.د عبد النبي عبد الله، أستاذ الإعلام، قسم الإعلام، جامعة جيزان.

أ.د مبارك يوسف أستاذ الإعلام، قسم الإعلام، جامعة جيزان.

د. محمد عثمان نوري، أستاذ الإحصاء والاجتماع، كلية الآداب، جامعة الملك

عبد العزيز

د. إباء احمد التجاني، أستاذ مشارك، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك

عبد العزيز