جامعة يحيى فارس – المدية –
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دور وسائل الإعلام في معالجة ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية

دراسة استطلاعية على عينة من جمهور قناة الهداف سنة 2019

- مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص سمعي بصري

إعداد الطالبين:
- ✓ **خالدي فوزي**
- ✓ **رؤوف غيبوش محمد**

إشراف الأستاذ:
د. بوهدة خيرالدين

السنة الجامعية : 2018– 2019

المحتوى	رقم الصفحة
شكر	
اهداء	
خطة الدراسة	
ملخص الدراسة	
المقدمة	أ
- الإطار المنهجي	04
1- مشكلة الدراسة	04
2- الفرضية	04
3- أسباب اختيار الموضوع	05
4- أهمية الدراسة	05
5- أهداف الدراسة	06
6- منهجية البحث وأدواته	07
7- مجتمع البحث وعيناته	09
8- تحديد المفاهيم والمصطلحات	11
9- الدراسات السابقة	14
الفصل الأول: ماهية نظرية الإستخدامات والإشباعات	19
1- نشأة و تطور نظرية الإستخدامات والإشباعات	20
2- تقييم نظرية الإشباعات والإستخدامات	27
3- النقد الموجه لنظرية الإشباعات والإستخدامات	28
خلاصة الفصل	30
الفصل الثاني: الإعلام الرياضي المرئي المتخصص	32
1- نشأة و تطور قناة الهداف	32
2- مفهوم الإعلام الرياضي ومراحل تطوره	33
4- عوامل تفوق الاعلام الرياضي المرئي	38

الفصل الثالث:	
تمهيد	41
1- مفهوم العنف	42
2- الأسباب المؤثرة في ظاهرة العنف	43
3- دور وسائل الاعلام في التقليل من ظاهرو العنف	45
الاطار التطبيقي : المعالجة الإحصائية للبيانات وتحليل النتائج	49
نتائج الدراسة	79
خاتمة	83
قائمة المصادر والمراجع	85
الملاحق	88

الجدول	الصفحة
جدول رقم 01 يوضح مدة قضاء الوقت في مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن	**50**
جدول رقم 02يوضح أوقات مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن.	**51**
جدول رقم 03 يوضح البرامج التي تفضل العينة مشاهدتها في قناة الهداف حسب متغير السن	**52**
جدول رقم 04 يوضح أماكن مشاهدة أفراد العينة قناة الهداف حسب متغير السن	**53**
جدول رقم 05 يوضح مدى مناسبة توقيت بث برامج قناة الهداف حسب متغير السن	**54**
جدول رقم 06 يوضح مدى أهمية المواضيع المطروحة للنقاش في قناة الهداف حسب متغير السن	**55**
جدول رقم 07وضح مدى معالجة قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب حسب متغير السن	**55**
جدول رقم 08 يوضح مدى مساهمة قناة الهداف في نشر ثقافة الروح الرياضية و قوانين اللعبة حسب متغير السن	**56**
جدول رقم 09 يوضح قدرة قناة الهداف المساهمة في وضع حد لظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير السن	**57**
جدول رقم 10يوضح مدى تمكن ضيوف البرامج في قناة الهداف من خلا تدخلاتهم حسب متغير السن	**58**
جدول رقم 11 يوضح راي العينة في اسئلة مقديمي البرامج اتجاه الضيوف حول ظاهرة العنف في قناة الهداف حسب متغير السن	**59**
جدول رقم 12 يوضح راي العينة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب من خلال هاته البرامج في قناة الهداف حسب متغير السن	**60**
جدول رقم 13 يوضح راي العينة في النقاش الدائر في برامج قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير السن.	**61**
جدول رقم 14 يوضح راي العينة في موضوعات الحصص و تماشيها من متغيرات الساحة الرياضية في قناة الهداف حسب متغير السن.	**61**
جدول رقم 15 يوضح رغبة المبحوثين في ان تكون الخطوط الهاتفية قناة الهداف مفتوحة من اجل مشاركة الجماهير حسب متغير السن	**62**
جدول رقم 16 يبين محاولة اتصال المبحوثين بقناة الهداف لتدلي برايها او انتقادها او اقتراحاتها بقناة الهداف حسب متغير السن	**63**
جدول رقم 17 يوضح راي العينة في مدى استطاعت القائمين على الحصص بقناة الهداف ان	**63**

ياتو بالجديد و يعالجو ظاهرة العنف حسب متغير السن	
جدول رقم 18ضح مدة قضاء الوقت في مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن	**64**
جدول رقم 19 يوضح اوقات مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن	**64**
جدول رقم 20 يوضح البرامج التي تفضل العينة مشاهدتها في قناة الهداف حسب متغير الجنس	**65**
جدول رقم 21 يوضح اماكن مشاهدة افراد العينة قناة الهداف حسب متغير السن	**66**
جدول رقم 22 يوضح مدى مناسبة توقيت بث برامج قناة الهداف حسب متغير السن	**66**
جدول رقم 23 يوضح مدى اهمية المواضيع المطروحة للنقاش في قناة الهداف حسب متغير الجنس	**67**
جدول رقم 24 يوضح مدى معالجة قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب حسب متغير الجنس	**67**
جدول رقم 25 يوضح مدى مساهمة قناة الهداف في نشر ثقافة الروح الرياضية و قوانين اللعبة حسب متغير الجنس	**68**
جدول رقم 26 يوضح قدرة قناة الهداف المساهمة في وضع حد لظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس	**68**
جدول رقم 27 يوضح مدى تمكن ضيوف البرامج في قناة الهداف من خلا تدخلاتهم حسب متغير الجنس	**69**
جدول رقم 28 يوضح راي العينة في أسئلة مقدمي البرامج اتجاه الضيوف حول ظاهرة العنف في قناة الهداف حسب متغير الجنس	**70**
جدول رقم 29 يوضح راي العينة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب من خلال هاته البرامج في قناة الهداف حسب متغير الجنس	**70**
جدول رقم 30 يوضح راي العينة في النقاش الدائر في برامج قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس	**71**
جدول رقم 31 يوضح رأي العينة في موضوعات الحصص و تماشيها من متغيرات الساحة الرياضية في قناة الهداف حسب متغير الجنس	**72**
جدول رقم 32 يوضح رغبة المبحوثين في ان تكون الخطوط الهاتفية قناة الهداف مفتوحة من اجل مشاركة الجماهير حسب متغير الجنس	**73**

جدول رقم 33 يبين محاولة اتصال المبحوثين بقناة الهداف لتدلي برايها او انتقادها او اقتراحاتها بقناة	**73**
جدول رقم 34 يوضح راي العينة في مدى استطاعت القائمين على الحصص بقناة الهداف ان يأتوا بالجديد و يعالج ظاهرة العنف حسب متغير الجنس	**74**

خطة الدراسة :

- الإطار المنهجي

1- مشكلة الدراسة

2- الفرضية

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهمية الدراسة

5- أهداف الدراسة

6- منهجية البحث وأدواته

7- مجتمع البحث وعيناته

8- تحديد المفاهيم والمصطلحات

9- الدراسات السابقة

الفصل الأول: ماهية نظرية الإستخدامات والإشباعات

1- نشأة و تطور نظرية الإستخدامات والإشباعات

2- تقييم نظرية الإشباعات والإستخدامات

3- النقد الموجه لنظرية الإشباعات والإستخدامات

الفصل الثاني: الإعلام الرياضي المرئي المتخصص

1- نشأة و تطور قناة الهداف

2- مفهوم الإعلام الرياضي

3- أهداف وخصائص الإعلام الرياضي المتخصص

4- عوامل تفوق الاعلام الرياضي المرئي

الفصل الثالث:

1- مفهوم العنف

2- الأسباب المؤثرة في ظاهرة العنف

3- دور وسائل الاعلام في التقليل من ظاهرو العنف

الاطار التطبيقي : المعالجة الإحصائية للبيانات وتحليل النتائج

نتائج الدراسة

خاتمة

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

الفهرس

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى معرفة جمهور برامج قناة الهداف الرياضية الجزائرية، و ذلك بعد طرح عدة تساؤلات من أجل معرفة أداء قناة الهداف الرياضية في الجزائر و قد اتبعنا في ذلك المنهج المسحي و اعتمدنا على استمارة استبيان من أجل معرفة آراء الجمهور الرياضي حول برامج قناة الهداف الرياضية و تم توزيعها على 100 مفردة بطريقة عشوائية و من أهم النتائج التي توصلنا إليها : أغلب المبحوثين يرون أن أداء قناة الهداف الرياضية في المجال الرياضي هو في نفس المستوى و لم يطرأ عليه أي جديد.

و أكدت الدراسة أن غالبية المبحوثين لم يسبق أن قاموا بمراسلة أو المشاركة في برامج قناة الهداف الرياضية وكانت من أسباب ذلك عدم القدرة على اقتراح و النقد كذلك عدم إعطاء الأهمية لذلك ، مما يدل على قلة وعي المشاهد بأهمية التواصل مع القنوات .و أثبتت الدراسة أن السبب الذي يجعل المبحوثين يعتمدون على مشاهدة البرامج قناة الهداف الرياضية هو سهولة الحصول على المعلومة و كذا الثقة في المعلومات و الاخبار التي تقدمها القناة، في حين وجنا أن معظم افراد العينة يرون بأن قناة الهداف الرياضية غير ناجحة في تلبية احتياجات جمهورها.

كما خلصت النتائج الى معالجة قناة الهداف لظاهرة العنف كان نسبيا الى حد ما وهذا ما تعكسه نتائج الدراسة

Résumé

L'étude visait à connaître le public des programmes de la chaîne sportive Al-Hadaf en Algérie, après avoir posé plusieurs questions afin de connaître les performances de la chaîne sportive Al-Hadaf en Algérie. Nous avons suivi cette méthode d'enquête et nous nous sommes basés sur un questionnaire pour connaître l'opinion du public sportif sur Al-Hadaf. Les résultats les plus importants ont été les suivants: La plupart des personnes interrogées estiment que les performances de la chaîne sportive sur le terrain de sport sont au même niveau et qu'il n'ya rien de nouveau.

L'étude a confirmé que la majorité des répondants ne correspondaient pas et ne participaient pas auparavant aux programmes de la chaîne Alhaddaf Sports était la raison de cette incapacité à suggérer des critiques et à ne pas en accorder d'importance, ce qui indique le manque de sensibilisation du téléspectateur à l'importance de la communication avec les chaînes. L'étude a prouvé que la raison pour laquelle les personnes interrogées dépendent de la chaîne de télévision est la facilité d'accès à l'information et la confiance dans les informations et les informations fournies par la chaîne, tandis que la majorité des personnes interrogées estiment que la chaîne ne répond pas aux besoins de son auditoire.

Les résultats ont également révélé que le traitement du phénomène de la violence par Al-Haddaf était relativement relatif, ce qui se reflète dans les résultats de l'étude.

مقدمة :

تعد مشكلة الشغب او العنف الرياضي من اكثر المشكلات الرياضية التي نالت الكثير من الاهتمام سواء في الوسط الرياضي او الوسط الاعلامي وكذلك عللى الصعيد الاعلام الرياضي او الدراسات او البحوث الاكاديمية ،ولا يقل العنف في المنافسات الرياضية اهمية فيمثل هذه الدراسات وقد يكون العنف نتيجة من نتائج التعصب و التحيز بلاسوء النتائج على الاطلاق وعليه فان علاقة الرياضة بالعنف و وسائل الاعلام تستحق الكثير من الدراسة في محاولة للوصول الى النتائج المرجوة التي منشانها الوصول الى التقليل من العنف و التعصب عند الجمهور عامة والشباب خاصة و منع آثاره من الحيلولة دون تاثير على متعة المنافسات الرياضية و تشويه اخلاقيات المنافسات الرياضية و اهدافها النبيلة، وتعتبر ظاهرة العنف و الشغب في الملاعب العالمية بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص في تزايد رهيب للعنف وحدة مما هي عليه سابقا فاخذت تتزايد فيوسطنا الرياضي خلال السنوات الاخيرة، فهناك الكثير من الاحداث والتصرفات غير الحضارية والتصرفات اللاأخلاقية مم اتؤدي الى الحاق أضرار جسيمة بالفرد والمجتمع . و يجمع الباحثين المهتمين بدراسة الظاهرة على ان العنف الممارس في الملاعب ما هو الا مرآة عاكسة لواقع المجتمع و ما يعرفه من متغيرات سياسية واجتماعية و ركود اقتصادي و ما يتبعه من بطالة و وقت فراغ فيظل التحولات الكبرى التي يعرفها نظام العولمة .

وهناك اهمية وعلاقة قوية تربط كل من الاعلام بكل انواعه بالرياضة على احد ما تشهده اليوم وسائل الاعلام من تطور هائل من حيث قدرتها على نقل الاحداث عبر الاقمار الصناعية و الصحافة وشاشات التلفزيون ، اذ اعطى العنف عامة و العنف الرياضي خاصة سمة الانتشار على جميع الاصعدة و صار ماتقوم به وسائل الاعلام سواء كانت مسموعة او مكتوبة او مرئية من دور فاعل مؤثر في حياة الشعوب حيث شهدت مجتمعات العالم المختلفة خلال هذا القرن عددا من الاظطرابات و التغيرات السريعة و الحاسمة كان العامل الملفت للنظر في حدوثها و تطورها تلك الوسائل التي تملك القدرة على النشر بكل صورها لاعلامية و الاقناعية المتعددة وينقسم الاعلام الى مقروء ومسموع و مرئ مسموع و لكل منها اثره البالغ على المشاهدين و ما يهم بحثنا هذا هو الاعلام المرئي المسموع نظرا لسهولة وصوله الى الجمهور المتلقي و قلة

تكلفته و سهولة التزود به ، كما ينقلك الى مكان الحدث عبر الشاشات و الفيديوهات ومنه نتج الاعلام الرياضي المتخصص .

إن للإعلام الرياضي دور كبير في التقليل من ظاهرة العنف و الشغب و هذا من خلال افتقاد الحالات السلبية الناتجة عن ذلك و الاخطار التي يتعرض لها الجمهور بعد كل مباراة خاصة في حالة الانهزام التي تخالف قوانين اللعب، فمثلا نجد أن وسائل الإعلام تحاول أن لا تظهر بعض الحالات السيئة بشكل كبير، و هذا لكي لا يتأثر الناس وعدم تقليدها، واعتبار الرياضة وسيلة للترقية لا للعداوة و التقرب بين الشعوب و التركيز على الجوانب الإيجابية لا الجوانب السلبية ، كذلك عدم زرع السلوكات العنيفة من خلال ما نشاهده.

1.إشكالية الدراسة:

أصبح العنف في الملاعب الرياضية ظاهرة عالمية تعاني منها معظم المجتمعات في العصر الراهن،بسبب ما ينتج عنها من أعمال التخريب والتدمير وحتى القتل نتيجة تداخل العديد من العوامل المختلفة منها ما هو اجتماعي وثقافي وتربوي أخلاقي وحتى أعلاها، فقد تحولت الملاعب إلى ساحات لممارسة العنف بكل أشكاله اللفظية والمادية، عوض مظاهر الفرحة الممتعة وتشجيع الفريق وخلق أنواع من أجواء التفاؤل والفرحة والسلوكيات الراقية.

لقد أصبحت هذه الظاهرة تستدعي التفكير والنقاش الجاد بين الفاعلين في مجال الرياضة والإعلام والسلطات العمومية، وحتى الباحثين في العلوم الاجتماعية والنفسية والتربوية والقانونية ويعتبر الإعلام الرياضي مصدرا من المصادر الأساسية التي يتعرض لها الجمهور والتي يؤثر في تكوينه كوسيلة للتهذيب،ولكن هناك صعوبة في معرفة ما إذا كان الإعلام الرياضي يساهم في إيجاد الحلول السلمية المشاكل وظاهرة العنف في الملاعب الرياضية، فظاهرة العنف لها علاقة بالإعلام وتستحق الكثير من الدراسات للوصول إلى النتائج المرجوة للتقليل من هذه الظاهرة والتعصب عند الجمهور والشباب خاصة للحفاظ على المتعة والترفيه، وكذلك الحفاظ على العلاقة بين الأفراد الموجودين في الملعب.

وتتمحور الإشكالية الأساسية في:

ما هو دور قناة الهداف في معالجة ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية؟

2. الفرضية:

يساهم برنامج 100% فوت وبرنامج بالمكشوف في ضبط ظاهرة العنف و نشر ثقافة التسامح في الملاعب الجزائرية و في المجتمع الجزائري.

3. أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار هذا الموضوع لم يكن بمحض الصدفة بل جاء جراء ما يحدث في الساحة الرياضية من عنف وشغب واعتداء، وهذا الأمر يعتبر ظاهرة لا بد من دراستها والاهتمام بها للحد من هذه المشاكل للحفاظ على المكانة التي تختلها الرياضة في حياة المجتمع و يمكن لنا ان نلخص الأسباب الكامنة وراء اختيارنا لهذا الموضوع بالضبط إلى سببين اثنين :

أ. أسباب ذاتية:

- الرغبة في البحث في موضوع العنف عامة و موضوع العنف الرياضي خاصة.
- رغبة الباحث في إبراز الدور الذي تقوم به الصحافة الرياضية المتخصصة في التحسيس بالعنف والشغب في الرياضة الجزائرية .
- معرفة العوامل والأسباب التي تؤدي إلى أسباب انتشار ظاهرة العنف في الملاعب.
- إيجاد الحلول والاقتراحات للحد من ظاهرة العنف في الملاعب.
- التحلي بسلوكيات إيجابية ونوعية المجتمع والشباب خاصة.

ب. أسباب موضوعية:

- معرفة علاقة وسائل الإعلام الرياضي بظاهرة العنف في الملاعب.
- الكشف عن نتائج إفرازات وسائل الإعلام الرياضية في المجتمع وتأثيرها في تحديد مكامن العنف والتعصب.
- معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الرياضي على ظاهرة العنف في الملاعب.
- الوقوف على واقع الإعلام الرياضي المتخصص و دوره في التقليل من هذه الظاهرة .

4. أهمية الدراسة:

تتوافق أهمية البحث على أهمية الظاهرة التي تتسم دراستها و على القيمة العلمية وبما يمكن تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها.

كما تكمن أهمية دراستنا هذه في إبراز دور الإعلام الرياضي في محاربة العنف في الملاعب، كونها ظاهرة خطيرة في المجتمع تفشت في الأوساط الرياضية خاصة أثناء مباريات كرة القدم، ومحاولة الوصول إلى الأساليب أو الطرق التي يتبناها هذا الإعلام لتوعية المجتمع من الجمهور والمتفرجين، وغيرهم من هواة الرياضة والكرة بشكل خاص، ومحاولة نشر نفس إعلامي رياضي يهدف إلى نشر السلم والحد من ظاهرة العنف في الملاعب.

5. أهداف الدراسة:

- الإجابة على الأسئلة التي طرحتها الإشكالية لدراسات سابقة وكشف عن الجديد في الموضوع.
- دراسة اتجاه الصحفيين في تغطية ظاهرة العنف في الملاعب .
- التعرف على أشكال العنف الممارس في الملاعب الرياضية
- كشف الأسباب والعوامل المؤدية إلى انتشار ظاهرة العنف في الملاعب.
- الأخذ بعين الاعتبار أهم النقاط المهمة التي تساهم في الحد من ظاهرة العنف.
- معرفة الدور الإعلامي الرياضي في معالجة ظاهرة العنف.
- محاولة إثراء المكتبة الإعلامية بمثل هذه الدراسات الميدانية التي تكشف أكثر عن آليات وعوامل مثل هذه الظواهر في المجتمعات .

6. منهجية البحث و أدواته :

أ. منهج البحث:

المنهج هو الطريقة التي يعتمدها الباحث للوصول الى هدفه المنشود ووظيفته في العلوم الاجتماعية هي استكشاف المبادئ التي تنظم الظواهر الاجتماعية و التربوية و الإنسانية بصفة عامة و تؤدي إلى حدوثها حتى يمكن على ضوئها تفسيرها و ضبط نتائجها و التحكم به.[1]

كما يعرف العلماء المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة إما من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة لدينا أو من اجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون[2]، ولا يمكن لأي دراسة علمية مهما كانت أن تنجز دون الاعتماد على منهج علمي ذو خطوات يسير عليها البحث ككل، تكون مبنية على أسس علمية تتناسب و طبيعة الموضوع المراد دراسته وبطبيعة الحال هذه الدراسة كغيرها من الدراسات والبحوث العلمية اعتمد فيها على منهج علمي يتناسب و الموضوع المعالج و ينتمي بحثنا هذت إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف ظاهرة أو وقائع وأشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات بها بحيث يرسم ذلك كله واقعية لها هذا و قد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع أو تشخيصه فقط بل و تهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث.[3]

وقد استعملنا أداتين منهجيتين بغية معالجة الموضوع والإحاطة بجوانبه و كانت أول أداة هي استمارة الاستبيان و التي يعرفها محمد عبد الحميد على أنها أسلوب جمع البيانات التي تستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية و مقننة لتقديم حقائق و آراء و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات[4] .

---

[1] انور الجندي، تيارات مسمومة ونظريات هدامة معاصرة،مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة،د،س ص338.

[2] محاضرات في منهج البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص46.

[3] عبد الباسط محمد حسن:أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة،القاهرة،1982،ص54،

[4] صلاح مصطفى الفوال،مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، مكتبة غريب، د.ت، ص 35.

وقد احتوت الاستمارة الموزعة على أفراد العينة على 21 سؤال صممت خصيصا للإجابة على أسئلة الإشكالية وبيان صدق أو خطا فرضيات البحث و قد وزعت هذه الاستمارة على عينة من جمهور المتابعين لقناة الهداف من كلا الجنسين في ولاية المدية و ذلك حسب نوع العينة مقصودة التي تستهدف متابعي قناة الهداف الرياضية.

وكانت الأداة الثانية المقابلة التي لها مكانة مرموقة في جمع المعلومات، وأصبحت تستخدم استخداما واسعا في المجتمعات المتقدمة اليوم لأهداف واسعة، لكن استخدامها في البحوث كأداة لجمع البيانات يخضع لاعتبارات و شروط لها أهميتها بدونها قد تفقد المقابلة مغزاها و مبررها .و في البحوث تمثل المقابلة مكانة متميزة لأنها قد تسمح بالوصول إلى معلومات و بيانات هامة تلعب دورا أساسيا في الأبحاث، خصوصا وأنها قد توجه إلى جماعة الصفوة من خلال ما يسمى مقابلة الصفوة أو المقابلة المتعمقة التي تمكن الباحث من أن يسبر أغوار مشاعر فرد معين أو مجموعة محدودة من الأفراد تجاه قضايا أو ظواهر معينة و أن يتعرف على اتجاهاتهم أو خبراتهم أو مواقفهم . المقابلة فن وعلم يتطلب الخبرة ومهارات خاصة، وهي أسلوب من أساليب التي يستخدمها المرشدون التربويون، والأخصائيون، والصحفيون والباحثون[1]،كما اعتمدنا كذلك على المنهج الإحصائي لتحويل البيانات من بيانات كيفية الى بيانات كمية لتسهيل قياسها و تحليلها

ب.المجال المكاني:

تمت الدراسة او البحث على مستوى جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية حيث تم توزيع الاستمارات على مختلف شرائح المجتمع و الجماهير الرياضية و كان ذلك بطريقة مقصودة من خلال سؤال شفوي قبل إعطاء للاستمارة : هل أنت من متتبعي قناة الهداف ؟

حيث تم توزيع 100 استمارة استبيان للعينة التي تتوفر فيهم شروط العينة المقصودة

[1] صبحي عبد اللطيف المعروف، اساليب الارشاد النفسي والتوجيه التربوي، المقابلة الارشادية الملاحظة، السجل، والاختبارت والمقاييس، دار القادسية، بغداد، ط1، 1986،ص10

ت. **المجال الزماني:**

بدأت الدراسة والشروع ف البحث منذ قبول مشروع البحث من طرف الأستاذ المشرف والمجلس العلمي وبعد ن تم تحديد الخطوات العريضة للبحث بمساعدة المشرف وتصميم الاستبيان وذلك منذ شهر مارس الى غاية جوان 2019 .

7. مجتمع البحث والعينة:

أ. **مجتمع البحث:**

تمثلت عينة البحث في مجموعة من المتابعين لقناة الهداف الرياضية ف ولاية المدية والذي كان عددهم 100 مبحوث.

ب. عينة الدراسة:

ان الهدف من اختيار العينة هو الحصول على المعلومات من المجتمع الاصلي للبحث فليس من السهل ان يقوم الباحث بتطبيق بحثه على جميع افراد المجتمع الاصلي، فالعينة اذا هي انتقاء عدد الافراد لدراسة معينة تجعل النتائج منهم ممثلين لمجتمع الدراسة، فالاختبار الجديد للعينة يجعل النتائج قابلة للتعميم على المجتمع حيث تكون نتائجها صادقة بالنسبة لهم 1 . فكان اختيار العينة من المجتمع الأصلي بطريقة قصدية والتي ضمت 100 متابع لقناة الهداف في ولاية المدية.

ت. **اجراءات الدراسة:**

لقد قمنا بتوزيع الاستبيان على مجموعة قصدية من المتابعين لقناة الهداف الرياضية في ولاية المدية والذي كان بالنسبة لنا هو وسيلة جمع البيانات والاتصال بين الباحث والمبحوث من اجل الحصول على المعلومات المرجوة لغرض الوصول الى الاجابة على الفرضية. بعدها قمنا بتفريغ النتائج المتحصل عليها في كل استبيان من اجل معالجتها.

[1] اخلاص محمد عبد الحفيظ مصطفى حسين باهي،طرق البحث العلمي والتحليل الإحصائي، مركز الكتاب للنشر،مصر، 2000 ، ص129.

ث. المعالجة الاحصائية:

تساعد هذه الطريقة على تحويل البيانات من حالتها الكمية إلى نسب مئوية وقد اعتمدنا في تحليلنا للمعطيات والنتائج على القاعدة الثلاثية لاستخراج هذه النسب، وفي ما يلي قانون القاعدة الثلاثية:

ن = س x 100 / ت

حيث:

ن: النسبة المؤوية

س: العدد الفعال

ت: تكرارات

ج. وسائل جمع البيانات:

اعتمدنا على جمع البيانات من خلال توزيع اداة الاستبيان على افراد العينة ثم قمنا بتحليل هذه البيانات واستخلاص النتائج .

ج.1 طريقة الاستبيان: حيث تساعد هذه الطريقة على جمع المعلومات الجديدة مباشرة من المصدر وتهدف هذه الطريقة الى الكشف عن الحقيقة الميدانية وذلك بوضع وصياغة جملة من الاسئلة موجهة الى عينة من مشاهدي قناة الهداف وهي عبارة عن اسئلة نصف مغلقة وتتميز هذه الطريقة اقتصادية في التكلفة والوقت وتعطي لنا امكانية جمع اكبر عدد ممكن من المعلومات دفعة واحدة كما يعاب عليها نسبية نتائجها وقد اعتمدنا عليها مراعين بذلك طبيعة الدراسة والمجال الزماني والمكاني للدراسة.

ج.2 طريقة المقابلة: وقد تم اجراؤها مع الصحفي احمد نورالدين بلكبير صحفي ومحلل رياضي بقناة الهداف الجزائرية، وكان ذلك يوم 2019/06/19 على الساعة 14:00 زوالا بمقر قناة الهداف، وقد اشتملت

على 11 سؤال وذلك من اجل استخدامها تدعيما للاستبيان . ومكالمة هاتفية مع اللاعب السابق والمحلل الرياضي لقناة الهداف السيد:علي بن شيخ محلل وناقد حاليا بالقناة ، وقمنا بتوجيه بعض الاسئلة حول رايه في ظاهرة العنف في الملاعب ودور قناة الهداف في معالجة ظاهرة.

8. تحديد المفاهيم و المصطلحات:

- تحديد المفاهيم:

مفهوم الدور :

لغة :دار الشيء يدور ، دورا بفتح و سكون يقال دار و يدور و استدار يستدير اذا اطاف حول الشيء اذا عاد الى الموضوع الذي ابتدا منه [1]

اصطلاحا : مجموعة من الانشطة المرتبطة و الاطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة ، كما ان الدور هو مجموعة من الوظائف و المهام الاساسية التي يمكن ان يضطلع بها جهاز معين .

و يعرف الدور بانه مجموعة الوظائف و المهام و المسؤوليات التي يقوم بها تنظيم او قطاع او مؤسسة لتحقيق اهداف معينة داخل المجتمع .

الدور مجموعة النماذج الاجتماعية الرتبطة بمكانة اجتماعية يحتوي على مواقف و قيم و سلوكات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل مكانة ، و هو جانب ديناميكي لمركز الفرد او وضعه او مكانته في الجماعة [2]

التعريف الاجرائي للدور :

الدور هو الاداء الوظيفي الذي تقوم به وسلئل الاعلام المتخصصة من مهام و مسؤوليات تجاه موقف او حدث او قضية او ظاهرة لقصد تبليغه و تثقيفه و تعليمه بغية تحقيق اهداف معينة داخل المجتمع .

---

[1] محمد مرتضي الزبيدي /تاج العروس من جواهر القاموس ،بيروت :منشورات مكتبة الحياة ،1982/ص315.

[2] شعباني مالك دور الذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة و بسكرة رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم علم الاجتماع التنمية (قسنطينة.جامعة منتوري كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية 2006م)ص31-32

1- مفهوم الإعلام:

- **لغة: هو الإبلاغ**، الإفادة ونقل معلومة لشخص معين وتأكيد دراية بها.

- **اصطلاحا:** هو إحدى الوسائل او المنظمات التي تتولى مسؤولية نشر الأخبار وايصال المعلومات للأفراد،وتكون عادة غير ربحية وتختلف في ملكيتها، فقد تكون عامة أو خاصة ورسمية أو غير رسمية، فكما نقدم هذه التقنية مواضيع مختلفة للجمهور كالترفيه والتسلية والأخبار وغيرها من ما يهم الفرد، وقد زاد انتشار رقعة الإعلام في الآونة الأخيرة مع ظهور الثورة التلفازية، ويكون ايصال هذه المعلومة بواسطة تقنيات أو وسائل أخرى خاصة بها تسمى وسائل الإعلام. [1]

2- مفهوم الصحافة:

- **لغة:** عرف لفظ الصحافة لغويا في أكثر من معجم في مهنة من يجمع الأخبار والآراء ويشيرها في صحيفة أو مجلة.

وفي قاموس المعجم الوسيط ومعجم اللغة العربية، فإن لفظ الصحافة يعني العمل في الجرائد والمجلات ووسائل الإعلام أي تتبع الأخبار وكتابة التعالي والتحقيقات والمقالات وجاء أيضا الصحافة حرفة ورسالة.

[1]- تعريف الاعلام لغة واصطلاحا.

– **اصطلاحا:** كل انتاج صحافي أيا كان موضوعه سواء كان سياسيا أم اقتصاديا أم اجتماعيا أم رياضيا أم ثقافيا أو ترفيهيا، ويتم عن طريق واحدة من وسائل الاعلام الجماهيري كالصحف والمجلات أو الإذاعات المسموعة او التلفاز المرئي. [1]

3– مفهوم الاعلام الرياضي:

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عنصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على انه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يجدو أن يكون نوعا من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

كما أنه عملية نشر المعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة الرياضية للجمهور إلى نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع لتنمية وتوعية كل من هو مهتم بالرياضة وهو جزء من الإعلام الخاص، لكونه إعلاما خاصا يهتم بقضايا وأخبار الرياضيين والجماهير الذين يتابعون الرياضة. [(2)]

تعريف المعالجة:

المعالجة هي الطريقة المدعومة بالادوات المهنية والقواعد العملية، والعلمية ، من اشكال اعلامية متنوعة وقوالب صحفية وإذاعية راديو وفيديو ، وكذلك مهارات الصياغة وبلورة الافكار والاعداد ، والتقديم والإخراج لإظهار المحتوى الاعلامي في افضل صورة يتعامل معها الجمهور ليستطيع الفهم والمشاركة ، لتحقيق الأهداف المرجوة من وراء تقديم مضمون ما ، (تذكر ان سماعة ، أشعة ، تحاليل ، كلمات لها مرادفات اعلامية مثل المشاركة ، وقياس رجع الصدى و بحوث المشاهدين والمستمعين والقراء ، وتحليل المضمون ، ودراسات الأثر ، وغيرها) ،والمعالجة الاعلامية اشمل من التغطية الاعلامية ، حيث تشكل التغطية مرحلة من المعالجة ، هناك العديد من السمات المهنية للمعالجة الاعلامية تتمثل في ،

[1] تعريف ومعنى الصحافة في معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي.

[(2)]– خير الدين علي عويس، عطا عبد الرحيم، **الاعلام الرياضي**، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ص 22

المصداقية، والموضوعية، والدقة، والحالية، والعمق والشمول، وتتأثر هذه السمات بالاحداث والازمات ، والبيئة المجتمعية ، والنظام السياسي ، والاقتصادي .

وكما يحدث في متابعة حالتك الصحية ، يحدث مع مؤسسات الاعلام انت لا تحجز كشفا عند الطبيب ثم تغادر وفقط ، بل انك تتخذ الإجراءات التالية للزيارة ، من تحاليل ، أشعة ، فحوصات ، أدوية ،، حتى لا تقع أسير تخمين طبيبك ، او أسير الرؤى المشوشة ، او أسير رغبتك ان الحالة بسيطة وان قرصا من الدواء كفيل بإتمام الشفاء ، و وتعود لتعرض ما وصلت له ليفسره الطبيب ، وهكذا لا ينبغي ان تجري المؤسسات وراء إشباع رغبات الجمهور الطيار ، المتحكم بالريموت في مصير رأسمال مؤسسات الاعلام ، وتخسر المتابعين ، بل ان جودة المعالجة تنقل الجمهور من جمهور طيار الى جمهور راغب في التعرض والمعرفة ، والعودة من جديد ، المعالجة الجيدة ، حتى لو تأخر الوقت ، وتباعدت مواسم الحصاد ، وجني الثمار ، تظل هي المنقذ المنتظر لمجتمع في حالة ما قبل الاحتضار ، اما الإنقاذ او النهاية .[1]

9.الدراسات السابقة :

لقد استفدنا من بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث و خاصة في بعض جوانبه النظرية و الميدانية و فيما يأتي ذكر بهذه الدراسات:

أ. **الدراسة الأولى:** بعنوان تأثير الصحافة الرياضية في الحد من ظاهرة شغب الجماهير في الملاعب الرياضية

استهدفت الدراسة التعرف على مدى التزام الصحافة الرياضية بالدقة و الموضوعية فيما تقدمه من أخبار للجماهير الرياضية و كذالك مدى تأثر الجماهير بما تنشره الصحف الرياضية من معلومات و أخبار عن الرياضة . و قد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي و التحليلي و ذالك من خلال تحليل مضامين أعداد لعينة من الصحف الجزائرية , و قد أوضحت نتائج الدراسة أن الصحف الرياضية تفتقر إلى عناصر

[1] د نادية النشار

تحرير الخبر الصحفي السليم , كما أن الصحف عينة الدراسة تفتقر إلى الدقة و الموضوعية و المصداقية بسبب عدم التزامها بقواعد تحرير الأخبار الأمر الذي أدى إلى أن يصبح العنف في الملاعب واقعا و حقيقة ملموسة .

ب. **الدراسة الثانية :** دراسة بتار ياسين قام بها " بتار ياسين " 1989 – 1990 بمعهد التربية البدنية و الرياضة , جامعة دالي إبراهيم تحت عنوان " العنف في الملاعب الجزائرية "

كان هدف هذه الدراسة كشف عن مختلف الدوافع السياسية التي تسيء إلى سمعة و قيمة الرياضة و استنتجوا أن العنف في الجزائر هو قضية محيط الواقع المرير الذي يعيشه بتحول هذا الكثب إلى عنف لكي يثبت للمجتمع أنه جزء منه و قاموا باقتراح الحلول من بينها المتابعة القضائية لمرتكبي أعمال العنف ضرورة وجود الأمن في الملاعب تكثيف التربصات للحكام و معاقبتهم بصرامة أثناء أي تصرف غير رياضي , تربية و تكوين اللاعبين منذ الأصناف الصغرى .

ت. **الدراسة الثالثة:** دور الإعلام الرياضي الإذاعي في الجزائر في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب

دراسة ميدانية على جمهور برنامج " أستوديو الكرة "

حيث أثارة ظاهرة العنف في الملاعب اهتمام العديد من الباحثين نظرا للآثار المعنوية و المادية و السلبية لها و هذه الظاهرة لم تستقر في نطاق جغرافي واحد , بل انتشرت و شملت أيضا دول العالم الثالث إلى جانب دول من أمريكا و أوروبا .

لذا فالجزائر كباقي الدول عرفت تنامي هذه الظاهرة رغم الإجراءات الوقائية المتخذة من طرف الرابطة الوطنية لكرة القدم .

وقد لعبت الوسائل الإعلامية دورا مهما في معالجة هذه المواضيع إذ فتحت زاوية من زواياها فكان دور الإعلام الإذاعي متخصصا في الحد من هذه الظاهرة , كونه يستهدف عدة شرائح من المجتمع من بينها الشباب ذالك لأن لهم اتجاهات نحو الحصص الرياضية التي تقدمها الإذاعة الوطنية , و من أهمها برنامج

أستوديو الكرة و بالنظر لأهمية البرامج التي تطرح مثل المواضيع المهتمة بمعالجة القضايا الرياضية و الدور الهام الذي تلعبه في محاربة ظاهرة العنف في الملاعب .

8. البطاقة التقنية:

أ. تعريف القناة:

قامت صحيفة الهداف الرياضية التي تهتم بعالم الرياضة بإطلاق قناة فضائية رياضية خاصة بها على مدار القمر الصناعي النايل سات حيث تسعى قناة الهداف إلى نقل و إيصال المعلومة و آخر الأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية لجميع المشاهدين سواء داخل التراب الوطني أو على مستوى دول العالم خاصة كرة القدم منها ولا سيما أخبار الفريق الوطني لكرة القدم ، تردد القناة على النايل سات 11958 أفقي 27511 تم إنشاء القناة في جوان 2114 قبل بداية كأس العالم وبدأ التخطيط بعد فتح عدة قنوات خاصة على غرار الشروق و النهار و بداية ت ارجع مبيعات النسخ الورقية للجريدة وكذا نقص الإشهار.

ب. الهيكل التنظيمي للقناة:

أما فيما يخص الهيكل التنظيمي للقناة و طريقة العمل فهو يتكون بداية من المدير العام للقناة السيد : نبيل عمرة يليه رؤساء تحرير يتعاملون مع رؤساء أقسام و رؤساء الأقسام يتعاملون مع صحفيين ومن الجهة الأخرى توجد المصلحة التقنية بها مدير تقني يتعامل مع مركبين وللإشارة فإن العمل يكون بالمناوبة. وتعتمد قناة الهداف الرياضية الجزائرية على وجود صحفي و مصور في كل مدينة من المدن الكبرى و ينقسم العمل داخل القناة إلى فترتين : الفترة الأولى من الساعة 11صباحا إلى الساعة 18 مساء أما الفترة الثانية تكون من الساعة 18 مساء إلى الساعة 11 ليال وتكون الأخبار في نشراتها الرياضية بالترتيب : أولا أخبار عن المنتخب الوطني الجزائري و المحترفين ثم أخبار عن الاتحادية

الجزائرية لكرة القدم تليها أخبار الأندية الجزائرية بالترتيب : إتحاد العاصمة، شبيبة القبائل ، مولودية الجزائر ثم شباب بلوزداد [1].

[1] مقابلة مع السيد أحمد نور الدين بلكبير صحفي و محلل لقناة الهداف الرياضية الجزائرية،بتاريخ 19 جوان 2119،على الساعة 14:00

المبحث الأول:نشأة و تطور نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

أ. التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات و الاشباعات:

- **الاستخدام في اللغة** : استخدام استخداما، أي اتخذ شخصا خادما ، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام
- **الاشباعات في اللغة** : مأخوذة من الشبع (بفتح الشين و فتح الباء) و الشبع بكسر الشين ، تدل على امتلاء في أكل أو غيره ، و ثوب شبيع الغزل أي كثير ، و شبيع العقل أي وافر[1]

ب. التعريف الاصطلاحي لنظرية الاستخدامات و الاشباعات:

إن مفهوم الاستخدام usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير من ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ، و يتمثل في استخدام شيء ما و الاستفادة منه لغاية محدده أو تطبيقية لتلبية حاجة ما ، وفي دراسة الاستخدام فان موضوع الاستخدام يحيل إلى ممارسة ، كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات .

وتشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة، أو المكرسة، أو طريق ملموسة في الفعل حيث إن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة، لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية.[2]

و لذلك فن الحديث عن الاستخدامات بدل الممارسات أو العادات يعني الاهتمام بانتظامية قابلة للقياس فيما يتعلق بطريقة استخدام الشيء .[3]

يقدم "لاكروا" تعريفا لمفهوم الاستخدام حيث يقول : استخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف ، بحيث تتشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم ، تفرض

---

[1] منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2012 ،ص 169

[2] نوي ايمان : استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين ، دراسة ميدانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر 2012 ص 22.23

[3] فطوم لطرش : استخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة و الاشباعات المحققة من ،دراسة مسحية ، جامعو محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، 2014 ، ص 74 .

نفسها في قائمة ممارسات الثقافية القائمة مسبقا و تعيد إنتاج و ربما مقاومة الممارسات الأخرى منافسة لها ، أو المرتبطة بها.[1]

فنظرية الاستخدامات والاشباعات تهتم في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته و تلبي حاجاته الكاملة في داخله ، و معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا ، يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام ، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها[2]

إذ أن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام[3]

فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم،وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له[4]

كما أن احد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين انه لا يعتبر بمجرد متلقي يتعرض و يتأثر بعد ذلك بالرسالة ، لكنه طرف فاعل و نشط في هذه العملية ، لذلك فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية ، و كطرف في هذه العملية يسهم في حركاتها و استمرارها.

من هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها ، و الدور النقدي الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية [5]

---

[1] نوي ايمان : مرجع سابق ص 23

[2] J.black and J.brayant , intoduction to communication : understand the past , experience the present ,marvel et the future , medison ,brown Q. Bench Mark ;4therd ,1995 ,p33.

[3] محمد عبد الرحمن الحضيض : كيف تؤثر وسائل الاعلام دراسة في النظريات و الاساليب ط2 ،مكتبة العكيبان ،السعودية ، 1998 ، ص26

[4] محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، عالم الكتب ، مصر ، 1997 ، ص111، 112 .

[5] منال هلال المزاهرة ، مرجع سابق ص 179 .

2.1 أصول نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

اعتبرت نظرية الاستخدامات والإشباعات نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال ، إذ عرفت هذه الأخيرة تطورا منذ نشأها.

إن البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباعات جاء نتيجة البحوث و الدراسات التي أجريت في بدايات القرن العشرين على أسباب التعرض و استخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور .[1]

و تقول هذه النظرية أن جزءا مهما من استخدام الناس لوسائل الإعلام وجه التحقيق أهداف يحددها الأفراد ، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم ، مثلما قال " مارك ليفي " هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة ، التوجه المعرفي ، عدم الرضا ، التوجه العاطفي ، التسلية.[2]

قد قام " الياهو كانز " من خلال الدراسة التي أجراها بتحويل الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي سيتقبل هذه الرسالة ، و بذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام المسيطرة ، حيث كان الاعتقاد السائد بان متابعة الجمهور لوسائل الإعلام يتم وفقا للتعود على الوسيلة الإعلامية و ليس لأسباب منطقية[3].

لكن نظرية الاستخدامات و الإشباعات لها رؤية مختلفة تكمن في إدراك تأثير الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.

إذ أن هناك مجموعة من العوامل التي تحكم عملية استخدام الجمهور المتلقي للوسيلة الإعلامية منها : الخلفيات الثقافية و السن و الجنس و أسلوب الحياة ، فكل هذه العوامل تؤثر على اختيارات الفرد للمضامين التي يريد متابعتها [1]

---

[1] منال هلال المزاهرة ، مرجع سابق ، ص172 .

[2] كامل خور رشيد مراد: الاتصال الجماهيري و الاعلام التطور–الخصائص– النظريات ، ط2، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2014،ص138 .

[3] نهى عاطف العبد: اطفالنا و القنوات الفضائية ،ترجمة: كمال عبد الرؤوف ، الدار العربية للنشر و التوزيع ،مصر ، ص235 .

من هنا يختلف مدخل الاستخدامات و الإشباعات عن باقي النظريات حيث ركز هذا الأخير على دوافع الجمهور و خصائصه ، انطلاقا من مفهوم الجمهور النشط و الايجابي الذي يستخدم رسالة إعلامية لإشباع حاجة معينة أو مجموعة من الحاجات أو تحقيق منفعة.

من هذا المنطلق أصبح على الاتصال بذل جهد اكبر بعد أن أصبحت مهمتهم معقدة و مرتبطة باتجاهات و أذواق المتلقين ، و صنع رسالة تناسب هذه الاتجاهات و تتناسب مع رغبات و احتياجات الجمهور[2]

كان أول ظهور لنظرية الاستخدامات و الإشاعات بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري سنة 1974 ، و كانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب و دوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

و تواصلت الجهود و استمرت في هذا المجال حتى وصلت إلى حالة من النضج ، تبلورت من خلالها عناصر هذه النظرية ، و أهدافها و فروضها لتتصدر هذه الأخيرة مكانة في ميدان الإعلام و يصبح لها تأثير كبير في أولويات البحوث في العالم .

1.3 فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

إن الاستخدامات والإشباعات في نموذج " كاتز " يمكن تلخيصها في الفروض الخمسية التالية [3]

- إن الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام و يتلقى المادة الإعلامية هو جمهور نشط، يستخدم الوسيلة الإعلامية ليحقق أهداف معينة.
- يبادر الجمهور في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار الوسائل التي يرى أنها تشبع حاجاته
- توجد مصادر أخرى تنافس وسائل الإعلام لإشباع الحاجات .

[1] J.Werner , sevrin, communication theoties origins, methods and uses in the media, netyork, hastings house bublishing 1992, p,.250 .

[2] ملفين. ب. ديفيلير: نظريات وسائل الاعلام ،ترجمة : كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر و التوزيع ، مصر، ص235.

[3] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير، ط3 ، مصر ، عالم الكتب، 2010، ص284 .

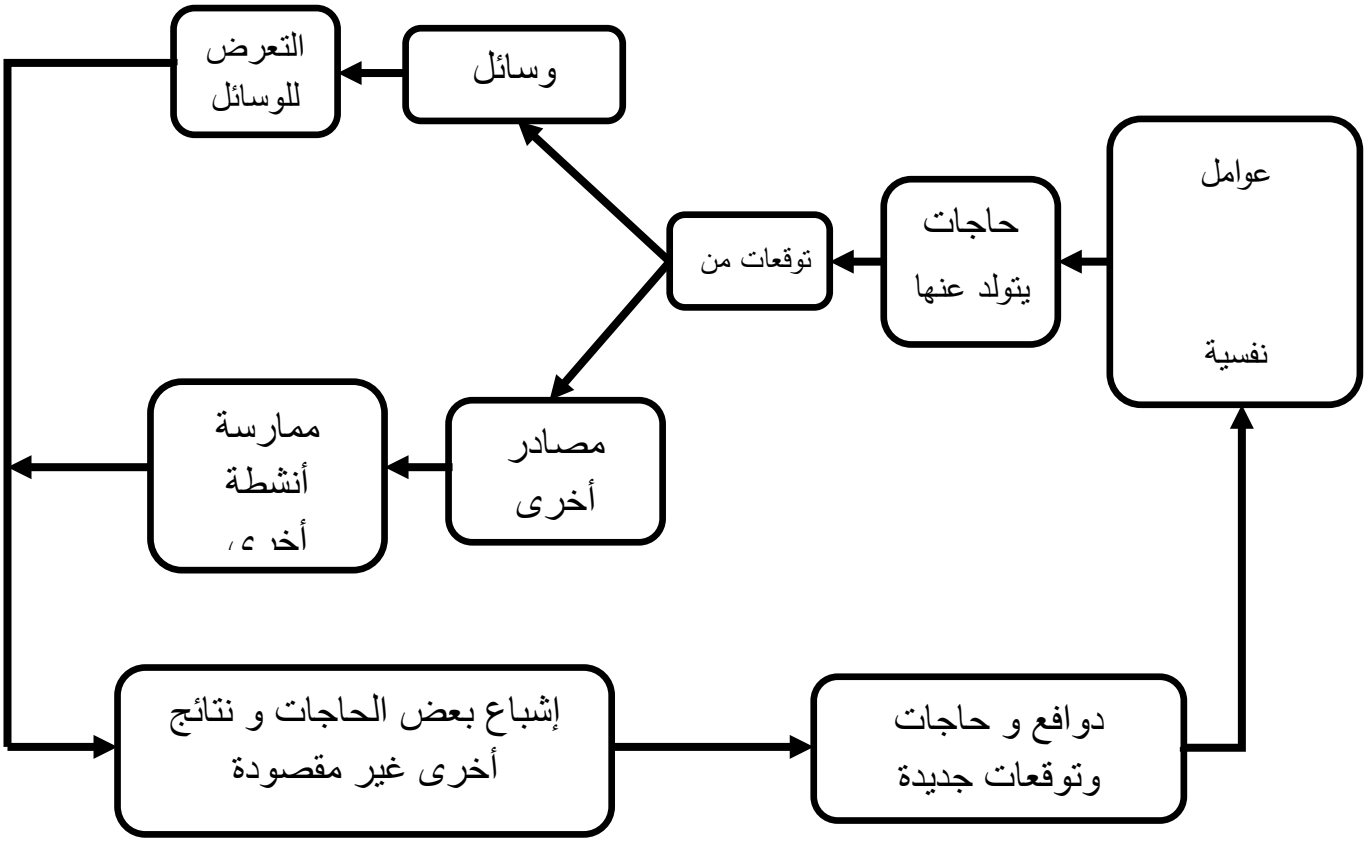
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو من تحدد دوافعه و اهتماماته ما يمكنه من اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور و يحدد استخدامه لوسيلة أو مضمون معين.

اهتم " كاتز " بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية ، وما يسعى إليه من إشباعات من بين البدائل الوظيفية المختلفة ، و منها وسائل الإعلام و مضمونها.

اعتمد " كاتز " وزملاؤه على نتائج العديد من الأبحاث و صياغة نموذج للعلاقة بين استخدام الأفراد وسائل الإعلام ، و ما يمكن أن يحققه من إشباعات للأفراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي هي الأخرى تلي بعض حاجاتهم مثل الأنشطة الثقافية الأخرى . و قد حدد كاتز و زملاؤه مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالنموذج التالي .

نموذج " KATZ AND AL " للاستخدامات و الاشباعات يعرض العلاقة بين استخدام الأفراد وسائل الإعلام و ما تشبعه من احتياجات [1]

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التاثير، ط3 ، مصر ، عالم الكتب، 2010، ص284 .



المصدر: محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال.شكل عام يمكن وصف علاقات الجمهور بوسائل الإعلام بأنها علاقات ذات " طبيعة حدثية " و المقصود أن هذه العلاقة يتحكم فيها حدث ما ، يكون مهما لدرجة انه يفرض على الجمهور متابعته بشدة من خلال وسيلة ما تكون الأكثر إشباعا ، إذ تزوده بالتفاصيل المتعلقة بالحدث عن غيرها من باقي الوسائل [1]

1.4 عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

- فتراض الجمهور النشط : يزعم " هوويت " إن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور على انه متلقي سلبي أمام تأثير الرسالة الإعلامية القوي ، إلى أن ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه .
- ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم المضمون[2] ، حيث أصبح هذا الافتراض ينظر إلى الجمهور بعد أن كان سلبيا على أنه جمهور نشط ينتقي من الوسائل ما يشبع حاجاته في النهاية .[1]

[1] محمد عبد الحميد ، مرجع سابق، ص 284 .

[2] كامل خورشيد مراد ، مرجع سابق ،ص141 .

• الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الإعلام : لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز و أن تحدد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام .[2]

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع ، العمر ، المهنة ، المستوى التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي.[3]

• دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام : توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ، و لكن بوجه عام فان معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما.[4]

• دوافع نفعية : تستهدف التعرف على الذات أو اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام ، و التي تعكسها برامج الأخبار و البرامج التعليمية و الثقافية

• دوافع طقوسية : تستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات ، و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات و الأفلام و المنوعات و غيرها.

•التوقعات من وسائل الإعلام : يرى " كاتز " أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها[5]، و بذلك فان هذه التوقعات تساهم في اختيار الوسائل و المضامين و يرى " شرام " في هذا الشأن أن الإنسان يختار احدي وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب.[6]

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية ، مصر ، 2004، ص243 .

[2] مرفت الطرابيشي ،عبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2006 ، ص267 .

[3] حمدي حصن : الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام ، دار الفكر العربي ، مصر ، 1991 ، ص21 .

[4] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد ، مرجع سابق ، ص241 .

[5] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد ، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 246-247 .

[6] حمدي حسن، **مرجع سابق**، ص 23 .

- التعرض لوسائل الإعلام : أشارت العديد من الدراسات إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباعات و التعرض لوسائل الإعلام ، و يعبر زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام على نشاطه و قدرته في انتقاء المضامين التي تلبي حاجاته .
- إشباعات وسائل الإعلام : إن الإشاعات التي يحققها الأفراد من وسائل الإعلام هي نتيجة يتحصلون عليها من خلال استخدام هذه الوسائل ، وتتوقف هذه الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة الإعلامية ونوع المضمون وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال. [1]
- إشباعات المحتوى : و تشمل الإشاعات الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الاعلام
- إشباعات العملية : وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال ، بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال و هي تشمل : إشباعات توجيهية مثل الشعور بالمتعة و إشباعات شبه اجتماعية كالتخلص من الملل و عدم الشعور بالوحدة و الشعور بالتواجد مع الآخرين

- **الدوافع و الحاجات لوسائل الإعلام:**

هناك علاقة بين إشباع الحاجة والدافع إليها، وبين توقع السلوك الفرد الذي يقوم به لإشباع الحاجة،فإشباع الحاجات منطلق من الدافع الذي يؤدي إلى سلوك يشبع الحاجة.

والفرق بين الحاجات والدوافع أن الحاجات هي كل مات يحتاج إليه الفرد سواء كان عضويا أو ماديا،بينما الدوافع هي حالة مؤقتة من التوتر النفسي أو الجسمي ينشئ أثر استثارة لحاجة معينة وتوجه لتحقيق هدف معين . ونظرا لتركيز الباحثين في مجالات علم النفس والإعلام ، والاجتماع لتأثير الحاجة وحركة الدوافع ، وعلاقتها بالسلوك الإنساني ، ظهرت اتجاهات عديدة لتصنيف الحاجات والدوافع ومن أبرزها تصنيف " ماسلو " الذي صنف الحاجات إلى قسمين رئيسيين هما:

- الحاجات الأساسية : ذلك مثل الحاجة إلى الانتماء ، والتواصل مع الآخرين ، ورغبة الفرد في تقدير الآخرين له.
- الحاجات الثانوية : مثل الحاجات المعرفية ، كحب الاستطلاع والرغبة في الفهم .

[1] ويليام ريفرز و اخرون، **الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر**، ترجمة احمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005. ص40.

كما يوجد دوافع إعلامية يمكن تقسيمها كالتالي:

- دوافع فردية داخلية : هذه الدوافع تحقق للفرد إشباعات فردية ، مثل دوافع الفضول والانجاز.
- دوافع اجتماعية خارجية : هي الدوافع التي تنشأ نتيجة العلاقة بين الفرد والمجتمع المحيط به، فيقوم الفرد بأفعال معينة لإرضاء المحيطين به ، أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته .[1]

2- تقييم نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

أ. أهداف النظرية:

❖ **الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها:**

تسعى نظرية الاستخدامات و الإشاعات من خلال القروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تسعى إلى الكشف عن طريق استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، وذلك من خلال التركيز على الجمهور النشط الذي يمتلك القدرة على اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته.
- تسعى إلى الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة ما.
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها .[2]
- الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام .
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال و الإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشاعاتها [3]

❖ **الأهداف التي حققتها نظرية الاستخدامات و الإشباعات :**

- إيجاد تفسير الطريقة استخدام المتعرضين لوسائل الإعلام بهدف إشباع حاجاتهم.
- فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة.
- إن استخدام الجمهور النشط لوسيلة ما يعبر عن إدراكه لقدرة هذه الوسيلة في تلبية حاجاته.

---

[1] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد ، مرجع سابق ، ص 248.

[2] مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد ، مرجع سابق ، ص277 ،276 .

[3] Maaloq.MotivationnandPerspicacity.Harbezand Row .1970.

- لا يمكن استخدام المتلقين للوسيلة الإعلامية ما يناسب مستواهم الثقافي .
- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال .
- تنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد وبالتالي تنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لوسائل الحاجات.[1]
- **ب. الايجابيات المتحققة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:**
- هذه النظرية تمثل مرحلة بحثية جد متطورة التي حاولت فهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي ، وهي تهتم أيضا في تحديد كل العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور. إذ أن دوافع الجمهور لمشاهدة المادة الإعلامية تختلف باختلاف ظروف كل مجتمع.
- تظهر أهمية استخدام نظرية الاستخدامات و الإشباعات بوضوح في دراسة
- الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر ، الذي يتيح فرصة مشاهدة اكبر ، مما يحفز على ايجابية انتقاء المضامين الإعلامية .
- إن التناقض الذي يكون بين ما يبحث عنه المشاهد من اشباعات و بين من قام بتحقيقيه بالفعل عند تعرضه للوسيلة الإعلامية ، يؤدي به إلى تغيير في اختبارات الجمهور للوسيلة و البحث عن التي تكون قادرة على توفير مضمون يحقق له إشباعا لحاجياته .
- إن المجتمعات تختلف باختلاف خصوصية كل مجتمع ، وذلك باختلاف ظروف أفراده النفسية و الاجتماعية و المادية و الثقافية ، مما يجعل هناك اختلاف في نتائج الدراسات . لهذه يمكن تطبيق تقييم نتائج الدراسات التي طرقت على المجتمع نفسه و على مجتمعات مختلفة .[2]

2.2. النقد الموجه لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

قد عرفت نظرية الاستخدامات و الإشباعات تطورا كبيرا ، و أخذت مكانة مهمة في ميدان البحوث الإعلامية ، و لكن بالرغم من كل هذا هناك صور من النقد ، وجهت النظرية سنقوم بإبرازها.

[1] يوسف سليمان سعد : استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الاعلام اثناء الحملات الانتخابية و الاشباعات المحققة منه ، رسالة ماجيستير ، جامعة الازهر ، كلية اللغة العربية ، 2000، ص60 .

[2] منال هلال المزاهرة : مرجع سابق ، ص187 ، 186 .

- ادعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما تحققه له المضمون بحرية تامة و بناء على الاحتياج فقط ، حيث أن هناك عوامل اجتماعية و اقتصادية قد تبطل ذلك و تحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الاعلامية المقدمة .
- كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي أو النشيط،الذي يسعى إلى تحقيق أهداف محددة و إشباع حاجات بعينها، كما انه يلغي مبدأ حرية الاختيار، فليسكل سلوك اتصالي يوجهه حافز ، فالكثير من السلوك الاتصال للجمهور هو سلوك عادي، يحدد وجود وسيلة اتصالية واحدة ، ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض
- أن هناك جدلا و تساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية ، و الكيفية التي يتم فيها القياس ، و زمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض ، أم بعده ، و كثافة و محدودية المشاركة.
- أن المدخل لم يفرق بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، و الإشباعات التي تحققت عن المشاهدة ، علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.
- لم يشرح المدخل درجة الايجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح ، حيث انه يمكن ان يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها و هذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.
- عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية ، و من ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع
- دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الانترنت ، وهذه تتطلب مفاهيمها جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة و جمهورها .[1]

1

خلاصة:

يمكن القول أن مدخل الاستخدامات و الاشباعات، من انسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة لموقع اليوتيوب، و دوافع هذا الاستخدام و الاشباعات المحققة منه، و تقوم هذه النظرية على مفهوم الجمهور النشط، حيث انها نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الايجابي.

تمهيد :

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

المبحث الأول: نشأة و تطور قناة الهداف

الهداف تيفي (بالفرنسية El Heddaf TV) :قناة فضائية عربية جزائرية تبث من الجزائر العاصمة، وهي تابعة لجريدة الهداف. تأسست سنة 2014، تنق لآخر أخبار كرة القدم بشكل خاص،إضافة إلى قيامها بمقابلات صحفية معددة من اللاعبين ومدربي الفرق المحلية الجزائرية، كما تقوم ب نقل ريبورتاجات تخص الفرق العالمية الكبرى ولاعبيها، تصدرت قناة "الهداف" القنوات الجزائرية الأكثر مشاهدة في الجزائر لدى فئة الرجال، وهذا في عملية سبر للآراء أجراها معهد "إي آم آم آ آر" (IMMAR) المتخصص في قياس توجهات جمهور وسائل الإعلام.

وحصدت قناة "الهداف TV" أكثر من 45.5 بالمائة، من بين أكثر من 20 قناة جزائرية. لتتصدر بذلك قائمة القنوات الجزائرية الأكثر متابعة في أوساط الرجال والشباب. وإن تأتى ذلك فبفضل البرامج القيمة التي تبثها القناة وكذا السهر على تزويد المشاهد بمادة إعلامية في المستوى، ناهيك عن نجاحها في فرض نفسها محليا ودوليا أيضا...بدليل نجاح حفل الكرة الذهبية الذي حضره أحد أكبر نجوم الكرة العالمية روبيرتو كارلوس، إضافة إلى التكريم الذي حظي به من طرفها أفضل مدرب في العالم ديديي ديشان والذي قال أنه يعتز كثيرا بهذا التكريم من وسيلة إعلامية رائدة في الجزائر والعالم العربي ككل .[1]

[1] موقع الهداف الرسمي : www.elhaddaf.com يوم 20 جوان 2019 على الساعة 22:00

المبحث الثاني:مفهوم الإعلام الرياضي

الإعلام الرياضي :

يشير كل من "خير الدين عويس" و" عطا عبد الرحيم" إلى أن الإعلام الرياضي هو تلك العملية التي تم بنشر الأخبار والمعلومات والحقائق المرتبطة بالرياضة وتفسير القواعد والقوانين المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي، وذالك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجمع وتنمية الوعي الرياضي وانه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي والقيمي لجمهوره.

ويرى محمد" الحماحمي " أن الإعلام في االمجال الرياضي يعد تلك المنظومة التي تم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بهذا المجال الرياضي وبعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنضم الرياضات والألعاب المختلفة بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين ، وتنمية اتجاهام الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاط البدنية و الحركية و توجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة الأحداث الرياضية.

التعريف الإجرائي :

إذن من خلال هذه التعارف نستطيع القول بأن الإعلام الرياضي هوعملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المعلومات وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة الرياضية للجمهور قصد نشر الثقافة الرياضية وتنمية وعيه الرياضي.

الإعلام الرياضي المرئي (التلفزيون) :

برغم أن التلفزيون من آخر وسائل الإعلام من حيث النشأة فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدما ملحوظا في وسائل الأعلام الأخرى ، حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهدا أشبه بالعرض السينمائي وتقترب من ناحية أخرى من الراديو بما انه موجودة في بيت المشاهد الذي لا يكلف

نفسه عناء المغادرة،كما أن أهمية التلفزيون الإعلامية قد تضاعفت عبر العالم، كما أن للتلفزيون دور هاما في المجال الرياضي نحو نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع ومحو الأمية الرياضية وفي تدعيم وترسيخ القيم التربوية والاجتماعية في استثارة دافعية الأفراد نحو ممارسة الرياضة فيجب أن نعيد النظر في كيفية الاستفادة المثلى وكيفية تحقيق ذالك بأفضل الطرق وأدقها بالطبع يكوم مؤيد لها لما قره العلماء المختصون في مجال الرياضة.[1]

تعريف التلفزيون:

لغة: التلفزيون كلمة لاتينية (télévision) مركبة من (Télé) ويعني عن بعد و (Visio) وتعني الرؤية،وبهذا فالتلفزيون يعني الرؤية عن بعد.

اصطلاحا: يعرف التلفزيون وسيلة الاتصال والإعلام لأنه يخاطب عدد كبير من الإفراد في نفس اللحظة و هو وسيلة سمعية بصرية تعتمد أساسا على الصوت والصورة .[2]

وهي أداة لنقل مختلف الأخبار المصورة سواء على شكل أفلام ,حصص , نشرات , إشهار .... الخ . من البرامج التلفزيونية التي كانت تنقل بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية , ثم بواسطة الأقمار الصناعية .

لقد عرف العالم المعاصر تطورا هائلا في مجال الإعلام و الاتصال و خاصة في المجال التلفزيوني، وهذا بمجيء التلفزيون الرقمي :

<< La télévision numérique >> : حيث كان انطلاق هذا الأخير ينتظر كمرحلة ضرورية

لتعميم و لنشر التلفزيون بالمعنى الجديد و الواسع :

(Télévision haute définition أو THD): وذلك بنشر القناة مرات عديدة وفي أوقات مختلفة

إذ ظهر التلفزيون الرقمي بصفة رسمية في أمريكا سنة 1998 .[3]

---

1 إبراهيم إمام الإعلام و التلفزيون الإذاعي و التلفزيون دار الفكر العربي ط 2 مصر1995 ص 79 ص

2 احدادن زهير مدخل الإعلام و الاتصال , ديوان المطبوعات الجامعية 1991 ص 111

3 Balle Français, Médias et société, opcit. p452

مراحل تطور وسائل الإعلام الرياضي :

1. المرحلة الأولى (البدائية) :

كانت وسائل الإعلام الرياضية في هذه المرحلة بدائية تعتمد على وسائل قديمة مثل دقات الطبول في إفريقيا والدخان في الهند والنيران في الصحراء عند البلاد العربية، والنقش على الأحجار والأشجار والمعابد كآثار لأرشفة الأحداث الرياضية و انتهت هذه المرحلة بظهور آلات الطباعة وذلك بعد أن كانت وسائل الاتصال محدودة وبدائية .

و ارتبطت بتوضيح المعارف و المعلومات للإفراد عن طريق الصحف و المجلات و الكتب و الدوريات المختلفة .

2. المرحلة الثانية (العصر الحديث) :

وبدأت بظهور وكالات الأنباء العالمية والإقليمية و المحلية والتي تعددت في الكثير من الدول وخاصة الدول الكبرى و استخدمت في ذلك وسائل الاتصال و الإعلام المعروفة حاليا كالسمعية و البصرية مثل الإذاعة والتلفزيون، و المقروءة مثل الجرائد والمجلات، وبذلك وفرت الكثير من المعلومات المختلفة في مجالات الحياة الرياضية لدى الجماهير في مختلف أنحاء العالم .

3. المرحلة الثالثة (الأقمار الصناعية الإنترنت) :

سنتكلم عن هذه المرحلة عربيا حيث تعد مصر أول دولة عربية تدخل نادي الفضاء العالمي في القرن الواحد والعشرين تأكيدا على أنها ذات الريادة الإعلامية الرياضية على المستوى العربي الإفريقي و نتيجة لظهور الأقمار الصناعية ظهرت شبكة المعلومات أو ما يعرف بالانترنت التي أحدثت تطورا كبيرا في وسائل الإعلام و الاتصال.[1]

1 شاهيناز، طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية،ط2 ،الدار المصرية، القاهرة، 1986 ،ص 27 28،

المبحث الثالث:أهداف و خصائص الإعلام الرياضي المتخصص

أهداف الإعلام الرياضي :

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب
- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية وأنماط السلوك الرياضي
- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها
- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية [1]

خصائص الإعلام الرياضي:

- الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه، فهذا مثلا برنامج إذاعي رياضي موجه لجمهور كرة القدم، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا حديث تليفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا
- الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور، يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس، كالبرامج الرياضية للمعوقين
- الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل بينه وبين المستمع، و حتى يمكن فهمه لهذا المستمع لابد له أولا من وسائل إعلامية رياضية , تتلاءم مع القيم و العادات السائدة في المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة .[2]

1 خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحمان الإعلام الرياضي، ط1 ، مركز الكتاب للنشر ، الجزء الأول ، القاهرة ، 1998 ،ص 22،23

2 خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم :المرجع السابق، ص 24

الخبر الرياضي المتضمن داخل التلفزيون :

تقدم الأخبار التلفزيونية في بعض الأحيان أخبارا رياضية في الغالب تكون في أخر النشرة الإخبارية المركزية، مما يعكس تزايد اهتمام الحدث الرياضي وكذا دائرة الجمهور المهتم به،كما أن التعامل مع الحدث الرياضي يكون بجدية واهتمام من خلال وضعه بالجنب مع السياسة والثقافة ...، وفيما يتميز الخبر الرياضي بمايلي :

1. خبر حركي مصور
2. إيقاعه سريع ومتطور
3. يكون كثيفا نصا وصورا
4. يستعان به في الأخبار العامة للزيادة من حيويتها وإيقاعها
5. يقدمه مذيع النشرة الرئيسي
6. يقدم الحدث مصورا في أجزاء محددة ولقطات معدودة وبتفاصيل أساسية. [1]

1 خضور اديب ترجمة بورثكسي , الصحافة التلفزيونية , دمشق 1991 ص 139

المبحث الرابع : عوامل تفوق الإعلام الرياضي المرئي

عوامل تفوق الإعلام الرياضي المرئي :

إن الإعلام اهتم بالرياضة بشكل كبير نظرا لاتساع الجمهور المهتم بها, والتعامل مع الحدث الرياضي بقدر كبير من الحرية، وأصبح هذا النوع من الإعلام مطالبا بإدراك هذه الحقائق بشمولية وعمق والتوسع فيها لإشباع رغبات المشاهدين.

وهذا التعامل بين الجمهور والإعلام الرياضي المتلفز جعل هذا الأخير يتفوق على باقي وسائل الإعلام وساعده في ذلك عوامل نذكر منها :

- نقل التظاهرات الرياضية ومختلف الأحداث حول العالم مباشرة أو مسجلة بالصوت والصورة في قالب فني فريد
- تقديم الصورة الرياضية المتحركة في شكل يحس المشاهد أنه على اتصال مباشر معها، وتجعله يعيش تلك الأحداث، وتزرع فيه حب الاستطلاع

وهذه الميزات التي يحوز عليها الإعلام الرياضي المتلفز هي التي أدت إلى تلك العناية الفائقة بالقسم الرياضي داخل التلفزيون الجزائري وتزويده بالأجهزة الحديثة ومنح الذين يشتغلون فيها مكانة عالية .

عوامل تفوق الإعلام المرئي على باقي وسائل الإعلام في الجزائر :

يعتبر الإعلام المتلفز أكثر الأساليب تأثيرا على الجمهور لما له من خصائص لا تتوفر في غيره وهي مخاطبة العين والأذن بالصورة والصوت، ويتجلى ذلك إذا عرفنا أن الإنسان يحصل على معلوماته بنسبة 90 %عن طريق النظر ونسبة 8 %عن طريق الأذن .[1]

إضافة إلى ذلك فإن التلفزيون يعتبر وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية في النوعية وتكوين الرأي العام لدى الجمهور، فصلا عن النواحي الترفيهية والتثقيفية .

يمكن للتلفزيون استخدام المعينات البصرية بشكل ماهر، ومع التصميم والاستخدام الجيد لهذه المعينات ومن خلال التنسيق بينها وبين التعليق المناسب يمكن أن يبيح لنا رسالة تعليقية فعالة .

التلفزيون يجمع بين مميزات الاتصال الجمعي ومميزات الاتصال الطبقي ففي آن واحد ذلك لأن بثه يصل الى الملايين، مثل ما يعرض في ركن العمال أو الفلاحين أو المرأة أو الشباب .

لذا فالمدى والمجال والترابط العضوي والاستخدام الجيد للإرسال التلفزيوني الرئيسي أمور تجعل الإعلام المتلفز أفصل وسائل الإعلام الجماهيرية .

وهذه المميزات التي يجوز عليها الإعلام المتلفز هي التي أدت إلى تلك العناية الفائقة بالقسم الرياضي داخل التلفزيون الجزائري وتزويدها بالأجهزة الجديدة ومنح العمال الذين يشتغلون فيها مكانة عالية .[2]

1 عبد الله بوجلال , الأخبار التلفزيونية للجمهور و المشاهدين م.د.ج الجزائر 1992 ص 123

2 محمد ضياء عوض, التلفزيون و التهيئة الاجتماعية, الدار القومية للطباعة و النشر , القاهرة 1986 ص 42

تمهيد:

العنف في الملاعب تظهر ظاهرة العنف في العديدِ من الملاعبِ بعد كلّ مباراة رياضيَّة بين مؤيّدي الفرق الرياضيِّة المختلفة، ويأخذ فيها العنف مظاهرَ متعددة، من اعتداء بالضرب وتحطيم للمركبات، وغير ذلك، ولهذه الظاهرة أسباب متعددة. ويمكن الإسهام في علاج هذه الظاهرة، وسنتحدثُ في هذا المقال عن أسباب هذه الظاهرة، وحلولها.

1- مفهوم العنف :

لا يمكن وضع أو تحديد مفهوم العنف في تعريف واحد وذلك لتنوع و تعدد التعاريف المحددة من طرف الأخصائيين وذلك لكونه مفهوم واسع ويحتمل عدّة تأويلات ، ولذلك سنقوم بعرض بعض التعاريف larousseالتي جلبت اهتمامنا . و أول تعريف هو التعريف الذي تناولته الموسوعة العالمية

حيث عرفته كما يلي : " العنف عبارة عن صفة تبرز أو تتكون وتخلق معها عوامل بقوة حادة وقسوة معتبرة وهي في أغلب الأحيان ضارة مهلكة وهي صفة لشعور رهيب نحو شيء كالكره الرهيب ، أو صفة الشخص له استعداد تام لاستعمال القوة و يتصف بالعدوانية و صفة اللاتسامح وعدوانية كبرى ويتصف بالاندفاع و القساوة في الكلام و حتى التصرف وصفة المبالغة في استعمال القوة الجسدية كما أنه صفة المجموعة الأفعال و التصرفات التي تبالغ في استعمال القوة العضلية أو الأسلحة أو العلاقات العدوانية الحادة أو صفة التعامل بالعنف كالإرغام و القهر عن طريق القوة " ، ومن الناحية اللغوية فالعنف يأتي من فعل عنف به وعليه أي أخذه بشدة وقسوة ولامه لذا فهو عنيف .

كما يعرفه منجد اللغة الفرنسية على أنه صفة عنيفة تستعمل فيها القوة بطريقة تعسفية هدفها الإرغام و القهر ، كما يعرفه عاطف عدلي على أنه عبارة عن صور تفاعل إنساني يؤدي إلى الأذى الذي يصيب الجسد أو النفس أو كليهما ويسبب ضررا قد يؤدي إلى القتل ويكون مرجعها الإنسان أو الحيوان أو الممتلكات سواء كان ذلك عمدا أو مصادفة .

ويعرفه محمد حسن علاوي بأنه الاستخدام غير المشروع أو غير القانوني للقوة بمختلف أنواعها في المجال الرياضية .

كما "تعني بالعنف التأثير على فرد ما ، وإرغامه على العمل دون إرادته ، وذلك باستعمال القوة القاهرة الأشياء ، أو اللجوء إلى التهديد وهو كذلك الاستعداد الطبيعي للفرد للتعبير عن العنف ضد المشاعر أو العواطف والمكنونات " .

ومن الناحية النفسية يري سعد المغربي 1987 أن العنف استجابة سلوكية تتميز بصفة انفعالية شديدة قد تنطوي على انخفاض في مستوى البصيرة و التفكير و على ذلك فمن غير الضروري أن يكون

العنف قرينا للعدوان السلبي ولا ملازما للشرّ و التدمير فقد يكون العنف ضرورة في موقف معين للتعبير عن واقع معين أو لتغيير واقع يتطلب تغييره استخدام العنف في العدوان ، وقد يحدث العنف كرد فعل أو استجابة لعنف قائم و العنف المضاد .

ويصفه كخاصية من خصائص النوع الإنساني حيث يعتبر السلوك العنيف klasterكما يراه كلاستر

متأصلا في طبيعة الإنسان البيولوجية ، كما يعرفه سيّد عويس بأنه سلوك عدواني وليد الشعور بالعدوان وقد يوجه ضد الطبيعة أو ضد أفراد أو من أفراد على جماعات منتظمة أو من جماعات منتظمة إلى جماعات منتظمة أخرى .

المبحث الثاني : الأسباب المؤثرة في ظاهرة العنف

نظرا للطريقة التي عولجت بها هذه الظاهرة و التي اتسمت في أغلبها بالوصف الخالي لأي معالجة تحليلية لإبراز هذه الظاهرة و لتوضيح الرؤية و إزالة الغموض تم البحث عن دراسات تناولت هذا الموضوع فوجدنا في كتاب حسن علاوي انه ذكر أن " فريديريش هاكر " يرى أن العدوانية عند الإنسان هي طابع فطري ، إذن فالعدوانية فطرة و تكون بنسبة معينة ، فإن تزايدت أو تناقصت نتيجة للإثارة فهذا يعني أن إثارة الفرد غير عادية و في هذه الحالة تصبح الأفعال المكتسبة عنيفة ، و أن العنف لا يتحقق إلا في الأشياء الملموسة كالاعتداء و التكسير والتخريب و كما يرى بعض المختصين في علم الاجتماع بأن العنف هو فعل إلحاق الضرر بالغير " باليد ، باللسان أو بالفعل و الكلمة " بغية تدميره معنويا و ماديا و يتضح مما تقدم ذكره بأن العنف منطلقه سلوك الفرد و هو ظاهرة اجتماعية و التي تعبر عن رفض لواقع لا يستطيع الفرد التلاؤم والتكيف معه وفقا للحيل و السلوكات المقبولة اجتماعيا من جهة و تعبير عن حرمان مادي أو وجداني أو معنوي يعانيه الفرد من جهة أخرى ، كما انه يعبر عن وحدة الجماعة أو تواجدها حول هدف أو غاية ، فالعنف تمارسه جماعة معينة داخل الجمهور ثم تنتقل العدوى إلى باقي الجماهير في الملعب لتعم الفوضى و الاضطراب .

الأسباب الحقيقية للعنف :

هناك عدة أسباب تقف وراء حدوث هذه الآفة الخطيرة و التي تخلف وراءها خسائر كبيرة على كل المستويات و يمكن ذكر هذه الأسباب كما يلي :

_الأسباب النفسية :

يرى الدكتور محمد حسن علاوي عميد كلية التربية الرياضية بالقاهرة أن العنف هو مجموعة الأنماط السلوكية الانفعالية التي تصدر عن الجماعات تحت ظروف معينة تتضمن بأغا خارجة عن السلوك العام الذي يحدد وفقا لظروف ومعايير اجتماعية و اقتصادية و سياسية ، و يرتبط الشعب بالحشد و عندئذ يطلق عليه اسم الحشد الشعبي و هو عبارة عن جمع مؤقت من الناس يظهرون صفات جديدة تختلف عن صفاهم و هم فرادى .

ومن أهم الصفات الجديدة ، نجد التطرف و سرعة التصديق ، الأمر الذي يمهد لخلق الشائعات وانتشارها و التفكير المندفع الانفعالي الذي يرتبط بالاستجابات المتطرفة و التعصب و عدم إفساح الفرصة للمعارضة و سيادة روح السيطرة و الاستبداد أو الخضوع و الاستسلام لدى البعض ،

و لعل أهم مظاهر الحقد ما يطلق عليه لفظ العدوى السلوكية ، فالفرد وسط الحشد لا يملك سوى تقليد السلوك الجماعي . و يؤكد الباحث البريطاني (بيكركاركس) : " أن احتراف المشاكسة هو نوعى من الهروب من العالم اليومي المعاش لان الفرد الذي عجز عن احتلال مركز اجتماعي لائق أو خاب في فرض شخصيته بالحياة اليومية يلجا غالبا إلى الثقافة

الخاصة بكرة القدم و ذلك بغية الإحساس بالقيمة و الشخصية و الشهرة المفقودة، فيجد في الملعب متنفس عن متاعبه و مآسيه اليومية التي يعايشها . أما الدكتور (لويس عوض فيري) يقول أن هناك تفسير في علم النفس لأحداث العنف ففي كل إنسان توجد روح عدائية ويسميها رغبة القتال ، و المباريات الرياضية محال تنفيسي لتلك الروح و لكن بطريقة متمدنة .

و مفهوم الرياضة لدى الإنجليز هو خلق مباريات رياضية لها شكل معارك و التي ترضي غرائز الجمهور عن طريق اللاعبين أنفسهم من خلال أدائهم ، و لكن يحدث أن يتواجد لدى الجمهور فائض من الروح

العدائية و إذ به يتدخل كطرف مشارك في إلقاء الحجارة والحطب على اللاعبين ، سبهم شتمهم . . . و ذلك هو العنف .

المبحث الثالث : دور وسائل الإعلام في التقليل من ظاهرة العنف

من غير الممكن أن نتجاهل الدور الهام الذي يقوم به الإعلام الرياضي على مختلف مجالاته في التأثير على مظاهر العدوان و العنف و الشغب في المجال الرياضي ، وقد نص الميثاق الدولي للتربية البدنية و الرياضية الذي أصدره اليونسكو على أنه ينبغي لكل من يعمل في مجال وسائل إعلام الجماهير دونما مساس بالحق في حرية الإعلام أن يكون على إدراك تام لمسؤوليته إزاء الأهمية الاجتماعية و التربوية و الغاية الإنسانية و القيم الأخلاقية التي تنطوي عليها التربية البدنية والرياضية كما يؤكد الميثاق أيضا على العلاقات بين المسئولين عن وسائل الإعلام الجماهيري والعاملين في الحقل الرياضي وهي علاقات ينبغي أن تكون وطيدة مبنية على الثقة و الاحترام المتبادلين و ذلك لضمان توفير معلومات موضوعية معززة بالوثائق ، كما أعرب الميثاق عن أمله في أن ينطوي تدريب العاملين في إطار وسائل الإعلام الجماهيري على عناصر تتعلق بالثقة الرياضية .

و ينبغي على النقاد إبراز الجوانب السلبية لمظاهر العنف و العدوان و الشغب في الرياضة و عدم الخلط بين اللعب الرجولي أو السلوك الجازم بين العدوان الرياضي و محاولة التخفيف من الأهمية التي تعطى للفوز بغض النظر عن الروح الرياضية و القيم الخلقية ، كما ينبغي على المعلقين الرياضيين التحلي بروح المسؤولية وعدم التحيز ، كما يمكن للبرامج التلفزيونية أن تكون ذات عون هام في مجال ترويج و توضيح أخلاقيات الرياضة و التعريف بالجهود المبذولة للنهوض بها .

المبحث الرابع : التقليل و الوقاية من العنف

– دور وسائل الإعلام في محاربة العنف :

لا رياضة من دون روح رياضية و حين يتم تكريس المفهوم الذي يقوي الفوز ليس كل شيء و لكنه الشيء الوحيد ، فهذا يعني أن الخسارة غير مقبولة على الإطلاق و لا بد من الفوز مهما كلف الأمر ما يعني أن العنف في الطريق . و من هنا يمكن القول أن الإعلام الرياضي يلعب دورا مهما في إيقاف

العنف و الحد من آثاره و خطورته و ضرورة محاربة العنف و الشغب ،و قد نصت الميثاق الدولي للتربية البدنية الرياضية الذي أصدرته اليونسكو على أنه ينبغي لكل من يعمل في مجال وسائل الإعلام الجماهيرية عدم المساس بالحق في حرية الإعلام وأن يكون على علم وإدراك تام لمسؤولياته إزاء الأهمية الإجتماعية و التربوية و الغاية الإنسانية و القيمة الأخلاقية التي تنطوي عليها التربية البدنية و الرياضية.

و يعتمد على وسائل الإعلام المختلفة أن تبتعد عن استخدام المفردات التي تدعو للتحيز أو التعصب و ألا تشجع الجماهير على التعصب ، و يطالب بعض الباحثين بضرورة تجنب استخدام الألفاظ و الكلمات التي تصور المباراة على أنها حرب لا بد من تحقيق الانتصار فيها . و لا بد من إبراز الجوانب و الآثار السلبية للعنف سواء داخل الملعب أو خارجه و التأكيد الدائم على أن العنف لا علاقة له بالعب الرجولي او القوي ، و لا بد من التركيز على المعلومات المفيدة واستخدام مفردات لها علاقة بالفن بدلا من مفردات الحروب و على وسائل الإعلام أن تقدم ثقافة رياضية على شكل برامج و ندوات فضلا عن المقالات لشرح مفاهيم الرياضة و قوانين الألعاب الرياضية والتعريف بالمؤسسات و الهيئات الرياضية و لأنه سبقت الإشارة إلى أن وظائف وسائل الإعلام في الأخبار و التثقيف أو التعليم و الترفيه و الخدمات فإن من الضرورة بمكان أن لا يغفل الإعلام الرياضي عن أهمية التثقيف و أن يساعد على رفع نسبة الوعي بأهمية الرياضة و أنها ضرورة جدا على المستوى الفردي أو الجماعي و ليس شرطا أن تكون الممارسة الرياضية من خلال مشاركة رسمية أو اللعب ضمن المستويات العليا .

و على الإعلام الرياضي أن يهتم ببقية عناصر الثقافة الرياضية أو الجوانب الرياضية الأخرى مثل التربية الرياضية للجميع و الألعاب الطبيعية و الخلاء فهذا التوجيه من شأنه ترسيخ مفاهيم جديدة تؤكد أن الرياضة لا تعني أن الفوز مسألة حياة أو موت كما تبين التغطية الإعلامية . وبإمكاننا إيجاز ما يتعين على وسائل الإعلام القيام به من أجل محاربة العنف على النحو التالي :

_التعريف بمفاهيم الرياضة و بأهمية الممارسة الرياضية .

_عدم التركيز على الرياضة التنافسية فقط .

_الاهتمام بالقيمة الإخبارية التي تعني بالمضمون الإيجابي .

_تفادي لغة الحروب في وصف المباريات .

_تجنب التعامل مع خسارة المباراة على أنها كارثة .

_نشر الوعي بأهمية الروح الرياضية و إبراز الجوانب السلبية للعنف .

_الاهتمام بالمعلومات المفيدة .

_ مراعاة الحياد و الابتعاد عن العنف .

_تقديم برامج و ندوات لشرح القوانين و التعريف بالألعاب الرياضية المختلفة .

_ إلقاء الضوء على اللعب النظيف و النماذج المضيئة من الرياضيين .

_تجنب تقديم المباريات " الدموية " مثل بعض منافسات المصارعة الحرة .

_عدم التركيز على الحكام و إثارة الجماهير على قراراتهم .

_ تجنب نشر التصريحات التي من شأنها الإساءة لأي طرف من أطراف المباراة .

1. البطاقة التقنية:

أ. تعريف القناة:

قامت صحيفة الهداف الرياضية التي تهتم بعالم الرياضة بإطلاق قناة فضائية رياضية خاصة بها على مدار القمر الصناعي النايل سات حيث تسعى قناة الهداف إلى نقل و إيصال المعلومة و آخر الأخبار المتعلقة بمختلف النشاطات الرياضية لجميع المشاهدين سواء داخل التراب الوطني أو على مستوى دول العالم خاصة كرة القدم منها ولا سيما أخبار الفريق الوطني لكرة القدم ، تردد القناة على النايل سات 11958 أفقي 27511 تم إنشاء القناة في جوان 2114 قبل بداية كأس العالم وبدأ التخطيط بعد فتح عدة قنوات خاصة على غرار الشروق و النهار و بداية ت ارجع مبيعات النسخ الورقية للجريدة وكذا نقص الإشهار.

ب. الهيكل التنظيمي للقناة:

أما فيما يخص الهيكل التنظيمي للقناة و طريقة العمل فهو يتكون بداية من المدير العام للقناة السيد : نبيل عمرة يليه رؤساء تحرير يتعاملون مع رؤساء أقسام و رؤساء الأقسام يتعاملون مع صحفيين ومن الجهة الأخرى توجد المصلحة التقنية بها مدير تقني يتعامل مع مركبين وللإشارة فإن العمل يكون بالمناوبة. وتعتمد قناة الهداف الرياضية الجزائرية على وجود صحفي و مصور في كل مدينة من المدن الكبرى و ينقسم العمل داخل القناة إلى فترتين : الفترة الأولى من الساعة 11صباحا إلى الساعة 18 مساء أما الفترة الثانية تكون من الساعة 18 مساء إلى الساعة 11 ليال وتكون الأخبار في نشراتها الرياضية بالترتيب : أولا أخبار عن المنتخب الوطني الجزائري و المحترفين ثم أخبار عن الاتحادية الجزائرية لكرة القدم تليها أخبار الأندية الجزائرية بالترتيب : إتحاد العاصمة، شبيبة القبائل ، مولودية الجزائر ثم شباب بلوزداد

المحور الثاني : المشاهدة و التفضيلات

جدول رقم 01 يوضح مدة قضاء الوقت في مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
1 ساعة	4	4%	13	13%	4	4%	9	9%	30	30%
ساعتين	9	9%	12	12%	0	0%	12	12%	33	33%
3 ساعات فما فوق	8	8%	5	5%	19	19%	5	5%	37	37%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

من خلال قراءة بيانات الجدول نلاحظ من خلال التحليل أن نسبة المشاهدة فوق 03 ساعات لقناة الأهداف هي التي تشكلا الأغلبية بالمقارنة مع مكونات العينة التي تشاهد بين ساعة (30 %) وساعتين(33%).ومن الإحصائيات الكمية نلاحظ انفراد الفئة العمرية بين 30 و40 سنة بأعلى نسبة مشاهدة لمقترح أكثر من 03 ساعات ،وهي الفئة التي يظهر بانها بعيدة عن الانشغالات الدراسية ،والأسرية.

وتعكس هذه النسب مدى توغل قناة الهداف في أوساط جماهير وسائل الإعلام ،وهو ما يؤكد اهتمام العينة ومختلف مكونات الشعب الجزائري بالرياضة،فالمجتمع الذي يشكل الشباب منه 70 بالمائة طبيعي أن يكون متابعا لقناة رياضية خاصة لها هامش في النقد وتناول المواضيع بنوع من الجرأة.

جدول رقم 02 يوضح أوقات مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صباحا	4	4%	0	0%	8	8%	8	8%	20	20%
الظهيرة	9	9%	7	7%	5	5%	8	8%	29	29%
المساء	8	8%	23	23%	10	10%	10	10%	51	51%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

يظهر الجدول ميلان نصف العينة الى متابعة قناة الهداف في المساء أو السهرة بنسبة 51% بينما تتقاسم العينة المتبقية (20 و29 %) الفترة الصباحة والظهيرة تواليا .

وتعكس الاحصائيات الرقمية ضعف نسب مشاهدة قناة الهداف عند الفئات العمرية لأقل من 20 سنة و بين 30 و40 سنة بالنظر لارتباطهم المهنية والدراسية في الفترة الصباحية حيث يكون الجميع تقريبا خارج البيت.

وبررت العينة تفضيلها الفترة المسائية أو السهرة بالنظر لارتباطها المهنية والدراسية والانشغال بالعائلة في النهار،ناهيك عن عدم وجود مواضيع وحصص آنية لأن قناة الهداف تعيد بث البرامج المسائية الليلية في النهار وبالتالي لا يوجد ما يحفز على المتابعة نهارا،خاصة في الفترات التي تتوقف فيها البطولة الوطنية لكرة القدم فالمواضيع تكون قديمة ،وحتى نشرات الأخبار الرياضية نلمس فيها نوعا من التكرار في ظل عدم وجود أخبار جديدة.

وأكدت العينة أن الفترة المسائية تعرف بث البرامج التحليلية والخاصة بالنقاش على غرار حصة بالمكشوف أو 100 % فوت أو الفريق الدولي التي يظهر أن تستحوذ على أكبر نسب المشاهدة أو ذروة المشاهدة.

المحور الثالث : مدى مساهمة قناة الهداف في معالجة ظاهرة العنف

جدول رقم 03 يوضح البرامج التي تفضل العينة مشاهدتها في قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
حصة بالمكشوف	9	9%	23	23%	6	6%	5	5%	43	43%
حصة 100/100 فوت	8	8%	3	3%	9	9%	8	8%	28	28%
برنامج الفريق الدولي	4	4%	4	4%	8	8%	13	13%	29	29%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تؤكد الإحصائيات حسب متغير السن استحواذ حصة بالمكشوف على أعلى نسبة مشاهدة ب 43 % تليها حصة الفريق الدولي ثم 100 فوت ،والفئة العمرية بين 30 و 40 سنة تشكل نصف النسبة الإجمالية لمتابعي حصة بالمكشوف نفس الفئة العمرية تقل مشاهدتها للبرامج الأخرى المذكورة ب 75 بالمائة عن نسبة مشاهدتها لحصة بالمكشوف.

وعبرت الفئة العمرية لما بين 40 و50 سنة ميلانها لحصة الفريق الدولي بالمقارنة مع الفئات العمرية الأولى والثانية.

وبررت أغلبية العينة التي تختار حصة بالمكشوف لمتابعتها لجرأة المواضيع والحرية الكبير للضيوف في إبداء الآراء ،فتواجد مختلف الآراء يجعل الجمهور يتابع بشغف وينتظر الحصة ،من اجل معرفة

التوجهات والاتجاهات ومختلف الآراء التي قد تساعدهم على بناء رأي تجاه مختلف ما يطرح على الساحة الرياضية خاصة ملفات الفساد ،والعنف وقضايا المنتخب الوطني .

وتقاطعت الإجابات في التأثير الواسع لشخصية اللاعب السابق والمحلل الرياضي علي بن شيخ الذي يعتبر من أهم الشخصيات التي تجعل الجميع يتابع الحصة.

جدول رقم 04 يوضح أماكن مشاهدة أفراد العينة قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المنزل	8	8%	18	18%	23	23%	18	18%	67	67%
المقهى	13	13%	3	3%	0	0%	8	8%	24	24%
الحي الجامعي	0	0%	9	9%	0	0%	0	0%	9	9%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

يوضح الجدول راحة العينة في متابعة جريدة الهداف في البيت بنسبة 67 بالمائة وهذا لكل الفئات العمرية ،مع بعض الاستثناء لدى الفئات العمرية أقل من 20 سنة ،والتي يتراوح سنها بين 40 و 50 سنة والتي تشكل 24 يالمائة من العينة الكلية التي تتابع برامج الهداف في المقاهي.

ويعتر هذا المر عاديا لكون معظم الجزائريين باتوا يفضلون مشاهدة القنوات بالبيت خاصة في ظل توفر كل شخص تقريبا على تلفزيون بالبيت،أما الذين يفضلون في المقاهي فهذا المر بات ظاهرة جديدة لدى الجزائريين حيث دفعتهم العزلة التي تسببت فيها التكنولوجيات الحديثة في التفاهم على الالتقاء في المقاهي للتقليل من العزلة الاجتماعية وكذا متابعة برامج قناة الهداف ،من أجل خلق جو اجتماعي يرفه عنهم ،ويجعلهم يناقشون مختلف المواضيع فيما بينهم من أجل معرفة خلفيات المواضيع ورأي كل واحد في الجماعة.

بينما تبقى الحياء الجامعية تستحوذ على اضعف نسبة بسبب الظروف التي تحيط بالاقامات من خلال الاهتمام بالدراسة في النهار والسعي للراحة ليلا.

جدول رقم 05 يوضح مدى مناسبة توقيت بث برامج قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مناسب	4	4%	30	30%	10	10%	16	16%	60	60%
غير مناسب	17	17%	0	0%	13	13%	10	10%	40	40%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

عبرت 60 بالمائة من العينة عن استحسانها لتوقيت بث حصص الهداف ،بينما ترى 40 بالمائة العكس.

ومن الفئات العمرية التي استحوذت على اكبر قدر ممكن من الرفض نجد فئة اقل من 20 سنة بينما كانت الفئة بين 20 و 30 سنة الأكثر استحسانا لتوقيت بث الحصص.

وقد بررت العينة التي عبرت عن رضاها التوقيت لكونها تتزامن مع توقيت السهرة نوالانتهاء من مشاهدة الأخبار السياسية.

بينما الذين اعتبروا الوقت غير مناسب فلان الحصص عادة ما تستغرق أكثر من 03 ساعات ولا يمكنهم اكمالها وبالتالي يعتبرون الوقت غير مناسب.

جدول رقم 06 يوضح مدى اهمية المواضيع المطروحة للنقاش في قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أساسية ومهمة	4	4%	12	12%	4	4%	8	8%	28	28%
عادية	13	13%	14	14%	6	6%	18	18%	51	51%
مستهلكة	4	4%	4	4%	13	13%	0	0%	21	21%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

عبرت العينة بنسبة 72 بالمائة أن المواضيع المطروحة للنقاش عادية ومستهلكة بينما ترى النسبة المتبقية بانها مهمة .

وبرزت الفئات العمرية الأولى والثانية والرابعة في الفئة التي غير راضية بالمواضيع وهذا بالنظر عدم قدرة الحصص والإعلام بصفة عامة من معالجة ظاهرة العنف في الملاعب بل الكثير من العينة ترى بان الإعلام وبعض حصص قناة الهادف على غرار بالمكشوف هيا التي تقف وراء نشر ولو بطريقة غير مقصودة بسبب عم التوازن في معالجة الملفات.

جدول رقم 07 يوضح مدى معالجة قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
بشكل متعمق	4	4%	17	17%	10	10%	21	21%	52	52%
بشكل	17	17%	13	13%	13	13%	5	5%	48	48%

سطحي										
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

يجد افراد العينة ان نسبة 21% من الفئة العمرية من 40الى 50سنة ان معالجة المواضيع لقناة الهداف بشكل معمق ويرجع ذلك لكون المحللين يطرحون اسباب وحجج منطقية وارقام تؤثر في هذه الفئة بالاضافة الى التوجه الاعلامي للقناة تجاه هذه المواضيع ، بينما نجد نسبة تتراح بين 10 % و17% ترى ان قناة الهداف تعالج المواضيع بشكل معمق وهي نسبة قليلة بحكم ان قناة الهداف في نظرهم تستهلك مواضيع قديمة ولا تعمل على التنوع في نوعية الضيوف والمحللين ، بينما نسبة اقل 4% من الفئة العمرية اقل من 20سنة ترى ان قناة الهداف تعالج المواضيع بشكل معمق وهي تسبة ضئيلة جدا ويرجع ذلك الى متابعة هذه الفئة لقنوات رياضية تخرى ولديها وعي بالمستوى الاعلامي في التحليل والمعالجة الاعلامية ، بينما ترى فئة كبيرة من المبحوثين بنسبة 48% من الفئة العمرية من 40 الى 50 سنة ترى ان قناة الهداف تعالج المواضيع بطريقة سطحية ويرجع ذلك الى كون هذه الفئة اقل تاثرا بمشاهدة القناة ولديهم اطلاع على بقية القنواة الدولية ومستوى النقاش ونفس الامرينطبق على بقية الفئات العمرية الى غاية اقل من 20سنة

جدول رقم 08 يوضح مدى مساهمة قناة الهداف في نشر ثقافة الروح الرياضية و قوانين اللعبة حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	17	17%	13	13%	17	17%	5	5%	52	52%
نعم	4	4%	17	17%	6	6%	21	21%	48	48%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تراوحت اجابات المبحوثين وكانت متساوية بين الفئة العمرية بين اقل من 20سنة والى غاية 30 الى 40 سنة ترى ان قناة الهاف لا تساهم في نشر ثقافة الروح الرياضية ويرجع ذلك الى الندرة في معالجة هكذا

قضايا ومواضيع تؤثر في الجمهور المشاهد بينما نسبة قليلة من نفس الفئة العمرية ترى ان قناة الهداف تساهم في نشر ثقافة الروح الرياضية

بينما ترى الفئة العمرية من 40 سنة الى 50 سنة ان القناة تساهم في نشر ثقافة الروح الرياضية و الوعي الرياضي بنسبة 21%ويرجع ذلك للمواضيع التي تعالجها قناة الهداف تساهم في نشر ثقافة الروح الرياضية ونسبة 5% من نفس الفئة ترى انها لاتساهم في ذلك بسبب ان قناة الهداف غالبا ما تبث برامج او تقارير عن اخلاق اللاعبين او الجماهير ومدى استحسان هذه البرامج من الفئات العمرية وكذلك اهتمام هذه الفئة بموضوع الروح الرياضية .

جدول رقم 09 يوضح قدرة قناة الهداف المساهمة في وضع حد لظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	13	13%	16	16%	23	23%	4	4%	56	56%
نعم	8	8%	14	14%	0	0%	22	22%	44	44%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

نسبة معتبرة من المبحوثين ترى ان قناة الهداف غير قادرة على المساهمة في الحد من ظاهرة العنف وتباينت هذه النسبة بين جميع الفئات العمرية وكانت النسبة الاكبر لدى الفئة بين 30الى 40سنة بنسبة 23%تليها الفئة العمرية 20الى 30سنة والفئة اقل من 20 سنة بنسبة 16 و13% على التوالي وهي نسبة كبيرة ويرجع ذلك الى الانحياز الحاصل من طرف قناة الهداف تجاه معالجة ظاهرة العنف واحيانا يتم التحريض او الانحياز الى فريق معين على حساب فريق اخر من اجل رفع نسبة المشاهدة واحداث البوز لا اكثر ولا اقل.

جدول رقم 10 يوضح مدى تمكن ضيوف البرامج في قناة الهداف من خلا تدخلاتهم حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متمكنين من المواضيع المطروحة	8	8%	22	22%	4	4%	16	16%	50	50%
غير متمكنين	13	13%	8	8%	19	19%	10	10%	50	50%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تقاطعت الإحصائيات بين مختلف الفئات العمرية بين تحكم ضيوف برامج قناة الهداف وعد تحكمهم بنسبة 50 المائة لكل منهم.

ويؤكد هذا الأمر الاختلاف في الروئ بين جيلين أو أكثر من العينة فكل واحد ينظر للضيوف ومدى تحكمهم بالنظر لما تمت معايشته من قبل فالفئة العمرية التي فاقت 20 سنة وتقل عن 40 سنة راضية نوعا ما بينما الفئات الأخرى أقل من 20 سنة وفوق 40 سنة فقد أكدت عدم رضاها بالنظر لعدم موضوعية الضيوف وانحيازهم.

جدول رقم 11 يوضح راي العينة في اسئلة مقديمي البرامج اتجاه الضيوف حول ظاهرة العنف في قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
في صلب الموضوع	0	0%	5	5%	0	0%	8	8%	13	13%
سطحية	0	0%	5	5%	6	6%	0	0%	11	11%
صعبة الفهم	8	8%	4	4%	9	9%	0	0%	21	21%
مثيرة للنقاش	13	13%	9	9%	0	0%	18	18%	40	40%
جامدة ومباشرة	0	0%	7	7%	8	8%	0	0%	15	15%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تشير الإحصائيات إلى عدم رضى العينة بالأسئلة المطروحة حول مسألة العنف من خلال المقترحات (في صلب الموضوع/سطحية/صعبة الفهم) وشكلت 45 بالمائة من العينة رأيا يدور حول يؤكد أهمية الأسئلة الموجهة لمناقشة مسالة العنف في الملاعب بنسبة 40 بالمائة وعبرت الفئات العمرية بين 20 و 50 سنة عن عدم رضاها عن الأسئلة.

وبررت العينة عدم رضاها بالأسئلة من خلال انعدام الموضوعية في تناول الظاهرة على كل الفرق والأحدث بنفس الحدة ،كما أن تناول الملفات يكون متأخرا في بعض الأحيان فبين الأحداث وصدور العقوبات ينتظر الجميع يوم الخميس لمتابعة حصة بالمكشوف وبالتالي عدم تأثير النقاش على مجريات الأحداث.

وتعتبر العينة الرافضة لنوعية الأسئلة بغياب القانونيين والمعنيون بملفات العنف في الملاعب حتى نحيط بالقضايا أكثر.

وحتى المنشطين يظهرون الكثير من الانحياز مثلما هو واضح على رضوان بوحنيكة الذي يظهر انحيازه لشباب بلوزداد جهارا نهارا مثلا.

جدول رقم 12 يوضح راي العينة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب من خلال هاته البرامج في قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الحرية في الإدلاء بالرأي	4	4%	5	5%	0	0%	9	9%	18	18%
تحفظ الضيوف	0	0%	13	13%	23	23%	13	13%	49	49%
رقابة من طرف المنشط	17	17%	12	12%	0	0%	4	4%	33	33%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تقاطعت 82 بالمائة من العينة المبحوثة في عدم وجود حرية كبيرة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب خاصة الفئات العمرية بين 30 و 50 سنة.

وبررت العينة هذا الأمر بسبب عدم وجود حرية في الطرح من قبل الضيوف الذين يظهر أنهم لا يقولون كل الحقيقة خوفا من رد فعل الجمهور ،وترى العينة كذلك بعض الضغط والرقابة من مقدمي البرامج الذين يقاطعون ولا يتركون الضيف يتحدث بحرية.

جدول رقم 13 يوضح راي العينة في النقاش الدائر في برامج قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	8	8%	8	8%	11	11%	9	9%	36	36%
محايد	5	5%	4	4%	12	12%	5	5%	26	26%
موافق	8	8%	18	18%	0	0%	12	12%	38	38%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

تجزم فئة معتبرة من المبحوثين على ان النقاش الدائر في قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف خاصة عند الفئة العمرية مابين 30 سنة و50 سنة بنسبة 18%على التوالي وترى باقي الفئات ان قناة الهداف لا تساهم في الحد من ظاهرة العنف في الملاعب خاصة عند الفئات العمرية 30 الى 50سنة ونسبة 12% ترى أنها محايدة لغموض الرؤية عند هؤلاء وضعف الرسالة لدى قناة الهداف والمحتوى الإعلامي الروتيني وكذا الضيوف.

جدول رقم 14 يوضح راي العينة في موضوعات الحصص و تماشيها من متغيرات الساحة الرياضية في قناة الهداف حسب متغير السن.

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	8	8%	4	4%	15	15%	4	4%	31	31%

محايد	9	9%	7	7%	8	8%	5	5%	29	29%
موافق	4	4%	19	19%	0	0%	17	17%	40	40%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

ترى فئة كبيرة ان قناة الهداف تتماشى بمواضيعها مع الساحة الرياضية بنسبة 19% و17% لدى الفئة العمرية 30 و50سنة على التوالي ويرجع ذلك للاهتمام بالاخبار الرياضية الانية واتساع شبكة المراسلين لدى القناة بالاضافة الى التناول الاعلامي اليومي لمختلف الحصص خاصة بالمكشوف و100%100فووت وفئة معتبرة ترى تعارض تماشي قناة الهداف مع المتغيرات الساحة الرياضية بنسبة 15% لدى الفئة العمرية 40سنة ويرجع ذلك ان هذه الفئة تتذمر من كون قناة الهداف ليست بالمستوى المطلوب في مسايرة الاحداث الرياضية ومتابعتها للقضايا الهمشية غالبا.

المحور الرابع :تاثير قناة الهداف على المشاهد

جدول رقم 15 يوضح رغبة المبحوثين في ان تكون الخطوط الهاتفية قناة الهداف مفتوحة من اجل مشاركة الجماهير حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	4	4%	4	4%	4	4%	9	9%	21	21%
نعم	17	17%	26	26%	19	19%	17	17%	79	79%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

يعتبر حسب الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين الذين طالبوا بفتح الخطوط الهاتفية للجماهير من أجل المشاركة في قناة الهداف كان عمرهم بين 20 و 30 سنة بنسبة 30 %من مجموع المبحوثين الذين عددهم 100 ثم يأتي بعدها الأشخاص الذين سنهم بين 40 و 50 سنة و بنسبة 26% و يليها فئة المبحوثين الذين سنهم بين 30 و 40 سنة بنسبة 23 %و تذيل الترتيب فئة الأشخاص الذين سنهم أقل من 20 سنة بنسبة % 21، و هذا يدل على أن كبار السن و الشباب أكبر خبرة في المجال الرياضي .

جدول رقم 16 يبين محاولة اتصال المبحوثين بقناة الهداف لتدلي برايها او انتقادها او اقتراحاتها بقناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	4	4%	21	21%	12	12%	26	26%	63	63%
نعم	17	17%	9	9%	11	11%	0	0%	37	37%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

حسب الجدول أعلاه يتبين لنا أغلب المبحوثين الذين حاولوا الإتصال بقناة الهداف للتدلي برأيها و انتقادها كانت بين 20 و 30 سنة و بنسبة 30 %تلتها فئة 40 الى 50 سنة و بنسبة 26 %ثم تأتي في 30 الى 40 سنة بنسبة % 23 و تذيل الترتيب فئة أقل من 20 سنة و بنسبة 21 % .

جدول رقم 17 يوضح راي العينة في مدى استطاعت القائمين على الحصص بقناة الهداف ان ياتو بالجديد و يعالجو ظاهرة العنف حسب متغير السن

الإجابة	السن								المجموع	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 30 سنة		30 سنة إلى 40 سنة		من 40 إلى 50 سنة			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	8	8%	8	8%	5	5%	0	0%	21	21%
محايد	5	5%	4	4%	18	18%	14	14%	41	41%
موافق	8	8%	18	18%	0	0%	12	12%	38	38%
المجموع	21	21%	30	30%	23	23%	26	26%	100	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أنه العينة الذين يتابعون الحصص التي تعالج ظاهرة العنف الراضي كانت من 20 الى 30 سنة الأغلبية و تلتها العينة الذين سنهم من 40 الى خمسين سنة و بنسبة 26

بالمئة ثم العينة الذين سنهم 30 الى 40 سنة و تذيل الترتيب و كالعادة الفئة التي سنهم أقل من 20 سنة و بنسبة 21بالمئة

المحور الثاني : المشاهدة و التفضيلات

جدول رقم 18 يوضح مدة قضاء الوقت في مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
1 ساعة	13	13%	17	17%	30	30%
ساعتين	25	25%	8	8%	33	33%
3 ساعات فما فوق	37	37%	0	0%	37	37%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب الجدول أعلاه يتضح لنا أن الذكور أكبر فئة لمتابعة قناة الهداف و أغلهم يفوق عدد المشاهدة ل 3 ساعات في اليوم أما الفئة التي تشاهد قناة الهداف خلال ساعتين كانت في المرتبة الثانية و بنسبة 33 بالمئة و تذيل الترتيب الفئة التي تشاهد قناة الهداف خلال ساعة واحدة و بنسبة 30 بالمئة ، و هذا ما يدل على أن برامج قناة الهداف طويلة المدى من خلال البث .

جدول رقم 19 يوضح اوقات مشاهدة قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صباحا	16	16%	4	4%	20	20%
الظهيرة	21	21%	8	8%	29	29%
المساء	38	38%	13	13%	51	51%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

كذلك نرى من خلال الجدول أعلاه أن الفترة المسائية هي الفترة التي يفضلها المبحوثين لمشاهدة قناة الهداف و خاصةبرناج 100 %فوت حيث كانت نسبة المشاهدة في الفترة المسائية 51 بالمئة و تلتها فترة الظهيرة و بنسبة 29 بالمئة من نسبة المبحوثين و تذيل الترتيب الفترة الصباحية و بنسبة 20 بالمئة

المحور الثالث : مدى مساهمة قناة الهداف في معالجة ظاهرة العنف

جدول رقم 20 يوضح البرامج التي تفضل العينة مشاهدتها في قناة الهداف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
حصة بالمكشوف	30	30%	13	13%	43	43%
حصة 100/100 فوت	24	24%	4	4%	28	28%
برنامج الفريق الدولي	21	21%	8	8%	29	29%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن حصة بالمكشوف على قناة الهداف هي الأكثر مشاهدة من خلال متتبعي قناة الهداف حيث تحصلنا خلال دراستنا هذه على 43 بالمئة من مفضلين هذا البرنامج ثم يأتها برنامج الفريق الدولي بنسبة 29 بالمئة و تذيل الترتيب برنامج حصة 100/100 فوت و بنسبة 28 بالمئة

جدول رقم 21 يوضح اماكن مشاهدة افراد العينة قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المنزل	47	47%	20	20%	67	67%
المقهى	24	24%	0	0%	24	24%
الحي الجامعي	4	4%	5	5%	9	9%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه أماكن مشاهدة قناة الهداف حيث فضل أغلب المبحوثين مشاهدة قناة الهداف من منازلهم نظرا للبرامج الطويلة التي تتحلى بها هذه القناة و كانت نسبتهم 67 بالمئة و تلتها الفئة التي تشاهد القناة من المقاهي و كانت نسبتهم 24 بالمئة و تذيلت الترتيب الفئة التي تشاهدها من الحي الجامعي و بنسبة 9 بالمئة .

جدول رقم 22 يوضح مدى مناسبة توقيت بث برامج قناة الهداف حسب متغير السن

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مناسب	39	39%	21	21%	60	60%
غير مناسب	36	36%	4	4%	40	40%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

يمثل الجدول أعلاه توقيت مناسبة بث برامج قناة الهداف حسب متغير السن حيث تحصلنا على ان اغلب الفئة يناسبها وقت بث برامج قناة الهداف حيث كانت نسبتهم 60 بالمئة من مجموع المبحوثين و الذين لا يناسبهم وقت البث كانت نسبتهم ب 40 بالمئة

جدول رقم 23 يوضح مدى اهمية المواضيع المطروحة للنقاش في قناة الهداف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أساسية ومهمة	20	20%	8	8%	28	28%
عادية	42	42%	9	9%	51	51%
مستهلكة	13	13%	8	8%	21	21%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب الجدول أعلاه يتضح لنا أن معظم البرامج التي تبثها قناة الهداف عبارة عن برامج عادية حسب فئة المبحوثين بعد أن تحصلنا على 51 بالمئة منهم و بعدها تأتي الفئة التي قالت على أن برامج الهداف كانت مهمتها أساسية و مهمة و تذيلت الترتيب الفئة التي قالت على أن برامج قناة الهداف مستهلة و كانت نسبتهم 21 بالمئة من مجموع المبحوثين .

جدول رقم 24 يوضح مدى معالجة قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
بشكل متعمق	40	40%	12	12%	52	52%
بشكل سطحي	35	35%	13	13%	48	48%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حس الجدول رقم 28 بخصوص مدى معالجة قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب حسب متغير الجنس نلحظ أن أغلبية مشاهدي قناة الهداف يرون أن القناة تعالج العنف بشكل معمق بنسبة 40 بالمئة عند الذكور و بنسبة 12 بالمئة عند الاناث و مجموع عام بنسبة 52 بالمئة

جدول رقم 25 يوضح مدى مساهمة قناة الهداف في نشر ثقافة الروح الرياضية و قوانين اللعبة حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	35	35%	17	17%	52	52%
نعم	40	40%	8	8%	48	48%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

من خلال الجدول رقم 25 يتضح لنا أن مساهمة قناة الهداف في نشر ثقافة الروح الرياضية و قوانين اللعبة حسب متغير الجنس عند الذكور هي الأكثر تأثيرا بنسبة 40 بالمئة على العكس عند الإناث فقد كانت أقل تأثيرا بنسبة 08 بالمئة

جدول رقم 26 يوضح قدرة قناة الهداف المساهمة في وضع حد لظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	48	48%	8	8%	56	56%
نعم	27	27%	17	17%	44	44%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب الجدول رقم 26 بخصوص قدرة قناة الهداف في المساهمة لوضع حد لظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس يتضح لنا من خلال التحليل أن مشاهدي قناة الهداف يرونها لا تقوم بالمساهمة في الحد من ظاهرة العنف فعند الذكور نجد نسبة 48 بالمئة و عند الإناث نجد أنهم يرونا تساهم في الحد من ظاهرة العنف بنسبة 17 بالمئة

جدول رقم 27 يوضح مدى تمكن ضيوف البرامج في قناة الهداف من خلا تدخلاتهم حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متمكنين من المواضيع المطروحة	29	29%	21	21%	50	50%
غير متمكنين	46	46%	4	4%	50	50%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب جدول رقم 27 بخصوص مدى تمكن ضيوف البرامج في قناة الهداف من خلا تدخلاتهم حسب متغير الجنس نلاحظ أن مشاهدي قناة الهداف منقسمين بهذا الشأن حيث أن نسبة الذكور كانت 29 بالمئة يرون أنهم متمكنين و عند الإناث كانت النسبة 21 بالمئة

جدول رقم 28 يوضح راي العينة في أسئلة مقدمي البرامج اتجاه الضيوف حول ظاهرة العنف في قناة الهداف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
في صلب الموضوع	13	13%	0	0%	13	13%
سطحية	6	6%	5	5%	11	11%
صعبة الفهم	13	13%	8	8%	21	21%
مثيرة للنقاش	32	32%	8	8%	40	40%
جامدة ومباشرة	11	11%	4	4%	15	15%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب جدول رقم 28 بخصوص راي العينة في أسئلة مقدمي البرامج اتجاه الضيوف حول ظاهرة العنف في قناة الهداف حسب متغير الجنس نلاحظ أن معظم مشاهدي القناة من الذكور و الإناث يرونها مثيرة للنقاش فعند الذكور نجد نسبة 32 بالمئة و عند الإناث نجد نسبة 8 بالمئة

جدول رقم 29 يوضح راي العينة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب من خلال هاته البرامج في قناة الهداف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة

الحرية في الإدلاء بالرأي	14	14%	4	4%	18	18%
تحفظ الضيوف	41	41%	8	8%	49	49%
رقابة من طرف المنشط	20	20%	13	13%	33	33%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب جدول رقم 29 بخصوص راي العينة في مناقشة مواضيع العنف في الملاعب من خلال هاته البرامج في قناة الهداف حسب متغير الجنس نلاحظ أن مشاهدي قناة الهداف يرون أنه يوجد تحفظ الضيوف و ذالك بنسبة 41 بالمئة عند الذكور و بنسبة 8 بالمئة عند الإناث

جدول رقم 30 يوضح راي العينة في النقاش الدائر في برامج قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	32	32%	4	4%	36	36%
محايد	18	18%	8	8%	26	26%
موافق	25	25%	13	13%	38	38%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب جدول رقم 30 بخصوص راي العينة في النقاش الدائر في برامج قناة الهداف كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب حسب متغير الجنس نلاحظ أنه يوجد عدة أراء عند مشاهدي قناة الهداف

حيث كانت النسب متقاربة عند الذكور بـ معارض 32 بالمئة . محايد 18 بالمئة . موافق 25 بالمئة و نفس الأمر عند الإناث حيث نجد معارض 4 بالمئة . محايد 8 بالمئة . موافق 13 بالمئة لذا فمجموع مشاهدي قناة الهداف موافقون على النقاش الدائر بنسبة 38 بالمئة .

جدول رقم 31 يوضح رأي العينة في موضوعات الحصص و تماشيها من متغيرات الساحة الرياضية في قناة الهداف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	23	23%	8	8%	31	31%
محايد	21	21%	8	8%	29	29%
موافق	31	31%	9	9%	40	40%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

تميل العينة بنسبة 31 بالمائة عن رضاها على الموضوعات المطروحة بنسبة 40 بالمائة ويشكل الذكور نسبة 21 بالمائة في فئة الحياد.

وتبرر العينة رضاها بانعدام مثل تلك الحصص في قنوات أخرى وان كانت فبنسب حرية أقل،وحتى الشخصيات التي تستضيفها فلا تبدي الجرأة اللازمة لمناقشة المواضيع.

المحور الرابع :تاثير قناة الهداف على المشاهد

جدول رقم 32 يوضح رغبة المبحوثين في ان تكون الخطوط الهاتفية قناة الهداف مفتوحة من اجل مشاركة الجماهير حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	9	9%	12	12%	21	21%
نعم	66	66%	13	13%	79	79%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

يبين الجدول توافق الذكور من العينة على أهمية فتح خطوط هاتفية لتحقيق التفاعلية في البرامج وهذا بنسبة 66 بالمائة واذا اضفنا فئة الاناث فالنسبة ترتفع ل 79 بالمائة بينما كان موقف 21 بالمائة من العينة سلبيا منهم 12 بالمائة اناث.

ويبرر أصحاب الرأي المساند لفتح خطوط الهاتف في البرامج من أجل احداث نوع من التوازن بين اصحاب البلاتوه وكذا الجمهور الذي قذ يشكل الرأي الاخر ومنه الوصول الى نتائج حقيقة لمعالجة مختلف الظواهر وتمكين الجمهور من المساهمة في حل مشاكل العنف في الملاعب.

جدول رقم 33 يبين محاولة اتصال المبحوثين بقناة الهداف لتدلي برايها او انتقادها او اقتراحاتها بقناة .

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لا	46	46%	17	17%	63	63%
نعم	29	29%	8	8%	37	37%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

حسب جدول رقم 33 بخصوص محاولة اتصال المبحوثين بقناة الهداف لتدلي برايها او انتقادها او اقتراحاتها بقناة نجد أن معظم مشاهدي قناة الهداف لم يحاولوا الإتصال بقناة الهداف فقد كانت النسبة عند الذكور 46 بالمئة و عند الإناث كانت النسبة 17 بالمئة و المجموع العام كان بنسبة 63 بالمئة

جدول رقم 34 يوضح راي العينة في مدى استطاعت القائمين على الحصص بقناة الهداف ان ياتو بالجديد و يعالجوا ظاهرة العنف حسب متغير الجنس

الإجابة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معارض	17	17%	4	4%	21	21%
محايد	33	33%	8	8%	41	41%
موافق	25	25%	13	13%	38	38%
المجموع	75	75%	25	25%	100	100%

أكدت 41 بالمائة من العينة حسب متغير الجنس أنها لا تعرف ان كان من يطرح في قناة الهداف يمكن أن يحد من ظاهرة العنف أو لا وخاصة الذكور منهم فمن أصل 41 بالمائة المحايدة 33 بالمائة منهم ذكور بينما عبرت 2 5 بالمائة من نفس الجنس عن تأييدها لما يطرح في القناة لحل ظاهرة العنف.

وترى 21 بالمائة من العينة أن ما يطرح لا يساهم بتاتا في حل ظاهرة العنف 17 بالمائة منهم فئة ذكورية بينما تؤيد 13 بالمائة من الاناث ما يطرح لحل ظاهرة العنف.

ويشير الجدول الى عدم اقتناع أغلبية العينة إذا جعلنا المحايدين في موقع سلبي بان القناة بعيدة كل البعد عن اقتراح ما يحد من ظاهرة العنف،وهذا إن لم تكن هي التي تحرض عليه بطريقة غير مباشرة حيث أشارت العينة الى بعض الانحياز والجهوية في معالجة قضايا الأندية والأنصار وعد الحياد في تحليل

بعض المباريات مع ميلان كبير لبعض الأندية على غرار مولودية الجزائر وشبيبة القبائل ،والتقليل من الاهتمام بالكثير من الأندية خاصة الفقيرة منها.

أسئلة المقابلة مع أحد صحفي قناة الهداف:

س– ماهي أسباب انتشار ظاهرة العنف في الملاعب ؟

ج– أسباب انتشار ظاهرة العنف في الملاعب كثيرة نذكر منها:

- الدور السلبي لوسائل الاعلام.
- الظروف الاجتماعية للمناصر مثل البطالة و الحبوب المهلوسة.
- سوء التنظيم على مستوى الملاعب خاصة فيما يخص توقيت المباريات.

س – ما هو واقع العنف في الملاعب؟

ج– أصبح العنف في الملاعب الجزائرية مظهرا متكررا و متجددا مع كل مباراة

س– كيف تقيمون ظاهرة العنف في الملاعب ؟

ج– أصبحت ظاهرة العنف لا تطاق في الجزائر خاصة بعد انتشار مظاهر.....في الملاعب الجزائرية و استعمال الشماريخ و التراشق بالألفاظ بين المناصرين وكذا الأغاني وكلماتها النابية بين المناصرين.

س– ماهي الآليات التي يستعملها الاعلام للحد من ظاهرة العنف في الملاعب؟

ج– من بين الاليات التي يجب ان يستعملها الاعلام باعتباره يصل بسرعة للمناصر الجزائري :

- يجب توعية المناصرين عبر الصحف و القنوات التلفزيونية خاصة قبل المباريات.
- اقامة مبادرات صلح بين أنصار الأندية مثل مبادرة الهداف للصلح بين أنصار فريق مولودية الجزائر MCAوفريق اتحاد الجزائر USMA في عام 2015.

س – هل ترى الاعلام الرياضي في قناتكم يساهم ولو بشكل قليل في تقليص ظاهرة التمييز العنصري)الجهوية) في تغطية الاحداث ؟

ج – أكيد أن الاعلام يساهم في التقليل من ظاهرة الجهوية من خلال المساواة في التقارير بين كل الاندية والدليل على ذلك وجود مراسلين في الرابطتين الأولى و الثانية للتغطية الإعلامية العادلة.

س– كيف يساهم الاعلام الرياضي في زرع الروح الرياضية في الملاعب الجزائرية سواء بين الانصار أو اللاعبين ؟

ج – لزرع الروح الرياضية بين المناصرين و اللاعبين لا بد من مبادرات صلح بين الاندية و اللاعبين.

س–من المسؤول الحقيقي عن كل ما يحدث داخل وخارج الملاعب الرياضية ؟

ج– هناك عدة اشياء تساهم بصفة مباشرة أو غير مباشرة في تفشي هذه الظاهرة مثل:

- المنظمون للمباريات : كسوء التسيير و التنظيم سواء من حيث توقيت فتح و غلق ابواب الملاعب
- سوء تصرف بعض مسيري الامن داخل الملاعب او خارجها.
- التصرفات المتهورة و غير المسؤولة لبعض الانصار من خلال الاغاني غير اللائقة و اللافتات التي تحمل شعارات وعبارات عنصرية.
- التصرفات غير المسؤولة و الاستفزازية لبعض مسؤولي الاندية ضد الانصار او مسؤولي الامن
- بعض العناوين المحرضة لبعض الاعلاميين التي تعمل على تأجيج غضب المناصرين وتعزيز العنف لديهم مثل استعمال الفاظ غير مدروسة.

س– هل الانتقادات الساخنة في البلاتوهات قبل المباريات تزيد من الشحنة بين المتنافسين و الجماهير؟

ج – هناك عدة معايير وعوامل يمكنها ان تساهم في زيادة الشحنة بين المتنافسين و الجماهير او عكس ذلك و هذا مرتبط بنوع الانتقاد فاذا كان الانتقاد بناء و يساهم في تطوير اللعبة هذا لا يؤثر وهذا طبعا اذا

كان المحلل في بلاطو التحليل على درجة كبيرة من الوعي و المسؤولية وأضن ان المسؤولية الكبرى تكون على عاتق الصحفي و توجهه حيث يمكنه ادارة الحوار من دون يخرج الحوار عن نطافه الرياضي.

س– وفي الاخير نختتم بسؤال عن رايكم في الحلول الممكنة التي تقترحها للقضاء او التقليل من ظاهرة العنف في الملاعب الجزائرية ؟

ج–ربما هناك اقتراحات عديدة للحد من الظاهرة من بينها مثلا

- تحسين نوعية الخدمات في الملاعب.
- وضع تذاكر الكترونية مرقمة حسب الكراسي.
- الحد من التفتيش المبالغ فيه و استفزاز الانصار.
- تحسين توقيت لعب المباريات
- انشاء مرافق كفيلة تجعل المناصر يتابع المباريات في جو مريح.
- على الاعلام لعب دوره على اكمل وجه بصفته العصب الحساس في كرة القدم[1].

[1] مقابلة مع الصحفي بلكير أحمد نور الدين صحفي في قناة الهداف الجزائرية على الساعة 14.00 بمركز الهداف

خاتمة :

إن إختيارنا لهذا الموضوع كان قصد معرفة دور قناة الهداف الرياضية الجزائرية في التوعية ومعالجة ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم، وذلك من خلال الجمهور المتابع لها، و إنطلاقا من كون هذا الدور من الادوار التي يتوجب على الصحافة و القنوات الرياضية القيام به إتجاه الافراد والمجتمع، وفي ظل تزايد أعمال العنف استوجب ذلك تحرك كافة الاطراف لمحاربة هذه الظاهرة التي تمس بأخالقيات الرياضة و الروح الرياضية في اواسط المناصرين وعلى رأس هذه المؤسسات قناة الهداف الرياضية كأحد أبرز مؤسسات المجتمع التي تراقب و تتابع عن كثب كافة ما يحدث في الميادين الرياضية، و ذلك لنشر الثقافة الرياضية بين الافراد و تدعيم و ترسيخ القيم الرياضية في الجمهور،قصد إثراء رصيده ووعيه الرياضي نحو الرياضة وممارستها وهو ما شملته الدراسة وسعت لمعرفته من خلال الدراسة النظرية و الميدانية الاان الفكرة الرئيسية و الهامة التي إستوحيناها من خالل الدراسة إستنادا إلى تحليل البيانات المتحصل عليها، هي أن هذه القناة وعلى الرغم من كثرة متتبعيها و تنوع تغطياتها و موضوعاتها، إال أنها لا تقوم بالدور الايجابي فالتوعية من ظاهرة العنف في الملاعب ، وهذا سببه قلة الاهتمام بالظاهرة و عدم إعطائها الاهمية التي تستحقها مما إنعكس سلبا على معالجة هذه الاحداث وعلى إحداث الاثر في المتلقي.

واعتمادا على ما توصلنا إليه من نتائج يمكن القول إن مساهمة القناة

في التوعية من ظاهرة العنف في الملاعب،تتطلب أن تعيد هذه القناة ترتيب أجندتها و تكثيف جهودها من حيث العدد و الكم و التنسيق مع مختلف المؤسسات ذات العلاقة بالشأن الرياضي من محليلين رياضيين وزارة معنية و إتحادات و نوادي من أجل إيجاد حلول للظاهرة و التقليل من خطورتها، و كذلك إعادة النظر في طرق معالجتها للموضوع و مراقبة مختلف الكتابات الصحفية و الابتعاد عن كل ما يثير الجمهور و تمييع اللقاءات التي تكتسي طابع الحساسية خدمة للرياضة و المجتمع.

I. المحور الأول "البيانات الشخصية"

1. السن:

أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى 30 سنة ☐ من 30 سنة إلى 40 سنة ☐

2. الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

II. المحور الثاني: "المشاهدة والتفاضلات"

3. كم تقضي من أوقات في مشاهدة قناة الهداف؟

1 ساعة ☐ ساعتين ☐ 3 ساعات فما فوق ☐

4. ما هي أوقات مشاهدتك للتلفاز؟

صباحا ☐ الظهيرة ☐ المساء ☐

لماذا: .....

III. المحور الثالث: "تأثير القناة هداف في المشاهد"

5. ما هي البرامج التي تفضل أن تشاهدها في قناة الهداف؟

حصة بالمكشوف ☐ حصة 100/100 فوت ☐ برنامج الفريق الدولي ☐

6. أين تشاهد البرامج؟

المنزل ☐ المقهى ☐ الحي الجامعي ☐

لماذا؟ .....

7. هل ترى توقيت بث البرامج؟

مناسب غير مناسب

لماذا؟ .....

8. هل ترى أن المواضيع المطروحة للنقاش؟

أساسية ومهمة عادية مستهلكة

لماذا؟ .....

9. هل عالجت قناة الهداف موضوع العنف في الملاعب؟

بشكل متعمق بشكل سطحي

كيف؟ .....

10. هل القناة ساهمت في نشر ثقافة الروح الرياضية وقوانين اللعبة؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ذلك؟ .....

11. هل ترى هذه القناة تستطيع المساهمة في وضع حل لظاهرة العنف في الملاعب؟

نعم ☐ لا ☐

كيف؟ .....

12. هل ترى أن ضيوف البرامج من خلال تدخلاتهم؟

متمكنين من المواضيع المطروحة ☐ غير متمكنين ☐

لماذا؟ .....

13. أسئلة مقدمي البرامج حول ظاهرة العنف في رأيك؟

في صلب الموضوع سطحية صعبة الفهم

مثيرة للنقاش جامدة ومباشرة

علل؟ .....

14. أثناء مناقشة مواضيع العنف في الملاعب، من خلال هذه البرامج هل تحس بـ:

الحرية في الإدلاء بالرأي تحفظ الضيوف رقابة من طرف المنشط

اشرح .....

15. إن النقاش الدائر في البرامج كفيل بالحد من ظاهرة العنف في الملاعب؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

لماذا؟ .....

16. موضوعات الحصص تتماشى ومتغيرات الساحة الرياضية؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

لماذا؟ .....

IIII. المحور الرابع: "تأثير قناة الهداف في المشاهد"

17. في برنامج قناة الهداف هل ترغب أن تكون الخطوط الهاتفية مفتوحة من أجل مشاركة الجماهير؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ترغب أن تكون المشاركة؟ .....

18. هل حاولت مرة واحدة أن تتصل بالحصة لتدلي برأيك أو انتقاداتك أو اقتراحاتك؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا؟ .....

19. هل استطاع القائمون على الحصص أن يأتوا بالجديد ويعالجوا ظاهرة العنف؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

علل؟ .....